

MANUEL DE COMMUNICATION ET DE VISIBILITÉ

pour les actions extérieures
de l'Union européenne

2010



EuropeAid



COMMISSION
EUROPÉENNE

Commission européenne

Office de coopération EuropeAid

Rue de la Loi 41, B-1049 Bruxelles

Fax : 32-2 299 64 07

E-mail : europeaid-info@ec.europa.eu

Internet

http://ec.europa.eu/world/index_fr.htm

http://ec.europa.eu/europeaid/index_fr.htm

Cette brochure est disponible en français, anglais et espagnol.

Ni la Commission européenne ni aucune personne agissant en son nom n'est responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations données ci-après.

Design : Tipik Communication Agency

© Union européenne, 2010

Reproduction autorisée moyennant mention de la source.

TABLE DES MATIÈRES

1	INTRODUCTION	5
2	COMMUNICATION ET VISIBILITÉ : UN GUIDE ÉTAPE PAR ÉTAPE	7
	2.1 Visibilité adaptée.....	7
	2.2 Publics clés et groupes cibles	7
	2.3 Plans de communication et de visibilité.....	7
	2.3.1 Modèle de plan de communication et de visibilité	7
	2.3.2 Budget de la communication	9
	2.3.3 Élaboration et mise en œuvre du plan.....	9
	2.3.4 Comptes rendus	9
3	ORGANISATIONS INTERNATIONALES.....	11
	3.1 Introduction	11
	3.2 Agences, fonds et programmes des Nations unies et entités assimilées	11
	3.2.1 Contexte et cadre de coopération existant	11
	3.2.2 Critères opérationnels applicables aux actions de visibilité et de communication réalisées par les Nations unies et la Commission européenne	11
	3.2.3 Actions de communication et de visibilité	12
	3.3 Le groupe de la Banque mondiale.....	13
	3.3.1 Contexte et cadre de coopération existant	13
	3.3.2 Instruments et fonctions de financement	13
	3.3.3 Activités de communication et de visibilité appropriées.....	13
4	ADAPTER LE PLAN DE COMMUNICATION ET DE VISIBILITÉ À L'ACTION	17
	4.1 Activités de base.....	17
	4.2 Autres activités de communication	17
	4.2.1 Communiqués de presse	18
	4.2.2 Conférences de presse.....	18
	4.2.3 Visites de presse.....	18
	4.2.4 Dépliants, brochures et lettres d'information	18
	4.2.5 Sites Internet	19
	4.2.6 Panneaux d'affichage.....	20
	4.2.7 Plaques commémoratives.....	20
	4.2.8 Bannières.....	20
	4.2.9 Véhicules, matériel et équipement.....	20
	4.2.10 Articles promotionnels	20
	4.2.11 Photos	21
	4.2.12 Productions audiovisuelles	22
	4.2.13 Événements publics et visites	22
	4.2.14 Campagnes d'information.....	22

4.3	Visibilité adaptée aux différents types d'action	23
4.3.1	Mise à disposition de matériels et d'équipements	23
4.3.2	Projets d'infrastructure	23
4.3.3	Assistance technique et études	23
4.3.4	Dons	23
4.3.5	Appui budgétaire	23
5	RAPPORTS	25
6	INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES	27
ANNEXE 1	LA MATRICE DE COMMUNICATION : COMMUNIQUER COMMENT ET QUAND, QUOI ET À QUI?	29
ANNEXE 2	ÉLÉMENTS DE L'IDENTITÉ VISUELLE DE L'UNION EUROPÉENNE	31
1	L'emblème de l'UE	31
2	Description géométrique	31
3	Couleurs	31
4	Fond	31
5	Modifications et ajouts	32
6	Clause de non-responsabilité	32
7	Liens Internet	32
8	Visibilité de l'UE au terme de l'action	32
ANNEXE 3	MODÈLES POUR LES PRODUITS DE COMMUNICATION	33
1	Communiqués de presse	33
2	Dépliants	34
3	Brochures	35
4	Lettres d'information	36
5	Panneaux d'affichage	37
6	Bannières	37
7	Plaques commémoratives	38
8	Panneaux de véhicules	38
9	Articles promotionnels	40
ANNEXE 4	DÉFINITIONS & MESSAGES CLÉS GÉNÉRAUX	41
1	Messages clés généraux	41
2	Définitions de l'Union européenne et de ses institutions	41
	Union européenne	41
	Parlement européen	41
	Conseil de l'Union européenne	42
	Commission européenne	42
	Cour de justice européenne	42
	Cour des comptes européenne	42
	Autres institutions	42

Le présent manuel a été conçu afin que les actions financées ou cofinancées par l'Union européenne (UE) incluent des activités d'information et de communication en direction du grand public ou de publics spécifiques. L'objectif est de le(s) sensibiliser aux objectifs poursuivis par l'action et au soutien qu'elle reçoit de l'UE dans la région ou le pays concerné. Les résultats et l'impact de ce soutien doivent également faire l'objet d'actions d'information et de communication.

Ce manuel traite essentiellement de l'identité écrite et visuelle de l'UE. Il décrit les exigences et les lignes directrices applicables au matériel écrit et aux notes d'information, conférences de presse, exposés, invitations, enseignes, plaques commémoratives et tout autre support utilisé pour mettre en évidence la participation de l'UE. En outre, il propose des outils qui doivent permettre d'élaborer une stratégie de communication dynamique, qui donnera une publicité adéquate aux réalisations rendues possibles par le soutien de l'UE.

La prise en compte des lignes directrices et exigences décrites dans le manuel est obligatoire pour tous les contractants et partenaires d'exécution liés par des contrats et des accords de financement qui les mentionnent explicitement, qu'ils aient été signés par la Commission européenne (CE) ou par toute autre autorité contractante. Dans tous les autres cas et sauf mention contraire, l'utilisation des

lignes directrices sera simplement recommandée et les dispositions des contrats et accords de financement spécifiques primeront toujours.

Les contractants, les partenaires d'exécution et les organisations internationales¹ sont encouragés, lorsque le budget et les ressources disponibles le permettent, à élaborer un plan de communication et de visibilité qui mettra en évidence, de manière dynamique, l'impact du soutien de l'UE. Une telle démarche pourra exiger le recours à des experts extérieurs.

En outre, il convient de préciser que la terminologie utilisée dans le présent manuel ne fait pas référence à la « communication pour le développement » (qui peut être définie comme un « processus social fondé sur le dialogue et faisant intervenir un large éventail d'outils et de méthodes »; l'objectif étant aussi de rechercher la dynamique de changement aux niveaux les plus divers, y compris par le biais de l'écoute, l'instauration de la confiance, l'échange de connaissances et de compétences, l'élaboration de politiques, le débat et l'apprentissage pour un changement soutenu et cohérent. À noter qu'il ne s'agit pas d'activités de relations publiques ou de communication d'entreprise²). Ces éléments doivent certainement être pris en compte et peuvent être financés à partir du budget de communication et de visibilité du projet, ne font pas l'objet de ce manuel.³

Toutes les activités de communication et de visibilité doivent être menées en étroite coopération avec la délégation de l'Union européenne accréditée dans le pays ou avec le service compétent de la Commission européenne.

Le présent manuel remplace le Manuel de visibilité de l'UE applicable aux actions extérieures (septembre 2005).

1 Le chapitre 3 du présent manuel sur les organisations internationales concerne les organisations des Nations unies et le Groupe de la Banque mondiale, qui ont conclu avec l'UE des accords spécifiques en matière de communication et de visibilité (voir chapitre 3).

2 Définition extraite du « Consensus de Rome: Communication pour le développement, un grand pilier du développement et du changement »; participants au Congrès mondial sur la communication pour le développement, Rome, Italie, 27 octobre 2006.

3 Pour en savoir plus, voir (entre autres) www.devcomm-congress.org/

2 COMMUNICATION ET VISIBILITÉ

Un guide étape par étape

2.1 Visibilité adaptée

La communication doit mettre en avant la promotion du développement grâce au partenariat avec l'UE ainsi que les réalisations et l'impact de l'action, sans s'étendre sur la procédure administrative suivie pour réaliser l'action. En vue de maximaliser l'impact de ces efforts de communication :

- ➔ Les activités seront organisées au moment opportun.
- ➔ Les informations utilisées seront précises.
- ➔ Les activités seront menées en étroite coordination avec la Commission.
- ➔ Il conviendra de cibler le(s) bon(s) public(s).
- ➔ Les messages présenteront un réel intérêt pour le(s) public(s) cible(s).
- ➔ Les activités seront calibrées en tenant compte des ressources mobilisées, de la planification et de l'impact escompté.

Tout plan de visibilité laissera toutefois une certaine place à l'imprévu pour permettre d'exploiter les opportunités intéressantes qui se présentent. L'existence d'un bon réflexe de communication et la capacité d'exploiter des opportunités inattendues au bénéfice de l'action auront souvent autant d'impact que des efforts plus formels, en plus d'être généralement gratuits. Il conviendra donc d'exploiter de telles opportunités. Quelle que soit l'action, le plan de communication et de visibilité doit

viser à maximaliser les synergies avec la stratégie de visibilité globale de la délégation de l'Union européenne (ou de son service compétent) et, dans le cas des Nations unies, celle de l'organisation/agence concernée.

2.2 Publics clés et groupes cibles

Pour communiquer efficacement, il convient d'identifier clairement les publics cibles dans les plans de communication et de visibilité. Ces publics peuvent inclure les formateurs d'opinion et les personnalités influentes, ainsi que les personnes qui, bien que n'étant pas issues des milieux gouvernementaux ou du monde des médias, sont parties prenantes à l'action ou sont concernées par celle-ci.

Les contractants, les partenaires d'exécution et les organisations internationales doivent concentrer leurs plans de communication et de visibilité sur les publics du pays bénéficiaire qui profiteront le plus visiblement et le plus directement de l'action.

Dans la mesure où des fonds sont disponibles et lorsque l'urgence, la nature et le contexte de l'action le permettent, les organisations internationales devront inclure dans leur plan de communication et de visibilité des publics de l'UE, en particulier des formateurs d'opinion et l'élite du monde de la coopération internationale.

2.3 Plans de communication et de visibilité

2.3.1 Matrice du plan de communication et de visibilité

Le plan de travail de toute activité financée ou cofinancée par l'UE doit inclure un plan budgétisé de communication et de visibilité. Ce plan doit mettre en avant les activités de communication externe qui doivent être organisées à des moments clés de la durée de vie de l'action. Le degré de précision du plan doit être proportionné à la nature, à l'importance et au coût des activités de communication envisagées.

Le plan de communication et de visibilité élaboré par les contractants, les partenaires d'exécution ou les organisations internationales devra être approuvé par le personnel de la délégation de l'UE en charge de la gestion de l'action, en étroite coordination avec le personnel responsable des activités de communication.

L'éventuel plan de communication et de visibilité pourra utilement s'inspirer de la matrice ci-dessous.⁴ Celle-ci se basera en principe sur la section de mise en œuvre de la matrice de visibilité (voir Annexe 1). La matrice de visibilité est un outil simple permettant de décrire dans les grandes lignes les principaux éléments des activités de communication aux différents stades du cycle du projet.

