

VALORISER SON PROJET ERASMUS+

-

GUIDE D'ACCOMPAGNEMENT A LA COMMUNICATION à destination des porteurs de projets Erasmus+

EDITION 23/11/2021

Ce livret est conçu pour vous guider dans votre diffusion et plus largement dans la communication de votre projet.

DISSEMINATION, DIFFUSION, COMMUNICATION : QU'EST-CE QUE C'EST ?	3
POURQUOI COMMUNIQUER SUR VOTRE PROJET ?	4
QUAND COMMUNIQUER ?	5
COMMENT COMMUNIQUER ?	5
CONSEIL 1 : LES SUPPORTS DE COMMUNICATION	5
RESEAUX SOCIAUX	5
VOTRE SITE INTERNET	6
PRESSE	6
DEVELOPPER LES RELATIONS PUBLIQUES	7
EDITORIAL ET PRODUCTIONS DE CONTENUS	7
PHOTOS ET VIDEOS	7
CONSEIL 2 : S'ADAPTER A SES CIBLES	8
PROJETS DE MOBILITE	8
PROJETS DE PARTENARIAT	8
LES 4 PRIORITES STRATEGIQUES DU PROGRAMME 2021-2027	8
VOS OBLIGATIONS	9
LOGOS DE LA COMMISSION EUROPEENNE : IDENTITE VISUELLE DES PROGRAMMES EUROPEENS	9
PLATEFORME DE RESULTATS DE PROJETS EPRP+ :	9
LA VALORISATION PAR L'AGENCE ERASMUS+	10
LA GALERIE DE PROJETS ERASMUS+ :	10
LA NEWSLETTER AGENCE ERASMUS+ :	10
LES PUBLICATIONS ERASMUS+ :	10
PARTAGE LES RESEAUX SOCIAUX : #ERASMUSPLUS	10
LES PRIX ET LABELS :	11
CHAINE YOUTUBE ERASMUS+	11
LES OUTILS ERASMUS +	11
ANNEXE	13
EXEMPLE DE COMMUNIQUE DE PRESSE REALISE POUR LES #ERASMUSDAYS	13

La valorisation est un enjeu important du programme Erasmus + afin de faire connaître ses résultats et ses effets bénéfiques aux décideurs et à tous les acteurs pouvant à la fois être bénéficiaires des fonds Erasmus + ou utilisateurs des résultats de projets.

DISSEMINATION, DIFFUSION, COMMUNICATION : QU'EST-CE QUE C'EST ?

La valorisation est la combinaison de la diffusion, l'exploitation et la transférabilité des résultats du programme et des projets Erasmus +.

La dissémination correspond à la diffusion d'une production, d'une bonne pratique que vous avez pu développer au cours de votre projet. En d'autres mots, la dissémination de votre projet correspond à communiquer sur les résultats de votre projet.

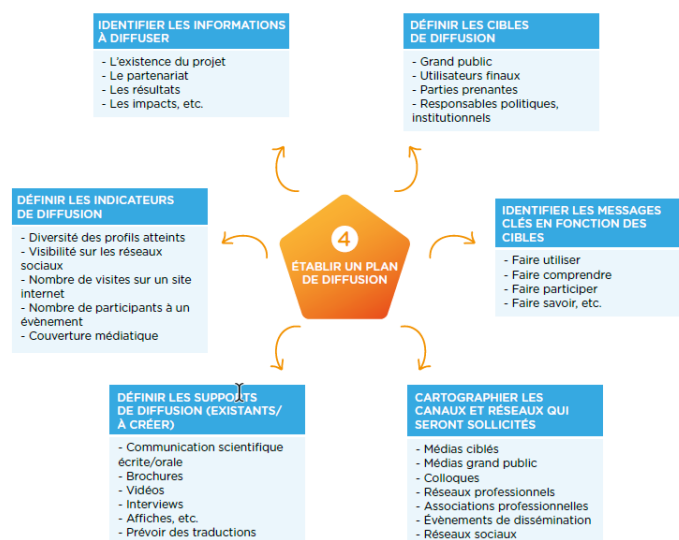
L'impact et la dissémination font partie des principaux critères d'évaluation des candidatures et sont requis pour le rapport final des projets de partenariat. La diffusion et l'exploitation des résultats et des productions du projet vous donnent la possibilité de communiquer et de partager les conclusions et résultats obtenus dans le cadre de votre projet, et ainsi d'accroître son impact, en améliorant sa pérennité et en justifiant la valeur ajoutée européenne d'Erasmus +.

