



FONS MALLORQUÍ

DE COOPERACIÓ

GUIDE DES ACTIONS DE COMMUNICATION POUR LES PROJETS FINANCÉS

Nous n'avons pas besoin de programmes de communication, mais de communication pour faire avancer les programmes. Antanas Mockus, ancien maire de Bogota

1. Introduction

Dans un environnement de plus en plus complexe et dynamique, la capacité de communiquer de manière claire et cohérente est essentielle au succès de toute initiative. Ce manuel est conçu pour fournir les outils nécessaires pour améliorer la communication des projets financés par le Fons Mallorquí.

L'objectif principal de ce manuel est de fournir les lignes directrices nécessaires pour concevoir un bon plan de communication de projet afin de promouvoir des pratiques de communication garantissant la transparence dans toutes les phases du projet, de la planification à l'exécution et à la clôture.

2. Exigences pour les projets financés

Tous les bénéficiaires de financements du Fons Mallorquí ont l'obligation de reconnaître l'origine et d'assurer la visibilité de tout financement reçu par le Fonds.

Les obligations de visibilité s'appliquent également aux bénéficiaires, entrepreneurs, organismes, titres ou personnes qui développent directement ou indirectement des activités extérieures financées partiellement ou totalement par le Fons Mallorquí.

Garantir une visibilité adéquate des finances du Fons Mallorquí assure la responsabilité et la transparence sur l'utilisation des fonds économiques donnés.

2.1 Visualisation du Fons Mallorquí dans les projets.

2.1.2. Le logo de Fons Mallorquí

Le logo du Fons Mallorquí est la marque visuelle la plus importante utilisée pour identifier l'origine et garantir la visibilité du financement. En dehors de cet emblème, aucune autre identité visuelle ou logo ne pourra être créé ou utilisé pour souligner le soutien du Fons Mallorquí. Par conséquent, tous les bénéficiaires du financement du Fons Mallorquí doivent utiliser le logo du Fons Mallorquí pour reconnaître le soutien reçu dans le cadre des programmes et contribuer à la visibilité du Fonds dans les localités où les projets sont développés.

- Le logo de Fons il doit être affiché correctement et bien en évidence.
- Lorsque le Fons Mallorquí est le seul bailleur de fonds, le logo doit être placé à l'endroit le plus visible. S'il existe d'autres bailleurs de fonds, il doit apparaître avec autant de visibilité que celui des autres partenaires financiers.
- Lorsque le logo du Fons est reproduit dans toute représentation graphique, il doit être utilisé dans son intégralité, sans modification ni ajout.
- Le logo de Fons Mallorquí est disponible sur le site Internet du Fons: https://admin.fonsmallorqui.org/uploads/flat_pages/panels/fons-mallorqui-color-jpeg.jpg

2.1.3. La déclaration de financement

Le logo de Fons Mallorquí doit être accompagné de la déclaration de financement suivant:

Projet financé par le Fons Mallorquí / Activité financée par le Fons Mallorquí
Projet cofinancé par le Fons Mallorquí / Activité cofinancé par le Fons Mallorquí

Il sera entièrement rédigé dans la langue locale concernée et placé sous le logo du Fons.

Le logo du Fons Mallorquí et la déclaration de financement sont essentiels pour reconnaître le soutien du Fons Mallorquí.

2.1.4 Exemples d'affichage de logo et de déclaration de financement.

- Panneaux d'affichage, plaques commémoratives et banderoles : Le logo et la déclaration de financement doivent être suffisamment visibles en fonction de l'ampleur de la construction. Ils doivent accompagner le projet financé pendant son exécution et jusqu'à six mois après la fin de l'activité.
- Véhicules, fournitures et équipements.
- Publications: Le logo du Fons Mallorquí et le relevé de financement doivent être inclus dans les rapports, brochures, dépliants, affiches, bulletins d'information et autres publications, imprimées ou électroniques, directement liées au projet.
- Papeterie, cartes de visite, papier à en-tête, etc.

2.1.5 Actifs numériques

Les actifs numériques sont compris comme les outils qui prennent en charge la communication dans un format virtuel. Cela inclut les pages web, les images, les infographies, les vidéos et les publications sur les réseaux sociaux. Le logo du Fons Mallorquí doit être visible sur toutes les publications numériques associées au projet financé.

Les entités financées utiliseront leurs espaces web et leurs réseaux sociaux pour faire connaître le projet financé.

Un minimum de trois publications est demandé : en début de projet ; une fois le rapport partiel remis, avec la publication des activités démontrant le développement du projet et une fois terminé, avec la publication des résultats. Toutefois, l'entité est libre de procéder à davantage de publications si elle le juge opportun.

Toutes les publications faisant référence au projet financé par le Fons Mallorquí doivent comporter les mentions suivantes:

@fons_mallorqui sur Instagram
@FonsMallorqui sur Facebook

Et les *hashtag* suivantes:

#TocaFons
#FonsMallorquí
#Cooperació/#Emergència/#Sensibilització (selon le type de projet).

