Guide de Communication

Comment parler publiquement de votre financement Gavi

PUBLIC

Juillet 2025

Gavi The Vaccine Alliance

mannion daniels

Oxford Policy Management

Introduction **2**

Section Une : Communiquer sur votre financement **2**

Les principes de base : Quels sont les moments opportuns pour communiquer ? 2

Annoncer son financement (1) 3
- Les moyens de communication usuels des bénéficiaires sont : 3
- Le contenu doit comporter : 3

Communiquer sur l'impact : Ce qu'il faut communiquer (2) 3
- Communications et capitalisation de connaissances : une même démarche 4
- Evaluation des communications par les bénéficiaires, aux stades de l'annonce et de la communication d'impact 4

Section Deux : Comment les récits d'impact seront-ils utilisés ? **5**

Les possibilités d'aide pour vos communications 5

Photos, vidéos et droit à l'image 6

Section Trois : Boîte à outils des bénéficiaires **6**

Les messages clé 6
- Qui est Gavi ? 6
- Qu'est-ce que le mécanisme de gestion du Fonds OSC de Gavi ? 6
- Quels types d'OSC sont concernés par ce mécanisme de financement ? 6
- Qui participe à la gestion du mécanisme de financement des OSC pour le compte de Gavi ? 7
- Informations supplémentaires 7

L'usage de la marque par les bénéficiaires 7
- Utilisation du logo et des slogans textuels de Gavi 7
- Exigences relative à l'usage de la marque sur les gros équipements 7
- La marque Gavi 7
- Logo Gavi et éléments graphiques associés 8
- Exemples d'infographies pour les réseaux sociaux et de textes associés 8
- Contenu textuel pour les réseaux sociaux 11
- Hashtags 11
- Echanges entre l'équipe Communication de MannionDaniels et les bénéficiaires 11
- Qui contacter ? 11

Introduction

Le mécanisme de gestion du Fonds OSC de Gavi a pour objectif d'identifier les enfants zéro-dose et d'en réduire le nombre, tout en soutenant les organisations de la société civile (OSC) qui contribuent à étendre la couverture vaccinale.

Les organisations qui bénéficient d'un financement Gavi sont tenues d'en faire état systématiquement dans tous leurs supports de communication écrits et leurs déclarations orales liés au projet financé. Il leur est également demandé de communiquer sur l'impact du projet à des moments précis de son cycle de vie.

Utiliser le logo d'un bailleur et mentionner la source du financement dans les communications associées à un projet permet à l'organisation de justifier de l'origine des fonds qu'elle reçoit ou qu'elle a reçus. C'est un élément de crédibilité qui l'aidera à influencer et à solliciter les différentes parties prenantes.

Par exemple :

- Vis-à-vis des participant·es au projet
- Vis-à-vis des différents acteurs, qu'ils relèvent ou non du secteur
- Dans le cas du mécanisme Gavi de financement des OSC, vis-à-vis des gouvernements et des partenaires de l'Alliance, comme l'OMS ou l'équipe PEV (Programme Elargi de Vaccination) du pays.

Ce document est conçu pour aider les bénéficiaires à intégrer les activités de communication dans la structure de leur projet et dans les activités de leur organisation. Pour y parvenir pleinement, il est recommandé de tenir compte des activités de communication décrites ci-dessous dans le budget du projet.

Section Une : Communiquer sur votre financement

Les principes de base : Quels sont les moments opportuns pour communiquer ?

Il est demandé aux organisations bénéficiaires de considérer et communiquer sur leur financement et l'avancement de leur projet à deux moments clé :

1. **Après la signature de l'Accord de financement et sa transmission à Gavi**
   - Les bénéficiaires recevront un email de MannionDaniels confirmant la signature et l'officialisation de l'Accord de financement. A compter de la réception de cet email, le financement peut faire l'objet d'une reconnaissance publique : plus de détails au paragraphe *Annoncer son financement (1).*
2. **A la clôture du projet**
   - Les bénéficiaires recevront un email de l'équipe Communication de MannionDaniels environ trois mois avant la date prévue du dépôt du rapport final du projet : plus de détails au paragraphe *Communiquer sur l'impact (2).*

