

# PHASE

PLATFORM ON HUMANITARIAN AID  
FOR A SUSTAINABLE EMPOWERMENT



## Diffusion et démultiplication des projets de volontariat dans un contexte d'aide humanitaire



EU Aid Volunteers  
We Care, We Act



# Sommaire

Introduction 3

Diffusion 4

- 1 Processus de diffusion et de visibilité actuels des organisations d'accueil 5
- 2 Groupes ciblés par l'organisation d'accueil pour les activités de diffusion et de visibilité 5
- 3 Contenus relatifs aux activités de diffusion et de visibilité 6
- 4 Méthodes et canaux de diffusion des informations 7
- 5 Narration d'histoires 7
- 6 Rapports de projet 8
  - Conclusion 9

Démultiplication 10

- 1 Formation et informations sur l'initiative EU Aid Volunteers 11
- 2 Préparation de l'événement multiplicateur 12
- 3 Organisation de l'événement 13
  - Conclusion 13

Conclusion générale 15



## Introduction

Le projet de renforcement des capacités PHASE, coordonné par ADICE et s'inscrivant dans le cadre de l'initiative EU Aid Volunteers, vise entre autres à multiplier les impacts et à renforcer la visibilité des projets de volontariat dans un contexte d'aide humanitaire.

Pour atteindre ces résultats, il est essentiel d'élaborer des méthodes et des outils efficaces pour la mise en place d'évènements de diffusion et de démultiplication (réunions d'information et séminaires de formation).

La qualité des méthodes de diffusion et de communication contribue en grande partie à la réussite d'une organisation humanitaire en renforçant son professionnalisme.

Une organisation peut utiliser des outils très variés pour améliorer ses modes de communication et de diffusion, qui lui permettront de diffuser efficacement ses messages, renforcer sa crédibilité et sa durabilité, de réunir et de collaborer avec différents acteurs etc.

Les évènements multiplicateurs visent à faire connaître le programme EU Aid Volunteer aux communautés locales (expérience, compétences et capacités acquises).

Ainsi, l'organisation peut transmettre les principes de ce programme et présenter les outils et méthodes de gestion du volontariat aux nouvelles organisations d'accueil potentielles. Il est important de rappeler l'utilité d'un bon système de diffusion aux organisations dans leur ensemble.





## CHAPITRE 1

# Diffusion

La diffusion permet de semer des graines : des informations et des compétences qui sont également utiles au public ciblé. Elle consiste à transmettre les connaissances acquises grâce au projet en cours à un public plus large.

La diffusion et la communication, lorsqu'elles sont bien gérées, représentent des piliers essentiels pour une organisation humanitaire. Dans un contexte humanitaire (comme dans de nombreuses autres situations), il est essentiel d'agir en toute transparence et de présenter les résultats, les meilleures pratiques et les enseignements tirés des interventions et des situations concrètes à un large public et aux donateurs. Une communication de qualité renforce la crédibilité de l'organisation d'accueil et contribue à sa durabilité. Si l'organisation humanitaire réussit à informer efficacement sur la situation d'une région, d'autres acteurs pourront répondre aux besoins sur le terrain.

Ce chapitre fournit des informations utiles et présente les outils et meilleures pratiques concernant la mise en place de procédures de diffusion efficaces.

## 1. PROCESSUS DE DIFFUSION ET DE VISIBILITÉ ACTUELS DES ORGANISATIONS D'ACCUEIL

Pour commencer, il est utile d'identifier le panorama actuel des méthodes de communication des organisations d'accueil et d'examiner comment les volontaires de l'EU Aid Volunteers sont représentés. Les futurs volontaires sont incités à participer aux activités de diffusion. Étant donné que la plupart des volontaires utilisent les médias sociaux, il est préférable de leur en parler avant qu'ils démarrent leur mission.

L'organisation d'accueil doit définir de quelle manière utiliser les photos, vidéos, storytelling et logos des partenaires.

Comment diffuser les résultats des activités d'un projet ? Comment promouvoir ses activités de communication / diffusion ? Qui agit généralement en tant que représentant de l'organisation d'accueil ? Toutes les personnes de l'organisation d'accueil sont-elles prêtes à représenter l'organisation en cas de nécessité ?

L'organisation a-t-elle organisé des réunions d'information sur la communication avec ses volontaires ? A-t-elle rencontré des problèmes suite à une mauvaise communication des volontaires dans l'organisation d'accueil ? A-t-elle des histoires de réussite à raconter ?

L'analyse SWOT permet d'obtenir une vue d'ensemble des moyens mis en œuvre par l'organisation d'accueil en matière de visibilité et de diffusion.