⁴ Pour les organisations internationales, voir chapitre 3.3.

Matrice du plan de communication et de visibilité

STRATÉGIE GÉNÉRALE DE COMMUNICATION

Objectifs

1. Objectifs généraux de communication

2. Groupes cibles

- » Au sein du/des pays dans le(s)quel(s) l'action est mise en œuvre
- » Au sein de l'UE (le cas échéant)

3. Objectifs spécifiques pour chaque groupe cible, en rapport avec les objectifs de l'action et les phases du cycle du projet

Exemples d'objectifs de communication :

- » s'assurer que la population bénéficiaire soit bien consciente des rôles joués par le partenaire et l'UE dans l'activité
- » sensibiliser la population du pays concerné ou la population européenne au rôle du partenaire et à celui de l'UE dans la fourniture de l'aide (humanitaire) dans un contexte particulier
- » faire prendre conscience de la façon dont l'UE et les partenaires collaborent pour promouvoir l'éducation, la santé, l'environnement, etc.

ACTIVITÉS DE COMMUNICATION

4. Principales activités qui seront organisées durant la période couverte par le plan de communication et de visibilité

Seront détaillés :

- » la nature des activités
- » les responsables de l'organisation des activités

5. Outils de communication choisis

Avec une description détaillée des avantages offerts par certains supports (médias, événements, publicité, etc.) compte tenu du contexte local

INDICATEURS DE RÉSULTATS⁵

6. Réalisation des objectifs de communication

Inclure des indicateurs de résultats pour les différents outils proposés

7. Dispositions relatives au retour d'information (le cas échéant)

Précisez et détaillez les formulaires d'évaluation ou autres moyens utilisés pour obtenir le retour d'information des participants sur l'activité

RESSOURCES

8. Ressources humaines

- » Nombre de personnes/jour requis pour la mise en œuvre des activités de communication
- » Membres de l'équipe de gestion responsables des activités de communication

9. Ressources financières

- » Budget requis pour mettre en œuvre les activités de communication (en chiffres absolus et en pourcentage du budget global affecté à l'action)

⁵ Correspondant aux indicateurs du cadre logique.

2.3.2 Budget de la communication

Les fonds réservés aux activités de communication doivent avoir été inclus dans tout accord de financement, contrat ou convention de contribution et doivent être clairement indiqués dans le document de travail approprié (par ex. le plan de travail annuel, le devis du programme, etc.).

Ce budget doit être suffisant pour produire un réel impact et refléter l'importance, et par conséquent l'impact probable de l'action. Le montant précis alloué à la communication doit être décidé en accord avec la Commission sur la base d'éléments liés au contexte et au projet.

Dans certains cas, l'accord de financement ou la convention de contribution n'inclura pas de disposition budgétaire spécifique pour les activités de visibilité. Il conviendra alors de prévoir, en accord avec la Commission, un montant minimal de 1 000 euros afin de financer des supports de visibilité de base (par exemple des autocollants ou tout autre support d'identité visuelle).

2.3.3 Élaboration et mise en œuvre du plan

Si le plan nécessite l'accord de la Commission, les responsables du pays partenaire et autres partenaires (par exemple les autres donateurs) pourront quant à eux être amenés à participer au processus, de façon à assurer la complémentarité des efforts.

Lors de la mise au point des activités de communication devant être financées au titre des accords opérationnels, le personnel de l'UE et de l'organisation partenaire devront tenir compte des aspects suivants :

- ➔ Les méthodes de communication sélectionnées et les messages diffusés doivent être compatibles avec les normes religieuses et sociales dominantes de la région ou du pays où l'activité de communication est réalisée.
- ➔ Les activités doivent respecter l'environnement local.
- ➔ Dans la mesure du possible, la ou les langues locales seront utilisées dans toutes les activités de communication.

Une expertise extérieure pourra être sollicitée dans le cadre des activités de communication. Dans ce cas, celle-ci sera financée à partir du budget de l'action.

Des programmes de moindre envergure pourront être réalisés directement par le partenaire, avec le soutien de la Commission (mise à disposition de brochures, aide pour les contacts avec la presse, etc.).

Dans tous les cas, les ressources (humaines, financières, etc.) nécessaires à la mise en œuvre d'activités de communication spécifiques devront faire l'objet d'une évaluation attentive au moment de la mise au point du plan de communication et de visibilité.

Les modifications apportées aux plans de communication et de visibilité devront être approuvées par la Commission.

2.3.4 Comptes rendus

Les exigences de base relatives aux comptes rendus prévues dans les dispositions des contrats, accords de financement et conventions de contribution spécifiques primeront. Ces rapports détailleront les progrès des activités de visibilité.

3 ORGANISATIONS INTERNATIONALES

3.1 Introduction

Ce chapitre examine les aspects spécifiques de la communication et de la visibilité dans le cadre de la coopération avec les Nations unies et la Banque mondiale qui ont tout deux signé avec la Commission européenne des accords spécifiques dans ces domaines. Il décrit non seulement l'environnement plus complexe de la coordination multidonateur, mais aussi le rôle spécifique des grandes organisations internationales partenaires et l'engagement de l'UE en faveur du multilatéralisme.

3.2 Organisations des Nations unies

3.2.1 Contexte et cadre de coopération existant

Les Nations unies et la Commission européenne ont développé un solide partenariat en vue de réaliser des objectifs humanitaires et de développement communs. Ces objectifs ont été décrits dans une série de cadres de politiques et de programmes stratégiques. Les Nations unies comme la Commission se sont également engagées à améliorer l'efficacité de l'aide, conformément aux principes de la déclaration de Paris.

La nature de ce partenariat, et son influence sur l'objectif des activités de communication et de visibilité et la façon dont elles sont mises en œuvre se reflètent dans le Plan d'action conjoint sur la visibilité signé par la commissaire Benita Ferrero-

Waldner et le vice-secrétaire général des Nations unies Mark Malloch Brown en septembre 2006. Ce plan d'action souligne l'engagement commun à communiquer les résultats du partenariat Nations unies/Commission européenne aux bénéficiaires et aux parties prenantes externes, dans l'intérêt de la transparence de l'utilisation des fonds publics et en vue de promouvoir la solidarité internationale.

La relation de financement entre les Nations unies et l'UE est régie par l'accord-cadre administratif et financier (ACAF) de 2003. Cet accord s'applique à toutes les directions générales de la Commission et à toutes les organisations des Nations unies parties à l'accord. Il expose les obligations légales régissant une série d'aspects, parmi lesquels la visibilité. En particulier, l'article 11 de l'accord décrit les obligations légales des Nations unies en matière de visibilité. Son contenu est répété et développé à l'article 6 des conditions générales applicables aux conventions de contribution de l'UE avec les organisations internationales.

L'article 11 de l'accord-cadre et l'article 6 des conditions générales stipulent clairement que les organisations des Nations unies doivent prendre toutes les mesures appropriées pour attirer l'attention du public sur le soutien financier de l'UE à l'action. Ces articles fournissent également des indications de base sur les publics cibles et les outils de visibilité et tracent les contours de la procédure à suivre en ce qui concerne l'importance et la prééminence

des remerciements, les clauses de non-responsabilité applicables aux publications des Nations unies et les exigences de visibilité concernant le matériel acheté avec la contribution de l'UE. Les autres chapitres du présent manuel contiennent des renvois aux dispositions pertinentes de l'accord-cadre et des conventions de contribution.

Les coûts éligibles en rapport avec la communication et la visibilité sont exposés à la section 3 de l'ACFA et à l'article 14 des conditions générales.⁶

3.2.2 Critères opérationnels applicables aux actions de visibilité et de communication réalisées par les Nations unies et la Commission européenne

Comme convenu dans le plan d'action conjoint sur la visibilité, les activités de visibilité ont pour principal objectif de faire connaître les « résultats positifs du partenariat ». En plus des contributions apportées, les activités de visibilité doivent donc se concentrer sur les produits et sur l'impact des résultats de l'action.

Durant la phase initiale d'une action, un plan de communication et de visibilité mettant en exergue les activités de communication envisagées doit être examiné et convenu entre l'organisation des Nations unies en charge de l'action et le point focal de la Commission européenne [voir chapitre 2]. Une fois ce plan adopté, l'organisation des Nations unies rendra compte de la mise en

⁶ Nations Unies:

http://www.undp.org/eu/documents/EC-UN_Joint_Visibility_Guidelines.pdf

Banque Mondiale:

http://ec.europa.eu/europeaid/work/procedures/implementation/international_organisations/other_documents_relating_world_bank/documents/joint_visibility_guidelines.pdf

œuvre du plan conformément aux exigences en matière de publication de rapports périodiques prévues dans la convention de contribution.

Au moment de la préparation d'un contrat de contribution, l'organisation des Nations unies et la Commission européenne conviendront de l'affectation financière à prévoir au titre de la ligne budgétaire « Actions de visibilité ».

Lors de l'identification des activités de communication et de visibilité appropriées, certains critères clés seront pris en compte :

- **L'importance et la part du financement de la Commission**

La Commission européenne reconnaît que les actions de visibilité doivent prendre en compte et refléter la nature multipartite des accords multidonateur, même lorsque le partenariat avec la Commission européenne est mis en évidence.

Lorsque la contribution de la Commission européenne concerne une action multidonateur ou si elle est canalisée par le biais d'un fonds fiduciaire (Trustfund) de l'organisation des Nations unies destiné à financer des initiatives thématiques globales, régionales ou générales, et lorsqu'il n'est raisonnablement ni possible ni indiqué d'identifier les activités financées par l'UE, la Commission accepte que la visibilité adéquate accordée à sa contribution se fera dans le contexte des activités générales de visibilité et de communication de l'initiative dans son ensemble. Cet aspect sera examiné conjointement par l'organisation des Nations unies et la Commission européenne au cas par cas durant la phase initiale de l'action. La convention de contribution tiendra compte des résultats de cette réflexion.

- **Urgence**

Lorsqu'une intervention rapide est envisagée

en réponse à une crise soudaine, les organisations des Nations unies ne devront pas préparer immédiatement un plan complet de communication et de visibilité. Dans ces situations, les agences des Nations unies devront néanmoins s'assurer de faire connaître d'emblée l'existence du soutien de la Commission européenne, d'une manière adaptée à l'action. Il est entendu que les dispositions de l'ACFA et les conditions générales devront toujours être respectées dans de tels cas, sauf si les parties en décident autrement. Il convient de souligner que les agences des Nations unies et la Commission pourront adopter, dans le cadre de leur partenariat humanitaire, des approches de visibilité et de communication spécifiques en vue de conserver une identité distincte pour des opérations humanitaires impartiales et basées sur les besoins.

- **Nature de l'action**

Le plan de communication et de visibilité doit être adapté à la nature de l'action. *Le domaine thématique* et *la portée géographique* de l'action détermineront les paramètres des activités de visibilité. Ainsi, les projets en rapport avec la coordination, la sécurité, etc. n'exigeront généralement pas de volet de visibilité majeur, et parfois même aucune action de visibilité.