Au-delà de ces moments clé, les communications sont encouragées tout au long du déploiement du projet financé par Gavi. L'organisation peut par exemple souhaiter partager sur les réseaux sociaux une activité de sensibilisation communautaire qui aurait été filmée. Ces contenus n'ont pas à être vérifiés par MannionDaniels avant chaque publication, mais il existe un ensemble de règles à respecter pour assurer la cohérence des messages : plus de détails au paragraphe *Boîte à outils des bénéficiaires.*

Il est par ailleurs demandé aux bénéficiaires de recueillir des récits illustrant les progrès, l'impact et les changements constatés, qui seront transmis à leur gestionnaire de subvention dans le cadre du rapport descriptif du reporting semestriel. Des indications plus précises à ce sujet sont disponibles.

Annoncer son financement (1)

Une fois l'Accord de financement signé et transmis à Gavi, l'organisation entre dans la phase active de son projet. A ce stade, elle est encouragée à déterminer de quelle façon elle communiquera sur le financement obtenu auprès de ses soutiens. L'équipe Communication de MannionDaniels la contactera par email avec des conseils plus ciblés.

A l'issue de ces échanges, le ou la bénéficiaire développe généralement un bref plan de communication d'annonce, présentant les dates des différents communiqués prévus ainsi que le contenu envisagé / les produits escomptés. Ce plan doit être transmis par email à l'équipe Communications de MannionDaniels pour avis / validation **avant d'être déployé**. Voir les *coordonnées de contact* à la fin du présent document.

Les moyens de communication usuels des bénéficiaires sont :

- Leur propre présence en ligne –site internet et/ou réseaux sociaux de l'organisation (Facebook, LinkedIn, Twitter, par exemple) selon les cas
- Les emails ou publications à l'attention des sympathisant·es
- Les médias – locaux, nationaux (si vous l'estimez pertinent)
- Les acteurs sectoriels – l'équipe PEV du pays de mise en œuvre.

Le contenu doit comporter :

- Le montant du financement
- La durée du projet
- La région et les districts (ou le pays, si pertinent) où le projet sera déployé
- Les objectifs du projet
- Les données statistiques de la couverture prévue pour le projet
- Le logo Gavi et les éléments textuels associés.

Communiquer sur l'impact : Ce qu'il faut communiquer (2)

L'équipe Communication de MannionDaniels rappellera les attentes aux bénéficiaires trois mois avant la date de clôture du projet.

Au terme de ces échanges, les bénéficiaires développeront un bref plan de communication (similaire à celui élaboré pour annoncer le financement) qui présentera les dates prévues des différents communiqués et les produits attendus de cette **communication sur l'impact**.

Un bon plan de communication organisationnel à la clôture du projet utilisera vraisemblablement les canaux suivants :

- Les supports propres au bénéficiaire – site internet, réseaux sociaux, newsletter
- Les médias – locaux, nationaux (si pertinent)
- Les réseaux sectoriels – l'équipe PEV du pays de mise en œuvre du bénéficiaire

Le contenu conseillé est le suivant :

- Une référence au financement et à son origine (le mécanisme Gavi de financement des OSC)
- Qui était le groupe cible du projet et pourquoi
- Les progrès accomplis au terme du projet et les enseignements qui en ont été tirés
- Les changements éventuels (changement d'attitude, par exemple) observés chez le groupe cible (du fait du financement)
- Des données statistiques s'il y en a (elles devront être préalablement vérifiées par le ou la gestionnaire de subvention)
- Des photos ou éléments graphiques pertinents susceptibles d'être utilisés dans le rapport d'impact destinés aux partenaires de Gavi.
- Le logo Gavi.

Communications et capitalisation de connaissances : une même démarche

La capitalisation de connaissances est un élément essentiel tant du mécanisme de financement Gavi que du processus plus large de suivi des résultats et d'évaluation. Capitaliser des connaissances contribue également à communiquer sur l'impact, à démontrer son expertise en matière de vaccination et à rendre les communications du bénéficiaire plus personnelles et plus convaincantes.

