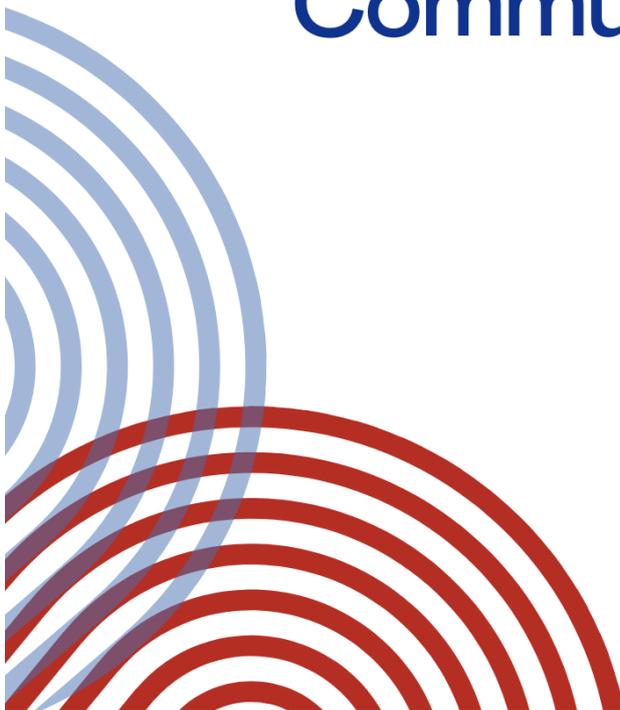




Association Darna

CENTRE CULTUREL D'INITIATIVES CITOYENNES
ASSOCIATION RECONNUE D'UTILITÉ PUBLIC

Plan de Communication



Sommaire

1. Contexte et justification	3
2. Principaux besoins en Communication	3
3. L'inventaire de la Communication interne et externe	5
4. But du plan de communication de l'Association Darna	6
5. Objectifs poursuivis	7
6. Stratégies de communication	8
7. Mise en œuvre du plan de communication de l'Association Darna	12
8. Budget de la mise en œuvre du Plan de Communication	22

1. Contexte et justification

A la suite du processus de diagnostic organisationnel et de planification stratégique de l'Association Darna, plusieurs besoins ont été identifiés. Parmi les outils développés, on peut citer le plan stratégique 2024-2026 qui définit les 6 principales Orientations Stratégiques (OS). Dans le cadre de ce plan stratégique de l'Association Darna, il est planifié d'élaborer et produire un ensemble d'outils comme le plan de bénévolat, le manuel de procédures, le plan mobilisation des ressources, le plan de formation continue déterminant les différentes interventions prioritaires de renforcement des capacités du personnel et des membres de l'Association. Le plan de communication est parmi ces outils planifiés dans le plan stratégique de l'Association 2024-2026. Il définit les différentes approches de communication interne et externe mais aussi les différentes interventions nécessaires pour rendre visible les actions de l'Association Darna. Le présent Plan de communication 2024-2026 vient ainsi compléter la liste des outils nécessaires pour la meilleure mise en œuvre du Plan stratégique de l'Association 2024-2026.

La communication occupe une place de choix dans la mise en œuvre de tout projet ou tout plan stratégique, et particulièrement dans celui de l'Association Darna. Une bonne stratégie de communication interne et externe permettra d'assurer une meilleure participation des membres, du personnel de l'Association et des parties prenantes à l'exécution de ce plan et aussi de négocier avec les partenaires techniques et financiers pour la mobilisation des ressources nécessaires.

2. Principaux besoins en Communication

Parmi les besoins relevés à la suite de diagnostic organisationnel, on peut noter l'urgence d'élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication interne et externe. Par exemple, les membres notent la lenteur dans la transmission d'information alors que l'Association dispose d'un e-mail quoiqu'il ne soit pas professionnel et les membres adhèrent aux réseaux sociaux (Facebook et Instagram). Le personnel impliqué dans les différentes structures de l'Association communique peu et avec difficulté entre les membres de l'équipe opérationnelle par structure et entre les structures. Le circuit de communication n'est pas très

bien connu par certains membres et personnel. Tous les compte- rendus des réunions ne sont pas partagés, avec la coordinatrice de projet. Tous les rapports de progrès des activités par projet ne sont pas partagés entre les responsables de projets et avec le président de l'Association. Outre, il n'y a pas un mécanisme clair pour recueillir les avis des bénéficiaires-acteurs de projets sur le travail de l'Association et le niveau de réponse à leurs besoins prioritaires exprimés ; la non exploitation du site web pour vendre l'image de l'Association plus visible.