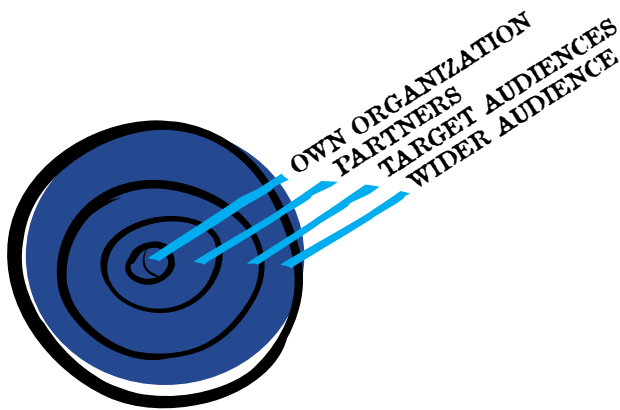
Lors de l'analyse SWOT, il est important que l'organisation d'accueil se concentre sur les aspects qui concernent la communication et la diffusion et non sur l'examen de ses points forts ou de ses faiblesses. L'organisation d'accueil doit se focaliser sur son personnel. Il est important de préciser si un membre de son personnel prend en charge les activités de diffusion (forces) ou si elle compte sur l'aide de l'EU Aid Volunteers pour réaliser ses activités de communication (opportunités).



## 2. GROUPES CIBLÉS PAR L'ORGANISATION D'ACCUEIL POUR LES ACTIVITÉS DE DIFFUSION ET DE VISIBILITÉ

L'organisation d'accueil doit déterminer "le groupe à cibler pour mener les activités de diffusion" : la communauté concernée, qui portera plus efficacement les messages.

Le graphique suivant symbolise la manière dont les messages sont diffusés dans le public. Il est plus facile d'atteindre le public local, et les messages trouvent un écho plus important s'ils sont transmis par leur intermédiaire. Il est plus difficile d'atteindre des publics plus éloignés.



C'est une tâche quasi impossible si les petits cercles ne pas impliqués.

Le centre du graphique représente l'organisation d'accueil. Cette dernière doit toujours veiller à ce que tous les acteurs de son ONG se trouvent sur la même page.

Elle doit s'assurer que ses employés/collègues sont tous informés des projets et des activités actuellement menés.

Cela peut sembler évident, mais les directeurs de projets sont souvent trop absorbés dans leur travail pour se rendre compte de ce qui se passe autour d'eux, ce qui représente un point faible : un collaborateur mal informé peut répondre à des questions de manière erronée

ou porter préjudice à un projet en le faisant paraître comme étant secondaire.

Heureusement, les employés sont plus proches de l'organisation d'accueil et sont mieux informés.

Ils représentent le public le plus restreint de l'organisation, comme le sont les partenaires de l'organisation d'accueil.

L'organisation doit profiter de toutes les occasions (réunions, coactivités) pour transmettre les messages les plus importants du moment. Elle peut trouver des moyens de coopérer ou simplement relayer l'information.

Elle doit ensuite atteindre un public plus large, ses "clients idéaux".

Le cercle le plus large représente le grand public, qui ne peut être informé que par le biais d'une mobilisation accrue d'efforts et de ressources.

Il est impossible d'atteindre le même niveau de diffusion des informations qu'au sein de l'organisation, mais il est possible de s'en rapprocher en veillant à ce que les messages soient diffusés efficacement dans les petits cercles.

### 3. CONTENUS RELATIFS AUX ACTIVITÉS DE DIFFUSION ET DE VISIBILITÉ

Après avoir identifié les principaux groupes cibles, il convient de préparer les messages adaptés, en veillant à ce qu'ils soient très concis – il est toujours possible d'ajouter des adjectifs ou des mots plus longs ultérieurement, mais les messages doivent être les plus clairs possibles.

Si le message ne tient pas sur un post-it, cela signifie qu'il n'est pas clair pour l'organisation d'accueil et par conséquent pour son public.

L'organisation d'accueil peut s'entraîner à créer des messages clairs sur des post-its. Un message doit comprendre entre un et cinq phrases et doit expliquer en quoi consiste l'initiative EU Aid Volunteers et pourquoi l'organisation d'accueil y prend part. Il s'agit de semer des "graines" dans l'opinion en transmettant les informations qui sont utiles pour le public. Le message doit être très concret.

Les messages doivent être clairs et uniformes dans l'organisation afin que tout le monde soit sur la même longueur d'onde. Lorsque cela s'avère nécessaire ou lorsque cela est possible, les volontaires peuvent également être informés des messages principaux du projet / organisation.

