



Ci-RES



Création de Capacités Institutionnelles
d'Intégration des Réfugiés dans
l'Enseignement Supérieur



Unione delle Università del Mediterraneo
Mediterranean Universities Union
Union des Universités de la Méditerranée
إتحاد الجامعات المتوسطية

Projet CI-RES – Création de Capacités Institutionnelles d'intégration des Réfugiés dans l'Enseignement Supérieur

N° Projet : 610023-EPP-1-2019-1-DZ-EPPKA2-CBHE-SP

WP4

Plan de diffusion et de communication

Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu, qui reflète uniquement le point de vue des auteurs, et la Commission ne peut pas être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.





Création de Capacités Institutionnelles
d'Intégration des Réfugiés dans
l'Enseignement Supérieur



Unione delle Università del Mediterraneo
Mediterranean Universities Union
Union des Universités de la Méditerranée
اتحاد الجامعات المتوسطية

Document Information

Titre du projet	Ci-RES, Création de Capacités institutionnelles d'Intégration des Réfugiés dans l'Enseignement Supérieur
Numéro de référence du projet n.	610023-EPP-1-2019-1-DZ-EPPKA2-CBHE-SP
Délivrables	NA
Work package	WP4
Date de livraison	Premier livraison
Statut	Draft – Version N° 1
Statut de confidentialité	Confidentielle
Auteur (Institution partenaire)	UNIMED
Auteur principal	
Contributeur(s)	





Création de Capacités Institutionnelles
d'Intégration des Réfugiés dans
l'Enseignement Supérieur



Unione delle Università del Mediterraneo
Mediterranean Universities Union
Union des Universités de la Méditerranée
إتحاد الجامعات المتوسطية

Table des matières

Sommaire analytique

1. Le projet Ci-RES
 2. Stratégie de communication et de diffusion
 - 2.1 Groupes cibles et bénéficiaires
 3. Plan de communication et de dissémination
 - 3.1 Cartographie des parties prenantes (stakeholders Map)
 - 3.2 Activités de communication
 - 3.3 Canaux de communication
 - 3.3.1 Site Web du Projet
 - 3.3.2 Newsletter électronique
 - 3.3.3 Communiqués de presse
 - 3.3.4 Réseaux sociaux
 - 3.3.5 Brochures et d'autres outils de promotion du projet
 - 3.3.6 Emails promotionnels
 - 3.4 Identité visuelle du projet
 4. Rapports des activités de diffusion et communication
- Annex I - Guide Réseaux Sociaux Ci-RES
- Annex II - Glossaire
- Annex III - Dissemination Log
- Annex IV - Cartographie des parties prenantes (Stake holders Map)
- Annex V - Rapport de l'évènement
- Annex VI - Réunion individuelle avec partenaires ou parties prenantes



Sommaire analytique

Le présent document est le plan de communication et de diffusion du projet Ci-RES - Création de Capacités institutionnelles d'Intégration des Réfugiés dans l'Enseignement Supérieur. L'objectif du plan de communication et de diffusion est d'établir les mécanismes nécessaires pour donner de la visibilité au projet, et pour faire en sorte que toutes les activités qui seront réalisées tout au long du projet soient largement connues, dans les Pays partenaires du projet, dans l'UE et dans les pays du Sud de la Méditerranée.

Afin de garantir une promotion et une exploitation efficaces des résultats du projet, une attention particulière sera accordée à rendre les messages de diffusion attrayants et engageants pour les parties prenantes. Des outils numériques, des publications en papier ainsi que des dispositifs de communication pour les événements et les meetings seront identifiés et mise en place. Des informations détaillées sur le calendrier, les échéances, les produits de diffusion et les groupes cibles seront également indus dans le plan.

Pour ce qui concerne la diffusion, le projet est intégré dans un partenariat solide qui contribuera à toutes les activités de diffusion, globales et spécifiques, afin d'assurer la plus grande visibilité du projet. En outre, l'UNIMED et le Ministère de l'Enseignement supérieur et de la recherche scientifique algérien (M.E.S.R.S), respectivement Leader et Co-leader du WP4-Diffusion et de l'exploitation, garantiront un vaste réseau de contacts pour une diffusion efficace des nouvelles, des événements et des résultats du projet.

