



Cofinancé par
l'Union européenne



Livrable N. 5.1

Plan de dissémination et communication

Financé par l'Union européenne. Les points de vue et avis exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne sauraient en être tenues pour



Fiche d'information

Titre du projet :	Gestion Optimisée de l'Organisation du Développement de l'internationalisation en MAURitanie et au NIGer
Acronyme :	GOOD MAUR-NIG
Numéro du projet :	101128842
Période du projet :	15/01/2024 – 14/01/2026
Lot de travail :	WP5 : Dissémination et impact
Coordinateurs du lot de travail :	P1 UNIMED + P7 UDDM
Auteur(s) :	P1 UNIMED P7 UDDM
Date :	27/03/2025
Version :	1.0
Niveau de dissémination :	PU - Public

Table des matières

1	Contexte	5
1.1	Le projet GOOD MAUR-NIG	5
1.2	Aperçu du lot de travail 5.....	6
1.2.1	Tâches du WP5.....	6
1.2.2	Milestones du WP5	8
1.2.3	Livrables du WP5.....	8
1.3	Qu'est-ce que c'est la dissémination d'un projet ?	8
2	Objectifs de dissémination et public cibles	10
2.1	But de ce document.....	10
2.1.1	Principaux objectifs spécifiques à atteindre.....	10
2.2	Publics cibles	11
3	Plan détaillé	12
3.1	Activités de communication.....	12
3.2	Cartographie des parties prenantes.....	12
3.3	Identité visuelle.....	13
3.3.1	Logo du projet.....	13
3.3.2	Logo et mention de l'Union européenne.....	14
3.4	Canaux de communication	15
3.4.1	Site web du projet.....	15
3.4.2	Réseaux sociaux	15
3.4.3	Autres réseaux	16

3.4.4	Communication institutionnelle.....	16
3.4.5	Matériel de promotion papiers et numérique	16
3.4.6	Photos et vidéos témoignages	16
3.4.7	Conférence finale.....	17
3.4.8	Autres événements publics	17
3.5	Plan de soutenabilité	17
4	Suivi et évaluation	19
4.1	Analyse.....	19
4.2	Questionnaires.....	19
5	Annexes.....	20
5.1	Annexe I : Calendrier des évènements	21
5.2	Annexe II : Journal de diffusion	22
5.3	Annexe III : Cartographie des parties prenantes	23
5.4	Annexe IV : Rapport d'évènement.....	24

1 Contexte

1.1 Le projet GOOD MAUR-NIG

Co-financé dans le cadre du Programme Erasmus+ de la Commission européenne, le projet GOOD MAUR-NIG – Gestion Optimisée de l'Organisation du Développement de l'internationalisation en MAURITANIE et au NIGER – vise à optimiser l'organisation de l'internationalisation de 5 universités mauritaniennes et nigériennes en les accompagnant à se positionner par rapport aux opportunités existantes, en renforçant les compétences de leur personnel et en mettant en œuvre des activités internationales adaptées à leur contexte.

Le projet s'articule autour de **3 activités principales** :

- La définition de perspectives d'internationalisation pour les universités de Mauritanie et Niger, en se basant sur une analyse croisée des ressources actuellement à leur disposition et une cartographie des dispositifs mis en place par les universités européennes ;
- Le renforcement des capacités du personnel académique et administratives des universités africaines, via une formation et des visites d'étude auprès des partenaires européens ;
- La gestion d'une série d'activités d'internationalisation, dont certaines prévues dans le cadre du projet et d'autres définies par les universités africaines selon leurs besoins et attentes.

A l'issue du projet, les partenaires de GOOD MAUR-NIG auront configuré leurs bureaux d'internationalisation et bénéficieront du renforcement de leurs compétences, entre autres, en matière administrative et financière, définition et suivi des objectifs, programmes de financement et opportunités internationales, suivi et collecte de fonds et promotion des activités internationales.

Les résultats attendus sont la constitution d'un dossier d'internationalisation, les configurations des bureaux d'internationalisation, la définition et la mise en œuvre d'activités internationales. Ces résultats ont le potentiel d'être reproduits par d'autres universités dans des conditions similaires. Le projet a l'objectif de fournir aux universités mauritaniennes et nigériennes de meilleures capacités pour travailler et interagir davantage sur la scène internationale et d'encourager la coopération euro-africaine.