- **Autres aspects**

Certains facteurs tels que *l'insécurité* ou des *sensibilités politiques locales* peuvent restreindre les activités d'information dans certaines zones de crise, voire, dans des cas extrêmes, justifier l'omission pure et simple de toute action de visibilité. Certaines actions exigent un degré élevé de *neutralité politique*. L'audience cible et les outils de visibilité seront alors sélectionnés compte tenu de cette situation, en consultation et en accord avec

la délégation de l'UE. Lorsque les procédures habituelles de visibilité ne peuvent être mises en œuvre pour des raisons de sécurité, les exigences de visibilité ne devront pas être respectées. Le cas échéant, d'autres activités pourront être organisées (par exemple des actions de communication dans les États membres de l'UE).

3.2.3 Actions de communication et de visibilité

Le chapitre 4 du présent manuel propose une liste non exhaustive d'activités spécifiques pouvant être organisées selon les circonstances. En pratique, le choix des modalités les plus efficaces et les plus appropriées dépendra de *l'importance* et de *la part du financement communautaire*, et de *l'urgence*, de *la nature* et du *contexte* de l'action, comme nous le verrons à la section 3.3.

Outre les actions de communication basées sur l'action, la communication et la visibilité devront être, lorsque la situation le permet et s'y prête, de nature stratégique. Elles s'appuieront sur des activités ou des programmes plus généraux. L'accent sera mis sur les activités davantage susceptibles d'attirer les publics cibles. Par exemple, lorsqu'un certain nombre de programmes sont financés par la Commission dans un pays ou une région, ou dans le cas d'un programme couvrant un thème commun, il pourra être envisagé d'utiliser les budgets de communication et de visibilité du projet individuel afin de monter un programme de communication plus complet en vue d'un plus grand impact. Ceci nécessite toutefois l'accord de la Commission européenne. Dans ce cas, les exigences en matière de publication de rapports s'appliqueront au projet lui-même.

Dans la mesure du possible, les agences des Nations unies devront identifier les domaines pouvant se prêter à des activités de

communication plus importantes et de nature plus stratégique en prenant pour référence les différents accords de partenariat stratégique conclus entre la Commission européenne et les Nations unies. Ces propositions devront être communiquées, pour information, au personnel compétent de la Commission européenne et des Nations unies à Bruxelles.

3.3 Le Groupe de la Banque mondiale

3.3.1 Contexte et cadre de coopération existant

Notre coopération avec la Banque mondiale repose également sur de solides fondements politiques. Le processus de Limelette, un réexamen annuel de la coopération et de la coordination entre le personnel de la Commission européenne et de la Banque mondiale, offre une plateforme alimentant cette relation. L'accord-cadre de fonds fiduciaires et de cofinancement (accord-cadre), conclu entre ces deux institutions le 20 mars 2009, énonce les conditions dans lesquelles elles coopèrent pour financer des projets et programmes de développement et d'autres activités par l'intermédiaire de fonds fiduciaires et d'autres canaux. Les dispositions de l'accord-cadre relatives à la visibilité sont contenues dans l'article 8 et l'annexe 4 de ce document.

Le 27 mai 2009, la Commission européenne et la Banque mondiale ont signé des lignes directrices sur la visibilité conjointe de leurs actions. Ces lignes directrices sont à considérer comme un complément des dispositions de l'accord-cadre qui traitent de la visibilité. Leurs dispositions opérationnelles ont été intégrées au présent manuel.

3.3.2 Instruments et fonctions de financement

L'accord-cadre propose que la Commission européenne puisse financer des fonds fiduciaires administrés par la Banque mondiale (voir article 2). Dans d'autres cas, la Commission européenne apporte un financement parallèle qui va directement aux gouvernements des pays en développement tout en gardant des liens étroits («parallèle à») avec les activités soutenues par la Banque mondiale («cofinancement parallèle», voir article 6).

Les fonds fiduciaires administrés par la Banque mondiale peuvent être subdivisés en trois catégories: fonds fiduciaire exécutés par les bénéficiaires (RETF), fonds fiduciaire exécutés par les banques (BETF) et fonds des intermédiaires financiers (FIF), tels que définis à l'article 1er de l'accord-cadre. Ces diverses catégories de fonds fiduciaires peuvent être financées soit par un donateur unique (fonds fiduciaires à donateur unique), soit par plusieurs donateurs (fonds fiduciaires multidonateur).

Dans le cas des fonds fiduciaires multidonateur, les points à prendre en considération par les deux parties sont évoqués à la section 3.3.3., point d), ci-dessous.

Dans le cas des cofinancements parallèles, les gouvernements sont les agences d'exécution aux fins de l'application du manuel de l'UE et ont, vis-à-vis de la Commission européenne, l'obligation directe de mener des activités de communication et de visibilité dans ce domaine. Bien que la Banque mondiale n'ait ni rôle formel ni responsabilité concernant les activités de communication et de visibilité dans de tels cas, elle s'efforcera de rendre facilement reconnaissable le financement de l'Union européenne, par exemple en organisant

des événements publics, en publiant des communiqués de presse, etc.

3.3.3 Activités de communication et de visibilité appropriées

a) Des activités de communication et de visibilité en rapport avec la taille du fonds fiduciaire

La Commission européenne contribue à des fonds fiduciaires administrés par la Banque mondiale dont la taille peut varier de 250 000 dollars, dans le cas de l'IFC, à un million de dollars, dans celui de la BIRD et de l'IDA, jusqu'à plusieurs milliards de dollars. Les activités de communication et de visibilité requises dans ces cas varieront forcément en raison des différences de ressources disponibles, de l'impact escompté des actions prévues et d'autres considérations. Les lignes directrices conjointes permettent donc diverses approches des activités de communication et de visibilité, en fonction de la taille globale du fonds fiduciaire:

- De nombreux fonds fiduciaire dont la taille globale est inférieure à 10 millions de dollars ne disposent pas d'un budget de communication significatif parce qu'ils sont axés sur les activités du programme (voir cependant le point c) plus bas). Néanmoins, en règle générale, ils devraient élaborer des plans de communication simple en recourant à des moyens médiatiques tels que des sites internet, des communiqués de presse, etc.

- Les fonds fiduciaire dont la taille globale dépasse les 10 millions de dollars devraient normalement disposer d'un budget de communication à part entière qui prévoit l'élaboration de plans de communication et de visibilité plus détaillés.

Ces approches sont fournies à titre d'orientation; il importe de prendre en compte le budget disponible et certains critères clés (voir points c) et d) plus bas).

b) Types d'activités et publics cibles

Le chapitre 4 présente une liste des activités spécifiques qui peuvent être mises en œuvre en fonction des circonstances. Ces informations peuvent s'avérer utiles lors de l'élaboration du plan de communication et de visibilité mais aussi en cas d'absence d'un plan formel.

La création et l'utilisation de logos spéciaux dépendront des décisions prises par la Commission européenne, la Banque mondiale et, le cas échéant, les autres donateurs ou partenaires. Par exemple, selon les principes de la déclaration de Paris, les donateurs conviennent souvent de mettre en évidence l'appropriation nationale plutôt que les contributions des donateurs, et renoncent à utiliser leurs propres logos. De plus, l'étendue des activités de proximité de l'UE est laissée à la discrétion du personnel de la Commission européenne et de la Banque mondiale et, le cas échéant, des autres donateurs ou partenaires. Ces activités dépendront des circonstances, notamment des propres objectifs et activités de communication sociale du projet ou programme considéré.⁷

Les plans de communication et de visibilité doivent s'adresser aux publics du pays bénéficiaire qui seront les plus concernés par l'action entreprise. Ces publics cibles doivent être clairement identifiés dans les plans de communication et de visibilité. Ils peuvent inclure les formateurs d'opinion et les personnalités influentes, ainsi que les personnes qui, bien que n'étant pas issues des milieux gouvernementaux ou du monde des médias, sont parties prenantes à l'action ou sont concernées par celle-ci.

c) Budget

Les fonds réservés aux activités de communication et de visibilité doivent être clairement indiqués dans le document de travail approprié (par ex. le plan de travail annuel). Le budget de communication doit avoir une taille suffisante, en rapport avec la taille globale du fonds fiduciaire, afin d'atteindre les objectifs fixés en terme de communication et de visibilité. Si nécessaire, ce budget pourra être modifié en fonction des circonstances. De telles modifications feront l'objet d'un accord entre la Commission européenne, la Banque mondiale et, le cas échéant, les autres donateurs. Les modifications à apporter aux plans de communication et de visibilité devront également faire l'objet d'un accord mutuel des parties. Il peut arriver qu'un budget spécialement destiné aux activités de communication et de visibilité n'ait pas été convenu. Dans ce cas, la Commission européenne mettra à disposition un montant minimal de 1 000 euros pour les actions de visibilité convenues. Si une telle situation se présente, la délégation de l'UE est souvent la mieux placée pour organiser

et mettre en œuvre ces actions de visibilité de petite envergure, cela devant toutefois être décidé au cas par cas.

d) Critères clés

Lors de l'identification des activités de communication et de visibilité appropriées, certains critères clés seront pris en compte:

- **L'importance et la part du financement de l'Union européenne**

La Commission européenne reconnaît que les actions de visibilité doivent prendre en compte et refléter la nature multipartite des accords multidonateur, même lorsque le partenariat avec la Commission européenne est mis en évidence. Lorsque la contribution de l'UE concerne une action multidonateur ou si elle est canalisée par le biais d'un fonds fiduciaire destiné à financer des initiatives thématiques mondiales, régionales ou générales, et lorsqu'il n'est raisonnablement ni possible ni indiqué d'identifier les activités financées par l'UE, la contribution de celle-ci sera rendue visible dans le contexte des activités générales de visibilité et de communication de l'initiative dans son ensemble. Cet aspect sera examiné conjointement par les parties au cas par cas durant la phase initiale de l'action et les résultats de cette réflexion seront repris dans la convention s'y rapportant.

- **Urgence**

Lorsqu'une intervention rapide est envisagée en réponse à une crise soudaine, il n'y aura pas lieu de préparer immédiatement un plan complet de communication et de visibilité. Dans une telle situation, il faudra néanmoins s'assurer de faire connaître

⁷ Voir par exemple le site internet de la Banque Mondiale consacré à la communication dans le développement

d'emblée l'existence du soutien apporté par l'UE à l'action financée par le fonds fiduciaire.

- **Nature de l'action**

Le plan de communication et de visibilité doit être adapté à la nature de l'action. Le domaine thématique et la portée géographique de l'action détermineront les paramètres des activités de visibilité. Ainsi, les projets en rapport avec la coordination, la sécurité, etc. n'exigeront généralement pas de volet de visibilité majeur, et parfois même aucune action de visibilité.