L'UNIMED coordonnera, avec la collaboration du M.E.S.R.S. Algérien, les activités de communication et diffusion, et tous les partenaires participeront activement à la diffusion des résultats des projets et à leur durabilité à long terme. Les membres du consortium participeront activement à la discussion sur les activités de diffusion initiales, telles que la sélection du logo du projet et les possibilités de diffusion dans leurs pays.

1. Le projet Ci-RES

Le but principal du projet Ci-RES est de créer des capacités institutionnelles pour l'intégrations des réfugiés dans l'enseignement supérieur algérien. Pour ce faire, le projet Ci-RES est une expérience pilote qui propose le réaménagement de la structure organique et fonctionnelle des établissements de l'enseignement supérieur partenaires du projet afin de répondre aux problèmes actuels d'intégration effective des réfugiés au sein des établissements supérieurs. Le projet propose l'élaboration des mécanismes

normatifs et institutionnels favorisant l'intégration de cette catégorie dans l'enseignement supérieur.

Ce processus s'inscrit dans le but élargi de l'Union européenne pour soutenir la modernisation, l'accessibilité et l'internationalisation du domaine de l'enseignement supérieur.

Face à la situation actuelle des réfugiés en Algérie, de leur statut et des mesures d'intégration dans le système éducatif en général et dans l'enseignement supérieur, en particulier, ce projet tente d'atteindre des objectifs spécifiques cités comme suit :

- Renforcer les connaissances et les compétences du personnel académique et administratif pour une meilleure prise en charge des réfugiés à l'université ;
- Elaborer de mesures d'insertion concrète des personnes réfugiés souhaitant intégrer le système de l'enseignement supérieur algérien à travers une étude prospective des besoins et des difficultés des réfugiés sur tous les niveaux d'intégration ;
- Réécrire et reformuler les règlements internes des établissements d'enseignement supérieur partenaires à travers l'introduction de dispositions sur le statut des réfugiés, leurs droits et obligations, afin de mieux définir l'accès, l'organisation du parcours de formation et l'intégration des réfugiés dans la vie universitaire ;
- Développer un système d'accueil des réfugiés au sein des ESS partenaires par la création, d'une part, d'un bureau centralisé au niveau des vice-recteurs en charge des relations extérieures, dont la mission serait de s'occuper des réfugiés, et, d'autre part, des bureaux subsidiaires, au niveau de chaque faculté, sous la responsabilité du vice-doyen responsable des relations internationales ;
- Promouvoir l'accès à l'employabilité des étudiants réfugiés ;
- Promouvoir la culture des réfugiés et le dialogue interculturel par le partenariat avec les organisations de la société civile et la communauté locale.

Ces objectifs spécifiques visent les problèmes liés à l'insertion des personnes réfugiées dans le but de trouver des solutions à l'absence de mesures institutionnelles internes pour la prise en charge pédagogique, psychologique et professionnelles des réfugiés. Ce projet tente aussi de renforcer les capacités du personnel académique et administratif de l'université pour un meilleur accueil et une amélioration de la vie universitaire des étudiants réfugiés, ce qui leur permettra de palier leurs difficultés notamment aux niveaux linguistique et pratique.

Les objectifs proposés sont justifiés par le manque de réglementation claire au profit des réfugiés au niveaux institutionnel ainsi que par le manque de données réelles sur l'avancement académique et professionnel de cette catégorie vulnérable de la société.

2. Stratégie de communication et de diffusion

La diffusion est un processus planifié et constant qui se réalise à travers des activités transversales de promotion du projet et de ses résultats vers différents publics.

Tant la diffusion que la communication des résultats du projet visent à accroître la sensibilisation sur les activités, sur les objectifs et sur les résultats du projet. Les activités de diffusion présentées dans ce plan ont donc pour objectif de soutenir l'exploitation des résultats du projet, en encourageant les parties prenantes à participer et à favoriser de nouvelles initiatives, à participer à des initiatives déjà programmées, ainsi qu'à partager les résultats du projet à travers différents canaux de communication. Dans ce cadre, le plan de communication et de diffusion doit être considéré comme un document de travail flexible et ouvert aux changements.

Pour le projet Ci-RES ont été identifiés trois types de diffusion :

- Diffusion pour la sensibilisation au projet dont l'objectif est de s'assurer que les résultats du projet soient visibles et connus pendant et après la fin du projet.
- Diffusion pour la participation au projet, dont l'objectif est de faire participer d'autres institutions et possible parties prenantes.
- Diffusion pour la durabilité du projet dont l'objectif est d'assurer la promotion/le soutien continu du consortium et de ses activités/services.