## 4. MÉTHODES ET CANAUX DE DIFFUSION DES INFORMATIONS

Pour adapter les messages au public visé par l'organisation d'accueil, il est nécessaire de disposer d'outils adaptés.

L'organisation d'accueil doit savoir qu'il ne suffit pas d'appliquer une méthode/outil, aussi efficace et performante soit-elle. Le public ciblé doit recevoir des informations de divers canaux afin d'en renforcer l'impact. Par exemple, une bonne vidéo sur EU Aid Volunteers peut devenir virale et l'organisation d'accueil peut constater une augmentation du nombre de visites sur son site web. Mais si les visiteurs ne trouvent aucune information sur les volontaires, ils risquent rapidement de se désintéresser du sujet. L'inverse est vrai : même si le site de l'organisation présente des informations détaillées, il est nécessaire que ces dernières soient relayées dans les réseaux sociaux. Si ce n'est pas le cas, cela peut sembler être une activité passive de l'organisation et le public peut s'en désintéresser rapidement.

En pratique, l'organisation d'accueil peut choisir l'un des groupes de public, l'associer à l'un de ses messages et chercher la méthode ou l'outil le mieux adapté dans les cartes. Si elle ne trouve aucune carte satisfaisante, elle peut en créer une.

WEBSITE	YOUTUBE VIDEO	FACEBOOK VIDEO f
FACEBOOK PHOTO POST f	FACEBOOK GALLERY f	TWEET t
CONFERENCE PRESENTATION	EXHIBITION (Photos, drawings...)	NEWSLETTER
PRESS RELEASE	OPINION ARTICLE	BLOG POST
INTERVIEW (Local media)	INTERVIEW (National media)	INTERVIEW (International media)
FLYER / BROCHURE	EVENT (At your office)	EVENT (Public venue)
TALKING TO PEOPLE ON THE STREET	EVENT (Home office)	

## 5. NARRATION D'HISTOIRES

Le storytelling est un outil utile pour les ONG car il permet de clarifier les objectifs et les activités des organisations d'accueil grâce à des exemples éclairants. Il crée des relations émotionnelles et peut être utilisé pour présenter un sujet complexe ou des nouvelles idées au public.

La plupart des organisations sont tous les jours en contact avec des histoires personnelles émouvantes. L'organisation d'accueil doit noter ces histoires et déterminer si elles peuvent être racontées publiquement.

Pour qu'une histoire ait des répercussions positives, il est important de respecter la dignité des parties prenantes. Si l'organisation d'accueil abuse de la confiance des personnes, il est évident qu'elle obtiendra un résultat inverse à celui qu'elle attendait.

Si l'organisation d'accueil identifie une histoire à raconter, elle doit demander à la personne concernée la permission de la partager avec le public, dans les médias sociaux ou dans la presse.

Lorsque l'histoire traite d'un sujet sensible, il est essentiel de lui demander si elle autorise l'utilisation de son vrai nom ou si elle souhaite rester anonyme. Cela s'applique également aux photos : il est interdit d'utiliser la photo d'une personne si elle n'a pas été préalablement informée de sa publication. Les médias sociaux atteignent un large public et l'organisation d'accueil ignore peut-être les conséquences que la publication de son histoire peut entraîner pour cette personne ou ses proches.

L'histoire doit démontrer que la personne concernée cherche activement des solutions à ses problèmes. De cette manière, sa dignité est préservée et le public a envie d'aider la personne à réaliser ses objectifs.

Une bonne histoire doit reposer sur une narration qui touche le public.

Une bonne narration doit comprendre :

- Une personne ou une population représentative,

- Des problèmes à résoudre,
- Des objectifs pour la personne,
- Des solutions compréhensibles et claires,
- Un appel à l'action : ce que le public peut faire pour aider.

Pour illustrer les histoires et le travail de l'organisation d'accueil, les photos et les vidéos sont très importantes. Pour atteindre les meilleurs résultats, il convient de se rappeler que si les bonnes photos peuvent faire des miracles, les mauvaises photos peuvent déconcerter le public.

## 6. RAPPORT DE PROJET

Pour réaliser des rapports éclairants, l'organisation d'accueil doit définir ses exigences en matière de reporting. Il est important de déterminer





préalablement quels types d'informations sont attendues.

Ceci permet de sélectionner les instruments les mieux adaptés pour la collecte des données et la présentation.

L'organisation d'accueil peut tout d'abord consulter le rapport de diffusion EU Aid Volunteers sur fichier Excel. A-t-elle des questions sur le format ?