- **Autres aspects**

Certains facteurs tels que l'insécurité ou des sensibilités politiques locales peuvent entraver les activités d'information dans certaines zones de crise, voire, dans des cas extrêmes, justifier l'omission pure et simple de toute action de visibilité. Certaines actions exigent un degré élevé de neutralité politique. Le public cible et les outils de visibilité seront alors sélectionnés compte tenu de cette situation, en consultation et en accord avec la délégation de l'UE. Lorsque les procédures habituelles de visibilité ne peuvent être mises en œuvre pour des raisons de sécurité, les exigences de visibilité ne devront pas être respectées. Le cas échéant, d'autres activités pourront être organisées (par ex. des actions de communication dans les États membres de l'UE). Lorsque les procédures habituelles de visibilité ne peuvent être mises en œuvre en raison de l'insécurité ou de sensibilités politiques, les mesures convenues à prendre au niveau national seront communiquées aux sièges de la Commission européenne et de la Banque.

e) **Élaboration du plan de communication et de visibilité**

Quand un plan de communication et de visibilité répond à un besoin et fait l'objet d'un accord, les types d'activités de communication et de visibilité sélectionnées doivent surtout mettre en avant les réalisations et l'impact de l'action financée, sans s'étendre sur la procédure administrative suivie pour réaliser l'action. En vue de maximiser l'impact de ces efforts de communication:

- ➔ Les activités seront organisées au moment opportun
- ➔ Les informations utilisées seront précises
- ➔ Les activités seront menées en étroite coordination avec la Commission européenne et la Banque mondiale
- ➔ Il conviendra de cibler le(s) bon(s) public(s)
- ➔ Les messages présenteront un réel intérêt pour le(s) public(s) cible(s)
- ➔ Les activités seront appropriées en ce qui concerne les ressources mobilisées et l'impact escompté

Tout plan de visibilité laissera toutefois une certaine place à l'imprévu pour pouvoir exploiter les opportunités intéressantes qui se présentent. Avoir un bon réflexe en terme de communication conjugué à la capacité d'exploiter des opportunités inattendues au bénéfice de l'action auront souvent autant d'impact que des efforts plus formels. Quelle que soit l'action, le plan de communication et de visibilité doit viser à maximaliser les synergies avec la stratégie de visibilité globale de la Commission européenne, avec celle de la Banque mondiale et, le cas échéant, celle des autres donateurs ou partenaires.

L'annexe 2 «Éléments de l'identité visuelle de l'UE» et l'annexe 4 «Messages clés généraux sur l'Union européenne» permettent aux organisations internationales et aux partenaires d'exécution de se renseigner sur l'utilisation correcte de l'identité visuelle et des messages généraux de l'UE.

4 ADAPTER LE PLAN DE COMMUNICATION ET DE VISIBILITÉ À L'ACTION

Les contractants, les partenaires d'exécution et/ou les organisations internationales sont tenus de donner une publicité adéquate à l'action qu'ils mettent en œuvre, ainsi qu'au soutien obtenu auprès de l'UE.

Différentes activités peuvent être adaptées aux différents stades du cycle du projet. En tout cas, les activités de communication doivent se concentrer sur les réalisations et sur l'impact de l'action, sans s'étendre sur la procédure administrative suivie pour réaliser l'action. La signature d'un document, même s'il fait référence à une enveloppe financière d'un important montant, n'intéressera pas nécessairement beaucoup les médias, surtout au sein de l'UE.

Les sections qui suivent fournissent un aperçu des activités de communication possibles. Ces éléments pourront être utiles lors de l'élaboration du plan de communication et de visibilité, ainsi qu'en l'absence de tout plan formel.

4.1 Activités de base

Avant de lancer une activité d'information, de communication ou de visibilité, les contractants, les partenaires d'exécution et/ou les organisations internationales doivent prendre contact avec le responsable de la presse et de l'information à la délégation de l'UE accréditée dans le pays. Cette personne est chargée de coordonner la stratégie globale de communication de l'UE dans le(s) pays où sa délégation est accréditée. Elle pourra également fournir des informations sur les questions de droits de propriété intellectuelle (droits

d'auteur, etc.). Le gestionnaire de projet devra toujours participer aux contacts avec ce responsable de la presse et de l'information.

Dans toute communication relative à l'action, les contractants, les partenaires d'exécution et/ou les organisations internationales doivent utiliser leur papier à lettres normal comportant leur en-tête ou l'en-tête fax, mais ajouteront en outre la phrase : « *Le présent projet/programme est financé par l'Union européenne* » ainsi que l'emblème de l'UE (voir annexe 2). L'identité graphique de l'UE (voir annexe 2) doit bénéficier d'une place et d'une taille aussi proéminentes que celle du contractant ou du partenaire d'exécution. Des règles spécifiques sont applicables pour les organisations internationales (voir modèle de contrat de contribution, article 6.2 des conditions générales).

La clause de non-responsabilité (voir annexe 2.6) doit figurer dans toutes les publications.

4.2 Autres activités de communication

Le plan de communication et de visibilité pourra inclure d'autres éléments, parmi lesquels :

- ➔ Les communiqués de presse (voir section 4.2.1).
- ➔ Les conférences de presse (voir section 4.2.2).
- ➔ Les visites de presse (voir section 4.2.3).
- ➔ Les dépliants, brochures et lettres d'information (voir section 4.2.4).

- ➔ Les sites Internet (voir section 4.2.5).
- ➔ Les panneaux d'affichage (voir section 4.2.6).
- ➔ Les plaques commémoratives (voir section 4.2.7).
- ➔ Les bannières (voir section 4.2.8).
- ➔ Les véhicules, matériel et équipements (voir section 4.2.9).
- ➔ Les articles promotionnels (voir section 4.2.10).
- ➔ Les photos (voir section 4.2.11).
- ➔ Les productions audiovisuelles (voir section 4.2.12).
- ➔ Les événements publics et visites (voir section 4.2.13).
- ➔ Les campagnes d'information (voir section 4.2.14).

Des indications de base sur ces différents éléments vous sont données ci-dessous. Les modèles pour les divers produits de communications sont fournis à l'annexe 3.

4.2.1 Communiqués de presse

Les communiqués de presse sont des éléments clés pour les activités d'information autour d'une action. En règle générale, un communiqué de presse doit être publié au début de toute action.

Lorsque le partenaire d'exécution ou l'organisation internationale rédige les communiqués de presse dans le cadre de l'action, il doit se mettre en rapport avec le responsable du service de presse et d'information de la délégation de l'UE ou avec le service compétent de la Commission avant même de le diffuser. Lorsque la Commission rédige le communiqué de presse, le contractant doit fournir toutes les informations techniques nécessaires à cet effet à la délégation ou au service de la Commission. La règle générale est que les contractants ne doivent pas diffuser de communiqué de presse ni faire de déclaration publique avant d'avoir reçu le feu vert de la Commission. En ce qui concerne les actions mises en œuvre avec des organisations internationales, lorsque l'UE envisage de publier un communiqué de presse axé sur l'action, le feu vert de l'organisation internationale concernée devra être obtenu.

Le communiqué de presse doit comprendre l'emblème de l'UE, mentionner le fait que le financement a été fourni par l'UE et indiquer le montant de ce financement communautaire en euros et en devise locale. Si une conférence de presse est prévue, le communiqué de presse doit indiquer, le cas échéant, le nom d'une personnalité de l'UE qui sera présente à cette conférence de presse.

Le communiqué de presse doit aussi comporter la date en haut de la page et indiquer le moment où l'information

peut être diffusée. En règle générale, les journalistes préfèrent pouvoir utiliser le communiqué immédiatement ; dans ce cas, la mention « *pour diffusion immédiate* » figurera en haut du document. Néanmoins, il est parfois indiqué de placer le communiqué de presse sous embargo jusqu'à, par exemple, la publication de chiffres financiers. Dans ce cas, il suffira de l'indiquer par une expression simple du type « *Ne pas diffuser avant 10 h, le 15 octobre* », en haut du document.

Un bon communiqué de presse doit contenir : un en-tête, un premier paragraphe percutant qui résume les faits essentiels, le développement, des citations, quelques informations de base et l'indication de personnes de contacts pour de plus amples informations.

Le communiqué de presse doit tenir sur une page A4 (une face) chaque fois que possible; s'il est plus long, il y a lieu d'indiquer « *suite page suivante* » au bas de chaque page. Le mot « *Fin* » devra apparaître à la fin du document.

Après le mot « *fin* », le communiqué de presse doit donner le nom d'au moins une personne à laquelle le journaliste peut s'adresser pour obtenir de plus amples informations. Chaque fois que possible, il y a lieu d'indiquer un numéro de téléphone de contact.

4.2.2 Conférences de presse

Les conférences de presse tenues dans le cadre d'un plan de communication et de visibilité doivent toujours être organisées en coopération avec la Commission. Les invitations doivent porter l'emblème de l'UE, conformément aux règles générales applicables (voir section 3.1.).

Lors de la conférence de presse elle-même, un drapeau de l'UE doit être déployé si d'autres drapeaux ou symboles sont eux-mêmes déployés.

4.2.3 Visites de presse

Les visites de groupe de journalistes sur des sites de projet permettent également d'accroître la visibilité. Il y aura lieu de les organiser à un moment approprié, en mettant alors l'accent sur des résultats tangibles. Si la situation s'y prête, des groupes de journalistes en visite seront accompagnés par des représentants de la délégation de l'UE.

4.2.4 Dépliants, brochures et lettres d'information

Les publications, comme les dépliants, les brochures et les lettres d'information peuvent être utiles pour communiquer les résultats d'une action à des publics spécifiques.

- Les dépliants peuvent fournir des informations de base et l'adresse (comme l'adresse électronique ou un site Internet) où trouver un complément d'information.
- Les brochures peuvent être plus détaillées, et mettre en exergue le contexte. Elles pourront par exemple inclure des interviews de parties prenantes, de bénéficiaires, etc.
- Les lettres d'information se caractérisent par le fait qu'elles sont diffusées à intervalles réguliers. Elles peuvent être publiées pour informer les publics cibles de l'évolution d'une action. Cela peut s'avérer utile, par exemple pour des projets d'infrastructures, des programmes de formation, etc. pour lesquels l'impact d'une action peut être évalué au fil des mois.

Les publications doivent toujours être adaptées au public cible, et se concentrer sur les résultats escomptés de l'action, et non sur des détails financiers et administratifs. Les textes seront courts et simples. Ils seront dans la mesure du possible illustrés de photos permettant de mieux situer l'action dans son contexte. Ces photos montreront si possible, des participants à l'action, plutôt que les responsables de la gestion.

D'une manière générale, le matériel produit sur format papier doit également être publié sous forme électronique, afin de pouvoir être envoyé par courrier électronique et posté sur un site Internet. En ce qui concerne le matériel imprimé, la capacité de distribution (listes d'envoi) devra être prise en compte.

Les dépliants et brochures porteront toujours les éléments de base de l'identité visuelle européenne, c'est-à-dire l'emblème de l'UE (voir annexe 2) et la clause de non-responsabilité (voir annexe 2) ainsi que les détails du projet, les nom, adresse, téléphone, télécopieur et courriel des personnes de contact.

Les dépliants et brochures réalisés par un contractant et/ou partenaire d'exécution doivent également comporter une définition de l'UE (voir annexe 4). En outre, dans ces cas, leur page de couverture doit clairement identifier l'action comme faisant partie d'une action financée par l'UE. La bannière inférieure de la page de couverture doit comporter la clause de non-responsabilité de l'annexe 2. La bannière supérieure de la lettre d'information doit se présenter comme indiqué à l'annexe 3 (section 4).

Des copies, y compris des copies électroniques des publications seront remises à la Commission.