On peut aussi citer la difficulté d'accéder aux rapports financiers à différents niveaux, un système d'archivage et de classement non adapté, absence d'une ou un responsable de communication, à mi ou plein temps, une faible capacité en communication autour de projets, de partenariat avec des ONGs et organismes des Nations Unies (NU) et des bonnes pratiques de l'Association. On note aussi que le site web est non opérationnel, que connexion intranet et internet est non permanente. On souligne également que l'Association manque encore d'équipements informatiques performants et de logiciels ou de solutions digitales facilitant la communication interne.

On peut affirmer que cette analyse reflète la situation actuelle de la communication au sein et à l'extérieur de l'Association Darna et la façon dont il est perçu par son environnement. Elle a fait également paraître clairement les facteurs externes qui ont une influence positive ou négative sur la communication. Comme facteur négatif, on peut citer le fait que le site Internet de l'Association Darna n'est pas opérationnel ; ce qui rend moins visibles l'Association et ses actions/projets vis-à-vis des partenaires et des populations en situation d'exclusion, notamment les bénéficiaires-acteurs de projets, à Tanger. Cette analyse a permis de définir l'objectif stratégique du Plan stratégique de l'ONIC en rapport avec les Orientations Stratégiques 1 et 2 « **Positionnement de l'Association** » et « **Renforcement des capacités institutionnelles et opérationnelles de l'Association** » au Plan stratégique 2024-2026.

3. L'inventaire de la Communication interne et externe

Il est question d'établir un inventaire de tous les aspects de la communication interne et externe. Cet inventaire comporte des éléments tant quantitatifs (les canaux et moyens) que qualitatifs (la valeur des messages, leur pertinence, leur compréhensibilité, ...) ainsi que les groupes cibles. Cet inventaire permettra d'apporter les éléments d'information ou des réponses sur les autres points suivants du plan de communication et de construire les différents tableaux du Plan.

Les principaux communicateurs au sein de l'Association Darna sont : le président, la coordinatrice de projets et les directrices/directeurs des structures (MCJ, MCF et la Ferme Pédagogique). Ce qui fait que les chefs de projets et les autres membres de l'équipe opérationnelle sont appelés à relayer les différentes informations à leur base respective, mais cela ne se déroule pas de façon professionnelle et il n'est pas continu.

En ce jour, il existe quand – même au sein de l'Association Darna des réseaux d'information et de communication tant en interne (courriels, téléphones, WhatsApp, Facebook, Internet) qu'à l'extérieur (Courriels, internet ; journaux et magazines)

La communication actuelle de l'association Darna s'adresse aux groupes cibles suivants :

- **Stratégiques** : Ministres, présidents du Conseil Régional de Tanger-Tétouan- Al Hoceima, chefs d'autorités, présidents des Collectivités territoriales.
- **Internes** : Membres et personnel de l'Association.
- **Clients** : Citoyennes et citoyens à Tanger et dans d'autres villes du pays, enfants vivant dans la rue, les jeunes NEETs : filles et garçons, les femmes marocaines et femmes migrantes subsahariennes vulnérables résidant dans des quartiers défavorisés de la ville de Tanger.
- **Partenaires** : Etablissements publics (Entraide Nationale, Direction de la Santé...etc), Associations marocaines, ONGs internationales, Organismes des Nations Unies (UNICEF, FNUAP et OIT) et entreprises pour insertion professionnelle.

Pour atteindre les groupes cibles, l'Association Darna utilise 2 approches :

- a. **Pour la communication interne**, l'Association peut utiliser l'intranet, les réunions, le journal de l'Association Darna, des messages courriels, courriers traditionnels, des appels téléphoniques, de Plate-forme WhatsApp (media sociaux), de conférences, de brochures, affichages, bulletins d'information, portes ouvertes, réunions d'information hebdomadaires, Réunions générales à fréquence régulière, de campagnes...etc.
- b. **Sur le plan de la communication externe**, il peut s'agir de bulletins, de site web, des médias sociaux (Facebook, WhatsApp), des appels téléphoniques, des courriels, des conférences, des évènements spéciaux, media traditionnels (radio, télévision).

Il n'existe pas en ce jour les mesures pour évaluer la qualité et l'effectivité des actions et des moyens de communication utilisés par l'Association Darna. De même, il n'y a pas encore une ou un responsable de communication ni un programme ou calendrier de communication officiel de publication ou diffusion de différents messages et informations produits par l'Association.