Ces types de diffusion maximiseront l'impact du projet et contribueront à sa durabilité.

2.1 Groupes cibles et bénéficiaires

Afin d'atteindre un maximum d'intérêt et de engagement dans le projet, il est essentiel de comprendre qui les principaux groupes cibles et les bénéficiaires à qui la communication doit s'adresser. Un fois identifiés les groupe cibles, il faut définir les actions de communication les plus efficaces en termes de dissémination et diffusion des résultats du projet.

Le projet Ci-RES identifie les groupes cibles suivants :

- **Universitaires/chercheurs et étudiants ;**
- **Organisations et institutions qui sont ou pourraient être actives dans le domaine de l'ESS**
- **Organisations locales, nationales et internationales qui s'occupent des réfugiés et des processus d'intégration dans le domaine de l'ESS**
- **Publique Général**

3. Plan de communication et de dissémination

En raison de la nature de la communauté du projet Ci-RES, différentes activités et différents canaux de communication seront utilisés. La communication du projet Ci-RES se développera sur trois différents niveaux :

- Communication avec les partenaires, par exemple à travers des appels Skype réguliers, des réunions de projet en personne et des ateliers ;
- Communication avec les parties prenantes du projet (institutions internationales, décideurs politiques et autres).
- Communication avec un grand public.

Une carte des parties prenantes (**stakeholders Map**) et une liste des événements pertinents, régulièrement mises à jour, seront également préparées et partagées entre les partenaires du projet.

3.1 Cartographie des parties prenantes (stakeholders Map)

La cartographie des parties prenantes est une étape essentielle et fondamentale pour les activités de communication du projet Ci-RES. L'objectif est celui de déterminer les personnes et les groupes susceptibles d'être touchés par les mesures et les résultats du projet.

Les personnes et les groupes identifiés seront regroupés en fonction de leur impact et des facteurs d'intérêt sur les actions du projet ainsi que de l'impact que les actions de communication peuvent avoir sur eux. En évaluant ces informations, le partenariat obtient une vision plus claire de la manière dont les intérêts de ces parties prenantes devraient être pris en compte dans le plan de communication et de diffusion du projet. Un modèle d'analyse des intervenants est fourni à l'annexe V.

3.2 Activités de communication

La stratégie de communication repose sur trois éléments clés. Une étape très importante est la présentation du projet dans des événements locaux dans le cadre d'autres initiatives : grâce à la participation à des événements et des conférences nationales, il sera possible de promouvoir les initiatives et les résultats du projet.

Dans le même temps, il sera assuré l'organisation d'événements nationaux et internationaux dont l'objectif est d'informer les groupes cibles au niveau international, national et local sur le projet et ses initiatives.

Les activités de diffusion et de communication dans le cadre du projet Ci-RES mettront également l'accent sur des façons novatrices et engageantes de partager les résultats avec différents acteurs du monde universitaires et non universitaires. Les articles de journaux, les réseaux sociaux et les ateliers sont quelques-uns des outils à utiliser.

Groupe cibles	Canal de communication	Quand et Comment
Universitaires, chercheurs, étudiants	Site web du Projet Site Web de chaque partenaire	Site Web du projet, développé et mis à jour régulièrement par la suite ; Site Web maintenu pendant au moins cinq ans après la fin du projet
	Séminaires et ateliers	Nombre à déterminer de séminaires et atelier avec au moins 25 participants
	Publications en ligne	Au moins 5 publications
	Participation et contribution à des conférences académiques	Au moins 5 participations
	Profil du projet sur les principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn et Instagram)	Post réguliers sur les réseaux sociaux selon les besoins du projet
Différents Group de parties prenants (ONG, institutions internationales, autres)	Site web du Projet Site Web de chaque partenaire	Site Web du projet, développé et mis à jour régulièrement par la suite ; Site Web maintenu pendant au moins cinq ans après la fin du projet
	Profil du projet sur les principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn et Instagram)	Post réguliers sur les réseaux sociaux selon les besoins du projet
	Séminaires et ateliers	Nombre à déterminer de séminaires et atelier avec au moins 25 participants
	Conférences et évènements nationaux et internationaux	Présentation du projet pendant des conférences et évènements nationaux et internationaux. Numéro à déterminer