On entend par diffusion un processus planifié de communication d'informations, le plus large possible, sur les résultats du projet et les initiatives menées dans ce cadre. Pour assurer la diffusion efficace des résultats, il convient de mettre en place un plan approprié en début de projet, pour une diffusion à la fois pendant et après la période de financement.

EDITION 22/11/2021

Au-delà de la dissémination, la communication ne concerne pas uniquement les résultats, mais touche au projet en général. Par exemple, les défis sociétaux qu'il adresse en lien avec les quatre grandes thématiques arrêtées par le programme Erasmus+. La communication va vous permettre de valoriser vos actions en ciblant un public plus large et non spécialiste, dont les médias.

Il s'agira donc d'utiliser un langage grand public et moins technique pour que la société comprenne au mieux les tenants et aboutissants du projet.



POURQUOI COMMUNIQUER SUR VOTRE PROJET ?

Pour les porteurs de projet de mobilité (AC1), la communication vous permettra de valoriser votre structure en soulignant la valeur ajoutée que les projets de mobilité apportent à votre établissement (internationalisation, qualité des formations par exemple). Communiquer sur votre projet est également l'occasion de mettre en lumière vos apprenants et vos équipes, en valorisant leurs mobilités et/ou leur travail d'accompagnement. Les participants eux-mêmes peuvent communiquer avant/pendant/après leur mobilité, notamment à travers les réseaux sociaux.

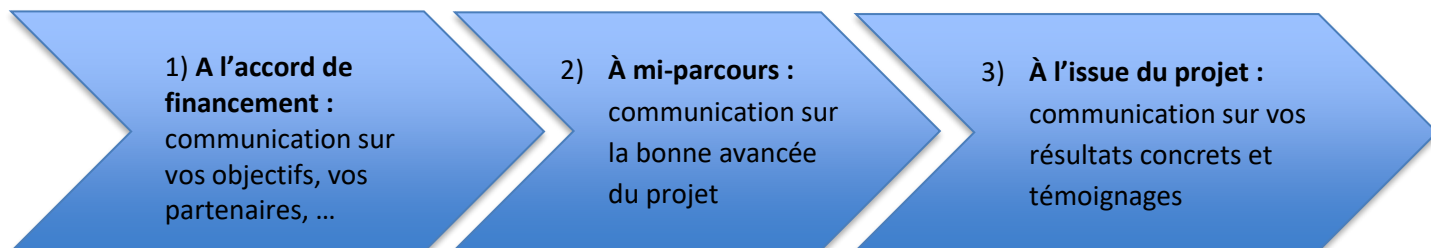
Pour les porteurs de projet de partenariat (AC2), vos actions de communication vous permettront de valoriser les résultats de vos projets structurants et multi-acteurs, mais également vos productions, de partager vos bonnes pratiques et d'inspirer d'autres établissements. Les témoignages des acteurs de votre projet et des participants doivent être au cœur de vos actions : des témoignages simples, enthousiastes, constituent un excellent moyen de mettre en lumière votre projet. En tant que bénéficiaires directs du projet, ils sont à même d'apporter une illustration concrète des impacts générés par votre projet.

Pour les projets de partenariat au cours desquels sont développés des productions intellectuelles, les porteurs disposent **d'un budget de dissémination**. A distinguer des autres actions de communication, les actions de dissémination doivent être ciblées sur la valorisation de ces productions (attention : ces actions de communication ne doivent en aucun être utilisées pour d'autres motifs).

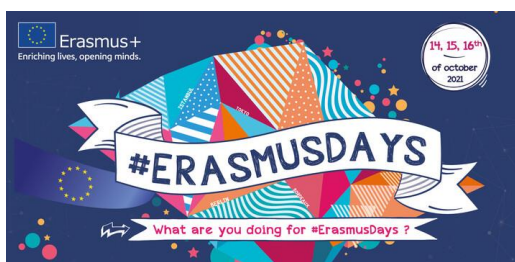
EDITION 22/11/2021

QUAND COMMUNIQUER ?

