



Groupes d'Action Rapide  
de Surveillance et d'Intervention au Sahel  
GAR-SI SAHEL

Financé par le Fonds Fiduciaire  
d'urgence pour l'Afrique



FIAPP  
CO-OPERATION FINANCIÈRE

# Plan de communication et de visibilité du Projet « Groupes d'Action Rapide de Surveillance et d'Intervention au Sahel »

## GAR-SI SAHEL

*L'action est financée dans le cadre du Fonds Fiduciaire d'urgence en faveur de la stabilité de la région contre les causes profondes de la migration irrégulière et du phénomène des personnes déplacées en Afrique.*





# SOMMAIRE PLAN DE COMMUNICATION

## 1. ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

- 1.1. Cadre réglementaire
- 1.2. Présentation du projet
- 1.3. Contexte socioculturel

## 2. LES OBJECTIFS

- 2.1. Objectifs généraux
- 2.2. Groupes cibles
- 2.2. Objectifs spécifiques

## 3. ACTIVITÉS DE COMMUNICATION

- 3.1. Principales activités qui seront organisées durant la période couverte par le plan de communication et de visibilité.
- 3.2. Outils de communication choisis.

## 4. PILOTAGE, SUIVI ET ÉVALUATION DE LA COMMUNICATION. INDICATEURS DE RÉSULTATS

- 4.1. Dispositions relatives au retour d'information (le cas échéant)
- 4.2. Indicateurs de réalisation des objectifs de communication

## 5. RESSOURCES

- 5.1. Ressources humaines
- 5.2. Ressources financières

## 6. MISE EN OEUVRE DE LA COMMUNICATION

- Annexe 1. Brochures, affiches et autres matériaux.
- Annexe 2. Indicateurs de réalisation des objectifs de communication.
- Annexe 3. Tableau de mise en œuvre.

## 1. ÉLÉMENTS DE CONTEXTE



## 1.1. Cadre réglementaire

La communication et la visibilité de l'UE sont une obligation légale pour toutes les actions extérieures financées par l'UE.

La visibilité de l'UE et de l'action elle-même doit être assurée par des mesures de communication et d'information appropriées tout au long de la mise en œuvre de l'action, y compris auprès des médias. Néanmoins, la confidentialité de certaines activités peut conduire à des arrangements spécifiques limitant leur circulation et l'information sur le sujet.

Conformément à l'art. 8 des Conditions générales pour les conventions de subvention ou de délégation, et au manuel de communication et visibilité pour l'action extérieure de l'Union européenne ([https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/communication\\_and\\_visibility\\_manual\\_en\\_0.pdf](https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/communication_and_visibility_manual_en_0.pdf)), un premier plan de communication et de visibilité a été déjà élaboré et fait office d'annexe VI de la Convention de délégation du projet GAR-SI Sahel.

## 1.2. La communication dans le projet

Le projet GAR-SI SAHEL, a obtenu le financement de la Union européen, il est gère par la FIIAPP et il est implémente para la Guardia Civil que dirige le Project et donne l'appui technique, avec la collaboration de la Gendarmerie National de France, la Guardia Nacional Republicana de Portugal et les Carabinieri d'Italie.

Dans le DOA (Annexe 1 du « Document of Agreement ») du projet, il existe déjà un premier Plan de communication et de visibilité (PCV); sa révision et sa mise à jour sont également prévues au cours des trois premiers mois de la mise en œuvre de l'action et tout au long de la mise en œuvre si besoin, conformément au manuel de communication et de visibilité pour l'action extérieure de l'Union européenne, ainsi qu'aux autres instructions fournies par l'autorité contractante au cours de la mise en œuvre de l'action.

Le Plan est une guide qui sert comme un instrument pour la mise en place, la sensibilisation, la promotion et de visibilité du projet. Il vise également à informer sur l'impact et les résultats obtenus ainsi qu'à promouvoir la visibilité de l'Union Européenne comme bailleur de fonds.