Dans le Cahier de projet de Gavi, il est demandé aux OSC de définir trois axes d'apprentissage stratégiques liés à leur projet. Parallèlement, il convient de réfléchir à comment exploiter les retours d'expérience issus du projet : l'une des façons de le faire est de les diffuser par le biais des réseaux sociaux, de blogs, de vidéos, de newsletters ou d'articles. Le partage des retours d'expérience ne doit pas nécessairement être très technique – en fonction du public visé, les bénéficiaires peuvent préférer les diffuser sous des formes créatives, comme une infographie, une œuvre d'art murale ou un spectacle vivant.

L'approche choisie pour communiquer sur les enseignements tirés du projet doit être discutée avec le ou la gestionnaire de subvention lors de la mise au point du Cahier de projet, puis lors des étapes clé tout au long du déploiement.

Evaluation des communications par les bénéficiaires, aux stades de l'annonce et de la communication d'impact

Il est utile d'analyser l'efficacité du déploiement d'un plan de communication et d'en faire part à l'équipe Communications de MannionDaniels, en particulier s'agissant de réunir des preuves pour démontrer la valeur de l'investissement à l'ensemble du secteur.

Les statistiques utiles sont entre autres :

- Le taux d'interaction
- Le taux d'ouverture
- Le taux de rétention
- Les impressions.

Section Deux : Comment les récits d'impact seront-ils utilisés ?

L'équipe Communication de MannionDaniels a pour mission d'amplifier la diffusion des progrès et de l'impact obtenus par les projets – *via* les récits de changement peut-être – à travers différents canaux. Les formats pressentis sont :

- Des actualités – diffusées à l'équipe Gavi pour être partagées sur le site internet de Gavi ou sur celui du mécanisme en faveur des OSC par exemple ;
- Des études de cas issues des projets – elles seront essentiellement dérivées du contenu des communications d'impact des bénéficiaires lors de la clôture de leur projet, et partagées avec les équipes Pays du mécanisme de financement Gavi ;
- Des coups de projecteurs sur des pays ou des projets en particulier, qui mettront en valeur les résultats des financements ;
- La newsletter des bénéficiaires du mécanisme Gavi de financement des OSC ;
- Du contenu destiné aux réseaux sociaux.

La contribution des bénéficiaires à cette diffusion élargie se fera par le bais de leurs communications d'annonce et d'impact ainsi que de leurs rapports semestriels transmis à leur gestionnaire de subvention. Des contributions additionnelles en dehors de ces périodes sont également toujours les bienvenues et seront prises en compte en vue d'être diffusées.

Les possibilités d'aide pour vos communications

Les OSC soutenues par Gavi n'ont pas toutes nécessairement une équipe Communication interne. L'équipe Communication de MannionDaniels se met à la disposition des OSC pour les aider à tirer le meilleur parti de leurs activités. Des guides et conseils complémentaires pourront être préparés en fonction des besoins, par exemple pour :

- Aider à évaluer les canaux de communication existants sur les réseaux sociaux et à identifier les opportunités de faire connaître plus largement le travail de l'OSC, entre autres ;
- Aider à créer des communications d'impact efficaces, incluant des infographies et des contenus vidéo ou écrits.

Pour organiser ce soutien, les bénéficiaires devront s'adresser dans un premier temps à leur gestionnaire de subvention qui les orientera vers la personne de contact appropriée pour aller plus loin.

Photos, vidéos et droit à l'image

Un consentement écrit au droit à l'image doit être obtenu pour toute photo ou vidéo. Si un·e mineur·e de moins de 18 ans y apparaît, une autorisation doit être demandée à sa·son responsable légal·e adulte. Toutes les photos prises sur un téléphone personnel doivent être transférées vers un espace de stockage centralisé et sécurisé, et supprimées dès que possible du terminal personnel. Des instructions plus détaillées peuvent être fournies en cas de besoin. Pour des indications plus détaillées sur le bon usage de la photographie et notamment des photos de vaccination, veuillez vous référer aux Directives sur l'usage de la marque de Gavi, à télécharger depuis la bibliothèque multimédia en ligne.

Section Trois : Boîte à outils des bénéficiaires

Les messages clé

Ci-dessous les messages clé à faire passer à travers les communications d'annonce (1) et d'impact (2) des bénéficiaires.