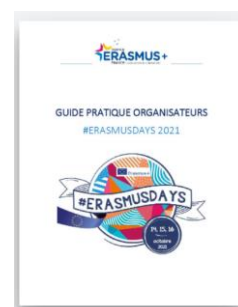
Dans le cadre du cycle de vie projet :



Dans le cadre de temps forts de relayés par l'agence Erasmus+ :



> Au mois d'Octobre, pendant trois jours chaque année les #ErasmusDays sont une opportunité pour les porteurs de projets Erasmus+ de parler de leur projet en créant un événement autour de ce projet, en rassemblant vos partenaires, en informant les parents, élèves, élus ou



autres parties prenantes de vos projets. Vos partenaires étrangers sont également clefs pour la réussite de cet événement européen et international.

Un guide spécifique dédié à la valorisation dans le cadre des #ErasmusDays est disponible :

<https://agence.erasmusplus.fr/publications/erasmusdays-guide-pratique-pour-les-organisateurs/>

COMMENT COMMUNIQUER ?

Vous pouvez vous appuyer sur différents moyens dans votre communication : presse, web, réseaux sociaux, éditorial et création de contenus. Que vous soyez novice ou expert en la matière, à vous de décider quelles actions mettre en place en fonction de vos moyens et de vos compétences.

CONSEIL 1 : LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

RESEAUX SOCIAUX

A l'ère du numérique, communiquer sur les réseaux sociaux apparaît indispensable. Les réseaux sociaux vous permettront de vous faire entendre sur internet à travers des actions simples : la publication d'un article sur votre projet ou encore un tweet présentant une photo des participants de votre projet en action. Aujourd'hui les vidéos sont de plus en plus un support privilégié.

EDITION 22/11/2021



Vous avez déjà des comptes sur les réseaux sociaux ? Commencez par vous appuyer sur ces derniers. Vous pourrez ainsi surfer sur la notoriété de vos comptes ainsi que celle de vos partenaires, si vous faites partie d'un projet AC2. Il n'est pas utile de créer des comptes pour le projet car cela peut prendre des années pour créer une communauté importante.

Le choix des réseaux sociaux sur lesquels vous devez communiquer doit découler de votre cible. En effet, si vous avez une cible professionnelle, privilégiez *LinkedIn* et *Twitter* sur lesquels ils seront présents. Si votre cible est jeune, il faudra porter son choix sur les comptes *Instagram* et *TikTok*. Plutôt qu'une longue explication du projet, il faudra aller à l'essentiel avec des visuels et des vidéos courtes. Ces deux outils seront également des excellents leviers pour encourager la mobilité des jeunes. Enfin, *Facebook* reste une valeur sûre pour cibler le grand public. Pensez à associer les réseaux sociaux de vos partenaires et de votre communauté

VOTRE SITE INTERNET

Partagez l'actualité et les informations liées à l'avancement de votre projet sur votre site internet. Pensez à le mettre à jour au fur et à mesure de l'évolution du projet.

Blog : un blog permet d'expliquer dans les détails, à l'aide de vidéos, de photos et de longs textes, les résultats d'un projet et l'expérience vécue par les participants. Il peut être inséré comme nouvelle page dans un site internet et en augmenter ainsi les consultations.



Pensez également à partager votre actualité sur vos réseaux sociaux. Cela vous permettra de faire connaître votre projet au plus grand nombre et susciter des vocations auprès de candidats à la mobilité, aux échanges virtuels et toute autre activité possible grâce à Erasmus+.

PRESSE

Les relations presse vous seront très utiles pour offrir à votre projet une couverture médiatique. Envoyer un communiqué ou un dossier de presse aux journalistes constituent des actions qui vous donneront de la visibilité dans les journaux locaux, régionaux ou même nationaux !

Presse locale et régionale sont friandes d'événements locaux. Pensez à les associer à votre événement en identifiant un journaliste et en l'invitant à venir vous rencontrer afin de discuter de votre projet. Un exemple de communiqué de presse est proposé en annexe de ce document.

- > contactez le correspondant local ou le journaliste en charge des questions d'éducation, de formation, d'emploi, d'Europe / international ;
- > envoyez quelques jours avant votre événement/ annonce un communiqué de presse et pensez à rappeler le/la journaliste ;
- > accueillez le/ la journaliste avec les participants de votre projet (jeunes, professionnels...) pour un témoignage concret lié à Erasmus+ (évités les discours institutionnels ou liés aux objectifs du projet : valorisez les résultats, les expériences et retours de terrain).