GOOD MAUR-NIG est un projet cofinancé par le Programme Erasmus+ de l'Union Européenne KA2- Renforcement des Capacités dans le domaine de l'Enseignement Supérieur, Volet 1 : *Promouvoir l'accès à la coopération dans l'enseignement supérieur.*

Les **partenaires** du projet sont :

P1 UNIMED - Union des Universités de la Méditerranée, Italie

P2 UNIVE, Université Ca' Foscari de Venise, Italie

P3 UGR, Université de Grenade, Espagne

P4 UNA, Université de Nouakchott, Mauritanie

P5 LIU, Université Libanaise Internationale en Mauritanie, Mauritanie

P6 UAM, Université Abdou Moumouni de Niamey, Niger

P7 UDDM, Université Dan Dicko Dankoulodo de Maradi, Niger

P8 UDH, Université Djibo Hamani de Tahoua, Niger

1.2 Aperçu du lot de travail 5

Le lot de travail 5 (WP5) Dissémination et impact, coordonné par UNIMED - Union des Universités de la Méditerranée en collaboration avec l'Université Dan Dicko Dankoulodo de Maradi (UDDM), aspire à promouvoir et à faire ressortir les activités et résultats du projet GOOD MAUR-NIG, à travers la réalisation de différentes actions de communication et dissémination.

Par sa nature, le lot de travail accompagne le projet pendant toute sa durée officielle (15 janvier 2024 – 14 janvier 2026) et même au-delà. Il nécessite la contribution active de tous les partenaires, impliqués aussi bien dans la réalisation des activités prévues que dans l'identification d'autres opportunités de dissémination au sein de leurs communautés académiques, de leur ville/pays et au niveau régional/international.

1.2.1 Tâches du WP5

Tâche	Description
T5.1 - Définition de l'identité visuelle du projet, du site internet et des supports de communication	Le logo du projet, l'identité visuelle et tous les supports de diffusion (Brochures, Affiches, Dépliants...) seront conçus et mis en œuvre, sous format électronique (le cas échéant sous forme papier) pour être distribués à tous les partenaires. Cela inclut toutes les mesures à prendre pour garantir que la communication du projet soit conforme aux règles et obligations de visibilité de l'UE. Cela assure que le même message soit communiqué par tous les partenaires. La contribution de tous les partenaires est essentielle.
T5.2 - Définition de la stratégie de dissémination et de communication	Un plan de dissémination et communication vise à assurer une approche efficace et cohérente de la diffusion du projet. Le plan sera élaboré, détaillant tous les éléments et actions nécessaires à mener tout au long du projet pour en diffuser les résultats. Le plan de communication définira les canaux de communication à utiliser, y compris les événements publics, les publications, les médias, la connexion aux sites web existants, les réseaux sociaux, les newsletters. Pour chaque canal, le message à véhiculer et le timing seront définis ; une campagne de surveillance continue destinée à identifier d'autres possibilités de diffusion à exploiter sera menée ; un ensemble de critères pour sélectionner les opportunités de diffusion (par exemple, dans le cas d'une conférence, certains de ces critères pourraient être la pertinence du sujet par rapport au thème du projet, le nombre attendu de participants, le coût de la participation, etc.) sera défini. Ce plan sera discuté, détaillé et mis en œuvre avec tous les partenaires.

<p>T5.3 - Réalisation des activités de dissémination</p>	<p>La diffusion sert à assurer la durabilité et la transférabilité des résultats. L'objectif de actions de promotion du projet est d'assurer sa visibilité et d'augmenter son impact. Les activités réalisées à l'occasion des différentes étapes du projet mettront en lumière l'engagement des partenaires pour assurer l'attractivité et la visibilité du projet. Des activités de dissémination seront développées à chaque activité mise en œuvre par le projet et entre autres : les formations et visites d'études ; mise en œuvre des activités d'internationalisations. Les mobilités individuelles du WP4 seront une occasion de valoriser le projet, à la fois pour les mobilités entrantes que les mobilités sortantes. De même, les info days seront une occasion précieuse de dissémination.</p>
<p>T5.4 - Préparation et organisation logistique de la conférence finale de Nouakchott</p>	<p>GOOD MAUR-NIG organisera une Conférence Finale à Nouakchott, accueillie par l'Université de Nouakchott. Cet évènement contribuera à l'exploitation future du projet.</p>
<p>T5.5 - Suivi et évaluation des activités de dissémination</p>	<p>Le suivi des activités de dissémination est essentiel pour évaluer l'efficacité de la stratégie de diffusion. Un registre numérique des activités de diffusion sera créé afin de faciliter le partage d'informations et suivre la mise en place et l'impact des actions de dissémination, également à travers l'utilisation des indicateurs quantitatifs et qualitatifs et la rédaction de rapports de dissémination.</p>
<p>T5.6 - Mesure et suivi de l'impact</p>	<p>La mesure et le suivi de l'impact du projet sera mis en œuvre dès le début du projet avec la compilation du questionnaire à destination de l'ensemble des communautés académiques, administratives et étudiants des 5 EES africains afin de faire une « photographie » au moment du lancement du projet. La première compilation de ce questionnaire s'inscrit dans le cadre du WP 2 et permettra entre autres de mesurer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la capacité des personnes en charge de l'internationalisation des EES de « toucher » les publics cibles ; - le niveau d'information des communautés académiques sur les activités internationales ; - mesurer l'attraction et résistances pour les activités internationales de la part des communautés académiques <p>Ce questionnaire sera de nouveau diffusé par les 5 EES en M23 pour mesurer l'évolution des activités de sensibilisation et l'impact des activités de promotion de l'internationalisation réalisées par les partenaires.</p>
<p>T5.7 - Définition du plan de soutenabilité</p>	<p>Les partenaires définissent une série d'actions à mettre en œuvre à différents niveaux pour garantir la pérennisation des résultats du projet. Le plan contiendra une liste d'actions, l'implication des partenaires et un calendrier d'exécution.</p>