L'autorité contractante et les délégations de l'UE concernées seront régulièrement informées et impliquées dans la conception et la mise en œuvre des activités de cette action, y compris les événements de visibilité et les réunions.

### 1.3. Contexte socioculturel

Les actions de visibilité et de communication du projet devront accorder une attention particulière à deux types de public spécialement importants afin de garantir l'appropriation locale du projet:

- Les autorités locales, en vue de leur collaboration et de leur implication dans ces actions.
- Le grand public des pays bénéficiaires. Dans ce cas, les activités de communication devront s'adapter aux caractéristiques spéciales de la population locale, telles que les taux élevés d'analphabétisme, le difficile accès aux médias dans de nombreuses zones de ces pays et la manière dont leurs forces de sécurité sont perçues.

## 2. LES OBJECTIFS

### 2.1. Objectifs généraux

Les activités prévues dans cette stratégie visent à la réalisation des objectifs généraux :

- 1) Promouvoir l'appropriation locale du projet par les pays bénéficiaires ainsi que leur engagement politique.
- 2) Informer le public sur le rôle mené par l'Union européenne en tant que bailleur en faveur du développement régional et de la coopération territoriale.
- 3) Informer les citoyens, les bénéficiaires et les bénéficiaires potentiels sur les finalités du Projet et la mise en œuvre de la programmation.
- 4) Présenter le développement, les résultats et l'impact du projet.
- 5) Sensibiliser le public, tant local qu'europpéen, sur les défis sécuritaires auxquels la région du Sahel doit faire face et la valeur ajoutée du projet à cet égard.

### 2.2. Groupes cibles

Ce Plan de communication s'adresse au public suivant:

- Les autorités nationales et régionales.



- Les populations des pays bénéficiaires (le grand public et la population locale des régions ciblées par le projet);
- Les autres institutions de l'UE et ses agences (p.e. FRONTEX, EUROPOL) et les autres acteurs et projets dans les zones ciblées;
- Les organisations internationales et régionales (UN, G5 Sahel, OIM, etc.);
- Le grand public européen (société civile, presse et médias).

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

### 2.2.1. Autorités nationales et régionales.

Le Plan de communication et de visibilité de ce projet est axé sur la sensibilisation des autorités nationales concernant la mise en œuvre de ce projet. Il est très important qu'elles soient tenues régulièrement informées des progrès accomplis, y compris, par exemple, en termes de formations et de mentorats réalisés, d'opérations conjointes réalisées, etc.

Des réunions officielles, des formations et des séances de mentorat peuvent être de très bonnes occasions pour accroître la visibilité du projet et pour renforcer la coopération entre les différentes institutions concernées.

Au niveau national, les acteurs les plus impliqués seront les forces de sécurité intérieure et leurs ministères de Tutelle.

Les objectifs spécifiques pour ce groupe seraient les suivants :

- **Transparence.** Maintenir et entretenir une image de transparence.
- **Information permanente.** Ils seront informés en permanence sur les progrès et les problèmes survenant tout au long du développement du projet.
- **Appropriation locale.** Il est essentiel d'obtenir leur engagement et leur implication dans le projet.

### 2.2.2. Populations des pays bénéficiaires (le grand public et la population locale des régions ciblées).

Il faut faire connaître l'action positive de l'Europe dans cette région. On s'adresse ici à des non-initiés ; l'information doit être très accessible.





L'objectif est de valoriser l'action de l'Europe sur le territoire du Sahel en mettant en lumière le projet et ses conséquences directes dans la vie des habitants par des exemples ancrés dans le quotidien.

Le message est pédagogique et positif : l'Europe agit pour le quotidien des habitants (rétablissement de la sécurité, de la justice et de l'état de droit, le respect des droits de l'homme, l'aménagement et le développement économique, le développement du commerce, la préservation de l'environnement, les opérations de secours en cas de catastrophe naturelle majeure). Les informations doivent être simples, positives, concrètes et pédagogiques.

Les documentations illustrant l'avancement effectif du projet et les premières opérations de l'unité GARSI valorisant les résultats du projet sont privilégiées.