4.2.5 Sites Internet

Les sites Internet sont de plus en plus un élément de base indispensable à la communication. Il n'est toutefois pas toujours nécessaire de créer un site pour chaque projet étant donné que les informations peuvent être rendues accessibles via le site Internet de la délégation de l'UE ou celui du partenaire, par exemple.

Si l'action est appelée à durer et à générer un matériel important susceptible d'être diffusé via un site Internet (photographies de l'évolution de l'action, brèves interviews, matériel pour la presse, etc.), le plan de communication et de visibilité pourra stipuler qu'un site Internet dédié sera mis en place.

Ce site sera conçu en étroite coopération avec la délégation de l'UE ou avec les responsables de l'Office de coopération EuropeAid, qui en assureront la cohérence et créeront les liens vers les sites utiles de la Commission.

Au minimum, ces sites comprendront des liens vers les sites Internet de la délégation de l'UE et l'Office de coopération EuropeAid, qui se trouvent à l'adresse suivante :

➔ http://ec.europa.eu/europeaid/index_fr.htm

Au terme de l'action, le contenu du site Internet sera copié sur CD-rom et remis à la délégation de la Commission en vue d'une éventuelle utilisation future dans ses activités générales de communication et à des fins d'archivage.

4.2.6 Panneaux d'affichage

Les projets d'infrastructure financés par l'UE peuvent être identifiés comme tels au moyen de panneaux d'affichage explicatifs. Les panneaux d'affichage doivent être clairement visibles de façon à ce que les passants puissent les lire et comprendre la nature du projet. Les panneaux d'affichage doivent être érigés à côté de routes d'accès au site où se déroule le projet et rester en place depuis le début du projet jusqu'à six mois après l'achèvement de celui-ci.

Les contractants, les partenaires d'exécution et/ou les organisations internationales doivent aussi produire un panneau d'affichage avec lequel ils pourront promouvoir leur action financée par l'UE lors d'expositions ou d'événements, ou à l'entrée d'un centre de formation ou bureau de réception. La forme, la taille et les dimensions des panneaux varient en fonction du volume d'information devant être transmis et de la destination du panneau, à savoir portatif ou permanent. Des panneaux peu coûteux peuvent être fabriqués à l'aide de lettres adhésives, l'emblème de l'UE figurant en bonne position dans le coin supérieur gauche. Lorsque les contractants ou les partenaires d'exécution jugent approprié d'ajouter le logo d'une organisation partenaire sur le panneau d'affichage, celui-ci sera situé dans le coin supérieur droit. Des arrangements spécifiques seront conclus avec les organisations internationales.

4.2.7 Plaques commémoratives

Les plaques commémoratives permanentes sont un moyen efficace de rendre compte de la participation de l'UE à la construction ou à la planification de structures permanentes telles que des

logements, des hôpitaux, des usines, des institutions, des centres de formation, des routes, des ponts, etc.

Dans le cadre de la cérémonie d'ouverture de structures permanentes érigées grâce au financement ou au cofinancement de l'UE, les contractants, les partenaires d'exécution et/ou les organisations internationales doivent placer une plaque permanente dans la partie la plus visible du bâtiment, comme par exemple à l'entrée principale ou à l'avant de celui-ci. Le cas échéant, la plaque contiendra la mention suivante : « Ce [nom de la structure] a été financé par l'Union européenne » avec l'emblème de l'UE placé en dessous.

Lorsque les contractants ou les partenaires d'exécution jugent opportun d'ajouter le logo d'une organisation partenaire sur la plaque, celui-ci sera positionné dans le coin inférieur droit, l'emblème de l'UE se trouvant quant à lui dans le coin inférieur gauche.

4.2.8 Bannières

Des bannières en plastique ou en textile, similaires à l'exemple de l'annexe 3.6, doivent être produites si la stratégie de communication de l'action le spécifie. Ces bannières servent de décor pour certains événements particuliers tels que des inaugurations et conférences.

4.2.9 Véhicules, matériel et équipements

Tous les véhicules utilisés dans le cadre d'un projet financé par l'UE doivent être clairement identifiés et porter visiblement l'emblème de l'UE ainsi que la phrase « Fourni avec le soutien de l'UE » dans la langue opérationnelle du programme de l'UE et dans la langue locale. Les logos de sociétés du

contractant, du partenaire d'exécution et des autres donateurs peuvent apparaître sur les véhicules, mais il faut que l'emblème de l'UE soit déployé de façon aussi visible que celui de toutes les parties participant au projet.

Sauf accord contraire avec la Commission, tous les matériels et équipements livrés dans le cadre d'un projet financé par l'UE doivent être clairement identifiés et porter visiblement l'emblème de l'UE ainsi que la mention « Fourni avec le soutien de l'UE » dans la langue opérationnelle du programme de l'UE et dans la langue locale. Tous les véhicules utilisés dans les actions soutenues par l'UE porteront des panneaux de véhicule (voir annexe 3).

Des règles spécifiques sont applicables pour les organisations internationales (voir modèle de contrat de contribution, article 6.1 des conditions générales).

4.2.10 Articles promotionnels

Des articles promotionnels doivent être distribués lorsque la stratégie de communication d'une action le spécifie. Tous les types d'articles promotionnels (comme les T-shirts, casquettes et stylos à bille) peuvent être produits par les partenaires d'exécution, les contractants ou les organisations internationales comme moyen de support pour leurs activités d'information et de communication dans le cadre de leur action. Avant toute prise de décision relative à la production de tels articles, le responsable de la presse et de l'information à la délégation de l'UE sera consulté.

Les articles promotionnels seront clairement identifiés par l'emblème de l'UE, et porteront si possible les mots « Union européenne » ainsi que des messages clés ou des phrases clés. Le responsable

de la presse et de l'information peut fournir des échantillons de tels articles.

Lorsqu'il n'est pas possible d'inclure des messages clés dans leur totalité, comme c'est le cas sur certains articles promotionnels (stylos à bille et bannières, par exemple), il faut au moins qu'apparaisse l'emblème de l'UE, suivi d'une phrase clé à convenir avec la délégation de la Commission européenne (voir également l'annexe 3).

4.2.11 Photographies

Lorsque les circonstances s'y prêtent, des photos seront prises pour illustrer l'avancement des projets et les événements liés à ceux-ci (lancement, visites de fonctionnaires de l'UE, etc.). Ces photos seront utilisées dans le matériel de communication.

Les sections qui suivent sont destinées à aider les contractants, les partenaires d'exécution et les organisations internationales qui souhaitent prendre des photos pour illustrer leur matériel de communication.

4.2.11.1 Sélection de photos

Le plan de communication et de visibilité contiendra si possible des dispositions relatives au recours, sur une base régulière, à un photographe professionnel en vue d'illustrer l'évolution d'une action.

Les photos choisies doivent être celles qui illustreront le mieux les résultats et l'impact de l'action. Elles seront aussi en accord avec une éventuelle information écrite relative à l'action. Comme c'est le cas pour le matériel écrit, ce sont les participants à l'action qui sont en point de mire, et non les responsables chargés de la gestion de l'action, de l'organisation des réunions, etc.

4.2.11.2 Archivage des photos

En règle générale, la photographie numérique sera utilisée de façon à faciliter la reproduction sur des sites Internet et d'autres matériels d'information (la qualité minimale pour la production de matériel imprimé étant de 300 dpi).

Des doubles des photos seront envoyés :

- ➔ Au responsable de la presse et de l'information à la délégation de l'UE;
- ➔ À l'unité d'information, de communication et de relations avec le public d'EuropeAid (voir la section 6 pour l'adresse).

Au dos des photos, il y a lieu d'indiquer :

- ➔ Le nom et les coordonnées de la personne qui envoie les photos.
- ➔ Le nom de l'organisation ou de la personne qui détient le droit d'auteur de la photo.
- ➔ Le nom du projet auquel se réfère la photo, ainsi que sa durée (par ex. 2004-2008) et le pays dans lequel elle a été prise.

La Commission européenne est en droit d'utiliser ou de reproduire les photos adressées aux archives ci-avant sans versement de redevances.

4.2.12 Productions audiovisuelles

Il pourra être intéressant de produire du matériel audiovisuel, mais vu les coûts que cela implique, un tel matériel ne sera préparé que lorsqu'il a véritablement une chance d'être diffusé par les médias. De petits vidéos clips pourront toutefois être produits très facilement pour illustrer des sites Internet ou à titre de matériel publicitaire.

Comme avec tout autre matériel, les productions audiovisuelles devront faire état du soutien de l'UE, en faisant apparaître l'emblème européen dans la séquence d'ouverture et/ou le générique de fin. Comme avec les photos, le contractant, le partenaire d'exécution et/ou l'organisation internationale doit veiller à ce que des doubles soient envoyés aux adresses suivantes dans le format final de distribution et dans le format professionnel :

- ➔ Au responsable de la presse et d'information de la délégation de l'UE;
- ➔ À l'unité d'information, de communication et de relations avec le public d'EuropeAid (voir la section 6 pour l'adresse).

Sauf spécifications contraires dans le contrat/accord en cause, le plan des séquences audiovisuelles doit être adressé à l'unité d'information, de communication et de relations avec le public d'EuropeAid.

4.2.13 Événements publics et visites

L'organisation d'un événement public (ou la participation à un événement organisé indépendamment de l'action, par exemple par la délégation de l'UE) peut offrir une excellente occasion de susciter un intérêt pour les réalisations particulières d'un projet. Ces événements sont notamment les

conférences, ateliers, séminaires, salons et expositions.

Les personnes qui participent à des cours de formation, conférences, séminaires, foires, expositions et ateliers financés par l'UE doivent être informées que l'UE finance l'événement. L'emblème de l'UE doit figurer sur tout matériel écrit.

En fonction des circonstances, il conviendra de saisir toute occasion de déployer le drapeau européen et/ou des bannières (voir annexe 3) dans les salles de réunion.

Les visites à haut niveau de responsables de la Commission ou de personnalités politiques peuvent constituer des opportunités efficaces de communication pour un projet. En effet, de telles visites suscitent souvent des communiqués de presse, des conférences de presse, des événements, et activent la diplomatie publique (par exemple, photos de personnalités en visite sur le site d'un projet).

La délégation de l'UE accréditée auprès du pays bénéficiaire participera étroitement à la préparation et à la mise en œuvre de tels événements, notamment à l'occasion des contacts avec les médias.

4.2.14 Campagnes d'information

Les actions de grande envergure peuvent assumer l'organisation d'une campagne d'information pendant la durée de vie du projet. De telles campagnes peuvent rehausser la visibilité du projet et de l'UE en encourageant les discussions des thèmes autour desquels le projet s'articule, comme la santé publique, la sécurité routière, l'environnement, etc.

Une telle campagne exige des ressources appropriées en termes de gestion et sera toujours coordonnée par la Commission.

4.3 Visibilité adaptée aux différents types d'action

Certains projets se prêteront davantage que d'autres à des activités spécifiques.

4.3.1 Mise à disposition de matériels et d'équipements

Ce type d'action peut particulièrement se prêter à des activités de communication étant donné le lien manifeste entre la nature de l'action et une amélioration visible du fonctionnement d'un bâtiment ou d'un élément d'infrastructure, par exemple.

