

Programme en faveur de la résilience, des énergies durables et de la biodiversité

**PLAN ET BUDGET DE COMMUNICATION, DE VISIBILITÉ ET DE RAYONNEMENT**

|  |  |
| --- | --- |
| Organisation partenaire de mise en œuvre (nom complet de la garantie) : | *Code du projet :* |
| Titre du projet : | Pays : |
| Date de début du projet **(Jour. Mois. Année)**: | Date de fin du projet **(Jour. Mois. Année)**: |
| **Résumé** | *Max. 100 mots. Veuillez indiquer :**1) le problème de développement spécifique à résoudre,**2) la logique et les moyens proposés pour y faire face à travers ce projet, et**3) comment la situation devrait être différente du fait de ce projet, y compris les avantages attendus pour les bénéficiaires directs et indirects. Enumérez les objectifs et les principales activités.* |

Merci de compléter le modèle ci-dessous avec les activités spécifiques de communication et de visibilité prévues dans le cadre de la mise en œuvre du projet. Dans la colonne concernée, il est indiqué si l'activité spécifique est obligatoire et s’inscrit dans le cadre du plan de communication et de visibilité. Ce modèle est provisoire. Si vous avez des suggestions spécifiques en matière de communication et de visibilité qui peuvent s’avérer bénéfiques pour votre projet, votre public et votre PTOM, nous vous encourageons à indiquer et à inclure ces activités dans le cadre de votre plan et budget de rayonnement prévu à cet effet.

\*Remarque : tout le matériel produit dans le cadre du projet doit être conforme au [Manuel de communication et de visibilité pour les actions extérieures à l'UE](https://www.eni-cbc.eu/llb/data/public/uploads/2018/03/communication-visibility-requirements-2018_en.pdf) (suivre le lien).

|  |  |
| --- | --- |
| **Outil** | **Objectifs de communication** |
|  **Communiqués de presse** | 1. Annoncer les activités et inviter les médias et le public à y participer
2. Partager les conclusions et les résultats des activités

Tous les communiqués de presse seront soumis à l'UE pour analyse et approbation |
|  **Conférences de presse** | 1. Communiquer les résultats et les avancées du projet
2. Sensibiliser aux objectifs du projet

Consulter l’UE avant l’organisation de toute conférence de presse |
| **Interviews/ apparitions** | a. Présenter les objectifs, les réalisations et les avancées du projetConsulter l’UE avant l’organisation de toute interview avec la presse |
| **Supports (visites de sites, réunions directes, conversations)** | 1. Souligner les accomplissements et les étapes du projet
2. Informer le groupe cible et le sensibiliser aux objectifs du projet
3. Promouvoir le soutien de l’UE dans le cadre du projet
 |
|  **Success Stories** | 1. Souligner les accomplissements et les étapes
2. Encourager toutes les parties prenantes à proposer des changements positifs en faveur de l’environnement et du développement économique
 |
| **Témoignages de bénéficiaires** | 1. Souligner l'impact du projet, ses accomplissements et ses avancées
2. Sensibiliser à la participation active en faveur de la protection de…
 |
| **Photographies** | 1. Documenter les accomplissements, les avancées et les étapes
2. Éduquer, promouvoir et raconter une histoire à travers des photos de…
 |
|  **Vidéos** | 1. Promouvoir les objectifs/l’origine du projet
2. Sensibiliser le groupe cible, les bénéficiaires et le public à la préservation de l'écosystème et au développement de services destinés aux chasseurs et aux pêcheurs
3. Promouvoir le soutien de l'UE
 |
| **Brochures, études, publications** | 1. Promouvoir et communiquer les activités du projet
2. Promouvoir l'utilisation des ressources naturelles, tout en préservant l'environnement et en améliorant les moyens de subsistance sociaux et économiques des populations locales
 |
|  **Réseaux sociaux** | а) Souligner les avancées, les étapes et les accomplissementsb) Informer sur les activités actuelles et futures du projet. Des informations trimestrielles seront également envoyées pour les sites de la DUE |
| **Site Internet, e-mails, etc.** | 1. Informer sur les activités actuelles et futures du projet.
2. Promouvoir les accomplissement et l’impact du projet
 |

 **Tout le matériel produit par le projet doit également être conforme au** [Manuel de communication et de visibilité pour les actions extérieures à l'UE](https://www.eni-cbc.eu/llb/data/public/uploads/2018/03/communication-visibility-requirements-2018_en.pdf) (suivre le lien).

Vous trouverez ci-dessous un document **type** sur les activités et les coûts. Merci d’adapter les activités et les dépenses de votre projet en fonction de vos objectifs.