4. But du plan de communication de l'Association Darna

Le **plan de communication de l'Association Darna 2024-2026** a pour but de renforcer la communication interne et externe ainsi que sa visibilité. Cela permettrait à l'Association Darna un positionnement dans l'environnement local et national et d'améliorer davantage le niveau d'échange d'informations entre les membres aussi bien sur le plan vertical qu'horizontal, en les exhortant au respect de déontologie et le règlement intérieur. Le renforcement de la communication interne permettrait aux membres et personnel de l'Association de connaître et adopter la mission, la vision, les valeurs, les principes de gouvernance de l'Association, les Domaines d'Activités Stratégiques (DAS) et stratégies d'intervention de l'Association 2024-2026. Le renforcement de la communication externe permettrait sûrement d'améliorer le niveau de partenariat entre l'Association et ses partenaires techniques et financiers et en

faisant connaître auprès du public, ses valeurs et ses actions. La finalité visée étant de permettre à l'Association d'accomplir sa mission et sa vision.

5. Objectifs poursuivis

5.1 Objectif général

« Améliorer les liens et la visibilité de l'Association avec les organisations, structures ou institutions travaillant dans les mêmes domaines d'intervention en développant des approches de communication permettant à l'Association de maintenir son image professionnelle, de mobiliser les ressources (financières et compétences), d'assurer la cohérence et la cohésion en interne, d'attirer les nouveaux membres bénévoles, de nouveaux volontaires, de personnel compétent et de se faire connaître au public ainsi que la possibilité d'innover ».

On peut considérer cet objectif du fait qu'il a l'avantage d'intégrer et de refléter les différents objectifs stratégiques du Plan stratégique avec leurs Orientations Stratégiques (OS) et les 5 Domaines d'Activités Stratégiques (DAS) et qu'il peut leur servir de vecteur pour transmettre les informations les concernant et assurer la promotion de leur mise en œuvre.

5.2 Objectifs spécifiques

- Renforcer les capacités des membres et personnel de l'Association en communication interne et externe.
- Permettre aux membres, aux volontaires et au personnel de l'Association de connaître et d'adopter la mission, la vision, les valeurs organisations, les principes de gouvernance, les Domaines d'Activités Stratégiques (DAS) et Orientations Stratégiques (OS) 2024-2026.
- Faire connaître aux membres, aux volontaires, au personnel et aux bénéficiaires-acteurs de projets les réalisations de l'Association.
- Valoriser la participation active des bénéficiaires-acteurs de projets dans la gestion des projets en la capitalisant et la véhiculant au public, aux établissements publics, aux organismes des Nations Unies et ONGs.

- Faire connaître le modèle de mobilisation communautaire des populations vulnérables au public.
- Faire connaître les bonnes pratiques de l'Association.
- Informer et sensibiliser le public, les organisations publiques et privées à des questions comme l'exclusion des enfants vivant dans la rue, des jeunes, des femmes marocaines et migrantes, le travail des enfants, le racisme et autres.
- Inciter les bénévoles et les volontaires à la participation au projet de l'Association Darna.
- Inciter les jeunes et femmes à la créativité et innovation.
- Inciter les OSC en travailler en réseau actif pour faciliter l'accès des jeunes et des femmes à l'emploi décent et durable.
- Inciter les organisations, institutions et entreprises partenaires à la collaboration pour participer activement au développement humain.

6. Stratégies de communication

i. Renforcement des capacités des membres et du personnel de l'Association en communication interne et externe

Les formations seront directement données aux membres et à tout le personnel de l'Association. Étant un domaine plus spécifique, l'Association pourra recourir aux services d'un expert en la matière pour développer les modules et assurer ces différentes formations. Les thèmes retenus doivent permettre de corriger les déficiences ou consolider les acquis relevés au diagnostic organisationnel, mais aussi dans l'inventaire de communication effectué dans le cadre de ce plan. Il sera aussi question de définir clairement le rôle de chacun (Membres et personnel de l'Association) et proposer le calendrier de communication selon le sujet nécessitant d'être partagé avec les membres, mais aussi avec le public ou les partenaires. Le rôle de chaque membre de l'équipe opérationnelle devra être défini dans la fiche de poste de chacun. La fin de la formation pourra permettre à ce que les différents outils et moyens de communication retenus par l'Association Darna soit correctement utilisés à la satisfaction des cibles pour lesquelles les messages ou informations sont orientés.

ii. Utilisation et animation du site web et réseaux sociaux de l'Association pour faire passer les différentes informations et différents messages.

L'Association Darna vient de créer un nouveau Site, en faisant appel à un expert en la matière. Celui-ci est chargé de maintenir le Site Web de l'Association. Pour renforcer la fonctionnalité du site web, il est important que l'Association engage un ou une responsable de communication permanent ou temporaire (1 fois la semaine) pour enrichir, actualiser ou mettre à jour les informations. La ou le responsable de communication sera aussi chargé de suivre les avis des bénéficiaires-acteurs de projets sur le travail de l'Association, la collecte des dons et la mobilisation des bénévoles et du personnel.

iii. Promouvoir l'information et la sensibilisation du public, des organisations, des institutions, associations et ONGs internationales à des questions sociales touchant des populations (les enfants en danger, les jeunes NEETs et les femmes vulnérables).