1.2.2 Milestones du WP5

Milestone	Description
MS15 - Lancement du site internet	Le site web assurera la visibilité et la durabilité du projet. Le site web garantira un premier niveau d'information sur les objectifs et les activités du projet. Les principales activités et résultats seront affichés dans les sections publiques du site internet. Toute activité réalisée par le projet fera l'objet de la publication d'un article sur le site du projet.
MS16 - 5 infodays	La définition de l'info day a été préparée dans le cadre du WP4 et de la planification d'une activité institutionnelle. Les info days ont plusieurs objectifs dont celui spécifique de présenter le projet à un public plus large afin d'en augmenter l'impact et la visibilité.
MS17 - Conférence finale à Nouakchott	La conférence finale sera accueillie par l'Université de Nouakchott et sera un moment clé pour définir l'exploitation future du projet. Ce sera également l'occasion pour sensibiliser la communauté académique et les parties prenantes (au moins 40 personnes) non seulement sur les résultats du projet mais aussi sur les opportunités et avantages offerts par l'internationalisation.

1.2.3 Livrables du WP5

Livrables	Description
D5.1 - Plan de dissémination et communication	Le plan décrit la stratégie de diffusion et d'exploitation du projet. Il comprend l'identification des bénéficiaires et des parties prenantes, le calendrier des activités à réaliser et les outils à utiliser en relation avec les publics cibles pour garantir que le projet est largement diffusé et que l'UE obtient une visibilité en tant que bailleur de fonds de l'action.
D5.2 - Rapports intérimaire et final des activités de dissémination et impact	Le rapport décrit les activités entreprises pour garantir la réalisation des objectifs de diffusion et les mesures permettant de mesurer l'étendue des activités de diffusion, ainsi que leur impact sur les groupes cibles.
D5.3 - Plan de soutenabilité	Le plan de soutenabilité contient une liste d'actions, l'implication des partenaires et un calendrier d'exécution.

1.3 Qu'est-ce que c'est la dissémination d'un projet ?

La dissémination est un processus pré-planifié et constamment en cours d'exécution. Ce processus peut être entendu comme l'activité transversale de la promotion du projet et de ses résultats à un public élargi au-delà du consortium du projet.

La communication et la dissémination des résultats du projet (tels que les rapports, les outils développés, les événements organisés, etc.) jouent un rôle clé dans l'appropriation des objectifs, des activités et des résultats par les partenaires. Elles permettent également une meilleure compréhension des thématiques abordées par le projet. Par ailleurs, ces actions soutiennent l'exploitation des résultats en encourageant les parties

prenantes à s'engager dans de nouvelles actions et dans des initiatives déjà existantes, à utiliser les résultats du projet et à les partager avec leurs réseaux.

Ce plan de dissémination doit être perçu comme un document évolutif, décrivant les actions prévues tout en restant adaptable aux besoins et à l'évolution du projet GOOD MAUR-NIG.

Bien que la sensibilisation, la diffusion et l'exploitation puissent se dérouler simultanément tout au long du projet, elles suivent généralement une séquence logique :

- **Sensibilisation** – Faire connaître GOOD MAUR-NIG et informer sur l'existence et les objectifs du projet. Cela passe notamment par la création d'une identité visuelle forte et la mise en place d'outils de communication adaptés.
- **Diffusion** – Communiquer sur les résultats au fur et à mesure de leur obtention. Cela inclut la participation à des événements et la publication des principales avancées du projet. Les activités et résultats développés au sein de chaque lot de travail méritent d'être diffusés et partagés afin qu'ils soient appréciés également par d'autres acteurs externes au projet.
- **Exploitation** – Encourager l'adoption des résultats du projet et assurer leur pérennité. Cela implique l'implication active des parties prenantes, la collaboration avec les agences nationales, ainsi que la sensibilisation des décideurs politiques dans le domaine de l'éducation.

L'articulation de ces trois dimensions maximise l'impact du projet et contribue à sa durabilité. En d'autres termes, la réussite et l'empreinte à long terme d'un projet dépendent en grande partie de l'efficacité des actions de diffusion, qui permettent de renforcer sa visibilité et d'assurer une valorisation optimale de ses résultats.