	Conférence finale	Une conférence à la fin du projet
Grand public (Communautés locales, société civile, media et autres)	Site web du Projet Site Web de chaque partenaire	Site Web du projet, développé et mis à jour régulièrement par la suite ; Site Web maintenu pendant au moins cinq ans après la fin du projet
	Profil du projet sur les principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn et Instagram)	Nombre à déterminer de rapports, d'articles à publier sur le site Web du projet et sur le site Web des partenaires
	Communiqués de presse	Au moins un par an
	Social media (twitter/Facebook) project pages and posts + national pages as relevant in each country	Post réguliers sur les réseaux sociaux selon les besoins du projet
	Brochures et d'autres outils de promotion du projet	Au moins quatre différents outils de promotion (1 dépliant, 1 brochure, 1 roll-up, 1 carte postale)
	Conférence finale	Une conférence à la fin du projet
Décideurs politique	Site web du Projet Site Web de chaque partenaire	Site Web du projet, développé et mis à jour régulièrement par la suite ; Site Web maintenu pendant au moins cinq ans après la fin du projet
	Communiqués de presse	Au moins un par an
	Social media (twitter/Facebook) project pages and posts + national pages as relevant in each country	Post réguliers sur les réseaux sociaux selon les besoins du projet
	Brochures et d'autres outils de promotion du projet	Au moins quatre différents outils de promotion (1

		dépliant, 1 brochure, 1 roll-up, 1 carte postale)
	Conférence finale	Une conférence à la fin du projet

3.3 Canaux de communication

La stratégie de communication sera enrichie par les apports et les besoins de communication des autres WP du projet Ci-RES. La stratégie de communication sera également mise à jour pendant projet, à la suite d'un éventuel suivi interne de la communication et adaptée pour mieux répondre aux besoins de communication du projet.

Les canaux de communication qui seront utilisés dans le cadre du projet Ci-RES sont brièvement décrit ci-dessous.

3.3.1 Site Web du Projet

Un site Web du projet a été créé afin de garantir un premier niveau d'information sur les objectives et les activités du projet Ci-RES. Les principales activités et résultats seront affichés dans les sections publiques du site internet.

Le lien est le suivant : <https://ciresproject.eu/>

Le site Web sera le principal outil de diffusion des activités du projet. Tout le matériel de communication produit sera téléchargé sur le site Web qui sera mis à jour avec des informations clés (nouvelles sur des événements nationaux et internationaux ; initiatives en relation avec le projet, etc.). Le site sera relié aux sites web de tous les institutions partenaires.

3.3.2 Communiqués de presse

Des communiqués de presse réguliers (au moins un par an) seront publiés aux niveaux européen et national, en correspondance avec des événements et des étapes des du projet. Les communiqués de presse seront traduits dans les langues nationales (arabe et français).

À l'occasion d'événements majeurs, des communiqués de presse spécifiques seront créés et diffusés au sein des réseaux de partenaires du projet.

3.3.3 Réseaux sociaux

En plus du site Web du projet, les Réseaux sociaux seront également utilisés pour diffuser les événements et les réalisations, ainsi que pour promouvoir les discussions et mobiliser les chercheurs, les intervenants et le personnel universitaire. Un flux constant d'informations sur les Réseaux sociaux sera l'un des principaux moyens de communication du projet. Cela pourrait assurer une plus grande visibilité et présence du projet et une meilleure diffusion.

Grâce à l'action combinée qu'offrent les différents réseaux sociaux, il sera possible d'atteindre simultanément des groupes cibles appartenant à des catégories différentes de personnes intéressés au projet. L'utilisation des réseaux sociaux contribue donc à établir une interaction continue avec toutes les parties prenantes du projet, à maintenir l'engagement du public envers le projet et de maintenir l'intérêt quotidien envers les initiatives et les événements et de partager les principales réalisations du projet. Les principaux objectifs des réseaux sociaux sont les suivants :

- Diffusion de l'information, des activités et des résultats du projet au grand public ;
- Élargir la portée du projet Ci-RES ;
- Permettre la création d'une diffusion plus interactive ;
- Échanger des expériences ;
- Analyse de la rétroaction de l'auditoire pour ajuster la stratégie de communication.