L'Association Darna saisira les journées nationales et internationales pour organiser des conférences de présentation et discussion des résultats des études sur les questions sociales touchant des populations (Enfants en danger, les jeunes NEETs et les femmes vulnérables) telles que le travail des enfants, la traite des êtres humains, la violence contre les enfants et femmes, la migration et autres. Ces conférences et tables rondes pourront avoir comme objectifs d'informer et sensibiliser les parties prenantes, partenaires et décideurs ou de mobiliser les parties alliées pour les engager dans un processus de plaidoyer en faveur d'un droit. L'Association sera invitée dans ce cadre de réaliser d'innovantes activités de sensibilisation à une question ou problème : spectacles de théâtre de rue, manifestations artistiques, des émissions radiophoniques et télévisées.

iv. Engager les membres et le personnel autour de la mission, la vision, les valeurs, les DAS et Orientations stratégiques de l'Association.

L'Association Darna fera appel à l'expertise du responsable de communication recruté(e) et/ou à un expert en communication interne pour innover dans le véhicule au quotidien de la mission, la vision, les valeurs, les principes de Gouvernance, les DAS, les Orientations Stratégiques de l'Association 2024-2026, en utilisant les locaux de l'Association, le Courriel email, les pages Pro des réseaux sociaux, des T-shirts et autres.

v. Mobiliser les membres actuels et nouveaux bénévoles et volontaires

L'Association Darna mobilisera les membres actuels et nouveaux bénévoles et volontaires en renforçant la communication externe autour du travail de l'Association en général (Réalizations et meilleurs pratiques), ses événements à caractère local, régional et national et la participation des membres fondateurs et autres actifs dans la réalisation de la mission et vision de l'association. Pour ce faire, l'Association utilisera son Site Web, le film institutionnel de l'Association, des vidéos des témoignages des membres de l'Association, leurs propos/photos. L'Association activera la communication directe et régulière avec les potentiels membres et volontaires de l'Association via une plateforme de recherche des bénévoles et volontaires. L'Association fera appel à un expert(e) pour créer cette plateforme de recherche des bénévoles. L'Association devra aussi recruter une ou un responsable de gestion des bénévoles à mi ou plein temps pour animer cette plateforme de recherche des bénévoles. Rappelons que ces actions seront planifiées au côté d'autres actions du plan de bénévolat et seront mises en œuvre ensemble pour la réalisation de la mission de l'Association par l'atteinte des résultats attendus dans la période 2024-2026.

vi. Développer une approche proactive avec les médias locaux et nationaux

L'Association a intérêt à construire un partenariat solide avec les médias locaux et nationaux pour pouvoir véhiculer son image et son identité ainsi que pour renforcer sa visibilité publique. Dans ce cadre, l'Association devra susciter les occasions auprès des émissions de télé, de radio ou des rencontres avec la presse écrite pour parler de ses réalisations et son rôle dans la dynamique locale de développement local par la réponse aux problèmes et défis qui s'imposent. L'Association est aussi invitée à rédiger et envoyer en respectant les délais des textes, des chroniques et communiqués de presse aux médias locaux et nationaux. Elle devra établir des argumentaires et un certain nombre de messages-clés qui seront utilisés régulièrement, quel que soit le dossier. Nonobstant cette approche proactive, l'Association doit également être en mode réactif, si nécessaire. Ne rien laisser passer qui peut interpeller négativement l'Association. Pour ce faire, l'Association devra mobiliser la ou le responsable de communication à ce travail.

vii. Fidéliser les partenaires et mobiliser d'autres partenaires.

Fidéliser les partenaires et mobiliser d'autres partenaires : établissements publics, associations marocaines, ONGs internationales et entreprises privées nécessitent une documentation complète et précise des réalisations et pratiques de l'Association, évaluation des projets, capitalisation sur des bonnes pratiques et communication externe via le Site Web et pages professionnelles des réseaux sociaux (Facebook et Instagram). Pour ce faire, les membres et personnel de l'Association ont besoin d'appui en reporting (Procès-verbaux, compte rendus et les rapports). Les formations en reporting ne seront pas efficaces et efficientes que lorsque l'Association met et utilise un système de suivi & évaluation de ses projets (Collecte des informations de base, base de données, tableaux de bord, réunions de suivi et missions d'évaluation). L'Association pourrait recourir aux services d'un expert en suivi & évaluation pour ce travail. L'Association devra ensuite capitaliser sur ses bonnes pratiques en élaborant des rapports de capitalisation. Outre, l'Association doit documenter ses réalisations en réalisant des films, des vidéos et prenant des photos professionnelles. Cela exige le recrutement de temps à autre un cinéaste, un vidéaste et un photographe professionnel. Une fois, des documents de qualité sont réalisés et produits, il est facile de les véhiculer via le Site Web, les réseaux sociaux et lors de la célébration des journées nationales et internationales. Cela permettrait de valoriser l'appui technique et financier de chaque partenaire pour l'atteinte des résultats convenus. Il permettrait de mobiliser d'autres partenaires pour le développement humain.

