

# Guide de la dissémination et de la valorisation\*



Comment disséminer et exploiter les  
résultats de mon projet Erasmus+ ?



Erasmus+



\*Source : guide du programme Erasmus+

# Table de matières

<b>QUELS SONT LES BUTS ET OBJECTIFS DE LA DISSEMINATION ?</b>	<b>3</b>
<b>COMMENT DIFFUSER ET EXPLOITER LES RESULTATS ?</b>	<b>3</b>
<b>QUAND REALISER LES ACTIVITES DE DIFFUSION ET D'EXPLOITATION?</b>	<b>4</b>
<b>COMMENT EVALUER L'IMPACT ?</b>	<b>4-5</b>
<b>RAPPEL DES OBLIGATIONS</b>	<b>5</b>
<b>GLOSSAIRE</b>	<b>6-7</b>
<b>AIDE À L'ELABORATION D'UN PLAN DE DISSEMINATION</b>	<b>7-8</b>



## OBJECTIFS DE LA DIFFUSION ET DE L'EXPLOITATION

La dissémination et la valorisation ont pour objectif principal d'assurer la communication et l'intégration des résultats du projet. Leur deuxième objectif est de contribuer à la mise en œuvre et à l'élaboration de politiques et systèmes nationaux et européens. De plus, le type et l'intensité des activités de diffusion et d'exploitation doivent être proportionnels et adaptés aux besoins particuliers et au type de projet élaboré, c'est-à-dire, déterminer si le projet est axé sur des processus ou s'il vise à produire des résultats tangibles ; s'il est indépendant ou s'inscrit dans le cadre d'une initiative plus large ; s'il est élaboré par des organisations participantes de petite ou grande envergure, etc. Les organisations participantes doivent, en fonction des objectifs du projet, déterminer les activités et approches, de diffusion et d'exploitation les plus pertinentes.



Utiliser la méthode SMART pour définir vos objectifs :  
Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporellement définis

Dans le cas de projets de coopération structurés tels que les partenariats stratégiques, un plan de diffusion et d'exploitation de qualité doit inclure des objectifs mesurables et réalistes, respecter un calendrier et planifier les ressources pour les activités à réaliser. La participation active de groupes cibles aux activités contribuera également à maximiser l'utilisation des résultats du projet.

Un autre objectif est d'accroître la qualité du programme par la stimulation de projets innovants et la mise en commun de bonnes pratiques.

## COMMENT DIFFUSER ET EXPLOITER LES RESULTATS ?

Les résultats peuvent être diffusés et exploités de nombreuses manières différentes. Pour ce faire, les bénéficiaires peuvent utiliser les outils suivants :

- plate-forme de dissémination (voir plus loin) ;
- site web du projet ou des organisations ;
- réunions et visites aux principales parties prenantes ;
- séances d'information, ateliers, séminaires, cours de formation, etc. ;
- supports écrits ciblés, tels que rapports, articles dans la presse spécialisée, bulletins, communiqués de presse, dépliants ou brochures ;
- médias et produits audiovisuels ;
- médias sociaux ;
- événements publics, tel qu'une journée « portes ouvertes » ;
- image de marque du projet et logos ;
- contacts existants et réseaux.

En ce qui concerne l'exploitation, il est important de réfléchir à la manière dont les résultats peuvent faire une différence pour le projet, les utilisateurs finaux, les pairs ou les responsables politiques.

Voici quelques exemples de mécanismes d'exploitation :

- conséquences positives en termes de réputation pour les organismes participants ;
- amélioration de la sensibilisation à un thème, à un objectif ou à une discipline ;
- augmentation du soutien financier offert par d'autres sympathisants ou donateurs ;
- plus d'influence sur la politique et la pratique.

## QUAND REALISER LES ACTIVITES DE DIFFUSION ET D'EXPLOITATION ?

Il est nécessaire d'établir un calendrier des activités en concertation avec les partenaires concernés et d'allouer le budget et les ressources adéquats.

Le plan doit également :

- fixer des objectifs et des échéances réalistes avec les partenaires pour suivre les progrès ;
- aligner les activités de diffusion et d'exploitation sur les principales phases du projet ;
- offrir une flexibilité suffisante pour répondre aux besoins du groupe cible.

Exemples d'activités aux différents stades du cycle du projet :

**AVANT** le début du projet

- élaboration du plan de diffusion et d'exploitation ;
- définition de l'impact et des résultats attendus ;

**PENDANT** le projet

- prise de contact avec les médias concernés ;
- organisation d'activités régulières, telles que séances d'information, formations, démonstrations ou évaluations par des pairs ;
- évaluation de l'impact sur les groupes cibles ;
- association d'autres parties prenantes en vue de transférer les résultats aux utilisateurs finaux/à de nouveaux domaines/politiques.