Quels autres formats utilise-t-elle ?

Elle doit ensuite préparer un plan pour obtenir les statistiques nécessaires. Il est possible d'utiliser Facebook Insights, Google Analytics, SurveyMonkey ou toute autre plateforme pour collecter, analyser et présenter les données. Les informations collectées pour le rapport peuvent être utiles pour d'autres activités de diffusion.

L'organisation d'accueil doit veiller à utiliser les logos officiels du projet et à insérer les exclusions de responsabilité au bon emplacement !



## CONCLUSION

Les travailleurs des ONG et les directeurs de projet manquent souvent de temps et ne prêtent pas suffisamment attention aux efforts de diffusion et de communication, qui semblent secondaires. Pourtant, sans ces activités de diffusion, les futurs projets et opportunités risquent de ne pas aboutir.

Si le public ne dispose pas d'informations précises sur les activités précédentes d'une organisation d'accueil, il risque de ne pas lui accorder sa confiance. L'organisation d'accueil peut sembler moins importante et moins professionnelle au public, aux partenaires éventuels et bailleurs de fonds, s'ils ne sont pas informés sur les réalisations précédentes et ses projets actuels.

Comme nous l'avons vu dans ce chapitre consacré à la communication et à la diffusion, les publics, les messages, les méthodes et les canaux sont très divers. Les organisations d'accueil doivent donc disposer d'outils pratiques pour améliorer la diffusion et faciliter la transmission des messages.

1	2	3	4
2	4	6	8
3	6	9	12
4	8	12	16

## CHAPITRE 2

# Démultiplication

Le programme de renforcement des capacités PHASE, qui s'intègre dans le programme EU Aid Volunteers, permet aux associations concernées de participer à des projets de déploiement de volontaires après avoir obtenu la certification de l'agence EACEA. Cette certification résulte d'un processus de formation qui permet de doter les organisations d'accueil d'outils et de capacités pour une gestion du volontariat de qualité.

Les connaissances et les expériences peuvent être partagées grâce à des actions de démultiplication avec de nouvelles organisations potentielles, de nouveaux volontaires, des institutions et organisations locales travaillant dans le domaine social et l'aide humanitaire.

Le plan de démultiplication a les objectifs suivants :

- la diffusion des principes du volontariat international,
- la promotion du programme EU Aid Volunteers,
- le partage des principaux outils et connaissances pour la gestion du volontariat,
- l'augmentation du nombre d'organisations d'accueil qui peuvent se préparer pour gérer efficacement les volontaires internationaux.

Une gestion du volontariat de qualité est une condition essentielle pour atteindre les objectifs des projets humanitaires. Cela permet de faire en sorte que les activités de volontariat soient fructueuses et de sensibiliser les citoyens européens, qui peuvent contribuer à améliorer les conditions de vie des populations des pays tiers.

Il est donc nécessaire d'organiser des événements et des activités pour la promotion et la démultiplication de l'expérience Renforcement des capacités, qui témoigne également d'un désir de voir la citoyenneté planétaire se développer.

# 1. FORMATION ET INFORMATIONS SUR L'INITIATIVE EU AID VOLUNTEERS

## EU Aid Volunteers We Care, We Act



Il est conseillé d'organiser des événements de promotion pour la diffusion du programme EU Aid Volunteers dans différents pays et de créer un réseau d'organisation souhaitant démarrer la procédure de formation et de certification pour participer au programme afin d'envoyer et d'accueillir des volontaires.

Avant de commencer l'organisation pratique des événements, il est préférable de vérifier certaines conditions préalables indispensables pour une communication efficace.

1. Élaborer une présentation claire du programme EU Aid Volunteers : identifier et créer les contenus à utiliser pour la diffusion du programme,
2. Établir une liste d'organisations et d'institutions officielles déjà actives dans l'accueil de volontaires et potentiellement intéressées
3. Identifier les méthodes et les canaux de communication les plus efficaces dans chaque contexte spécifique,
4. Préparer les ressources humaines et matérielles nécessaires à la réalisation des événements de diffusion.

### a. Présentation du programme

Le programme EUAV repose sur trois phases principales qui doivent être clairement expliquées aux intervenants qui n'en ont jamais entendu parler.

Cette présentation doit fournir une illustration schématique des éléments suivants, sous format powerpoint ou autre format de présentation numérique.

#### Une courte description avec les principaux objectifs du programme EU Aid Volunteers

##### 1. Renforcement des capacités :

projet visant à renforcer les capacités et les compétences en gestion du volontariat.