Qui est Gavi ?

- Gavi, l'Alliance du Vaccin, est un **partenariat public-privé** initié en l'an 2000, qui contribue à vacciner plus la moitié des enfants du monde contre des maladies parmi les plus létales.
- La mission de Gavi est de **sauver des vies et protéger la santé des populations en développant le recours durable et équitable à la vaccination**.
- Gavi joue un rôle clé pour **améliorer la sécurité sanitaire mondiale** en soutenant les systèmes de santé et en finançant les stocks mondiaux de vaccins contre Ebola, le choléra, le méningocoque et la fièvre jaune.
- Gavi a pour ambition de **protéger la prochaine génération**.

Qu'est-ce que le mécanisme de gestion du Fonds OSC de Gavi ?

Afin d'accroître la couverture vaccinale dans les pays à faible revenu, Gavi a lancé un mécanisme offrant la possibilité aux organisations de la société civile (OSC) de solliciter un financement directement auprès de Gavi. Ces opportunités prennent la forme d'appels à propositions spécifiques par pays, ainsi que de financements à source unique pilotés par les pays et approuvés par les gouvernements. Cette approche reflète l'engagement plus large des gouvernements à valoriser le rôle des OSC dans l'extension des services de vaccination à toutes les communautés.

Le mécanisme de financement permettra à Gavi de nouer des liens et de collaborer avec un ensemble varié d'OSC pour atteindre des communautés plus nombreuses et plus diverses dans les pays éligibles.

Quels types d'OSC sont concernés par ce mécanisme de financement ?

Des ONG nationales, locales et internationales seront chargées de mettre en œuvre des projets de vaccination axés sur l'augmentation de la demande, l'engagement communautaire et la prestation de services.

Qui participe à la gestion du mécanisme de financement des OSC pour le compte de Gavi ?

Gavi est appuyé par MannionDaniels, consultant d'envergure mondiale dans le domaine social et sanitaire, en collaboration avec son partenaire de consortium Oxford Policy Management (OPM), qui ont pour mission de concevoir les appels à projets, de sélectionner les candidatures et de gérer les subventions.

Informations supplémentaires

- Le mécanisme de gestion du Fonds OSC de Gavi
- MannionDaniels
- Oxford Policy Management

L'usage de la marque par les bénéficiaires

Utilisation du logo et des slogans textuels de Gavi

Les organisations bénéficiant d'un financement du mécanisme de gestion du Fonds OSC Gavi sont tenues de faire apparaître le logo Gavi à chaque référence à leur projet subventionné. Toutefois, le logo ne peut être utilisé que tant que la subvention est active. Après le terme du financement et la clôture du projet, il ne doit plus être utilisé.

Voici des exemples d'utilisation :

- Sur le site internet de l'organisation
- Dans les infographies et les textes associés sur les réseaux sociaux
- Lors d'un webinaire vidéo* ou en ligne

*Dans le cas d'une vidéo, il convient néanmoins de spécifier clairement que Gavi a financé le projet et non la vidéo.

Exigences relative à l'usage de la marque sur les gros équipements

L'apposition du logo Gavi sur les équipements du projet financé doit être réfléchie. Elle est soumise à la validation du gestionnaire du fonds MannionDaniels et parfois également de Gavi, l'Alliance du Vaccin. Il est demandé aux bénéficiaires de remplir à cet égard une Déclaration relative à l'usage de la marque, pour laquelle des instructions détaillées sont fournies.

La marque Gavi

Le nom complet est *Gavi, l'Alliance du Vaccin*. L'abréviation appropriée est "l'Alliance", à utiliser lorsque le contexte s'y prête. Lors de la première mention, utiliser le nom complet *Gavi, l'Alliance du Vaccin*. L'abréviation "Gavi" fait référence à l'Alliance dans son ensemble.

Correct	Gavi, l'Alliance du Vaccin
Incorrect	Gavi l'Alliance du Vaccin (manque la virgule entre 'Gavi' et 'l'Alliance')
Incorrect	Gavi, L'Alliance du Vaccin (la lettre « l' » doit être en minuscule)

Logo Gavi et éléments graphiques associés

Pour des informations précises concernant le logo Gavi et les exigences techniques associées (par exemple, le format de fichier, les dimensions, la couleur de fond), les bénéficiaires sont invités à se référer aux Directives sur l'usage de la marque, téléchargeables depuis la bibliothèque multimédia en ligne.