Vous pouvez solliciter le service presse de l'agence Erasmus France Education et Formation, rendez-vous sur [l'espace presse](#)

EDITION 22/11/2021

DEVELOPPER LES RELATIONS PUBLIQUES

Il est important d'inviter élus et décideurs à rejoindre et à soutenir des événements organisés dans les territoires et circonscriptions. Les #ErasmusDays sont par exemple une occasion de développer vos relations publiques et créer de la visibilité autour de votre projet. Vous pouvez également vous appuyer sur vos propres événements et temps de la vie de votre projet. Pensez à associer les élus locaux, les parents, les associations et autres parties prenantes impliquées directement ou indirectement dans votre projet Erasmus+ (logement, accueil, loisirs...).

EDITORIAL ET PRODUCTIONS DE CONTENUS

La création de supports (infographies, fiche, livrets, flyers, ...) est une très bonne option pour présenter votre projet et la partager sur les réseaux sociaux ou lors d'événements.

Comment présenter votre projet :

Pour présenter son projet sur un support de communication il faut éviter de paraphraser les candidatures et ne pas se focaliser sur les objectifs mais dresser un bilan de leur impact et en bref : montrer la plus-value du projet.

Par exemple articuler autour de 3 paragraphes précédés par 3 courts intertitres :

1. Contexte et enjeux

Il s'agit d'une présentation très courte du projet, de son contexte et de son enjeu. S'il est pertinent, le montage du projet peut être évoqué (utilisation d'eTwinning pour la recherche des partenaires, recours aux experts ECVET pour la construction du projet...).

2. Impacts

Il faut expliquer l'impact que le projet a eu sur :

- les individus (élèves, enseignants...) en termes de développement de compétences professionnelles et personnelles ;
- l'établissement en termes de pratiques professionnelles ou de stratégie ;
- le secteur d'activité en ce qui concerne l'évolution et la mutualisation des pratiques et des outils de formation.

PHOTOS ET VIDEOS



Pensez à réaliser des photos qui permettront d'illustrer vos différents modes de communication. Veillez à la qualité de ces photos (prévoir des photos en haute définition pour l'impression et basse résolution pour le web). L'agence Erasmus+ pourra vous solliciter afin d'utiliser certaines des photos pour illustrer votre projet s'il venait à être valorisé par l'agence. (Assurez-vous d'obtenir les droits à l'image).

La vidéo permet de transmettre des messages plus facilement compréhensibles qu'avec seulement quelques lignes de textes. Les téléphones portables et logiciels de montage grand public permettent de rendre ce média accessible à tous. Les vidéos ont l'avantage d'être réutilisables dans le temps et d'être faciles à filmer avec un smartphone. Elles peuvent être utilisées pour témoigner d'une expérience à l'étranger, pour présenter un projet Erasmus+, pour filmer un événement physique...etc. Ces vidéos pourront ensuite être partagées sur les réseaux sociaux, dans un blog ou un site internet...

Un podcast est un nouveau moyen de diffusion. Il permet de voir ou d'écouter sur internet un programme audio ou vidéo. N'hésitez pas à explorer ce support dans vos communications.

EDITION 22/11/2021

CONSEIL 2 : S'ADAPTER A SES CIBLES

Porteur d'un projet de mobilité (AC1) ou d'un projet de partenariat (AC2), vous pouvez initier :

1) Une communication vers les professionnels :

Adoptez une communication valorisant les bénéfices de l'internationalisation de vos enseignements grâce à Erasmus + : impacts observés sur vos équipes, enseignants, élèves.

Informez vos réseaux, vos pairs à travers une communication de résultats : la valorisation des impacts observés et la diffusion de bonnes pratiques recueillies lors de votre projet constituent autant de ressources précieuses pour inspirer d'autres établissements.



2) Une communication grand public:

Appuyez-vous sur les témoignages des participants avant / pendant et après leur mobilité (apprentis, étudiants, enseignants, formateurs, demandeurs d'emploi, maîtres de stage, ...) et partagez-les au grand public à travers des vidéos, des photos que vous pouvez relayer sur vos réseaux sociaux, site internet ou présenter lors d'un événement (exposition, conférence, table ronde...).

Diffuser les résultats de votre projet auprès du grand public constitue un moyen de le sensibiliser à une thématique, d'impliquer la presse sur le sujet et possiblement des élus.

PROJETS DE MOBILITE AC1

La valorisation de vos projets de mobilité peut passer par différents aspects :

- La présentation de votre projet dans le cadre d'événements : portes ouvertes, remise d'Europass en présence des enseignants, tuteurs, parents ;
- La production de contenus (vidéos, blog, obtention d'un article de journal auprès de la presse) ;
- La diffusion de contenus (auprès des réseaux académiques, de conseils d'écoles, de conseils d'administration).