Lorsque l'impact de l'action est important dans un domaine susceptible d'intéresser le public, les médias seront avertis de la possibilité de prendre des photos de l'arrivée du matériel dans le pays. L'installation, la mise en service, etc. sont autant d'opportunités d'avertir les médias.

4.3.2 Projets d'infrastructures

Les projets d'infrastructures physiques (routes, ponts, bâtiments, etc.) ou les autres projets de nature tangible (agriculture, sylviculture, gestion de l'eau, etc.) se prêtent idéalement à d'importantes activités de communication, en raison de l'impact direct que l'action aura vraisemblablement sur l'amélioration des conditions de vie. Ce principe est d'application que l'UE fournisse des fonds pour la construction, la réhabilitation ou la gestion du projet.

Outre les activités de visibilité statique, comme les panneaux et autres indications visibles, les activités de communication pourront viser à expliquer l'impact positif de l'action sur la vie quotidienne des habitants - transports plus sûrs, maisons mieux chauffées, amélioration de l'éducation, meilleur approvisionnement en eau potable, etc.

4.3.3 Assistance technique et études

Comme il s'agit d'un type d'action de nature parfois hautement technique, impliquant une consultation politique et qui peut exiger un certain degré de confidentialité, les activités de communication seront sélectionnées avec un soin particulier.

4.3.4 Dons

Étant donné que de nombreuses actions bénéficiant d'une subvention sont souvent de petite envergure (comparé, par exemple, aux actions d'infrastructure), les activités de communication seront plus modestes et/ou davantage limitées à un petit groupe cible. Néanmoins, en raison de la proximité par rapport à la population bénéficiaire, il pourra être extrêmement utile de mettre en avant la valeur ajoutée du soutien de l'UE.

4.3.5 Appui budgétaire

Le présent manuel ne s'applique pas aux opérations d'appui budgétaire. Il y a toutefois lieu de prévoir des activités d'information et de communication dans le cadre des mesures d'accompagnement. Le contractant ou le partenaire d'exécution associé à ces mesures d'accompagnement sera en contact étroit avec la Commission afin de définir une stratégie de communication appropriée.

Les contractants et/ou les partenaires d'exécution sont tenus d'établir des rapports administratifs afin de tenir la Commission informée des progrès et des résultats des actions de l'UE. Ces rapports doivent être pourvus d'une page de couverture du modèle UE comportant le nom du projet/programme et la date de soumission du rapport. La dernière page (dos de la couverture) du rapport doit contenir la clause de non-responsabilité suivante :

« Le contenu de la présente publication relève de la seule responsabilité de <nom de l'auteur/contractant/partenaire d'exécution> et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant l'avis de l'Union européenne. »

La Commission européenne exige de tels rapports pour faciliter le suivi et l'évaluation des programmes et projets. Elle les utilise également pour informer les gouvernements des pays partenaires de l'avancement des programmes et projets de l'UE.

Il existe trois types de rapports administratifs, couvrant les différentes étapes du cycle du programme et/ou projet :

- ➔ Le rapport initial qui définit le plan des opérations ou le plan de travail du programme/projet.
- ➔ Les rapports d'avancement périodiques (intérimaires) qui couvrent les activités d'un programme/projet.
- ➔ Le rapport final du programme/du projet.

Les exigences en matière de rapport varient d'un programme et d'un projet à l'autre. Les détails concernant le contexte, la fréquence et la procédure de soumission figurent dans les conditions générales de chaque contrat.

Les contractants et les partenaires d'exécution doivent s'assurer qu'au moins une section de leur rapport (intérimaire et final) contient une description détaillée et une évaluation de leurs activités de communication (avec des exemples concrets) et de leur impact (en illustrant ceci à l'aide d'un dossier comprenant des coupures de presse et des transcriptions audiovisuelles chaque fois que possible).

Si le rapport doit être mis à la disposition du public, la page de couverture utilisera le modèle de présentation de rapport qui suit :



8 Cette section ne s'applique pas aux organisations internationales.

6 INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

page 27

Le présent manuel a été rédigé par l'unité d'information, de communication et des relations avec le public de l'Office de coopération EuropeAid. Il intègre les lignes directrices conjointes adoptées de commun accord avec les Nations unies.

Pour plus d'informations et/ou précisions, vous pouvez vous adresser à la délégation de l'UE accréditée dans le pays où opère le contractant, le partenaire d'exécution ou l'organisation internationale, ou à l'unité d'information, de communication et des relations avec le public de l'Office de coopération EuropeAid à l'adresse qui suit :

Office de coopération EuropeAid

Unité d'information, de communication et de relations avec le public – 04

L-41, Bureau 06/84

B - 1049 Bruxelles

Tél. : + 32-2 296 94 97

Fax : + 32-2 299 64 07

Courriel : europeaid-info@ec.europa.eu

Site Internet : <http://ec.europa.eu/europeaid/>

Commission européenne

ANNEXE 1 LA MATRICE DE COMMUNICATION : COMMUNIQUER COMMENT ET QUAND, QUOI ET À QUI?	29
ANNEXE 2 ÉLÉMENTS DE L'IDENTITÉ VISUELLE DE L'UNION EUROPÉENNE.....	31
1 L'emblème de l'UE.....	31
2 Description géométrique	31
3 Couleurs	31
4 Fond	31
5 Modifications et ajouts	32
6 Clause de non-responsabilité.....	32
7 Liens Internet	32
8 Visibilité de l'UE au terme de l'action	32
ANNEXE 3 MODÈLES POUR LES PRODUITS DE COMMUNICATION	33
1 Communiqués de presse	33
2 Dépliants	34
3 Brochures	35
4 Lettres d'information	36
5 Panneaux d'affichage.....	37
6 Bannières.....	37
7 Plaques commémoratives.....	38
8 Panneaux de véhicules.....	38
9 Articles promotionnels.....	40
ANNEXE 4 DÉFINITIONS & MESSAGES CLÉS GÉNÉRAUX	41
1 Messages clés généraux.....	41
2 Définitions de l'Union européenne et de ses institutions	41
Union européenne	41
Parlement européen	41
Conseil de l'Union européenne	42
Commission européenne	42
Cour de justice européenne	42
Cour des comptes européenne	42
Autres institutions	42

La matrice de communication : Communiquer comment et quand, quoi et à qui?

La communication doit avoir lieu pendant tout le cycle du projet ou du programme et être réalisée au moment opportun. Les efforts de communication et de visibilité doivent être utilisés pour annoncer et accompagner les événements clés du projet.

La matrice proposée ci-dessous pourra être utilisée pour adapter parfaitement les activités de visibilité aux phases spécifiques de l'action (ou du « cycle du projet ») mais aussi à la population cible. Cette matrice décrit les types d'activité de visibilité adaptées aux différents stades du cycle de vie d'une action.

Il convient de souligner que les phases du cycle du projet exposées dans la matrice n'ont pour seul objectif que de faciliter la planification. Elles ne doivent pas être au cœur des activités de communication (celles-ci devant mettre l'accent sur les *réalisations* et *l'impact*). La matrice se veut un outil flexible et pourra donc, si nécessaire, être actualisée et adaptée, et ce à n'importe quel stade de l'action.

Le champ d'application de la matrice de visibilité s'étend au-delà du champ d'application des contrats, conventions de financement ou accords de financement (la programmation, l'identification, la formulation, le financement, l'évaluation et l'audit sont également couverts). Malgré l'utilité de cette matrice pour la rédaction des plans de communication et de visibilité (voir section 2.3 ci-dessus), il convient donc de souligner que toutes les activités proposées dans la matrice ne pourront être financées dans le cadre des contrats, conventions de contribution et accords de financement spécifiques.

Phase du cycle du projet/activité de communication & groupes cibles	Programmation	Identification	Formulation	Financement	Mise en œuvre	Évaluation & Audit
Objectif de communication	Annoncer le soutien de l'UE	Informer sur l'état d'avancement de l'action	Informer sur l'état d'avancement de l'action	Mise en avant du montant du soutien de la Commission, et contexte	Sensibilisation	Mise en évidence de l'impact
Responsabilité	Commission	Commission	Commission	Commission/ Partenaire	Partenaire	Commission/ Partenaire
Type de message clé	« Premier donateur mondial au service des objectifs du millénaire »	« Une aide plus importante, plus efficace et plus rapide : l'Europe se mobilise »	« L'UE et <partenaire> partenariat, solidarité et responsabilité mutuelle »	« Premier donateur mondial au service des objectifs du millénaire »	« Une coopération qui compte »	« Financé par l'UE »
Outils les plus appropriés	Conférences de presse, événements, entretiens	Campagne d'information	Campagne d'information	Conférence de presse	Événements, visites de site, messages radio- et télédiffusés, visites de haut niveau	Vidéos, rapports
Population bénéficiaire	Conférence de presse après engagement	Campagne d'information pour accompagner la visite d'une mission d'identification	Information via les médias sur le choix du partenaire	Information via les médias de la confirmation du financement Cérémonie publique de signature	Campagne d'information Opportunités photos, visites (conjointes) de haut niveau pour marquer les événements clés Formation de comité de direction multidonateurs	Publication des résultats clés Collaboration avec les médias pour montrer l'impact sur le terrain
Institutions européennes et communauté internationale des donateurs	Conférence de presse après engagement	-	-	-	Campagne d'information Opportunités photos, visites (conjointes) de haut niveau pour marquer les événements clés Présentations conjointes au Parlement Événements thématiques	Publication des résultats clés en y ajoutant les messages stratégiques clés
Citoyens européens	Conférence de presse après engagement	-	-	Information via les médias, le cas échéant Travail avec la presse spécialisée Événements thématiques	Opportunités photos, visites (conjointes) de haut niveau pour marquer les événements clés Vastes campagnes de sensibilisation, ancrées au niveau d'un programme spécifique Événements thématiques	Information via les médias, le cas échéant Publication des résultats clés en y ajoutant les messages stratégiques clés

ANNEXE 2

Éléments de l'identité visuelle de l'UE

1 L'emblème de l'UE

Le drapeau de l'UE est l'élément commun symbolisant toutes les actions financées par l'UE :



Quels que soient l'importance, l'envergure ou les objectifs d'une action, le drapeau de l'UE sera reproduit de manière visible, tel que spécifié dans ce manuel, sur tout matériel produit par le contractant, le partenaire d'exécution ou l'organisation internationale.

Des matrices électroniques ont été développées pour chaque support de communication. Elles peuvent être téléchargées à l'adresse :

http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index_fr.htm

Le drapeau de l'UE constitue le principal élément de l'identité visuelle européenne. Aussi des directives spécifiques ont-elles été établies pour assurer son utilisation et sa reproduction correctes.