Dans le cadre de ce plan qualité a été développer une Guide Réseaux Sociaux spécifique pour le projet Ci-RES (Annex I). Un rapport sera rédigé tous les six mois avec le but de tracer les interactions et le flux d'activité pour chaque réseau social utilisé dans le cadre du projet.

L'Université de Sétif 2 gérera le compte Facebook, Twitter et Instagram du projet, mais tous les partenaires sont également invités à contribuer au contenu des médias sociaux. Afin d'accroître la diffusion du projet, il est possible de créer des #hashtags spécifiques (p. ex., #ProjetCires) qui seront utilisés par tous les partenaires du projet (à partir de leurs comptes personnels ou institutionnels) et par tous les utilisateurs lorsqu'ils parleront du projet Ci-RES.

Afin de garantir plus de visibilité, il est recommandé d'associer à hashtag du projet d'autres hashtags plus larges se référant au thème des réfugiés. Voici quelques exemples : #refugees #education. Il est également recommandé d'utiliser @EUerasmusplus.

Liens vers les différents réseaux sociaux :

- <https://www.facebook.com/ciresproject>
- <https://www.instagram.com/ciresproject/>
- <https://twitter.com/CIRESCIRES1>

3.3.4 Brochures et d'autres outils de promotion du projet

Dans le cadre des activités du projet, il sera élaboré toute une gamme de matériaux de diffusion en papier dont l'objectif est celui de soutenir les activités de diffusion et communication électronique. Des dépliants, des brochures et d'autres outils de diffusion en papier seront produites en français et en arabe afin de décrire le projet. Ces

documents seront distribués lors d'événements de diffusion spécifiques dans chaque pays partenaire et par les institutions partenaires à travers le biais de leurs différents canaux d'information.

3.3.5 Emails promotionnels

Le WP leader la dissémination sera en charge de l'élaboration et de l'envoi des email d'information/promotion adressés aux différentes parties prenantes du projet afin de les informer sur le principaux événements et activités du projet. Les courriels sont destinés à fournir un message ciblé visant à attirer l'intérêt des destinataires. Tous les partenaires sont invités à transmettre les emails promotionnels au sein de leurs réseaux.

3.4 Identité visuelle du projet

L'identité visuelle du projet a déjà été développée. L'identité visuelle facilement reconnaissable est essentielle pour obtenir les meilleurs résultats de communication et diffusion.

Le logo était disponible pour la réunion de lancement du projet.

Les partenaires sont invités à utiliser de façon uniforme le logo du projet, les modèles de documents proposés par le coordinateur du projet (ppt, newsletter, communiqué de presse et autre) et tous les documents produits dès le départ. L'usage d'une identité visuelle uniforme renforce l'image et la perception du projet en termes de qualité. Les outils visuels à utiliser pour tout type d'activité de diffusion sont les suivants :

- Logo du projet
- Modèle (ppt, newsletter, communiqué de presse, présentation, documents d'orientation, paper, etc.)
- Site Web général du projet (en français, avec la possibilité de télécharger des documents)
- Roll-up du projet (en français et en arabe)
- Brochure de présentation du projet (en français et en arabe)
- Poster du projet (en français et en arabe)

Les partenaires du projet doivent indiquer le numéro du projet dans tous les documents officiels de communication et de diffusion externe et interne, ainsi que le logo de l'UE.

Tout matériel et outil de communication destiné à la promotion d'un programme, à l'information du public et à la diffusion des résultats devra porter le logo défini par la Commission européenne.

L'utilisation du logo Erasmus+ est obligatoire et toute manifestation ou activité liée au projet doit clairement préciser qu'elle est financée par le programme Erasmus+ de l'Union européenne. En plus, toute les communication ou publication d'un bénéficiaire, sous quelque forme et sur quelque support que ce soit, y compris par Internet ou lors

d'une conférence ou d'un séminaire, doit mentionner qu'elle n'engage que son auteur et que la Commission n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations contenues dans cette communication ou publication.

À la lumière de cela, toute publication doit mentionner la phrase suivante et le logo de l'UE :

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Plus d'informations : https://eacea.ec.europa.eu/about-eacea/visual-identity_en

4. Rapports des activités de diffusion et communication

Le suivi des activités de diffusion et communication est essentiel pour faire en sorte que le consortium puisse évaluer l'efficacité de la stratégie de diffusion. À cette fin, un registre des activités de diffusion (annexe III) a été créé et communiqué aux partenaires. Une version numérique du registre de diffusion peut également être créée afin de faciliter le partage d'information entre les partenaires et entre les partenaires et le chef du projet.