7. Mise en œuvre du plan de communication de l'Association Darna

N	Activités	Taches	Cible	Responsable	Indicateur	Chronogramme		
						2024	2025	2026
Objectif spécifique 1 : Renforcer les capacités des membres et personnel de l'Association en Communication interne et externe								
1	Développer et élaborer un module de formation en Communication interne et externe de l'Association Darna.	Recruter un consultant-formateur	Membres et personnel de l'Association	Coordinatrice de projet/Directrice de l'Association	Existence d'un module de formation en Communication interne et externe pour l'Association Darna.	X		
2	Recruter une ou un responsable de communication	Développer les TdR, lancer ces TdR au portail de Tanamia, sélectionner un ou une responsable de communication et signer un contrat du travail avec elle ou lui.	Candidates et candidats pour le poste du responsable de communication présélectionnés.	Président/Coordinatrice de projet/Directrice de l'Association	Une ou un responsable de Communication recruté, à mi-temps.	X		
3	Organiser un atelier de formation des membres en Communication interne et externe	Valider le module de formation en Communication interne et externe de l'Association Darna	Membres de l'Association	Coordinatrice de projet/Directrice de l'Association	6 membres ont les compétences nécessaires de Communication interne et externe.	X		

4	Organiser un atelier de formation du personnel en Communication interne et externe	Valider le module de formation en Communication interne et externe de l'Association Darna	Personnel de l'Association	Coordinatrice de projet/Directrice de l'Association	6 membres de l'équipe opérationnelle ont les compétences nécessaires de Communication interne et externe.	X		
5	Organiser un atelier de formation des membres et personnel de l'Association en documentation/reporting	Recruter un consultant-formateur et développer un module de formation et des canevas de reporting	Membres et personnel de l'A	Responsable de Communication	12 personnes (Membres et personnel) élaborent des comptes rendus, des PV et des rapports.	X		
6	Organiser un atelier de formation du personnel en prise de photos professionnelles	Recruter un consultant-formateur photographe et acheter appareil photo Pro	Personnel de l'Association	Responsable de Communication	90% des photos prises par le personnel sont professionnelles	X		
7	Coordonner la mise en œuvre et suivi des activités du plan de Communication 2024-2026.	Communiquer	Membres, personnel, bénéficiaires-acteurs de projets, partenaires, bailleurs de fonds.	Responsable de Communication	90% des activités du plan de communication sont mis en œuvre à temps.	X	X	X
Objectif spécifique 2 : Utiliser et animer le nouveau Site Web de l'Association								
1	Enrichir et mettre à jour les informations et messages sur Site Web	Collecter des messages, des documents (rapports, vidéos, photos	Membres et personnel de l'Association.	Responsable de Communication	90% des informations et des messages	X	X	X

		professionnelles...etc) et les vérifier avant lancement sur Site Web. Mettre à jour les informations et indicateurs.			sont mis à jour avant lancement.			
2	Animer et suivre les avis des bénéficiaires, la collecte des dons et recrutement des bénévoles	Suivre et encourager les bénéficiaires-acteurs à participer à améliorer les interventions. Suivre la mobilisation des bénévoles et la collecte des données.	Public, nouveaux bénévoles, donateurs, prestataires de services	Responsable de Communication	Nombre de bénévoles recrutés et % des dons mobilisés.	X	X	X
3	Suivre la maintenance de Site Web par l'expert recruté.			Responsable de Communication	Le Site Web est fonctionnel et opérationnel	X	X	X
Objectif spécifique 3 : Engager les membres et le personnel autour de la mission, la vision, les valeurs, les DAS et Orientations stratégiques de l'Association.								
1	Réaliser un atelier de réflexion sur la vision, la mission et les valeurs de l'Association pour le renouvellement de la charte graphique et logo de l'Association	Recruter un expert en création de logo et identité visuelle (Graphiste, expert digital...etc), après TdR. Signer le contrat de prestation de service (Accompagnement et création du nouveau logo)	Membres et personnel de l'Association.	Responsable de Communication.	L'idée de logo et l'identité visuelle en harmonie de vision, mission et valeurs est renouvelée.	X		