2 Objectifs de dissémination et public cibles

2.1 But de ce document

Le présent document constitue le Plan de dissémination et de communication (Livrable 5.1) du projet GOOD MAUR-NIG. Il s'inscrit dans le cadre des activités de dissémination et d'exploitation des résultats du projet, éléments essentiels pour garantir son succès et son impact à long terme. Ce plan vise à assurer une gestion cohérente et efficace des actions de communication et de dissémination pour l'ensemble des partenaires impliqués.

Ce document définit la stratégie de dissémination et d'exploitation du projet, en détaillant l'identification des publics cibles, le calendrier des activités à réaliser ainsi que les outils et supports de communication à mobiliser. L'objectif est d'assurer une large visibilité du projet auprès des parties prenantes tout en garantissant la reconnaissance du rôle de l'Union européenne en tant que principal bailleur de fonds.

Cette approche sera développée en étroite interaction avec les autres lots de travail afin de garantir une transmission efficace des messages et des résultats du projet à différents niveaux. Elle s'appuiera sur :

- **L'identification des groupes cibles appropriés**, afin de les informer et garantir que les actions de diffusion permettent de les engager pour la mise en œuvre et la valorisation des résultats du projet.
- **L'utilisation d'un ensemble varié d'outils et de canaux de communication**, en ligne et hors ligne, afin d'assurer une communication adaptée aux différents publics et contextes.
- **Un suivi des activités de dissémination** permettant d'évaluer l'efficacité des actions menées et d'adapter la stratégie si nécessaire.

Cette stratégie vise également à générer un "effet en cascade", encourageant des acteurs extérieurs au consortium à s'approprier les résultats du projet pour leurs propres initiatives et à contribuer au renforcement de l'internationalisation dans leurs établissements respectifs.

2.1.1 Principaux objectifs spécifiques à atteindre

Objectif	Indicateur
Plan de dissémination	25/30 pages en français
Identité visuelle du projet	1 Logo
	1 manuel d'identité (utilisation correcte du logo, des couleurs et de la typographie)
Site web	1 (en français et anglais)
Témoignages vidéo	Au moins 1 pour chaque université partenaire de Mauritanie et Niger. Publiés sur le site web.
Réseaux sociaux (Page Facebook)	100 followers
	10.000 vues
	150 interactions
Questionnaires	- 1 questionnaire d'impact avant-après distribué en deux temps et évaluation de l'évolution des résultats

	- 1 questionnaire de satisfaction et d'évaluation de la qualité envoyés et rempli par les partenaires
Info days (Fenêtres sur le monde)	1 info day par chacun des 5 EES, 120 participants
Conférence finale Nouakchott	70 participants (dont 40 parties prenantes)

2.2 Publics cibles

Le projet GOOD MAUR-NIG vise à soutenir la modernisation et optimisation de l'organisation du développement de l'internationalisation des établissements d'enseignement supérieur (EES) en Mauritanie et au Niger.

Pour atteindre cet objectif, les activités prévues, notamment la définition de perspectives d'internationalisation, les actions de formation et de renforcement des capacités, sont spécifiquement conçues pour répondre aux attentes de différentes catégories de bénéficiaires.

Afin d'assurer une diffusion maximale et une participation active des parties prenantes, il est essentiel d'identifier clairement les groupes cibles du projet GOOD MAUR-NIG et d'adapter les actions de communication en conséquence. Ainsi, toutes les activités de communication seront orientées vers ces acteurs clés.

La stratégie de communication sera adaptée par les partenaires du projet à chaque pays, garantissant ainsi une diffusion efficace et une implication optimale des acteurs concernés.

En fonction de la nature et de l'importance du projet, GOOD MAUR-NIG identifie les groupes cibles suivants pour la dissémination :

- **Personnel académique et administratif** des relations internationales des cinq universités partenaires en Mauritanie et au Niger
- **Communauté académique** en Mauritanie et au Niger (autres bureaux, facultés, étudiants, doctorants, autres EES)
- **Autorités publiques** (autorités universitaires, locales, régionales, nationales)
- **Société et acteurs locaux/internationaux** en Mauritanie et au Niger (ONG, associations locales et internationales, société civile, ambassades, consulats, délégations, médias)
- **Universités, organisations et autres acteurs** actifs en Europe et Afrique