Chaque partenaire devra envoyer aux coordinateurs du WP le registre des activités avant chaque réunion des partenaires.

De plus, chaque partenaire rédigera des rapports sur les conférences et les événements (annexe V, Rapport de l'événement) et les réunions individuelles avec les parties prenantes locales (annexe VI, Rapport des réunions individuelles). Afin de définir pour chaque Activité/Livrable du Projet quel outil de diffusion devra être utilisé et dans quel délai, a été créé une grille récapitulative (Annex VII).

Tous les membres du projet sont donc tenus de :

- Identifier et informer sur les opportunités de diffusion (événements, publications, présence, etc.) ;





Création de Capacités Institutionnelles
d'Intégration des Réfugiés dans
l'Enseignement Supérieur



Unione delle Università del Mediterraneo
Mediterranean Universities Union
Union des Universités de la Méditerranée
إتحاد الجامعات المتوسطية

- Diffuser les réalisations de leurs documents de travail respectifs (dépliants, communiqués de presse, etc.) ;
- Utiliser leur réseau pour soutenir la diffusion de l'information sur le projet ;
- Présenter le projet lors de conférences, ateliers et autres événements ;
- Engager les acteurs clés du projet de les utiliser comme multiplicateurs de diffusion.



Annex I – Guide Réseaux Sociaux Ci-RES

1. Facebook

La page Facebook du projet Ci-RES est intitulée « Ciresproject ». Vous pouvez accéder à la page en cliquant sur [ce lien](#). Nous encourageons tous les partenaires à aimer la page et à partager l'existence de cette page du projet sur leurs propres pages institutionnelles. Si vous publiez des éléments liés au projet Ci-RES sur vos pages institutionnelles, veuillez ne pas oublier de taguer le projet comme ceci « @ciresproject ».

Si vous souhaitez publier sur la page Facebook du projet (événement Ci-RES, information pouvant intéresser les autres partenaires du projet, etc...), nous vous invitons à toujours envoyer les informations suivantes à Madame Mouna Nencib à cette adresse email : nencibmouna2015@gmail.com, qui s'occupera de publier et d'alimenter la page Facebook du projet.

- *Photos* : joindre des photos de bonnes qualités de l'évènement, des participants, des activités, etc...
- *Texte* : expliquer en quoi consiste l'évènement, objectifs, dates, lieu, ne pas hésiter à joindre des citations de speakers ou participants, etc...
- *Tags* : indiquer les contacts Facebook des personnes présentes ainsi que de leurs institutions. Par exemple si un évènement à lieu dans votre université en Algérie avec un certain professeur d'une université espagnole, indiquer le Facebook de votre université, le Facebook dudit professeur ainsi que le Facebook de son université d'origine, etc...

2. Instagram

Le profil Instagram du projet Ci-RES est intitulé « ciresproject ». Vous pouvez accéder au profil Instagram en cliquant sur [ce lien](#). Nous encourageons tous les partenaires à s'abonner au profil et à partager l'existence de ce profil du projet sur leurs propres profils institutionnels. Si vous publiez des éléments liés au projet Ci-RES sur vos profils Instagram institutionnels, veuillez ne pas oublier de taguer le projet comme ceci « @ciresproject ».

Si vous souhaitez publier sur le profil Instagram du projet (événement Ci-RES, photos d'étudiants, etc...), nous vous invitons à toujours envoyer les informations suivantes à

Madame Mouna Nencib à cette adresse email : nencibmouna2015@gmail.com, qui s'occupera de publier et d'alimenter ce profil Instagram du projet.

- *Photos* : joindre des photos de bonnes qualités de l'évènement, des participants, des activités, etc... Instagram est un réseau social qui insiste particulièrement sur le visuel, il est donc essentiel d'avoir des photos de bonne qualité.
- *Texte* : expliquer très brièvement (pas plus de 130 mots) en quoi consiste l'évènement, objectifs, dates, lieu, etc...
- *Tags* : indiquer les contacts Instagram des personnes présentes ainsi que de leurs institutions. Par exemple si un évènement à lieu dans votre université en Algérie avec un certain professeur d'une université espagnole, indiquer l'Instagram de votre université, l'Instagram dudit professeur ainsi que l'Instagram de son université d'origine, etc...

