



Project Interreg USAC – C.4.1
Projet Interreg USAC – C.4.1

REPORT ON THE IMPACT OF PROJECT COMMUNICATION
RAPPORT SUR L'IMPACT DE LA COMMUNICATION DU PROJET

All partners implemented a communication strategy around the USAC project. The aim of this communication was to publicize the values and actions of the USAC project. It was based on a variety of channels: social networks (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn), journalists (press kits and articles), events (direct contact with visitors, local residents, social and economic players, etc.).

L'ensemble des partenaires ont mis en place une stratégie de communication autour du projet USAC. Cette communication a eu pour objectif de faire connaître les valeurs et les actions du projet USAC. Elle s'est faite à partir de différents relais : réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn), journaliste (dossiers et articles de presse), évènements (contact direct avec les visiteurs, habitants, acteurs sociaux-économiques, etc.).

1. Measurement of media coverage (number of articles published in connection with the project),

Mesure de la couverture médiatique (nombre d'articles publiés en lien avec le projet),

	PNRA	PNRCM O/CEN	KDAON B	IWAON B	Global
Number of press articles <i>Nombre d'articles de press</i>	3	12	4	24	43

2. Monitoring social media impact (number of likes on published project posts, number of people reached, etc.),

Suivi de l'impact réseaux sociaux (nombre de likes sur les posts projets publiés, nombre de personnes touchées, etc.),

Number of followers <i>Nombre d'abonnés</i>	PNRA	PNRCMO	CEN	KDAONB	IWAONB	TOTAL
Facebook	2 000	6 800	3 800	4 800	824	18 224
Instagram	241	-	-	5 174	87	5 502
Twitter	-	-	-	2 908	1 500	4 408
LinkedIn	-	-	-	317	-	317
TOTAL	2 241	6 800	3 800	13 199	2 411	28 451

The results of the communication strategy are available in deliverable C.2.4 "Online activity and social networks".

Les résultats de la stratégie de communication sont disponibles dans le livrable C.2.4 « Activité en ligne et réseaux sociaux ».



Number of posts <i>Nombre de posts</i>	PNRA	PNRCMO	CEN	KDAONB	IWAONB	TOTAL
Facebook	211	33	20	7	25	296
Instagram	9	-	-	67	1	77
Twitter	-	-	-	1	1	2
LinkedIn	-	-	-	-	-	-
TOTAL	220	33	20	75	27	375

Number of posts <i>Nombre de posts</i>	PNRA	PNRCMO	CEN	KDAONB	IWAONB	TOTAL
Facebook	4 239	998	234	336	161	296

	PNRA	PNRCMO	CEN	KDAONB	IWAONB	TOTAL
Number of people affected <i>Nombre de personnes touchées</i> (Facebook, Instagram, twitter)	NA	36 186	NA	23 037	NA	-

NA: Not available
 NA : Non disponible

3. Partner web pages (number of Internet users affected on pages linked to the project or its events),
Pages web partenaires (nombres d'internautes touchés sur les pages en lien avec le projet ou ses événements),

	PNRA	PNRCMO	CEN	KDAONB	IWAONB	TOTAL
Number of people affected <i>Nombre de personnes touchées</i> (Facebook, Instagram, twitter, LinkedIn)	NA	7904	NA	Total : 49 681 Homepage with USAC content : 48 872 Geopark page : 1 685 USAC project page : 80	NA	-

Most partners do not have access to this type of data.
 La plupart des partenaires n'ont pas accès à ce type de données.



4. Number of documents distributed

Nombre de documents distribués

	PNRA	PNRCMO/ CEN	KDAONB	IWAONB	TOTAL
Number of documents distributed (posters and flyers) <i>Nombre de documents distribués (Affiches et brochures)</i>	1 000	326	290	150	1766

5. Number of participants in project events

Nombre de participants aux événements projet

	PNRA	PNRCMO /CEN	KDAONB	IWAONB	Global
Number of public events <i>Nombre d'évènements grand public</i>	14	11	15 Geocurious events 1 Festival 1 Business Networking event	11	78
Number of people present <i>Nombre de personnes présentes</i>	~ 5 000	~ 10 000	Total c.4,228 S+E c.4000 Geocurious = c.228	9 797	~ 29 025

6. Number of contacts in the stakeholder database, etc.

Nombre de contacts dans la base de données des parties prenantes, etc.

	PNRA	PNRCMO /CEN	KDAONB	IWAONB	Global
Contact number <i>Nombre de contact</i>	~ 150 40 Copil 29 Cotech 80 Formations	176	5100 (this is the number of subscribers to the Kent Downs general public mailing list have ticked that they are interested in hearing about the Cross Channel Geopar (total list is 6329)	640	~ 6 066



	Target value <i>Valeur cible</i>	Number reached <i>Nombre atteint</i>	Claim 1	Claim 2	Claim 3	Claim 4	Claim 5
Local public authority <i>Autorité publique locale</i>	1 500	1 068	68	500	500	-	-
Education/training centre and school <i>Centre d'éducation/de formation et école</i>	100	151	1	150	0	-	-
SME <i>PME</i>	200	370	65	105	200	-	-
General public <i>Grand public</i>	3 100 000	100 125 250	25 250	100 000	100 000 000	-	-
Regional public authority <i>Autorité publique régionale</i>	4	4	2	0	2	-	-
Sectoral agency <i>Agence sectorielle</i>	60	85	15	30	40	-	-
Enterprise, excluding SME <i>Entreprise, hors PME</i>	6	5	1	2	2	-	-
Other <i>Autre</i>	1 200	1 380	0	880	500	-	-
National public authority <i>Autorité publique nationale</i>	6	3	0	0	3	-	-
EEIG, EGTC <i>GEIE, GECT</i>	15	25	5	10	10	-	-
Infrastructure and (public) service provider <i>Fournisseur d'infrastructures et de services (publics)</i>	6	4	0	2	2	-	-
Interest groups including NGOs <i>Groupes d'intérêt, y compris les ONG</i>	60	60	0	30	30	-	-
TOTAL	313 157	100 127 025	-	-	-	-	-

The final evaluation will also measure the impact of the project on the number of new territories willing or holding a UNESCO candidacy at the partnership level.

L'évaluation mesurera également l'impact du projet sur le nombre de nouveaux territoires désireux ou porteurs d'une candidature UNESCO à l'échelle du partenariat.

The number of sites wishing to obtain UNESCO certification has not changed since the beginning of the project. Indeed, the time required to obtain the label and the need to deploy considerable human and financial resources tend to put off potential sites. What's more, only two sites are eligible to apply for the UNESCO World Geopark label each year. As the two sites in the process of being awarded the



label have been put on hold by the jury, the waiting time for a new site to be able to submit an application is even longer.

Le nombre de sites souhaitant obtenir une labellisation UNESCO n'a pas évolué depuis le début du projet. En effet, le temps de labellisation ainsi que la nécessité de déployer des moyens humains et financiers considérables ont tendance à rebuter les sites potentiels. De plus, concernant le label Geopark mondial UNESCO, seuls deux sites peuvent déposer un dossier auprès de l'UNESCO chaque année. Les deux sites en cours de labellisation ayant reçu une mise en attente de la part du jury, le temps d'attente pour un nouveau site de pouvoir déposer un dossier est d'autant plus long.