A travers ces différents outils, vous pourrez ainsi valoriser les **qualifications** développées par vos équipes (personnels, enseignants), étudiants et/ou élèves au cours de ces mobilités, ou encore les compétences favorisant l'**employabilité** acquise par vos bénéficiaires. Pour vous inspirer dans votre communication.

PROJETS DE PARTENARIAT AC2

La communication autour des projets de partenariat s'attache très souvent à la **diffusion des productions obtenues** au cours du projet : bonnes pratiques, ressources pédagogiques, études, ...

Elle permet ainsi de disséminer les résultats du projet à plus grande échelle et ainsi que d'autres établissements puissent s'en inspirer et/ou les utiliser.

LES 4 PRIORITES STRATEGIQUES DU PROGRAMME 2021-2027

Vous pouvez vous appuyer sur les quatre priorités choisies dans le cadre de la programmation 2021-2027.

N'hésitez à mettre en avant dans vos communication ces thématiques quand elles sont liées à votre projet. Elles peuvent être un moyen de vulgariser certains aspects techniques de votre projet et associer vos actions à des sujets transverses. Retrouvez les quatre priorités explicitées sur : <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/fr/programme-guide/part-a/priorities-of-the-erasmus-programme>

EDITION 22/11/2021

VOS OBLIGATIONS

LOGOS DE LA COMMISSION EUROPEENNE : IDENTITE VISUELLE DES PROGRAMMES EUROPEENS

Les bénéficiaires d'un financement de l'Union européenne (UE) sont tenus d'afficher le drapeau de l'UE et de mentionner le soutien reçu au titre des programmes concernés de l'UE dans tous leurs supports de communication et de promotion.

L'emblème de l'Union européenne (drapeau) doit être utilisé et le nom de l'Union européenne apparaître en toutes lettres. Le nom du programme Erasmus+ peut apparaître avec le drapeau. La formulation à privilégier est la suivante : « Cofinancé par » ou « Avec le soutien de », suivie de la mention « le programme Erasmus+ de l'Union européenne » à côté du drapeau de l'UE. Exemple : « Cofinancé par le programme Erasmus+ de l'Union européenne » ou « Avec le soutien du programme Erasmus+ de l'Union européenne ».

Pour télécharger les logos davantage de précisions techniques sur l'utilisation du nom du programme de l'UE avec l'emblème européen, les règles en la matière et, vous pouvez consulter le site de l'agence Exécutive Education, Audiovisuel et Culture :

https://www.eacea.ec.europa.eu/about-eacea/visual-identity/visual-identity-programming-period-2021-2027_en



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

Pour les #ErasmusDays, une charte graphique dédiée est accessible sur le site et dans le kit numérique comprenant : des bannières, des images pour vos réseaux sociaux. www.erasmusdays.fr

PLATEFORME DE RESULTATS DE PROJETS EPRP+ :

EPRP+ est la plate-forme de diffusion et d'exploitation des résultats qui offre une vue d'ensemble de tous les projets financés dans le cadre du programme Erasmus+ ainsi que certains projets financés dans le cadre des programmes précédents (Lifelong Learning, Jeunesse en action, Tempus, Erasmus Mundus, etc.).

La plateforme est une base de données européenne qui donne accès aux descriptions, résultats et contacts de tous les projets financés par le programme Erasmus +. Elle permet de diffuser et rendre accessibles ces résultats à un plus large public

Elle est une source d'inspiration et recense un ensemble de bonnes pratiques et de projets de qualité qui peuvent servir d'exemple en termes de communication, d'impact ou de réalisation.

Publier ses résultats sur la plate-forme est recommandé pour tous les projets AC1-Mobilité et obligatoire pour les projets AC2 de partenariats.