3 Plan détaillé

3.1 Activités de communication

Public cible	Canal de communication	Fréquence
Personnel académique et administratif des relations internationales des universités partenaires	Site web du projet (articles, communiqués, nouvelles, vidéos)	Régulièrement mis à jour
	Sites web des partenaires	Page dédiée au projet et articles publiés aux moments clé du projet
	Page Facebook du projet	Publications régulières
	Réseaux sociaux des partenaires	Selon l'utilisation interne à chaque institution
	Infodays	1 info day pour chaque partenaire de Mauritanie et Niger (5 au total)
	Conférence finale	1 à la fin du projet
Communauté académique	Site web du projet (articles, communiqués, nouvelles, vidéos)	Régulièrement mis à jour
	Sites web des partenaires	Page dédiée au projet et articles publiés aux moments clé du projet
	Page Facebook du projet	Publications régulières
	Réseaux sociaux des partenaires	Selon l'utilisation interne à chaque institution
	Infodays	1 info day pour chaque partenaire de Mauritanie et Niger (5 au total)
	Conférence finale	1 à la fin du projet
Autorités publiques	Conférence finale	1 à la fin du projet
	Rapports de mission, lettres, courriers	Quand c'est nécessaire
Grand public	Site web du projet (articles, communiqués, nouvelles, vidéos)	Régulièrement mis à jour
	Sites web des partenaires	Page dédiée au projet et articles publiés aux moments clé du projet
	Page Facebook du projet	Publications régulières

3.2 Cartographie des parties prenantes

Afin d'optimiser l'impact du projet, il est crucial de définir une cartographie détaillée des parties prenantes et de leurs intérêts dès le début du projet. Cette cartographie permettra de concevoir une communication spécifique pour chaque segment du public cible et de codévelopper des messages clés. Cela garantira que les communications et activités de diffusion aient un impact maximal.

La cartographie des parties prenantes est une étape essentielle et fondamentale qui complète les activités de communication du projet. Dans ce processus, nous identifions les individus et les groupes qui sont susceptibles d'affecter ou d'être affectés par les actions et les résultats proposés. Nous les regroupons ensuite en fonction

de leur influence et de leur intérêt pour les actions et les résultats ainsi que sur l'impact que les actions peuvent avoir sur eux (Annexe III). En évaluant ces informations, le consortium a une vision plus claire de la manière dont les intérêts de ces parties prenantes doivent être pris en compte dans la communication et la dissémination du projet.

3.3 Identité visuelle

L'identité visuelle joue un rôle essentiel dans la reconnaissance du projet par le public cible, en renforçant sa visibilité et son impact. En effet, avec une identité forte et identifiable, il est possible d'influencer la perception du projet qui permet de faciliter son partage et de promouvoir une communication claire et cohérente.

3.3.1 Logo du projet

Le logo du projet a été choisi par le consortium à partir d'une série de propositions créées par UNIMED. Un soleil qui se lève, comme évoqué par le titre du projet, ainsi que les couleurs des drapeaux de la Mauritanie et du Niger y sont représentés.



Un manuel d'identité a également été créé afin de guider les partenaires dans l'utilisation correcte du logo, de ses couleurs et de la typographie à toute occasion.

A partir du logo, différents modèles de présentation (Powerpoint, livrables, rapports etc.) et éléments de communication (site web, bannières Facebook) ont été réalisés et sont mis à disposition de tous les partenaires du projet.

The color palette

# E1450C		R 225	G 69	B 12
# F29100		R 242	G 145	B 0
# 10A85C		R 16	G 168	B 92
# 006633		R 0	G 102	B 51

3.3.2 Logo et mention de l'Union européenne

Tous les supports de communication et de dissémination du projet GOOD MAUR-NIG devront assurer la visibilité du financement de l'Union européenne, conformément aux obligations de la convention de subvention. Le logo de l'UE et la mention attachée seront systématiquement intégrés dans toutes les publications, supports de communication, événements, sites web et réseaux sociaux liés au projet.

En plus, les partenaires devront inclure le numéro de la convention de subvention ainsi que la référence du projet dans toutes les communications externes afin de garantir une reconnaissance claire du soutien européen au projet.

Le logo officiel du projet sera également présent dans tous les résultats officiels du projet, de même que l'utilisation du logo Erasmus+ est obligatoire (pas de changement) et tout événement ou activité lié au projet doit clairement spécifier qu'il est financé par l'Union européenne. En conséquence, toute publication doit inclure le logo de l'UE et la mention suivante :



**Cofinancé par
l'Union européenne**

Financé par l'Union européenne. Les points de vue et avis exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne sauraient en être tenues pour responsables.

3.4 Canaux de communication

La stratégie de communication sera enrichie par les contributions et les besoins en communication des autres lots de travail (WP) du projet GOOD MAUR-NIG. Elle sera également mise à jour tout au long de la durée du projet en fonction du suivi interne de la communication et adaptée pour mieux répondre aux besoins de communication du projet.

Les canaux de communication suivants, qui seront utilisés dans le cadre du projet, sont brièvement décrits.