3. Twitter

Le profil Twitter du projet Ci-RES est intitulé « ciresproject ». Vous pouvez accéder au compte Twitter en cliquant sur [ce lien](#). Nous encourageons tous les partenaires à s'abonner au compte et à partager l'existence de ce compte du projet sur leurs propres comptes institutionnels. Si vous publiez des éléments liés au projet Ci-RES sur vos comptes Twitter institutionnels, veuillez ne pas oublier de taguer le projet comme ceci « @CIRESIRES1 ».

Si vous souhaitez publier sur le compte Ci-RES du projet (évènement Ci-RES, photos d'étudiants, etc...), nous vous invitons à toujours envoyer les informations suivantes à Madame Mouna Nencib à cette adresse email : nencibmouna2015@gmail.com, qui s'occupera de publier et d'alimenter ce compte Twitter du projet.

- *Photos* : joindre des photos de bonnes qualités de l'évènement, des participants, des activités, etc...
- *Texte* : expliquer très brièvement (maximum 280 caractères) en quoi consiste l'évènement, objectifs, dates, lieu, etc... Twitter est un réseau social qui met l'accent sur l'information en temps réel. N'hésitez donc pas à envoyer les informations pendant l'évènement, accompagnées d'une citation par exemple.
- *Tags* : indiquer les contacts Twitter des personnes présentes ainsi que de leurs institutions. Par exemple si un évènement à lieu dans votre université en Algérie avec un certain professeur d'une université espagnole, indiquer le Twitter de votre université, le Twitter dudit professeur ainsi que le Twitter de son université d'origine, etc...



Création de Capacités Institutionnelles
d'Intégration des Réfugiés dans
l'Enseignement Supérieur



Unione delle Università del Mediterraneo
Mediterranean Universities Union
Union des Universités de la Méditerranée
إتحاد الجامعات المتوسطية

4. YouTube

La chaîne YouTube du projet Ci-RES est intitulée « ciresproject 2020 ». Vous pouvez y accéder en cliquant sur [ce lien](#). Nous encourageons tous les partenaires à s'abonner à la chaîne et à partager l'existence de cette chaîne du projet sur leurs propres réseaux sociaux institutionnels.

Si vous souhaitez publier une vidéo sur la chaîne YouTube Ci-RES du projet, nous vous invitons à envoyer votre vidéo à Madame Mouna Nencib à cette adresse email : nencibmouna2015@gmail.com, qui s'occupera de publier et d'alimenter cette chaîne du projet.



Annex II – Glossaire

Ce glossaire a pour objectif de fournir des informations sur les termes couramment utilisés dans ce document et par la Commission européenne en général dans le domaine de la diffusion.

Communication : Le terme « communication » fait référence à la fois aux activités de sensibilisation et aux activités de diffusion. Dans ce contexte, la communication se réfère principalement à la communication externe et non à la communication interne entre le consortium et au sein des organisations partenaires.

Dissémination : La dissémination est définie comme un processus planifié visant à fournir des informations sur la qualité, la pertinence et l'efficacité des résultats du projet aux acteurs clés. Cela se produit au fur et à mesure que les résultats sont disponibles.

Exploitation : L'exploitation vise à créer un impact maximal et une durabilité des résultats du projet. La diffusion et l'exploitation sont distinctes, mais directement liées. Les clés d'une exploitation réussie des résultats sont les suivantes : produire des résultats pertinents qui répondent aux exigences des fournisseurs, des décideurs et de la société en général ; assurer, par l'utilisation d'une diffusion et d'une exploitation efficaces, que les résultats atteignent les publics cibles appropriés dans un format et à un moment qui leur permettent d'en bénéficier.

Sensibilisation : Faire connaître et promouvoir le projet, ses objectifs et ses activités afin de sensibiliser le groupe cible. Cette définition exclut la publicité des résultats.

Impact : L'impact est l'effet que le projet et ses résultats ont sur divers systèmes et pratiques.

Multiplication : La multiplication est le processus prévu pour convaincre les utilisateurs finaux individuels à adopter et/ou à appliquer les résultats des programmes et initiatives.