**EXEMPLE Matrice d'activités de communication de projet**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Activité** | **Objectifs** | **Public** | **Résultats** | **Obligatoire** | **Chronologie** |
| **Conférence de presse** | Veuillez préciser vos objectifs | Veuillez préciser le public cible (par exemple, le nom de l'entité, de la personne, de l'institution, etc.) | Veuillez préciser le nombre de communiqués de presse (au moins deux, un pour le lancement du projet et un pour sa clôture) | Oui |   |
| **Communiqués de presse** | Veuillez préciser vos objectifs | Veuillez préciser le public cible (par exemple, le nom de l'entité, de la personne, de l'institution, etc.) | Veuillez préciser le nombre de communiqués de presse (au moins un pour chaque activité majeure par société de presse) | Oui |   |
| **Brochure du projet** | Veuillez préciser vos objectifs | Veuillez préciser le public cible (par exemple, le nom de l'entité, de la personne, de l'institution, etc.) | Malgré l'impact de la tarification et de la distribution des produits à base de papier, si cette activité est jugée nécessaire, veuillez préciser le nombre de copies imprimées utilisées | Non |   |
| **Interviews/actualités dans la presse pour présenter les objectifs et les avancées du projet** | Veuillez préciser vos objectifs | Veuillez préciser le public cible (par exemple, le nom de l'entité, de la personne, de l'institution, etc.) | Veuillez préciser le nombre d'interviews/actualités publiées par la société de presse | Recommandé |   |
| **Bannières verticales** | Veuillez préciser vos objectifs | Veuillez préciser le public cible (par exemple, le nom de l'entité, de la personne, de l'institution, etc.) | Veuillez préciser (par exemple, un récapitulatif du projet imprimé en anglais et/ou dans la langue locale) | Recommandé, notamment pour les événements virtuels et en présentiel |   |
| **Papier à en-tête du projet** | Veuillez préciser vos objectifs | Veuillez préciser le public cible (par exemple, le nom de l'entité, de la personne, de l'institution, etc.) |   | Oui |   |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Activité** | **Objectifs** | **Public** | **Résultats** | **Obligatoire** | **Chronologie** |
| **Photographie** | Veuillez préciser vos objectifs |   |   | Veuillez préciser (par exemple, au moins deux albums photos publiés sur Facebook, ou une exposition photo, etc.) |   |
| **Matériel de marque/promotionnel (par activité ou en général, par exemple, des cahiers, crayons,** **t-shirts, chemises,** **etc.)** | Veuillez préciser vos objectifs |   | Veuillez préciser (par exemple, xxx cahiers, xxx dossiers, etc.) | Selon le type d'activités du projet |   |
| **Témoignages sur les réseaux sociaux** | Veuillez préciser vos objectifs |   | Veuillez préciser (par exemple, xx publications sur Facebook, Instagram, etc.) | Hautement recommandé |   |
| **Veuillez inclure d'autres activités pertinentes** |  |  |  |  |  |

Ce tableau est fourni à titre indicatif. Veuillez inclure ou supprimer les activités en fonction de votre projet.

**Budget :**

Pour assurer un suivi précis des activités et de l'allocation des fonds C&V, les bénéficiaires sont encouragés à utiliser le modèle de budget ci-dessous ou à créer un modèle de budget similaire.

**EXEMPLE DE BUDGET DE COMMUNICATION, DE VISIBILITÉ ET DE RAYONNEMENT**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Non** | **Poste de dépenses** | **Description** | **Nb. de jours d'expertise** | **Unités** | **Coût unitaire (EUR)** | **Coûts totaux (EUR)** | **Portée des travaux****(Insérer ici une brève description des services ou de l'activité)** |
| **1.0** | **Coûts de mise en œuvre des relations publiques et du rayonnement** |   |
| **1.1** | Cadreur | Services de tournage et de montage vidéo | 4 | 1 | 300,00 € | 1 200,00 € |   |
| **1.2** | Photographe professionnel | Photographie | 3 | 1 | 286,00 € | 858,00 € |   |
| **1.3** | Graphistes | Conception de tout le matériel promotionnel | 4.5 | 1 | 300,00 € | 1 350,00 € |   |
| **1.4** | Spécialiste de la communication | Coordination des médias | 10 | 1 | 300,00 € | 3 000,00 € |   |
|   | **Sous-total** |   |  |  |   | **6 408,00 €** |   |
| **2.0** | **Coûts de la diffusion marketing** |   |
| **2.1** | TV | Interviews le matin et le soir |  |  |   |   |   |
| **2.2** | Réseaux sociaux | Trois semaines de diffusion | 21 |  |   | 700,00 € |   |
| **2.3** | Presse écrite  |   |  | 2 | 204,00 € | 408,00 € |   |
|  **2.4** | Radio |   |  | 6 | 90,00 € | 540,00 € |   |
|   | **Sous-total** |   |   |  |   | **1 648,00 €** |   |
|   | ***TOTAL*** |   |   |  |   | ***8 056,00 €*** |   |