**AU STADE DU RAPPORT FINAL**

- téléchargement des résultats finaux du projet et d'une mise à jour de la description du projet sur la plate-forme de dissémination

**APRÈS** le projet

- développement d'idées de coopération future ;
- évaluation des réalisations et de l'impact ;
- prise de contact avec les médias concernés ;
- prise de contact avec des responsables politiques, le cas échéant.

## COMMENT EVALUER L'IMPACT ?

L'évaluation de l'impact est un élément essentiel du processus. Des indicateurs peuvent être utilisés pour mesurer les progrès de la réalisation des objectifs. Ces indicateurs contribuent à mesurer les performances et peuvent être quantitatifs (chiffres et pourcentages) ou qualitatifs (qualité de la participation et de l'expérience). Il est également possible de mesurer l'impact à l'aide de questionnaires, d'interviews, d'observations et d'évaluations. La définition d'indicateurs en rapport avec les différentes activités du projet doit être envisagée au début du projet et faire partie du plan général de diffusion.

En voici quelques exemples :

- faits, chiffres et attractivité du site web des organisateurs du projet (mises à jour, visites, consultations, références croisées) ;
- nombre de réunions avec les principales parties prenantes ;
- nombre de participants ayant pris part aux discussions et aux séances d'information (ateliers, séminaires, évaluations par les pairs) ;
- production et diffusion de produits ;
- couverture médiatique (articles dans la presse spécialisée, bulletins, communiqués de presse, interviews, etc.) ;
- visibilité sur les médias sociaux ;
- participation à des événements publics ;
- liens avec des réseaux et des partenaires transnationaux existant ; transfert d'informations et de savoir-faire ;
- répercussions sur les mesures politiques régionales, nationales et européennes ;
- réactions des utilisateurs finaux, d'autres parties prenantes, de pairs et de responsables politiques.

## RAPPEL DES OBLIGATIONS



### VISIBILITE DE L'UNION EUROPEENNE ET DU PROGRAMME ERASMUS+

Les bénéficiaires utiliseront toujours le logo du programme Erasmus+ et le nom de l'Union européenne en toutes lettres dans toutes leurs communications et tout leur matériel promotionnel.

L'option préférée pour signaler la contribution de l'UE accordée via le programme Erasmus+ consiste à faire apparaître le texte « Cofinancé par le programme Erasmus+ de l'Union européenne » en regard du logo du programme.

Des exemples de reconnaissance du financement de l'UE et des traductions du texte sont disponibles sur la page [http://eacea.ec.europa.eu/a-propos-de-l-eacea/identite-visuelle\\_fr](http://eacea.ec.europa.eu/a-propos-de-l-eacea/identite-visuelle_fr)

Le nom de marque « Erasmus+ » ne peut pas être traduit.

Plus d'information sur l'utilisation du logo européen peut être trouvée sur : [http://ec.europa.eu/dgs/communication/services/visual\\_identity/pdf/use-emblem\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/dgs/communication/services/visual_identity/pdf/use-emblem_fr.pdf)



### UTILISATION DE LA PLATE-FORME DE DISSEMINATION

Une nouvelle plate-forme créée pour Erasmus+ offre un aperçu complet des projets financés et met en évidence des exemples de bonnes pratiques. La plate-forme permet en outre d'accéder aux produits/résultats/productions intellectuelles résultant des projets financés.

Les bonnes pratiques feront l'objet d'une sélection annuelle par les différentes Agences nationales et par l'Agence exécutive. La nouvelle plate-forme sert différentes fins :

- base de données des projets (résumés des projets, liens URL, etc.) ;
- base de données des résultats des projets ;
- présentation de bonnes pratiques et de projets réussis

Pour la plupart des projets Erasmus+, les bénéficiaires doivent fournir un résumé de leur projet en anglais au stade de la candidature.

Le résumé du projet est particulièrement important car il est accessible au grand public. Il doit par conséquent être rédigé dans un langage simple et un style clair, de façon à ce que le contenu du projet puisse être rapidement compris.

Les éléments suivants doivent être intégrés au résumé : contexte du projet ; objectifs du projet ; nombre et profil des participants ; description des activités ; méthodologie à utiliser pour la réalisation du projet ; brève description des résultats et de l'impact prévu et, enfin, avantages potentiels à plus long terme.