2	Renouveler la charte graphique et logo, produire le socle Vision, Mission et Valeurs et décliner la charte graphique dans les différents supports de l'Association (Lettre, communiqué, rapports...etc)	Proposer et valider le nouveau Logo et identité visuelle de l'Association et socle Vision, Mission et Valeurs par le CA.	Membres de CA de l'Association	Responsable de Communication.	Le nouveau Logo et socle Vision, Mission et Valeurs de l'Association sont produits et véhiculés.	X		
3	Mettre en écrit le socle Vision, Mission et Valeurs de l'Association dans la signature des emails, à l'ouverture des PC des membres et personnel, sur les murs des structures de l'Association, sur les écrans...etc	Faire connaître le nouveau Logo, le socle de l'Association : Vision, Mission et Valeurs de l'Association via multiple canaux et supports en interne	Membres et personnel de l'Association	Responsable de Communication.	Le nouveau Logo et le socle de l'Association sont bien véhiculés en interne pour adoption.	X	X	X
4	Tenir des réunions trimestrielles d'échange et clarification sur la Vision, la Mission et Valeurs de l'Association entre membres et personnel.	Elaborer un Book sur l'Association, une présentation modèle sur l'identité de l'Association. Vulgariser l'identité de l'Association.	Membres et personnel de l'Association	Responsable de Communication.	Tous les membres et personnel de l'Association adoptent le socle de l'Association : Vision, Mission et Valeurs.	X	X	X
Objectif spécifique 4 : Mobiliser les membres actuels et nouveaux bénévoles et volontaires à l'histoire de l'Association, sa vision, sa mission, ses valeurs et orientations stratégiques								
1	Créer le Blog de l'Association et commencer à y mettre des présentations sur des membres fondateurs, des entrevues, des témoignages de membres, l'expertise de l'Association	Recruter un expert en création de blogs. Signer le contrat de prestation de service. Collecter les écrits, citations, témoignages/photos,	Membres actuels et nouveaux bénévoles et volontaires à mobiliser.	Responsable de Communication.	Nombre de membres actuels devenus plus actifs et de nouveaux bénévoles et volontaires recrutés.	X	X	X

		vidéos des membres fondateurs et autres.						
2	Présenter et expliquer le plan et processus de bénévolat sur Blog Darna	Elaborer un résumé en schéma le plan de bénévolat. Elaborer des rappels de la valeur ajoutée des bénévoles au Maroc et au monde dans le développement humain.	Membres actuels et nouveaux bénévoles et volontaires à mobiliser.	Responsable de Communication	Nombre de demandes d'adhésion des bénévoles à l'Association.	X	X	X
Objectif spécifique 5 : Promouvoir l'information et la sensibilisation du public, des organisations, des institutions, associations et ONGs internationales à des questions sociales touchant des populations (les enfants en danger, les jeunes NEETs et les femmes vulnérables).								
1	Réaliser un séminaire de présentation des résultats de l'étude sur le travail des enfants à Tanger	Recruter un consultant en recherche scientifique. Signer le contrat de prestation de services. Conduire l'étude sur le travail des enfants, à Tanger. Préparer et valider les résultats de l'étude.	Les associations, ONGs, décideurs publics.	Directrice de l'Association et responsable de communication.	Nombre d'associations, d'ONGs et décideurs sensibilisés contre le travail des enfants, à Tanger		X	
2	Réaliser un séminaire de présentation des résultats du projet de protection des enfants vivant dans la rue à Tanger	Documenter et capitaliser sur les bonnes pratiques de protection des enfants vivant dans la rue, par l'Association. Préparer une présentation des	Les associations, ONGs, établissements publics et entreprises partenaires et enfants vivant la rue leaders,	Directrice de l'Association et responsable de communication.	Nombre d'institutions partenaires mobilisés à renforcer le partenariat pour renforcer la protection des		X	

		bonnes pratiques de la protection des enfants vivant dans la rue. Mobiliser des enfants vivant dans la rue leaders protégés par l'Association à la participation au séminaire.	bénéficiaires-acteurs de projets.		enfants vivant dans la rue.			
3	Réaliser un séminaire de présentation des résultats du projet d'accès des jeunes NEETs et femmes vulnérables (marocaines et femmes migrantes) à l'emploi décent et durable, à Tanger.	Documenter (Elaborer des rapports, prendre des photos professionnelles, produire une ou des vidéos...etc) les résultats du projet d'accès des jeunes et femmes vulnérables à l'emploi décent et durable, à Tanger. Mobiliser les institutions partenaires et décideurs publics à participer au séminaire. Préparer la présentation, photos, vidéos sur les résultats du projet.	Les associations, ONGs et entreprises privées partenaires, décideurs publics, jeunes NEETs et femmes marocaines et migrantes leaders.	Directrice de l'Association et responsable de communication.	Nombre de partenaires, décideurs publics, jeunes NEETs et femmes vulnérables sensibilisés à la promotion de l'accès des jeunes NEETs et des femmes vulnérables à l'emploi décent et durable.		X	