3.4.1 Site web du projet

Le projet GOOD MAUR-NIG est présent en ligne grâce à la création de son propre site web (<https://www.goodmaurnig-project.eu/>) contenant des informations de base sur le projet, ses activités et résultats. Il a été créé en accord avec l'identité visuelle du projet.

Le site web indique également un mail (info@goodmaurnig-project.eu) et un lien cliquable pour la page Facebook afin que les parties prenantes puissent prendre contact avec l'équipe du projet pour en savoir plus et s'engager directement.

Le site web du projet est disponible en français et en anglais pour faciliter l'accès aux informations de base. Différents documents publics, des articles sur les principales activités organisées et les résultats de projet élaborés tout au long du projet seront mis à disposition. En plus, le site web accueillera des vidéos témoignages des participants aux événements organisés et des photos.

Les sites web des universités partenaires seront aussi utilisés afin de maximiser la portée des activités de diffusion et assurer une visibilité majeure au projet. Dans ce contexte, tous les partenaires doivent veiller à ce que le projet soit correctement mis en avant sur leur site web afin de remplir ses obligations en matière de dissémination du projet. Cela peut être accompli à travers la création d'une section dédiée contenant une description générale du projet, un lien qui renvoie au site web du projet et des publications des activités menées. A ce propos, des instructions ont été envoyées aux partenaires pour une question d'harmonisation de contenus.

3.4.2 Réseaux sociaux

L'utilisation des réseaux sociaux contribue à établir une interaction continue avec les parties prenantes du projet ; à maintenir l'engagement du public envers le projet et l'intérêt quotidien pour les initiatives et les événements du projet ; et à partager les principaux résultats.

Pour le projet GOOD-MAUR-NIG, une [Page Facebook](#) a été créée pour diffuser les activités et les résultats, ainsi que pour promouvoir les discussions avec les publics cibles. Des publications régulières sur Facebook seront l'un des principaux moyens de communication du projet. La page Facebook sera gérée par UNIMED, mais les autres partenaires sont également invités à contribuer. Les indicateurs suivants seront utilisés pour mesurer l'impact :

- 100 followers ;
- 10.000 vues totales ;
- 150 interactions.

La logique de base de la décision de créer une page Facebook réside dans le fait qu'il s'agit d'un des réseaux sociaux les plus utilisés dans les pays ciblés, comme indiqué par les partenaires à travers un questionnaire dédié à la communication en phase d'écriture du projet.

Afin d'accroître la dissémination du projet, certains #hashtags spécifiques (#GOODMAURNIG) peuvent être créés pour être utilisés par tous les partenaires du projet (à partir de leurs comptes personnels ou institutionnels) et par tous les utilisateurs lorsqu'ils se réfèrent au projet GOOD MAUR-NIG.

3.4.3 Autres réseaux

L'ensemble des partenaires peut mobiliser ses propres réseaux afin d'amplifier la diffusion des activités de dissémination. UNIMED peut s'appuyer sur sa newsletter institutionnelle, tandis que les partenaires africains peuvent se servir principalement des chaînes WhatsApp, qui sont parmi les plus utilisées dans les pays ciblés.

3.4.4 Communication institutionnelle

Afin d'assurer une reconnaissance officielle et un soutien institutionnel au projet GOOD MAUR-NIG, des rapports de mission, lettres et courriers officiels pourraient être utilisés par les partenaires pour cibler et informer les autorités publiques tels que les Ministères à propos des activités et l'impact du projet dans les pays.

3.4.5 Matériel de promotion papiers et numérique

GOOD MAUR-NIG mettra à disposition divers supports de communication pour assurer une large diffusion des informations sur le projet. Le matériel de communication numérique sera envoyé par mail et disponible en téléchargement sur le site internet du projet, permettant ainsi un accès facile et immédiat aux ressources.

Dans une optique de durabilité et de réduction de l'impact environnemental, le projet privilégie l'utilisation de supports numériques plutôt que ceux-là en papier. Cette approche vise à minimiser le gaspillage de papier tout en garantissant une large accessibilité aux documents. Toutefois, lorsque cela s'avérera nécessaire pour certains événements ou activités spécifiques, des matériels en papier seront réalisés en veillant à une gestion responsable des ressources.

3.4.6 Photos et vidéos témoignages

Dans le cadre de GOOD MAUR-NIG, des témoignages sous forme de capsules vidéo ou de textes seront collectés et diffusés afin de partager les expériences des partenaires et promouvoir les opportunités internationales. Ces témoignages ne serviront pas uniquement à la dissémination des résultats du projet, mais aussi à sensibiliser les communautés académiques et administratives à l'importance de l'internationalisation.

Pour chaque université partenaire en Mauritanie et au Niger, il y aura au moins un témoignage reflétant les acquis et les enseignements tirés des visites d'études chez les partenaires européens. Ces retours d'expérience mettent en avant les compétences développées, les bonnes pratiques observées et comment les rapporter aux parties prenantes.