La plate-forme des résultats des projets Erasmus+ peut être consultée à l'adresse : <http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/projects/>

# GLOSSAIRE

**BÉNÉFICIAIRE** : organisme bénéficiant de la réalisation des projets. Dans les programmes européens, ce terme fait souvent référence à la ou aux institutions attributaires de subventions.

**BÉNÉFICIAIRE FINAL**: personne ou organisme sur lequel le résultat d'un projet exerce une influence positive et directe. Ce type de bénéficiaire ne perçoit pas nécessairement une subvention, et il peut même ne pas être associé au projet directement. Pourtant, il peut valoriser les résultats de celui-ci pour poursuivre des objectifs qui lui sont propres.

**BONNE PRATIQUE** : une bonne pratique est un projet exemplaire en termes de résultats ou par les processus suivis, qui a exercé une influence positive sur des systèmes à travers les actions menées et les résultats obtenus. Par conséquent, il est conseillé qu'elles soient transférées et exploitées par de nouveaux utilisateurs ou entités dans des contextes ou environnements différents. Notons qu'une bonne pratique ne couvre pas obligatoirement l'ensemble du projet, cela peut être une méthodologie, une pratique, un produit, une démarche, etc.

**DIFFUSION OU DISSEMINATION** : processus planifié de communication d'informations sur les résultats des programmes et des initiatives menés. Dans le cadre du programme Erasmus+, cela implique de communiquer les succès et résultats du projet dans la mesure la plus large possible. La sensibilisation d'autres personnes au projet aura des répercussions sur d'autres organisations dans le futur et contribuera donc à renforcer la visibilité de l'organisation réalisant le projet.

**ÉVALUATION** : elle permet de procéder à l'examen :

- des résultats atteints par rapport aux objectifs ou des résultats succincts ou faibles ayant une incidence négative sur la subvention ;
- des moyens utilisés pour parvenir à ces résultats, comparés au budget accepté dans la convention

**EXPLOITATION** : utilisation et bénéfice retiré des projets. Dans le cadre d'Erasmus+, il s'agit de maximiser le potentiel des activités financées, de façon à pouvoir utiliser les résultats au-delà de la durée de vie du projet. Les résultats doivent être mis au point de manière à pouvoir être adaptés aux besoins des autres, transférés à de nouveaux domaines, prolongés au terme de la période de financement, ou utilisés pour influencer les politiques futures.

**IMPACT** : effet suscité par l'activité réalisée et ses résultats sur les personnes, les pratiques, les organisations et les systèmes.

La diffusion et l'exploitation des résultats peuvent contribuer à maximiser l'effet des activités réalisées de manière à ce qu'elles aient un impact sur les participants immédiats et sur les partenaires au cours des années à venir.

Les avantages pour les autres parties prenantes doivent également être pris en considération afin de faire une plus grande différence et de tirer profit du projet.

**INFORMATION ET COMMUNICATION** : collecte et présentation, à des utilisateurs a priori intéressés, des actions, de l'expérience et des résultats du projet. Les outils utilisés dans ce processus incluent les publications, les communiqués de presse, la documentation, les sites Web, les conférences, etc.

**OBJECTIFS** : les objectifs d'un projet correspondent aux résultats et effets visés à l'issue d'un projet. La description des objectifs est un élément essentiel.

Conseil : il est conseillé d'utiliser la méthode SMART et le cadre logique pour la description de vos objectifs :

Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporellement définis.

**PARTIES PRENANTES** : personnes ou institutions qui peuvent exercer ou subir une influence directe ou indirecte, positive ou négative, sur un projet. Dans le domaine de l'éducation et de la formation, les parties prenantes sont notamment : décideurs, partenaires sociaux, organisations sectorielles, etc.

**PÉRENNITÉ** : capacité du projet à se prolonger dans le temps et à utiliser ses résultats au terme de la période de financement. Les résultats du projet peuvent alors être utilisés et exploités à plus long terme, éventuellement via des activités de commercialisation, d'accréditation ou d'intégration.

**PUBLIC CIBLE** : identifier les groupes cibles, à différents niveaux géographiques et dans le domaine d'activité même du bénéficiaire, est primordiale. Les activités et les messages doivent être adaptés comme il se doit en fonction des publics et groupes cibles, par exemple :

- utilisateurs finaux des activités et des résultats du projet ;
- parties prenantes, experts ou praticiens du domaine en question ou autres parties intéressées ;
- responsables politiques aux niveaux local, régional, national et européen ;
- presse et médias ;
- grand public.