2.2 Budget

En principe, les projets ne doivent pas comporter d'élément spécifique dédié à la visibilité. Toutefois, les éventuels coûts nécessaires à la réalisation de la visibilité contractuelle doivent être pris en compte dans le budget prévu du projet.

2.3 Dérogation dans des situations exceptionnelles

L'exception à l'obligation contractuelle de visibilité n'est autorisée que dans des situations exceptionnelles. Par exemple, des questions de sécurité ou des sensibilités politiques peuvent nécessiter de limiter les activités de visibilité dans certains pays ou zones de conflit pendant une certaine période. Dans ces cas, les outils, produits et canaux de visibilité qui doivent être utilisés pour promouvoir une certaine action seront déterminés d'une manière particulière.

La nécessité d'une intervention rapide en réponse à une crise soudaine n'est pas considérée comme une situation exceptionnelle justifiant une exception aux obligations contractuelles de visibilité. Dans ces cas-là, la visibilité du Fos Mallorquí doit être garantie dès le départ.

3. Lignes directrices pour l'élaboration du plan de communication pour les projets financés par le Fos Mallorquí

Les entités financées doivent présenter un plan de communication qui comprend les sections suivantes:

1. **Introduction:** Expliquez brièvement en quoi consiste la stratégie de communication proposée. Les stratégies de communication d'un Plan peuvent être de trois types, ou un hybride des trois:
 - Informatif : Dans le but de fournir des informations claires et accessibles sur le projet et ses résultats.
 - Participatif : Afin d'impliquer la communauté dans les activités et les décisions liées aux projets.
 - Promotionnel : Afin de mettre en valeur les réussites et les témoignages pour inspirer et motiver la participation de la communauté/du public cible.

2. **Objectif.** Que visons-nous avec notre plan de communication ? À quels changements voulons-nous contribuer ? Les objectifs de la stratégie de communication sont guidés par les objectifs du projet. Quelques exemples d'objectifs sont:
 - Sensibiliser la communauté à l'importance de l'éducation pour la citoyenneté mondiale.
 - Favoriser la participation active de la communauté aux projets proposés.
 - Diffuser les réussites et les progrès du projet pour renforcer le soutien et la participation continus.

3. **Public cible** : Il est nécessaire de définir le public cible que l'on souhaite toucher, à qui on s'adresse. Il est recommandé qu'il en soit de même dans le projet. Ex:
 - Communauté éducative.
 - Organisations non gouvernementales et associations civiles.
 - Médias locaux et régionaux.
 - Autorités locales.
 - La citoyenneté en général.

4. Messages clés : Quels seront les messages clés de la stratégie de diffusion du projet ? Les messages les plus efficaces sont courts et simples. Il est recommandé de se concentrer sur deux ou trois messages principaux et de les utiliser avec insistance à travers différents canaux pour promouvoir votre projet, tout au long de la campagne ou de l'activité. Exemples:

- "L'éducation à la citoyenneté mondiale nous prépare à devenir des citoyens du monde responsables et engagés."
- "Ensemble, nous pouvons construire une communauté plus juste, plus inclusive et plus solidaire."

5. Outils et canaux : expliquez quels outils et canaux seront utilisés. Exemples:

- Médias numériques:

- Média social (Facebook, X, Instagram).
- Site officiel du projet/entité.
- Bulletins électroniques.

- Médias traditionnels :

- Presse écrite (articles et annonces dans les journaux locaux).
- Radio et télévision locales

- Événements et activités :

- Ateliers et séminaires.
- Stands d'information, foires.
- Conférences et conférences dans des établissements d'enseignement ou autres.

- Matériel imprimé:

- Dépliants et affiches.
- Roll up.
- Guides pédagogiques imprimés.

6. Calendrier:

Indiquer le calendrier d'exécution des actions proposées dans ce plan. Inclure une prévision des publications et/ou actions de communication qui seront réalisées. (Au moins avec les trois priorités expliquées ci-dessus).

7. Indicateurs et méthodes d'évaluation. Quels instruments et systèmes de suivi et d'évaluation seront utilisés pour mesurer l'impact de notre activité de communication. Exemples :

- Nombre de participants aux ateliers et événements. / Contrôle des présences.

- Portée et participation aux réseaux sociaux / Analyse des métriques dans les réseaux sociaux et le web.
- Couverture médiatique./Rapport de publications.
- Enquêtes de feedback et de satisfaction des participants.
- Enquêtes et questionnaires.

8. Suivi:

- L'entité s'engage à tenir une réunion trimestrielle avec le service technique de communication du Fons Mallorquí pour évaluer le processus de communication du projet et ajuster les stratégies si nécessaire.
- L'entité s'engage à intégrer de nouveaux outils et méthodes de communication si nécessaire, en fonction des retours reçus à chaque phase du projet.