Durabilité : La durabilité est la capacité du projet de continuer d'exister et de fonctionner au-delà de la fin du contrat. Les résultats du projet sont utilisés et exploités en permanence. La durabilité des résultats signifie l'utilisation et l'exploitation des résultats à long terme.

Annex III – Registre des activités de diffusion (Dissemination Log)

Quand	Outil de diffusion	Description de l'activité de diffusion	Participants/Group cible	Impact	Ressources
Indiquer quand l'activité a eu lieu	Indiquer le type d'activité qui a été mis en œuvre : dépliants, communiqué de presse, publication scientifique, email promotionnelle, newsletter, réseaux sociaux, présence sur le web, etc.	Décrire l'activité de diffusion mise en œuvre	Indiquez le type de participants/group cible	Indiquer le feedback reçu pendant l'événement/activité, si possible	Preuve de l'activité de diffusion : lien du site web de référence ; document (pdf, word...), photos, captures d'écran, etc.
jj.mm.aaa a	Présentation	Présentation à des réunions des coordinateurs internationaux	p. ex. coordinateur internationaux, partenaires du projet, représentants, etc.	p. ex. 50+	Procès-verbal de la réunion
jj.mm.aaa a	Meeting n 1	Informations sur le meeting	p. ex. partenaires du projet, représentants, etc.	p. ex. 10+	
jj.mm.aaa a	Seminar/Workshop	Informations sur le séminaire/atelier	e.g. staff académique, étudiants, etc.	p. ex. 25+	
jj.mm.aaa a	Article	Article concernant ...	e.g. Universités Mena, Universités UE, etc.	p. ex. 1000+	Lien de la publication
jj.mm.aaa a	Site web	Description de la publication sur le site web			Lien du site web

Annex IV – Cartographie des parties prenantes (Stakeholders Map)

Parties prenantes Veuillez ajouter d'autres lignes à chaque catégorie, si nécessaire.	Nom de la personne ou de l'organisation	Domaine d'action	Person and organisation qui a inséré le contact de la partie prenante Veuillez fournir votre nom et l'acronyme de votre organisation.	Notes Si vous avez inséré une personne, veuillez ajouter son poste ou son affiliation
<i>Universitaires et chercheurs</i>				
<i>Organismes universitaires et de recherche (Universités UE et MENA)</i>				
<i>ONG</i>				
<i>Organisations spécialisées</i>				
<i>Décideurs et organismes politiques</i>				



Création de Capacités Institutionnelles
d'Intégration des Réfugiés dans
l'Enseignement Supérieur



Unione delle Università del Mediterraneo
Mediterranean Universities Union
Union des Universités de la Méditerranée
إتحاد الجامعات المتوسطية

<i>Media/Web/Journalistes (p. ex. principaux sites d'information)</i>				
<i>Business</i>				
<i>Société civile</i>				
<i>Autres</i>				



Annex V – Rapport de l'évènement

Nom de l'évènement :

Type d'évènement : *(Séminaire, atelier, conférence, forum national, etc.)*

Date :

Lieu :

Nombre de participants :

Type de participants : *(directeurs d'établissement, enseignants, étudiants, etc.)*

Programme de l'évènement : *(indiquer le lien du site web de l'évènement, si possible)*

Pièces jointes : *(Liste des participants, présentations, documents d'information)*

Rapide description de l'évènement et enjeux de la rencontre

Contribution du Partenaire ayant participé à l'évènement

Messages clés, résultats, recommandations

Annex VI - Réunion individuelle avec partenaires ou parties prenantes

Date :

Lieu :

Meeting avec :

Preuve de la réunion (si possible) : *(une image, un document signé, un enregistrement vidéo/audio, etc.)*

Brève description du meeting

Principales questions abordées au cours de la réunion

Recommandations de l'intervenant

Annex VII – Registre Activités et outils de diffusion

Activité – Livrable du Projet	Outil de diffusion	Quand
RAPPORT NATIONAL - ALGÉRIE	Site web du Projet Site web des Institutions partenaires Emails promotionnels Réseaux sociaux : Facebook, Twitter Conférence régionale des universités	Une semaine après la diffusion de la version finale
VIDEOS FOCUS GROUPS	Site web du Projet Site web des Institutions partenaires Réseaux sociaux : Facebook, Twitter	Une semaine après la création de chaque focus group
REUNION DES PARTENAIRES	Site web des Institutions partenaires Site web du Projet	Une semaine après la tenue de la réunion