Les actions ci-dessus pourraient être concrétisées par deux objectifs spécifiques :

- **Créer une image de service au citoyen.** L'unité GARSI a été créée afin de porter aide et assistance au citoyen, surtout dans des zones isolées et spécialement dans des zones non-protégées.
- **Visibilité de résultats.** Présenter de manière accessible au grand public des résultats et des progrès concrets (patrouilles et actions dans des zones où les forces policières n'avaient pas eu jusqu'à présent accès, etc).

#### 2.2.3. D'autres actions de coopération et des projets dans les zones ciblées.

- **Complémentarité et coordination.** Les actions de communication et de visibilité doivent être orientées vers l'information permanente, la coordination, la complémentarité et la recherche de synergies entre les différents acteurs tant européens qu'internationaux.

#### 2.2.4. Organisations internationales et régionales (UN, G5 Sahel, etc.).

- **Le projet doit favoriser les initiatives régionales.** Les messages à diffuser doivent mettre spécialement l'accent sur l'idée que ce projet vise à intégrer et à compléter les politiques et les programmes de ces organisations dans la zone, notamment dans le cas du G5 Sahel. L'idée est de favoriser tout type d'initiatives régionales de coopération, par exemple, la création d'une force conjointe du G5 Sahel ou bien les politiques de contrôle des frontières de l'ensemble des pays bénéficiaires.



- **Interopérativité des unités GARSI.** Dans ce cas, les messages doivent être axés sur la totale interopérativité des unités créées, sur leur capacité pour réaliser des patrouilles conjointes dans les zones frontalières, etc. Toutes ces capacités représentent une valeur ajoutée au service des initiatives internationales et à l'intégration régionale.

#### 2.2.5. Le grand public européen (société civile, presse et médias).

- **Sans sécurité, le développement ne sera pas atteint.** L'expérience de la coopération de l'Union européenne dans cette zone et dans d'autres zones similaires du monde a démontré que le développement et la sécurité doivent être étroitement liés. Le fait de garantir des niveaux minimaux de sécurité et de justice est l'une des exigences indispensables pour créer les conditions permettant un développement durable. Ce message doit s'ancrer progressivement dans la société européenne et certains préjugés et réticences, fermement enracinés dans quelques secteurs de l'opinion publique, doivent être surmontés.
- **La sécurité du Sahel est aussi celle de l'Europe.** Le grand public européen ne doit pas percevoir le Sahel comme un endroit lointain et d'étranger à ses intérêts, puisque le potentiel déstabilisateur de la zone en matière de sécurité peut avoir de graves répercussions sur la sécurité européenne, en termes de menace terroriste, de migration irrégulière incontrôlée et de tout type de trafics illicites à destination de l'Europe.

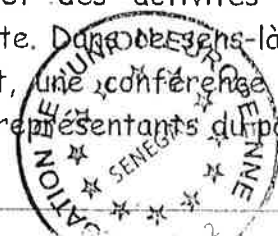
### 3. ACTIVITÉS DE COMMUNICATION

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

Les activités de communication seront échelonnées sur la durée du projet en prenant comme base la table figurant à l'annexe 1 (calendrier d'activités de communication).

Les activités standard ci-dessous illustrées seront discutées avec l'Autorité contractante et les Délégations de l'UE concernées, afin d'en définir le détail précis en raison de la sensibilité et confidentialité et de certaines activités à prévoir dans le cadre du projet.

Des réunions, des ateliers, des formations, des séminaires et des activités de renforcement des capacités peuvent offrir une visibilité importante. Dans ce sens-là, il est important de souligner qu'au cours de l'exécution du projet, une conférence de lancement et une de clôture seront organisées, lors desquelles les représentants du pays





bénéficiaire et les acteurs concernés seront invités (ils seront déterminés par la Délégation de l'Union européenne, le Directeur du projet et l'équipe du terrain pendant la phase de démarrage). Également un séminaire national de lancement et de clôture sera organisé dans chaque pays bénéficiaire.