La responsabilité de la réalisation et du montage des vidéos témoignages est attribuée à UNIMED avec la collaboration des universités partenaires. Tous les témoignages seront disponibles sur le site web du projet, permettant une large diffusion auprès des parties prenantes et du grand public.

En outre, des photos des événements organisés dans le cadre du projet seront également publiées sur les plateformes de communication appropriées. Elles illustreront les moments clés du projet et contribueront à valoriser les efforts entrepris pour renforcer l'internationalisation des établissements partenaires.

3.4.7 Conférence finale

Toutes les opportunités de diffusion pertinentes dans le cadre d'événements nationaux et internationaux seront exploitées afin de promouvoir les objectifs et les résultats du projet tout au long de sa mise en œuvre. En particulier, la conférence finale du projet constitue un moment clé de partage et de valorisation des acquis. Grâce aux contributions des partenaires, cette conférence finale sera une plateforme essentielle afin d'exhorter les parties prenantes à s'engager activement dans la mise en œuvre et le renforcement des initiatives d'internationalisation au sein de leurs institutions.

Organisée à l'Université de Nouakchott, elle sera préparée et coordonnée par UNIMED et UNA, qui assureront la création d'un ordre du jour ainsi que l'organisation logistique de l'événement. Enfin, cet événement marquera une étape déterminante pour assurer la pérennité et l'exploitation future des acquis du projet.

3.4.8 Autres événements publics

GOOD MAUR-NIG prévoit plusieurs événements clés pour assurer la diffusion et l'appropriation des résultats du projet.

Les Info Days (WP4 + WP5) jouent un rôle central dans la sensibilisation des communautés académiques et de la gouvernance des établissements non européens à l'internationalisation. Chaque institution définit son programme, comprenant la présentation des bureaux d'internationalisation, du cahier des charges et des coopérations existantes. Ces événements favorisent l'interculturalité et la dissémination des résultats du projet.

Chaque partenaire a la possibilité d'organiser des événements supplémentaires afin de renforcer la visibilité du projet, d'impliquer davantage la communauté académique et de maximiser l'impact des actions menées au sein des institutions.

Un modèle de calendrier qui détaille l'ensemble des événements prévus tout au long du projet a été élaboré et figure dans l'annexe I. Les partenaires s'engagent à identifier et proposer d'autres occasions pouvant servir les besoins de promotion, visibilité et dissémination des activités et résultats du projet.

3.5 Plan de soutenabilité

L'exploitation des résultats du projet GOOD MAUR-NIG a pour objectif d'assurer un impact positif et durable pour les partenaires, en leur permettant de continuer à bénéficier des acquis et des outils développés, même

après la fin du financement. Tout cela rentre dans la logique de pérennisation des initiatives mises en place demandée par l'Union Européenne.

Un plan de soutenabilité sera défini dans les derniers mois du projet afin de fixer les actions nécessaires à la continuité des acquis. Toutes les pratiques seront évaluées en fonction de leur pertinence et des moyens nécessaires pour assurer leur continuité. Le personnel formé pourra transmettre ses compétences et bonnes pratiques par un effet en cascade.

Les résultats clés du projet, notamment les parcours de formation, continueront à être utilisés par les établissements partenaires. Une structure de gestion et une politique d'internationalisation établies au cours du projet seront maintenues pour renforcer l'efficacité des opérations à long terme. Le consortium poursuivra également ses efforts pour identifier de nouvelles opportunités de financement, de collaboration et de mise en réseau afin d'étendre la portée du projet.

4 Suivi et évaluation

4.1 Analyse

Le suivi et l'évaluation des activités de dissémination seront réalisés à travers des indicateurs quantitatifs et qualitatifs afin de mesurer l'efficacité des actions de communication. L'analyse qualitative viendra compléter les données obtenues pour identifier les facteurs qui facilitent ou freinent une communication réussie et ajuster les stratégies en conséquence.

Tous les partenaires devront communiquer des informations clés au responsable du WP5, contribuant ainsi au compte-rendu des activités, fondamental pour respecter les obligations de la Commission européenne.

Il est aussi à noter que pour une meilleure organisation des outils de dissémination du projet, il est préférable que chaque partenaire prépare son journal de diffusion, selon le modèle en Annexe II. Cela permet de faciliter le partage d'informations entre les partenaires et entre les partenaires et le responsable du WP. En plus, chaque partenaire remplira des rapports sur les conférences et les événements selon le modèle en Annexe IV.