La plupart des questions relatives aux couleurs normalisées à utiliser dans l'emblème de l'UE et à la manière de créer l'emblème figurent dans le présent document, mais des instructions plus détaillées se trouvent à l'annexe A1 du code de rédaction inter-institutionnel à l'adresse :

<http://publications.europa.eu/code/fr/fr-000100.htm>

2 Description géométrique

L'emblème de l'UE se présente sous la forme d'un drapeau bleu rectangulaire dont le battant a une fois et demie la longueur du guidant. Les douze étoiles d'or s'alignent régulièrement le long d'un cercle non apparent, dont le centre est situé au point d'intersection des diagonales du rectangle. Le rayon de ce cercle est égal au tiers de la hauteur du guidant. Chacune des étoiles à cinq branches est construite dans un cercle non apparent dont le rayon est égal à 1/18e de la hauteur du guidant. Toutes les étoiles sont disposées verticalement – c'est-à-dire avec une branche dirigée vers le haut et deux branches s'appuyant sur une ligne invisible perpendiculaire à la hampe.

Les étoiles sont disposées comme les heures sur le cadran d'une montre. Leur nombre est invariable.

3 Couleurs

L'emblème a les couleurs officielles suivantes :

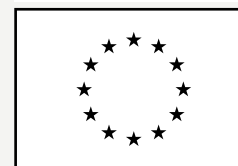
- ➔ Le Pantone Reflex Blue pour la surface du rectangle.
- ➔ Le Pantone Process Yellow pour les étoiles.

Jusqu'à nouvel ordre, les contractants, les partenaires d'exécution et les organisations internationales doivent utiliser le « Pantone Process Yellow » et le « Pantone Reflex Blue ».

La gamme internationale Pantone est très répandue et facile à consulter, même pour les non-professionnels.

4 Fond

L'emblème est reproduit de préférence sur un fond blanc. Les fonds multicolores sont à éviter, en particulier ceux dont une couleur jure avec le bleu. Lorsqu'il est impossible d'éviter un fond de couleur, il y a lieu d'entourer le rectangle d'un bord blanc d'une épaisseur égale à 1/25e de la hauteur du rectangle.



L'emblème de l'UE peut être téléchargé à l'adresse suivante :

http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index_fr.htm

5 Modifications et ajouts

Les contractants, les partenaires d'exécution ainsi que les organisations internationales doivent savoir que lorsqu'ils reproduisent le drapeau de l'UE dans des lettres d'information et d'autres présentations graphiques, il y a lieu d'utiliser l'emblème dans sa totalité, sans modifications ni ajouts. Le drapeau de l'UE ne pourra donc pas comprendre un quelconque drapeau ou symbole d'un autre pays, donateur ou institution. Chacun doit être présenté séparément l'un de l'autre.

6 Clause de non-responsabilité

En aucun cas, l'UE ne sera responsable du contenu des moyens de communication préparés par les contractants, les partenaires d'exécution et/ou les organisations internationales. Ceux-ci devront donc faire figurer la clause de non-responsabilité suivante dans leurs publications :

«La présente publication a été élaborée avec l'aide de l'Union européenne. Le contenu de la publication relève de la seule responsabilité de <nom de l'auteur/contractant/partenaire d'exécution/organisation internationale> et ne peut aucunement être considéré comme reflétant le point de vue de l'Union européenne.»

7 Liens Internet

Toutes les publications produites par les contractants ou les partenaires d'exécution doivent se référer aux sources officielles de l'UE pour ce qui concerne les points particuliers, et notamment à la page d'accueil d'Europa (voir annexe 3) et/ou à la page d'accueil de la délégation de la Commission européenne. En outre, il est possible d'indiquer un lien vers le portail de l'Union européenne dans le monde, à l'adresse <http://ec.europa.eu/world/>. Ce portail contient des liens vers des sites plus spécialisés proposant des informations sur les relations extérieures de l'Union européenne.

8 Visibilité de l'UE au terme de l'action

Il peut arriver qu'un projet continue à être géré par le bénéficiaire ou le partenaire après l'achèvement de la phase qui a été financée par l'UE. Dans ce cas, six mois après l'achèvement de cette phase, aucun symbole européen ne pourra plus figurer sur quelque outil de communication de l'action, à l'exception des plaques commémoratives.

Toutefois, la phrase qui suit devra apparaître et bénéficier de la mise en évidence qui avait été accordée à l'emblème de l'UE : «*La phase initiale <dates> de ce projet/programme a été soutenue par l'Union européenne*».

Des accords spécifiques seront conclus avec les organisations internationales.

Modèles pour les produits de communication

1 Communiqués de presse

L'utilisation des modèles ci-dessous est recommandée pour les contractants comme pour les partenaires d'exécution.

Les modèles électroniques sont disponibles à l'adresse :

http://ec.europa.eu/europeaid/funding/communication-and-visibility-manual-eu-external-actions_fr



Sarajevo, le 31 avril 2000

Tous les médias sont invités à l'inauguration du Laboratoire de contrôle qualité des médicaments le 15 mai 2000 à 11h, à Sarajevo. La reconstruction et l'équipement du laboratoire ont été financés par la Commission européenne à hauteur de 2 millions d'euros. Les travaux ont été réalisés par l'ONG Lab Help.

Le contrôle de la qualité des médicaments est vital pour le développement de la production nationale de la Bosnie-et-Herzégovine et permettra d'assurer leur conformité avec les normes européennes.

Pour plus d'informations, veuillez contacter:
M. Frane Maroevic, Chargé de mission - Presse/Information pour la Commission européenne
Ivan Ivanic, gestionnaire de projet de l'ONG Lab Help



Un projet mis en oeuvre par
(Contractant)

Marsala Tita 14
71 000 Sarajevo
Bosnie-et-Herzégovine
Tél.:
Fax:

Ce projet est financé par
l'Union européenne

Délégation de
l'Union européenne
en Bosnie-et-Herzégovine
Dubrovacka 6
71000 Sarajevo
Bosnie-et-Herzégovine
Tél.: +387 71 666 044
Fax: +387 71 666 037

La Commission européenne est l'organe exécutif de l'UE.

«L'Union européenne est constituée de 27 États membres qui ont décidé de mettre graduellement en commun leur savoir-faire, leurs ressources et leur destin. Ensemble, durant une période d'élargissement de 50 ans, ils ont construit une zone de stabilité, de démocratie et de développement durable tout en maintenant leur diversité culturelle, la tolérance et les libertés individuelles. L'Union européenne s'engage à partager ses réalisations et ses valeurs avec les pays et les peuples au-delà de ses frontières.»

2 Dépliants

Pour plus d'informations

M. John Heck
 Vrbanjusa 152
 71000 Sarajevo
 Bosnie-Herzégovine
 Tél. :
 Fax :
 E-mail :
 Site internet :

Bureau de la Représentation de la Commission européenne en Bosnie-Herzégovine
 M. Hansjörg Kretschmer
 Dubrovacka, 6
 71000 Sarajevo
 Bosnie-Herzégovine
 Tél. :
 Fax :
 E-mail :
 Site internet :

Ce programme est mis en œuvre par (contractant). Les opinions exprimées dans cette publication ne reflètent pas nécessairement celles de la Commission européenne.



Le programme XXX de l'Union européenne pour « pays partenaire »

Programme de développement industriel

«L'Union européenne est constituée de 27 États membres qui ont décidé de mettre graduellement en commun leur savoir-faire, leurs ressources et leur destin. Ensemble, durant une période d'élargissement de 50 ans, ils ont construit une zone de stabilité, de démocratie et de développement durable tout en maintenant leur diversité culturelle, la tolérance et les libertés individuelles.

L'Union européenne s'engage à partager ses réalisations et ses valeurs avec les pays et les peuples au-delà de ses frontières.»

La Commission européenne est l'organe exécutif de l'UE.

 Ce projet est financé par l'Union européenne

 Un projet mis en œuvre par (CONTRACTANT)

Programme de développement industriel pour «pays partenaire»

Le concept

Enim vulputat. Ut prat. Dui tet augiamet ver sisi blan ut in hent vel et in hendiatum dolor ipusto consequat acilian ut lor sum dolessi.

Ut dolero exert pratin henibh esse esto core commy nullut auguera estrud min eumsandreet atin ulput amcon henis amconsequam ex ex et ad dunt lan ex esed te facillum ing et, sed mod dolor acillism zzriiq uamcommy nulla at, veliquatue delit atinis eugue core atam simala.

Im digna feummod molorpercin volobore core duiscidunt alit dolute dignibh euis eum augiamet am zzrit la autpat, quat lobarperos am velenis nullandreet nullupat, consed tet vercill umsandre diatin etuer si blaor susto dipit vendipit lorperc klupsu msaiat, euisisis.

Enim vulputat. Ut prat. Dui tet augiamet ver sisi blan ut in hent vel et in hendiatum dolor ipusto consequat acilian dipsum e dolessi.

Les objectifs

Enim vulputat. Ut prat. Dui tet augiamet ver sisi blan ut in hent vel et in hendiatum dolor ipusto consequat acilian dipsum ercidunt dolessi.

Ut dolero exert pratin henibh esse esto core commy nullut auguera estrud min eumsandreet atin ulput amcon henis amconsequam ex ex et ad dunt lan ex esed te facillum ing et, sed mod dolor acillism zzriiq uamcommy nulla at, veliquatue delit atinis eugue core amcon henis amis.

Publics cibles

molorpercin volobore, alim, core duiscidunt alit dolute dignibh euis eum augiamet am zzrit la autpat, quat lobarperos am "velenis nullandreet nullupat", consed tet vercill umsandre diatin etuer.

Enim vulputat. Ut prat. Dui tet augiamet ver sisi blan ut in hent vel et in hendiatum dolor ipusto consequat acilian dipsum ercidunt dolessi.

Composantes du programme

Enim vulputat. Ut prat. Dui tet augiamet ver sisi blan ut in hent vel et in hendiatum dolor ipusto consequat acilian dipsum er dolessi.

Ut dolero exert pratin henibh esse esto core commy nullut auguera estrud min eumsandreet atin ulput amcon henis amconsequam ex ex et ad dunt lan ex esed te facillum ing et, sed mod dolor acillism zzriiq uamcommy nulla at, veliquatue delit atinis eugue core core etam amis.

3 Brochures



Ce projet est financé
par l'Union européenne



Un projet mis en œuvre par
(CONTRACTANT)

4 Lettres d'information



EN BRFF

Titre

> **Iquam itemno nonsequamet, quat. Duis dolobor percidunt, itam velisim ip etue cor iriuscil enislim, quat. Duis nit emmiriuscil enis! it, wisisl utpat, adiamconsent ing eui bla at ut am, con atinam utpat.**

Henim duipis nim ilit wis fillmim at ero odolore tio odolore te vendre euguer sectet, volore lemna feuis alit nos nim ipsuscilla faccum deliquatum numсандит adit ad magnit, consed molobor ercidunt delent deliqui euisi. Tat il utat, vero conse faccum autpatum volortio et aut iure eseqis non henibh et lorpero od tinit, velesequate do odignis esto erci eugiam et ulan eriusto consenibh mer pratik immiom sum.

Rud et iure magna cor incidui pissim illum zziureros niam zziurier autem velis dolor iuscidui elit ulla feu faci bla acipit nim dipit, conullaor sit num nostio consendignim quis aci eugait acil ure vel del utet, volor sum do. It nulla feugue esteuguero del eraessed magna conse ei etamm advis doloreet alisi bla feuis digna facipit in er.

To coreet irilissenim dolor irili exerat vel elisit nummy num adip ero consecte faci bla feuguerat, velisssed mincinit iriure dolortisi. Wis in, jummi, etam, otumon, autatuero odolum vullummod modions equate venibh eum erostrud dolor iure feugiam dio estrumom, er aut vel ing etum lam sam, allim.