Afin de garantir une action efficace de visibilité, des dossiers papier, des dépliants, des brochures, des bannières, des affiches et d'autres matériaux seront distribués aux participants. Les présentations, les discours, les bannières, les ordres du jour et les listes de présence utilisées lors de ces événements auront les logos pertinents. Les invitations aux événements seront livrées dans un délai raisonnable aux parties prenantes du projet selon une procédure à établir en accord avec chaque Délégation de l'Union européenne concernée que sera validée cas par cas par l'équipe du Fonds fiduciaire d'Urgence au siège (dorénavant, l'équipe TF au siège). Voir Annexe 1.

En outre, la papeterie du projet (fichiers, bloc-notes, stylos et publications relatives aux projets affichant le logo de l'UE) sera distribuée pendant les activités du projet. Ces activités serviront comme un moyen d'assurer le partage des leçons apprises et l'échange des meilleures pratiques fournissant la rétroaction et la durabilité des résultats du projet. Pour les réunions, les formations et les autres rassemblements de projet, le drapeau de l'UE ainsi que des bannières affichant le logo de l'UE seront produits pour la visibilité.

### 3.2. Outils de communication choisis.

Le Plan d'action qui découle de cette stratégie de communication présente les activités dans les secteurs suivants :

#### 3.2.1. Relations avec les médias.

Les communiqués de presse à l'occasion d'événements et les informations dans les différents médias grand public seront privilégiés pour atteindre cette cible.

Une importance particulière sera accordée au matériel audiovisuel en raison de son grand impact et de sa capacité de pénétration dans le grand public.

Tous les communiqués de presse, les interviews et les reportages seront préalablement communiqués par la Direction du projet à la DUE correspondante et à l'équipe TF au siège, qui les valideront par le gestionnaire avant leur diffusion.





Toute l'activité de communication en relation avec les différents media nationaux sera préparée en collaboration avec les Départements de presse des DUE,s, les corps policiers partenaires du projet et des opérateurs, pouvant aussi y participer ou être informés selon les cas.

### 3.2.2. Production éditoriale et audiovisuelle.

La Direction du projet en coordination avec les experts de terrain et avec les DUE,s dressera les publications suivantes (qui devront toujours avoir l'avis favorable du gestionnaire du TF au siège):

- **Brochure informative du projet.** En format papier et "téléchargeable" sur le site internet du projet). Voir Annexe 1.
- **Dossier du projet.** Document où sont décrits le projet et les événements et résultats principaux. Ledit document sera révisé semestriellement (accessible depuis le site internet du projet).
- **Document vidéo officiel du projet.** Vidéo en format professionnel accessible à partir du site internet du projet; il sera révisé une fois par an.

### 3.2.3. Internet et outils multimédias.

Le site internet du Fonds Fiduciaire centralise les informations utiles concernant le projet (<https://ec.europa.eu/trustfundforafrica/node/30>)

### 3.2.4. Communication événementielle.

- **Événements remarquables:**
  - Les événements publics d'une certaine importance seront toujours publiés dans la rubrique « actualités » du site internet du projet et dans les sites internet des "partenaires" si nécessaire (page web du Fonds fiduciaire, DUE,s, Opérateurs et Consortium de gendarmeries).
  - Les événements non-publics d'intérêt pour les membres du consortium, pour les DUEs ou les autorités des pays partenaires seront publiés avec accès restreint sécurisé.
- **Événements importants:** Les événements publics spécialement importants (la livraison de matériel, l'entrée en fonctionnement de l'unité, etc.) seront complétés par l'organisation d'un événement/d'une cérémonie officielle, par des communiqués de presse, reportages et vidéos.

### 3.2.5. Communication interne





La Direction du projet sera chargée de donner des directives et de coordonner les actions de communication internes. Un document interne coordonne avec l'équipe TF du siège contenant les instructions et les modèles de documents internes à utiliser sera élaboré afin de consigner sur protocole cette tâche.