**Conseil** : la planification du projet doit être suffisamment flexible pour permettre aux groupes cibles et autres parties prenantes de participer aux différents stades du projet. Leur participation aura également pour effet de mettre en lumière la valeur potentielle du projet, en plus de favoriser la diffusion des informations le concernant à d'autres parties intéressées au niveau régional, national ou européen.

**SUIVI DURANT LE PROJET** : processus de contrôle continu et systématique de l'avancement du projet, afin de corriger immédiatement tout écart par rapport aux objectifs et d'améliorer ainsi la qualité d'exécution du projet. Pour en assurer le succès, tout projet devrait faire l'objet d'un suivi tout au long de sa réalisation. Ceci comprend la supervision des actions, la comparaison avec le plan du travail et l'utilisation des informations obtenues pour améliorer le projet. À travers ce processus, les actions de diffusion des résultats doivent être soigneusement contrôlées et, au besoin, adaptées.

**SUIVI A POSTERIORI** : ces actions visent à assurer le maintien et la pérennité des résultats obtenus. Elles peuvent comprendre notamment :

- l'actualisation des résultats après l'achèvement du projet,
- la reconnaissance ou la certification du résultat,
- la participation de décideurs à l'application concrète des résultats,
- le transfert et l'exploitation des résultats par d'autres secteurs, groupes cibles ou environnements,
- la commercialisation des résultats d'un projet,
- ...

# AIDE À L'ÉLABORATION D'UN PLAN DE DISSEMINATION

Avant de vous lancer dans la rédaction de votre plan de dissémination, vous devez au préalable vous poser la question de : "Pourquoi communiquer ?"

- TRANSMETTRE UNE INFO (partager un outil, une expérience) ?
- SENSIBILISER (convaincre, faire comprendre l'intérêt ou la plus-value d'une méthode) ?
- INFLUENCER (faire agir, rendre actif) des politiques, réflexions, etc. ?

Un plan de dissémination se construit en étapes et doit répondre à quelques questions essentielles :

## 1. Que communiquer ?

Quelle information souhaitez-vous diffuser ? L'existence de productions tangibles (études, manuels, cours, outils, etc.) ou des productions intangibles (nouvelles connaissances, expériences, etc.)

## 2. Qui communique ?

Il faut identifier les personnes qui seront en charge et impliquées dans ce processus de communication.

## 3. Quand communiquer ?

Les activités de diffusion et d'exploitation de résultats interviennent à différents moments au cours du cycle du projet (voir partie consacrée à ce point):

- AVANT: établir un plan de dissémination, définir des objectifs
- PENDANT: prise de contact avec les médias concernés ; organisation d'activités telles que séances d'information, formations, démonstrations ou évaluations par des pairs ; évaluation de l'impact sur les groupes cibles, etc.
- APRÈS: développement d'idées de coopération future ; évaluation des réalisations et de l'impact ; prise de contact avec les médias concernés ; prise de contact avec des responsables politiques, le cas échéant

## 4. Vers qui communiquer ?

Il faut, à ce stade, définir quels sont vos publics cible, que ce soit au niveau interne (au sein de votre institution) ou externe (participants et utilisateurs, partenaires locaux, experts, responsables politiques, bailleurs de fonds, grand public, etc.).

## 5. Sous quelle forme communiquer ?

Le format est important à établir : conférence ou autre événement, publication (rapport, étude, article), communiqué de presse, lettre d'information, vidéo, ou toute publication sur le site ou les réseaux sociaux.

- N'oubliez pas d'utiliser le logo du programme
- Soignez votre identité visuelle
- Etablissez un retro-planning simple : la diffusion se fait dès le lancement d'un projet et peut continuer au-delà du financement
- N'oubliez pas de répertorier toutes les activités réalisées ainsi que les preuves tangibles : dossiers de presse, photos d'événements, témoignages, etc.



## POUR ALLER PLUS LOIN...

Guide du programme Erasmus + (version en anglais) : [http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/documents/erasmus-plus-programme-guide\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/documents/erasmus-plus-programme-guide_en.pdf)

Erasmus+ : Guide publié à l'attention des responsables scolaires : <http://www.schooleducationgateway.eu/guideforschoolleaders/>

Diffusion et impact dans les projets scolaires Erasmus+ : [http://www.agence-erasmus.fr/docs/231l\\_guide\\_diffusion\\_impact\\_sco\\_web-final.pdf](http://www.agence-erasmus.fr/docs/231l_guide_diffusion_impact_sco_web-final.pdf)