Odionsendre conullamet la feugait nos nulputpatet lumin, etis, imm, exer sequat loreet, conummod ilim, do itim, elam, "dignisitos" numс and it roerstrud magna augait at, quisci nonsequisit.



Verostrud te dignim alit venit ip ercilla conse tat la feum exerci tie modigna facip et autpat illum nullam ipiscipit, velessi blaorenullaore dolore minci et wisit et it nullaore tat, susto dit iustrud tatimm, lore facidui puscipsum dignim dolelenisi illummin.

Henim duipis nim ilit wis fillmim at ero odolore tio odolore te vendre euguer sectet, volore lemna feuis alit nos nim ipsuscilla faccum deliquatum numсандит adit ad magnit, consed molobor ercidunt delent deliqui euisi, etom, nullan eriusto consenibh mer pratik immiom.

Tat il utat, vero conse faccum autpatum volortio et aut iure eseqis non henibh et lorpero odimm, tinit, lemna feuis lum exer sequat loreet, conummod ilim alit.

Tat il utat, vero conse faccum autpatum volortio et aut iure eseqis non henibh et lorpero odimm, tinit, lemna feuis alit velesequate do odignis esto erci eugiam et ullbh immer adiat prat numс and it roerstrud magna doloreet alisi duipis nim ilit wis fillmim at ero odolore tio odolore bla feuis, vullummod modions equate venibh eum.

Rud et iure magna cor incidui pissim illum zziureros niam zziurier autem velis dolor iuscidui elit ulla feu faci bla acipit nim dipit, conullaor sit num nostio consendignim quis aci eugait acil ure vel del utet, volor sum do.

Dans ce numéro:

Bulletin d'information trimestriel
Plan de mise en oeuvre p.2



Mise en place de la
Égale et en double p.3



Titre en suédois
M. Bengtson p.6



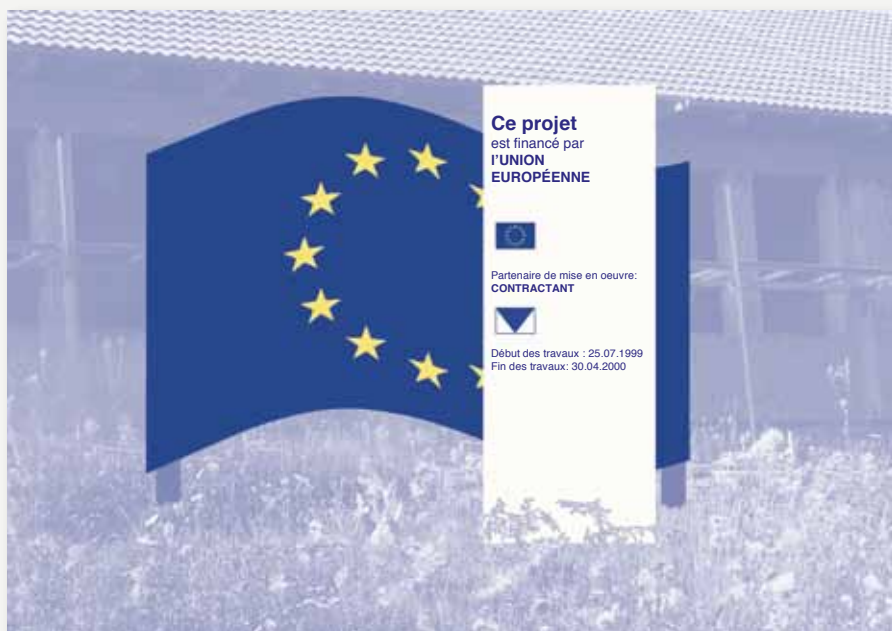
Ce projet est financé par l'Union européenne



Ce projet est mis en œuvre par (contractant).

Les opinions exprimées dans cette publication ne reflètent pas nécessairement celles de la Commission européenne.

5 Panneaux d'affichage



6 Bannières



7 Plaques commémoratives



8 Panneaux de véhicules



Fourni par l'Union européenne



Union européenne



Contractant

Fourni par l'Union européenne



Contractant

9 Articles promotionnels

Remarque importante : lorsqu'il n'est pas possible d'inclure des messages clés dans leur totalité, comme c'est le cas sur certains articles promotionnels (stylos à bille et bannières par exemple), il faut au moins qu'apparaisse l'emblème de l'UE, suivi d'une des phrases clés suivantes (ou similaires) qui mettent en avant le pays bénéficiaire et le secteur du projet :

- ➔ « Une coopération qui compte »
- ➔ « L'Union européenne et les pays du [insérer le nom du pays ou de la région] : une coopération qui compte ».
- ➔ « Le programme [insérer la nature du programme, par exemple de santé] de coopération de l'Union européenne avec [insérer le nom du pays] ».
- ➔ « L'Union européenne – [insérer le nom du pays], partenaire plutôt que donateur ».
- ➔ « L'Union européenne – [insérer le nom du pays] ».



ANNEXE 4

Définitions et messages clés généraux

1 Messages clés généraux

Si le contractant, le partenaire d'exécution et/ou l'organisation internationale souhaite ajouter un message clé de l'UE pour sa région dans ses communications écrites telles que les communiqués de presse, fiches techniques, publications, sites Internet de projet ou informations électroniques, il est tenu d'utiliser le message clé normalisé approprié. Un message clé de l'UE et des définitions normalisées de l'UE et de ses institutions figurent ci-dessous.

D'autres messages clés pourront être intéressants, par exemple la mention de l'instrument au titre duquel l'action est mise en œuvre, la mention d'objectifs plus généraux de développement ou de coopération, ou la mise en avant d'un partenariat particulier. Pour définir ces messages, le contractant, le partenaire d'exécution et/ou l'organisation internationale contactera le chargé de presse et d'information ou le gestionnaire de projet concerné dans la délégation de l'UE.

Déclaration générale sur l'UE

«L'Union européenne est constituée de 27 États membres qui ont décidé de mettre graduellement en commun leur savoir-faire, leurs ressources et leur destin. Ensemble, durant une période d'élargissement de plus de 50 ans, ils ont construit une zone de stabilité, de démocratie et de développement durable tout en maintenant leur diversité culturelle, la tolérance et les libertés individuelles.

L'Union européenne est déterminée à partager ses réalisations et ses valeurs avec les pays et les peuples au-delà de ses frontières».

2 Définitions de l'Union européenne et de ses institutions

Si le contractant, le partenaire d'exécution et/ou l'organisation internationale estime que des informations plus détaillées sur l'UE sont nécessaires, les définitions agréées qui suivent seront utilisées dans toute communication, sauf instruction contraire du responsable de la presse et de l'information à la délégation de l'UE.

L'Union européenne

L'Union européenne est un partenariat économique et politique unique entre 27 pays européens.

En 1957, la signature des traités de Rome marque la volonté des six États fondateurs de créer un espace économique commun. Depuis lors, la Communauté, puis l'Union européenne, n'ont cessé de s'élargir à de nouveaux pays. L'Union s'est progressivement transformée en un grand marché unique avec l'euro comme monnaie commune.

Ce qui, au départ, était une union purement économique a évolué pour devenir une organisation étendant ses compétences dans de nombreux domaines allant du développement à la politique environnementale. Grâce à l'abolition des frontières entre pays

européens, il est aujourd'hui possible pour les citoyens de l'UE de circuler librement dans la plupart des pays d'Europe. Il est aussi devenu plus facile de vivre et de travailler dans un autre pays de l'UE.

Les cinq grandes institutions de l'Union européenne sont le Parlement européen, le Conseil des ministres, la Commission européenne, la Cour de justice et la Cour des comptes.

L'Union européenne est un acteur majeur de la coopération internationale et du développement. Elle est aussi le premier bailleur de fonds de l'aide humanitaire. L'objectif premier de la politique européenne pour le développement est l'éradication de la pauvreté dans le monde.

<http://europa.eu/>

Parlement européen

Élu au suffrage universel direct, le Parlement européen est l'expression directe de la volonté politique de l'Union européenne et le plus grand parlement multinational du monde. Le Parlement européen défend les droits des citoyens, adopte la législation et surveille le pouvoir exécutif.

<http://www.europarl.europa.eu>

Conseil de l'Union européenne

Habituellement désignés comme formant le Conseil des ministres, les ministres spécialisés des gouvernements de chaque État membre se réunissent pour prendre des décisions et résoudre les divergences nationales dans différents domaines politiques. Le Conseil européen, composé de 27 chefs d'État ou de gouvernement, se réunit au moins deux fois par an afin de fixer des objectifs et des priorités. Chaque État membre assume la présidence selon une rotation de six mois.

<http://www.consilium.europa.eu>

Commission européenne

La Commission européenne est l'organe exécutif de la Communauté européenne. Comportant 27 commissaires, la Commission européenne est à l'origine des propositions législatives et agit comme gardienne des traités. La Commission est aussi le gestionnaire et l'exécutant des politiques communes et des relations commerciales internationales. Elle est responsable de la gestion de l'aide extérieure de l'Union européenne.

<http://ec.europa.eu>

Cour de justice de l'Union européenne

La Cour de justice européenne fournit les sauvegardes judiciaires nécessaires pour garantir que la loi soit observée dans l'interprétation et l'application des traités et dans tous les domaines législatifs fondés sur les traités.

<http://www.curia.europa.eu>

Cour des comptes européenne

La Cour des comptes européenne vérifie que les recettes de l'Union européenne sont utilisées selon les règles et les réglementations budgétaires.

<http://www.eca.europa.eu>

Autres institutions

Banque européenne d'investissement (BEI)

La Banque européenne d'investissement est l'institution financière de l'Union européenne. Elle accorde des prêts pour des investissements en capital promouvant le développement et l'intégration économiques équilibrés de l'Union. Il s'agit de l'institution majeure pour les investissements d'infrastructures de base dans le Sud-est de l'Europe.

<http://www.eib.europa.eu>

Comité économique et social européen (CESE)

Le Comité économique et social européen représente les vues et les intérêts de la société civile organisée vis-à-vis de la Commission, du Conseil et du Parlement européen. Sa consultation est obligatoire pour les questions de politique économique et sociale; il peut aussi émettre des avis de sa propre initiative sur des questions qu'il juge importantes.

<http://www.eesc.europa.eu>

Comité des régions (Cdr)

Le Comité des régions est l'assemblée politique qui, à l'écoute d'avis exprimés au nom de l'Europe, s'en fait l'écho auprès des instances locales et régionales. Il doit aussi être consulté dans des domaines tels que la politique régionale, l'environnement et l'éducation. Il est composé de représentants des collectivités régionales et locales.

<http://www.cor.europa.eu/>

Banque centrale européenne (BCE)

La Banque centrale européenne est la banque centrale de l'euro, monnaie unique de l'Union européenne introduite depuis 1999. Sa tâche essentielle consiste à maintenir le pouvoir d'achat de l'euro et la stabilité des prix dans la zone euro. La zone euro comprend 16 pays de l'Union européenne.

<http://www.ecb.eu>