#### 4. PILOTAGE, SUIVI ET ÉVALUATION DE LA COMMUNICATION. INDICATEURS DE RÉSULTATS

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

La Direction du projet sera chargée, avec la collaboration des DUE,s, des coordinateurs et des représentants des pays du consortium, d'assurer le suivi permanent des médias et de collecter toutes les informations publiées sur le projet. Ces actions devront, dans tous les cas, être harmonisées et intégrées.

Tous les trois mois, la Direction du projet présentera un plan de communication et d'animation locale comprenant la description des différentes activités à réaliser, le budget correspondant et les informations parues dans la presse, radio, télévision et internet.

Les acteurs impliqués auront une information mise à jour en amont des événements et des actions entreprises par les partenaires.

##### 4.2. Indicateurs de réalisation des objectifs de communication.

Voir tableau en Annexe 2

#### 5. RESSOURCES

##### 5.1. Ressources humaines

Membres de l'équipe de gestion responsables des activités de communication.

- Niveau central

Responsable: Directeur du projet et son staff (c.a.d. l'équipe d'appui technique de la Guardia civil à Madrid).



Étant donné que le rôle de diffusion de l'information publié dans la presse est très important dans le cadre de la visibilité des activités et des actions développées :

- La FIIAPP pourra diffuser, avec précaution en raison de la sensibilité des actions et via son département de communication, l'information du projet par le biais de communiqués de presse, d'émissions de radio, de réseaux sociaux ou par tout autre moyen pertinent.
- Les départements de communication des gendarmeries du consortium et des ministères concernés pourront aussi diffuser ladite information.

- Niveau local

- DUE,s
- Coordonnateur du projet

## 5.2. Ressources financières

Le budget requis pour mettre en œuvre les activités de communication sera de 15.000 euros par an (durée prévue du projet 4 ans).

## 6. MISE EN OEUVRE DE LA COMMUNICATION

Les principes qui guident la conception et la mise en œuvre des activités de communication sont les suivants :

- Observation des objectifs généraux et spécifiques ;
- Concertation préalable avec les interlocuteurs concernés;
- Planification pour la rationalisation des coûts et respect des délais ;
- Démarche axée sur les résultats, conforme à la démarche de mise en œuvre du projet.

Les activités à développer au cours du projet sont détaillées à l'Annexe 3.





# ANNEXE 1

## Brochures affiches et d'autres matériaux

- 1.- Logo projet.
- 2.- Affiches.
3. Brochure/triptyque.
- 4.- Fiche/Dossier/flash
- 5.- Communiqué de presse
- 6.- Carte de visite projet.



## ANNEXE 2

### 4.2. Indicateurs de réalisation des objectifs de communication.



## Indicateurs de réalisation des objectifs de communication.

Objectifs généraux	Indicateurs
1.- Promouvoir l'appropriation locale du projet par les pays bénéficiaires ainsi que leur engagement politique.	Nombre de communiqués, de déclarations et de rapports de presse publiés par les autorités locales et leur teneur.
2.- Informer le public sur le rôle mené par l'Union européenne en tant que bailleur en faveur du développement régional et de la coopération territoriale.	Nombre d'articles de presse, de programmes, de reportages, de manifestations publiques, etc où ce rôle est mentionné. Communiqués de presse et événements organisés par le projet.
3- Informer les citoyens, les bénéficiaires et les bénéficiaires potentiels sur les finalités du Programme et la mise en œuvre de la programmation.	Nombre de visites sur la page web du projet. Nombre d'articles de presse parus concernant le projet et pourcentage de lecteurs des médias où ces articles sont publiés. Communiqués de presse et événements organisés par le projet.
4- Présenter le développement, les résultats et l'impact du projet.	Nombre de visites sur la page web du projet. Nombre d'articles de presse publiés sur le développement, les résultats et l'impact du projet et pourcentage de lecteurs des médias où ces articles sont publiés.
5.-Sensibiliser le public tant local qu'européen, sur les défis sécuritaires auxquels la région du Sahel doit faire face et la valeur ajoutée du projet dans ce respect.	Nouvelles et reportages publiés dans les médias européens où l'on fait référence à ce point.