4.2 Questionnaires

Dès le lancement du projet, un questionnaire a été diffusé auprès des communautés académiques, administratives et étudiantes des cinq établissements africains afin d'établir un état des lieux initial dans le cadre du lot travail 2. Il permet d'évaluer la capacité des responsables de l'internationalisation à atteindre les publics cibles, le niveau d'information des communautés académiques sur les opportunités internationales ainsi que leur degré d'adhésion ou de résistance. Une seconde diffusion mesurera l'évolution des perceptions et l'impact des activités de sensibilisation menées dans le cadre du projet.

5 Annexes

5.1 - Annexe I : Calendrier des évènements

5.2 - Annex II : Journal de diffusion

5.3 - Annex III : Cartographie des parties prenantes

5.4 - Annex IV : Rapport d'évènement

5.1 Annexe I : Calendrier des évènements

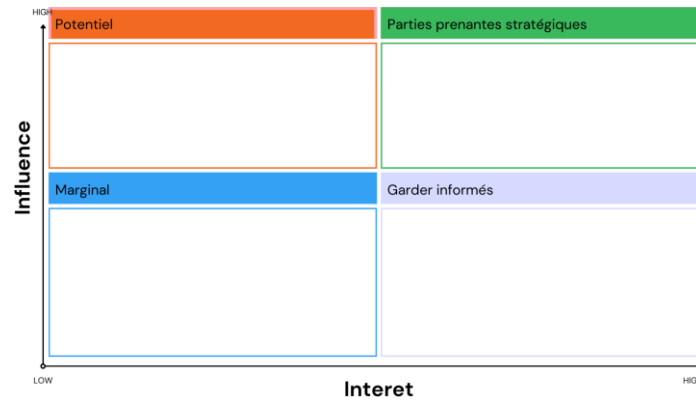
Activité	Lieu	Date prévue	Date réelle	Participants prévus
Réunion de lancement (WP1)	En ligne	M1		25
Atelier diagnostic et perspectives (WP2)	Grenade, Espagne	M4		18
Semaine de formation (WP3)	Rome et Venise, Italie	M6		21
Réunion intermédiaire des partenaires (WP1)	En ligne	M7		18
Visite d'études (WP3)	Rome, Italie	M10-M11		5
Visite d'études (WP3)	Venise, Italie	M10-M11		5
Visite d'études (WP3)	Grenade, Espagne	M10-M11		5
Ateliers de restitution institutionnels des visites d'études (WP3)	Nouakchott, Mauritanie Niamey, Niger Maradi, Niger Tahoua, Niger	M12		35-50
Atelier général (WP3)	En ligne	M13		16
Table ronde de Niamey (WP3+WP4)	Niamey, Niger/en ligne	M16		16
Réunion intermédiaire des partenaires (WP1)	En ligne	M21		16
Mobilités N/S, S/N et S/S (WP4)	Venise, Italie Grenade, Espagne Nouakchott, Mauritanie Niamey, Niger Maradi, Niger Tahoua, Niger	M21-22-23		19
Info days (WP4 + WP5)	Nouakchott, Mauritanie Niamey, Niger Maradi, Niger Tahoua, Niger	M23		120
Conférence finale (WP5) + Réunion finale des partenaires (WP1)	Nouakchott, Mauritanie	M24		70

5.2 Annexe II : Journal de diffusion

Nom du partenaire					
#	Date	Canal de communication	Description	Public cible	Impact
1	jj.mm.aaaa	Article site web (partenaire)	L'article définit...	Exemple : Communauté académique	Exemple : 20 cliques sur le lien du site web du projet
2	jj.mm.aaaa	Publication sur Facebook	Retour en images de la visite...	Exemple : étudiants et doctorants	Exemple : 1000 vues
3	jj.mm.aaaa	Présentation PPT du projet	Il s'agit de...	Exemple : Personnel académique et administratif	Exemple : 25 brochures distribuées ou 25 participants

5.3 Annexe III : Cartographie des parties prenantes

Il est important de diviser les différentes parties prenantes en fonction de leur utilité potentielle pour le projet, en se concentrant sur les plus pertinentes.



Ci-dessous la cartographie des parties prenantes qui doit être remplie par tous les partenaires du projet.

Public cible	Nom de la personne ou organisation	Domaine d'activités	Niveau d'influence/intérêt	Notes
Personnel académique et administratif				
Communauté académique				
Autorités publiques				
Communauté académique				

5.4 Annexe IV : Rapport d'évènement



Cofinancé par
l'Union européenne

Numéro du projet: 101128842

Nom de l'évènement :

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

Date :

Lieu :

Nombres de participants :

Type de participants : *(décideurs, directeurs des EES, étudiants)*

Programme de l'évènement : *(insérer le lien vers la page web de l'évènement)*

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

Bref aperçu de l'évènement et des questions abordées lors de l'évènement

Contribution du partenaire

Messages clés, résultats, recommandations

Pour plus d'informations

✉ info@goodmaurnig-project.eu

🌐 <https://www.goodmaurnig-project.eu>