Ci-dessous quelques principes généraux :

- La taille minimale requise du logo est de 30 mm de large.
- Utiliser chaque fois que possible la version couleur du logo sur un fond blanc.
- Lorsque le logo Gavi est utilisé conjointement à d'autres, tous les logos doivent être affichés dans des proportions identiques, au même niveau et avec la même prééminence.
- S'il s'agit d'un évènement / d'une initiative / d'un programme Gavi, le logo Gavi doit figurer en premier.
- S'il ne s'agit pas d'un évènement / d'une initiative / d'un programme Gavi, les logos doivent apparaître dans l'ordre correspondant à l'importance du soutien fourni (le principal soutien en premier).
- S'il s'agit d'une action co-financée / co-hébergée / co-soutenue à parts égales par Gavi et d'autres partenaires, les logos doivent apparaître par ordre alphabétique (sauf accord contraire entre les partenaires)

Exemples d'infographies pour les réseaux sociaux et de textes associés

Nous avons créé des modèles d'infographies que les bénéficiaires peuvent adapter selon leur propre charte graphique en fonction des besoins de leur organisation et de leur projet. Ces modèles sont disponibles sur Canva. Pour les bénéficiaires n'ayant pas encore de compte Canva, il est possible d'en créer un gratuitement sur canva.com

En bref :

- L'exemple ci-dessous **d'infographie au format paysage** est adapté à Facebook ou Twitter. Il est mis à la disposition des bénéficiaires, qui pourront le personnaliser et l'utiliser selon leurs besoins, via ce lien de partage sur Canva.



- L'infographie ci-dessous est adaptée à un post LinkedIn par exemple. Le modèle est accessible en suivant ce lien de partage sur Canva.



- Les deux **infographies carrées** ci-dessous sont adaptées à Instagram, Facebook et Twitter par exemple. Elles sont accessibles via ce lien de partage sur Canva.





s

Ces créations sont mises à la disposition des bénéficiaires sur Canva. Certains éléments, comme les photos et les textes, sont personnalisables pour s'adapter au projet en question.

A noter : l'utilisation de ces infographies n'est **pas** obligatoire, chaque bénéficiaire peut utiliser ses propres signes distinctifs et couleurs, et utiliser la plateforme de son choix pour créer ses communications. Cependant, après validation de la Déclaration relative à l'usage de la marque, le logo Gavi devra être utilisé selon les dispositions convenue, accompagné du texte approprié (voir exemple ci-dessous).

Contenu textuel pour les réseaux sociaux

Voici un exemple de texte pour accompagner des infographies et posts sur les réseaux sociaux, (comme ceux présentés ci-dessus) :

Nous avons une annonce à faire ! Gavi, l'Alliance du Vaccin nous a octroyé 1 million de $ pour vacciner 50 000 enfants de moins de 5 ans à Amhara à partir de septembre !

Pour découvrir ce formidable nouveau projet rendez-vous sur www.examplewebsiteaddress.com

#GaviCSOFunding

Hashtags

Nous vous prions d'inclure le premier hashtag dans tous vos posts sur les réseaux sociaux, chaque fois que possible. Les autres hashtags sont présentés à titre d'exemple.

- **#GaviCSOFundManagerMechanism**
- #CSOFunding
- #VaccinesWork / #LesVaccinsCaMarche
- #VaccinesByGaviCSOs
- #MannionDaniels

Echanges entre l'équipe Communication de MannionDaniels et les bénéficiaires

L'équipe Communication de MannionDaniels contactera les bénéficiaires essentiellement par email. Le nom et l'adresse électronique de la personne de contact sont ceux liés au compte Grantelope de l'organisation bénéficiaire ; il est important que ces informations soient tenues à jour.

Qui contacter ?

Pour toute question ou demande de soutien en matière de communications, les bénéficiaires sont invité·es à contacter dans un premier temps leur gestionnaire de subvention ou à écrire à

communications-gavi-cso@manniondaniels.com