Objectif spécifique 6 : Développer une approche proactive avec les médias locaux et nationaux								
1	Susciter les occasions auprès des émissions de télé, de radio ou des rencontres avec la presse écrite pour présenter et valoriser le travail de l'Association.	Lister les différents types de médias locaux actifs. Contacter les responsables des médias et susciter collaboration entre les médias et l'Association. Elaborer des communiqués de presse.	Médias locaux professionnels et actifs.	Responsable de Communication.	Nombre d'occasions de présentation et valorisation de l'Association et son travail (projets), par les différents médias, par an.	X	X	X
2	Établir des argumentaires et un certain nombre de messages-clés qui seront utilisés régulièrement, quel que soit le dossier.	Recruter un expert en élaboration d'argumentaire. Signer le contrat de prestation de services. Collaborer avec l'expert	Médias locaux professionnels et actifs.	Responsable de Communication.	1 argumentaire avec langage de promotion des droits de l'homme.	X	X	X
3	Présenter l'Association et son travail comme une valeur ajoutée du développement local.	Préparer un document (Présentation, rapport, vidéos, film institutionnel). Partager les documents avec les portes parole sur l'Association et ses projets (Président, Directrice ou directeur de	Médias locaux professionnels et actifs.	Responsable de Communication.	4 portes paroles préparées et menées de documents de présentation de l'Association et ses réalisations.	X	X	X

		l'Association, coordinatrice de projet et responsable de communication.						
4	Réagir à tout ce qui peut interpeller négativement l'Association sur les médias.	Suivre les médias écrits, télé et radios au niveau local, régional et national, chaque jour. Communiquer avec les responsables des médias qui ont interpellé négativement l'Association. Mobiliser les médias à s'excuser, corriger et présenter positivement l'Association	Les médias locaux et nationaux professionnels actifs.	Directrice de l'Association et responsable de Communication.	Nombre de médias qui ont interpellé négativement l'Association et ont apporté excuses et changé de manière de présenter l'Association.	X	X	X

Objectif spécifique 7 : Fidéliser les partenaires et mobiliser d'autres partenaires et fonds au niveau national et international.

1	Produire et lancer le film institutionnel de l'Association : identité, évolution dans le temps, gestion de projets de développement humain et expertise.	Recruter un cinéaste pour la réalisation du film institutionnel de l'Association (Accent sur le partenariat, temps et valeur ajoutée). Signer le contrat de prestation de service. Réaliser le film institutionnel de l'Association.	Partenaires actuels et autres nouvelles associations, ONGs et entreprises privées.	Responsable de Communication	1 film institutionnel de l'Association produit.		X	
---	--	--	--	------------------------------	---	--	---	--

		Véhiculer le film institutionnel via Site Web de l'Association.						
2	Elaborer et véhiculer un ou des rapports de capitalisation des bonnes pratiques de l'Association, depuis sa création.	Recruter un consultant en évaluation-capitalisation. Signer le contrat de prestation de services. Capitaliser les bonnes pratiques de l'Association. Véhiculer les rapports de capitalisation dans des séminaires et conférences et via Site Web de l'Association.	Partenaires actuels et autres nouvelles associations, ONGs et entreprises privées.	Directrice ou directeur de l'Association et responsable de Communication.	Nombre de rapports de capitalisation des bonnes pratiques de l'Association élaborés, produits et véhiculés lors des occasions et sur Site Web de l'Association.		X	
3	Elaborer et véhiculer des rapports d'évaluation de projets.	Elaborer et lancer des TdR des missions d'évaluation de projets. Recruter les consultants-évaluateurs de projets. Signer des contrats de prestation de services. Réaliser des évaluations de projets. Présenter les résultats d'évaluation aux partenaires.	Partenaires actuels et autres nouvelles associations, ONGs et entreprises privées.	Directrice ou directeur de l'Association et responsable de Communication.	Nombre de rapports d'évaluation de projets élaborés, produits et véhiculés lors des occasions et sur Site Web de l'Association.		X	

		Lancer les rapports d'évaluation de projets sur Site Web.						
4	Présenter et valoriser la valeur ajoutée de chaque partenaire public ou privé, national et international dans l'atteinte des résultats sur le terrain dans les médias.	Mettre à jour la présentation des partenaires sur Site Web. Lier le Site Web aux sites Web des partenaires de l'Association. Mettre en valeur la valeur ajoutée des partenaires aux projets de l'Association, dans des présentations et entrevues radios ou télévisées avec l'Association.	Partenaires actuels et autres nouvelles associations, ONGs et entreprises privées.	Directrice ou directeur de l'Association et responsable de Communication.	Nombre d'occasions de présentation et valorisation de la valeur ajoutée de chaque partenaire, par an.		X	