## ANNEXE 3

### 6. MISE EN OEUVRE DE LA COMMUNICATION.







Phase du cycle du projet/activité de communication & groupes cibles	Lancement du projet	Phase Diagnostic			Début sélection du personnel	Phase de formation CAE	
		Arrivée des experts et visite du Directeur	Séminaire lancement projet	Séminaires lancement pays			
Objectif de communication	Annoncer le lancement du projet.		Annoncer le lancement du projet et le soutien de l'UE : - UE. - Pays bénéficiaires. - Pays consortium.  Mauritanie	Annoncer le lancement du projet dans chaque pays.		Annoncer le commencement de la formation de personnel en Europe.	A de di
Responsabilité	DUE,s Directeur projet Pays consortium: - Opérateurs. - Gendarmeries.	DUE,s	DUE,s Directeur projet Pays consortium: - Opérateurs. - Gendarmeries.			Directeur projet Pays consortium (opérateurs et gendarmeries).	D D
Type de message clé	Le projet est une contribution de l'UE à la sécurité et au développement du Sahel.		Le projet : Contribuer à la sécurité des populations et à la stabilisation du pays bénéficiaire, y inclus les zones isolées/reculées et transfrontalières, comme condition préalable pour son développement socio-économique durable.	L'engagement de l'UE avec le Sahel et chaque pays particulier.	Le projet est une réalité et commence à fonctionner.	L'Europe accueille	Le oi
Outils les plus appropriés	Communiqué de presse.	Communiqué de presse.	Communiqué de presse. Conférence de presse. Entretiens.	Communiqué de presse. Conférence de presse. Entretiens.	Conférence de presse. Visites et reportage photographiques.	Communiqués de presse, visites et reportages photographiques.	Ca pr re ph





Phase de mise en œuvre					Phase Interopérabilité Premières opérations conjointes	Phase Clôture projet
Information terrain	Livraison d'équipements	Achèvement de la formation Exercice démonstration des capacités (IOC)	Premières opérations réelles	Séminaire de clôture du pays Démonstration de capacités (FOC)		
la création GAR-SI le pays.	Annoncer le soutien continu de l'UE.	Annoncer la réalisation des objectifs de formation et le début des activités de l'unité GAR-SI.	Faire connaître les résultats des opérations des unités GAR-SI.		Faire connaître les résultats des opérations conjointes des unités GAR-SI.	Annoncer la clôture du projet.
projet	DUE,s Directeur projet Pays consortium: - Opérateurs. - Gendarmeries.	DUE,s Directeur projet Pays consortium: - Opérateurs. - Gendarmeries.	DUE,s Directeur projet Pays consortium: - Gendarmeries	DUE,s. Directeur projet Pays consortium: - Gendarmeries	DUE,s. Directeur projet Pays consortium: - Gendarmeries	DUE,s. Directeur projet Pays consortium: - Gendarmeries
GAR-SI ées.	Les unités GAR-SI commencent à avoir capacité opérationnelle et l'UE continue avec son appui logistique et financier au projet.	Les unités GAR-SI commencent à se déployer.	Les unités GAR-SI commencent à donner résultats.	Bilan de résultats	Le projet est un outil au service des politiques régionales (G5 Sahel)	
jués de ites et niques.	Cérémonie de remise de véhicules et équipements. Communiqués de presse, visites et reportages photographiques.	Cérémonie de remise des unités GAR-SI dans chaque pays. Exercice IOC. Communiqués de presse, visites et reportages photographiques. Entretiens.	Campagne de presse. Communiqués de presse, visites et reportages photographiques.	Séminaire de clôture. Communiqués de presse, visites et reportages photographiques. Cérémonie et exercice de présentation des capacités opérationnelles	Organisation d'un exercice conjoint de contrôle de frontières. Communiqués de presse, visites et reportages photographiques	Cérémonie au Sénégal. Communiqué de presse. Conférence de presse. Entretiens.