Un guide dédié est à disposition des Bénéficiaires pour les accompagner à charger les résultats de leur projet sur cette plateforme de diffusion et d'exploitation des résultats Erasmus+ « Project Results Platform » et à les rendre accessibles à un plus large public

> Retrouvez le guide sur la plateforme <https://monprojet.erasmusplus.fr/> « Guide utilisateur E+PRP - Erasmus + Project Results Platform »

EDITION 22/11/2021

LA VALORISATION PAR L'AGENCE ERASMUS+

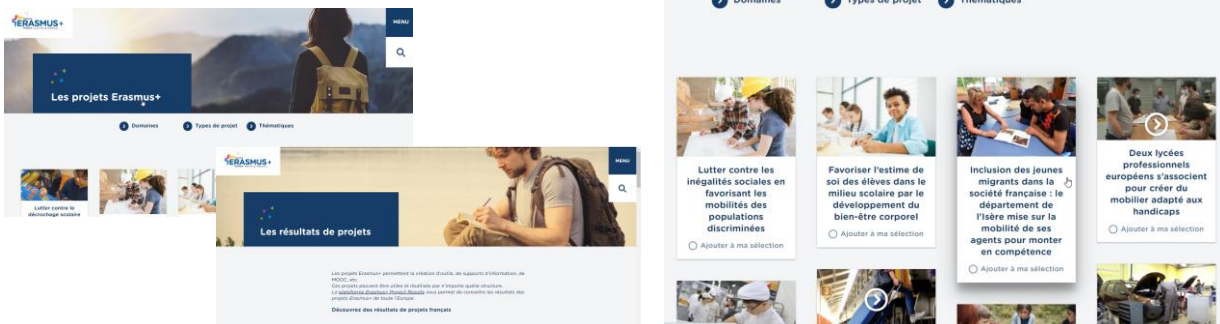
Des projets à haute valeur ajoutée ou à fort impact systémique labélisés [Bonne pratique](#) font l'objet de présentation dans les guides et recueils de projets. Ils sont également valorisés lors des événements organisés par l'Agence ou à l'occasion des tables-rondes et ateliers auxquels les agents participent.



Les **#ErasmusDays** sont un temps fort durant lequel l'agence intensifie sa communication pour valoriser les projets financés par le Programme. Retrouver des [exemples de projets valorisés](#) dans le cadre de l'édition 2021 des #ErasmusDays. En 2022, les #ErasmusDays se dérouleront les 13,14 ,15 Octobre, réservez d'ores et déjà ces dates pour organiser un événement autour de votre projet.

LA GALERIE DE PROJETS ERASMUS+ :

L'agence Erasmus+ valorise des projets labélisés Bonne pratique dans sa galerie de projets et de résultats. <https://agence.erasmusplus.fr/galerie-de-projets/les-projets-erasmus/>



LA NEWSLETTER AGENCE ERASMUS+ :

Une lettre d'information mensuelle relaie des projets bonne pratique.

<https://agence.erasmusplus.fr/newsletter/>

LES PUBLICATIONS ERASMUS+ :

Les recueils de projets produits par l'agence Erasmus+ mettent en lumière des projets par thématiques et territoires par exemple.

<https://agence.erasmusplus.fr/mediatheque/>

PARTAGE LES RESEAUX SOCIAUX : #ErasmusPlus

Lorsque vous évoquez votre projet sur les réseaux, n'hésitez surtout pas à utiliser le hashtag **#ErasmusPlus**, sur lequel nous assurons une veille régulière. Nous pourrions ainsi partager vos contenus et vous assurer une grande visibilité.



Par ailleurs, vous pouvez aussi directement nous taguer sur :

- Facebook : [@ErasmusplusFR](#)
- Twitter : [@ErasmusplusFR](#)

EDITION 22/11/2021

- LinkedIn : [Agence Erasmus + France / Education et Formation](#)
- Instagram : [@agence_erasmus](#)

LES PRIX ET LABELS :

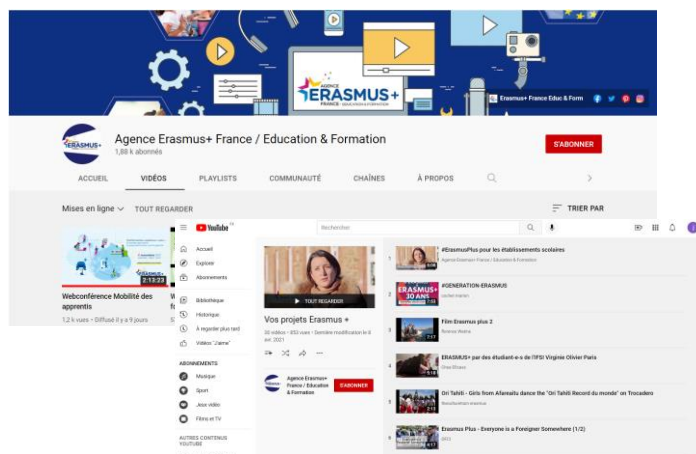
Le prix et labels à l'initiative de l'Union Européenne sont l'occasion de valoriser des projets à fort impact. En France, ils sont sélectionnés sur la base des projets labellisés « bonne pratique ».