8. Budget de la mise en œuvre du Plan de Communication

N	Activités	Responsable				Total en Euro
			2024	2025	2026	
Objectif spécifique 1 : Renforcer les capacités des membres et personnel de l'Association en Communication interne et externe						
1	Développer et élaborer un module de formation en Communication interne et externe de l'Association Darna./Recruter un consultant-formateur en communication		10 000			2500
2	Recruter une ou un responsable de communication (A mi-temps en 2024)		60 000	120 000	120 000	30 000
3	Organiser un atelier de formation des membres en Communication interne et externe		15 000			1500
4	Organiser un atelier de formation du personnel en Communication interne et externe		15 000			1500
5	Organiser un atelier de formation des membres et personnel de l'Association en documentation/reporting		15 000			1500
6	Organiser un atelier de formation du personnel en prise de photos professionnelles		15 000			1500
7	Coordonner la mise en œuvre et suivi des activités du plan de Communication 2024-2026.		-	-	-	
Objectif spécifique 2 : Utiliser et animer le nouveau Site Web de l'Association						

1	Enrichir et mettre à jour les informations et messages sur Site Web		X	X	X	
2	Animer et suivre les avis des bénéficiaires, la collecte des dons et recrutement des bénévoles		-	-	-	
3	Suivre la maintenance de Site Web par l'expert recruté.		-	-	-	
Objectif spécifique 3 : Engager les membres et le personnel autour de la mission, la vision, les valeurs, les DAS et Orientations stratégiques de l'Association.						
1	Réaliser un atelier de réflexion sur la vision, la mission et les valeurs de l'Association pour le renouvellement de la charte graphique et logo de l'Association		3000			300
2	Renouveler la charte graphique et logo, produire le socle Vision, Mission et Valeurs et décliner la charte graphique dans les différents supports de l'Association (Lettre, communiqué, rapports...etc)		20 000			2000
3	Mettre en écrit le socle Vision, Mission et Valeurs de l'Association dans la signature des emails, à l'ouverture des PC des membres et personnel, sur les murs des structures de l'Association, sur les écrans...etc		-	-	-	-
4	Tenir des réunions trimestrielles d'échange et clarification sur la Vision, la Mission et Valeurs de l'Association entre membres et personnel.		-	-	-	
Objectif spécifique 4 : Mobiliser les membres actuels et nouveaux bénévoles et volontaires						
1	Créer le Blog de l'Association et commencer à y mettre des présentations sur des membres fondateurs, des entrevues, des témoignages de membres, l'expertise de l'Association		20 000	-	-	2000
2	Présenter et expliquer le plan et processus de bénévolat sur Blog Darna		-	-	-	

Objectif spécifique 5 : Promouvoir l'information et la sensibilisation du public, des organisations, des institutions, associations et ONGs internationales à des questions sociales touchant des populations (les enfants en danger, les jeunes NEETs et les femmes vulnérables).						
1	Réaliser un séminaire de présentation des résultats de l'étude sur le travail des enfants à Tanger			30 000		3000
2	Réaliser un séminaire de présentation des résultats du projet de protection des enfants vivant dans la rue à Tanger			30 000		3000
3	Réaliser un séminaire de présentation des résultats du projet d'accès des jeunes NEETs et femmes vulnérables (marocaines et femmes migrantes) à l'emploi décent et durable, à Tanger.				30 000	3000
Objectif spécifique 6 : Développer une approche proactive avec les médias locaux et nationaux						
1	Susciter les occasions auprès des émissions de télé, de radio ou des rencontres avec la presse écrite pour présenter et valoriser le travail de l'Association.		5000	5000	5000	1500
2	Établir des argumentaires et un certain nombre de messages-clés qui seront utilisés régulièrement, quel que soit le dossier.		40 000	-	-	4000
3	Présenter l'Association et son travail comme une valeur ajoutée du développement local.		-	-	-	
4	Réagir à tout ce qui peut interpeller négativement l'Association sur les médias.		-	-	-	
Objectif spécifique 7 : Fidéliser les partenaires et mobiliser d'autres partenaires et fonds au niveau national et international.						
1	Produire et lancer le film institutionnel de l'Association : identité, évolution dans le temps, gestion de projets de développement humain et expertise.			70 000		7000

2	Elaborer et véhiculer un ou des rapports de capitalisation des bonnes pratiques de l'Association, depuis sa création.			30 000		3000
3	Elaborer et véhiculer des rapports d'évaluation de projets.			-		
4	Présenter et valoriser la valeur ajoutée de chaque partenaire public ou privé, national et international dans l'atteinte des résultats sur le terrain dans les médias.			-		