- [PRIX EUROPEENS DE L'ENSEIGNEMENT INNOVANT](#) est décerné à des projets du secteur scolaire
- [LABEL EUROPEEN DES LANGUES](#) est décerné à des projets axés sur le multilinguisme

CHAINE YOUTUBE ERASMUS+ :

La chaîne youtube Agence Erasmus+ France / Education & Formation dispose également d'une playlist « [Vos projets Erasmus +](#) » sur laquelle vos vidéos peuvent être répertoriées après validation de son contenu. Contactez Guillaume.Louis@agence-erasmus.fr pour partager vos vidéos

Lors des #ErasmusDays, vous pouvez également exploiter les vidéos de cette chaîne pour une diffusion lors de votre événement ou sur vos réseaux sociaux.



LES OUTILS ERASMUS + :

L'agence Erasmus+ France / Education Formation anime des réseaux d'experts dans les domaines de la formation des adultes, de l'éducation et de la formation professionnelle et propose des outils permettant, notamment, de valoriser les compétences.

Découvrez l'ensemble des outils Erasmus+ au service des projets sur le [site de l'agence française](#)

>**EPALE** : plateforme Erasmus + pour les professionnels de la formation professionnelle continue et de l'éducation des adultes

EPALE offre de nombreuses fonctionnalités utiles aux porteurs de projets Erasmus + : recherche de partenaires, espace projet Erasmus +, dissémination de projets, partage de livrables et d'événements etc.

EPALE
France



Avec plus de 100 000 inscrits, un environnement fiable et sans publicité, EPALÉ est une véritable valeur ajoutée pour communiquer auprès des professionnels de la formation professionnelle continue et de l'éducation des adultes

Découvrez les opportunités offertes sur : <https://epale.ec.europa.eu/fr>

EDITION 22/11/2021

> **eTwinning est une plate-forme qui permet aux acteurs de l'éducation scolaire** des pays européens - enseignants, chefs d'établissement, éducateurs, etc. – de communiquer, coopérer, développer des projets, partager et créer ainsi une communauté d'apprentissage européenne.

<https://www.etwinning.net/fr>



> **Europass est une plateforme de gestion des compétences et des carrières tout au long de la vie.** Europass offre un service global aux utilisateurs, qu'ils soient demandeurs d'emploi, apprenants, bénévoles ou travailleurs : un espace dédié où compiler et partager leurs expériences et compétences, ainsi qu'un accès à toute l'information pour éclairer leurs choix en matière de formation et d'emploi. De plus, Europass offrira aux organismes un nouveau service d'émission de titres numériques pour certifier les compétences et les apprentissages reçus.

<https://europa.eu/europass/fr>



EDITION 22/11/2021

ANNEXE

EXEMPLE DE COMMUNIQUÉ DE PRESSE RÉALISÉ POUR LES #ERASMUSDAYS

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

DATE

Les #ErasmusDays au Collège xxxxxx

Résumé : qui fait quoi quand où

Le Collège xxxxxorganise un événement vendredi 15 octobre 2021 dans le cadre des #ErasmusDays.

Description de votre événement

Professeurs, élèves et parents d'élèves se réuniront autour de divers ateliers, un chant de l'hymne européen et un débat sur l'Europe. Des représentants des Jeunes Européens et de la Maison de l'Europe de Paris seront également présents.

Description de votre établissement et de votre projet Erasmus +

Situé en Réseau d'Éducation Prioritaire (Paris 18^{ème}), le Collège xxxxx mène un projet Erasmus + sur la mixité sociale et le statut de citoyen européen, en partenariat avec des collèges en Roumanie et en Espagne.

Brève description des #ErasmusDays ou du contexte national dans lequel votre événement s'inscrit :

Les #ErasmusDays sont une fête européenne et citoyenne, initiée par l'Agence Erasmus+ France / Education Informations sur www.erasmusdays.eu

Détails pratiques de votre événement

Horaire :

Lieu :

Lien : site internet relais

Contact au Collège xxxxx Monsieur/Madame ... email / tel

Contact presse xxxxxx : Monsieur/Madame ... email / tel

EDITION 22/11/2021