##### 2. Mécanisme de certification :

valider la procédure et l'organisation de gestion des volontaires.

##### 3. Déploiement :

envoyer des volontaires dans les organisations certifiées.

#### Pour chacune des trois phases, indiquer :

- Les objectifs spécifiques,
- les principales activités,
- la durée nécessaire pour les réaliser,
- les avantages pour la nouvelle organisation d'accueil potentielle,
- les difficultés potentielles.

NB : consulter le site [https://eacea.ec.europa.eu/eu-aid-volunteers\\_fr](https://eacea.ec.europa.eu/eu-aid-volunteers_fr)

#### 1. Projet de renforcement des capacités

Pour participer à un projet de renforcement des capacités comme PHASE, il est nécessaire de faire partie d'un consortium de partenaires européens et extra-européens, d'être intéressé par la gestion du volontariat dans les projets d'aide humanitaire et de réunir certaines conditions préalables, qui seront présentées ci-après.

Ce processus prend en compte tous les résultats qui peuvent être présentés aux nouvelles organisations.

Plus d'infos sur le site [https://eacea.ec.europa.eu/eu-aid-volunteers/actions/volontaires-de-l-aide-de-l-union-%E2%80%93-assistance-technique-et-renforcement-des-capacites\\_fr](https://eacea.ec.europa.eu/eu-aid-volunteers/actions/volontaires-de-l-aide-de-l-union-%E2%80%93-assistance-technique-et-renforcement-des-capacites_fr)

#### 2. Le mécanisme de certification

«Toutes les organisations souhaitant envoyer ou accueillir des volontaires dans le cadre de l'initiative EUAV doivent être certifiées à cet effet. La procédure de certification consiste à vérifier que les normes et les procédures de gestion du volontariat mises en place pour protéger et gérer les volontaires durant leur déploiement peuvent être effectivement appliquées et respectées par toutes les organisations participantes.»

Le délai d'obtention de la certification est très long, car il est nécessaire de préparer de nombreux documents. Il est possible d'aider les nouvelles organisations durant ce processus en leur apportant quelques suggestions.

- Fournir la liste des outils créés pour la certification dans PHASE avec un résumé,
- Établir une liste de documents qui doivent ont dû être utilisés pour la première fois et ceux qui ont simplement été mis à jour.  
Par exemple, le plan de sécurité, la carte de valeur, le livret de bienvenue,
- Décrire l'utilité de produire ces documents,
- Présenter le formulaire d'auto-évaluation et indiquer l'importance des lettres de référence.

Plus d'infos sur le site [https://eacea.ec.europa.eu/eu-aid-volunteers/certification-mechanism-for-sending-and-hosting-organisations\\_fr](https://eacea.ec.europa.eu/eu-aid-volunteers/certification-mechanism-for-sending-and-hosting-organisations_fr)

### 3. Projets de déploiement

Le projet de déploiement donne l'occasion d'envoyer et/ou accueillir des volontaires qualifiés dans le domaine de l'aide humanitaire.

Les expériences de déploiement incitent fortement à participer au programme. À ce stade, il est utile de présenter aux nouvelles organisation la raison et la valeur du volontariat par le biais de courtes histoires d'expériences réussies.

*Conseil : identifier une expérience positive et interroger le volontaire en tant que témoin.*

## TÉMOIGNAGES ET EXPÉRIENCES

**Suggestions pour trouver un volontaire, pour lui faire passer un entretien ou pour relater son histoire.**

- Quels types de volontaires avez-vous rencontré ? (âge, études, motivation...)
- Quelles sont leurs compétences professionnelles dans la plupart des cas ?
- Quels problèmes rencontrez-vous le plus fréquemment dans votre pays ?
- Quels enseignements avez-vous tirés sur le volontariat ?
- La logistique et l'hébergement étaient-ils corrects ?
- Quels ont été les avantages pour le volontaire ?
- Avez-vous proposé des nouveautés pour votre organisation ?
- Pourquoi le volontaire a-t-il apprécié votre organisation ?

## 2. PRÉPARATION DE L'ÉVÉNEMENT MULTIPLICATEUR

**Établir une liste détaillée d'organisations, d'associations et d'institutions concernées ou susceptibles d'être intéressées par ce programme et qui réunissent les conditions préalables suivantes :**

1. Être en mesure d'ouvrir un login UE, d'obtenir un numéro pic,
2. Disposer de personnel sous contrat,
3. Disposer d'un représentant en capacité de voyager,
4. Disposer d'un statut juridique,
5. Avoir de l'expérience dans le domaine de l'aide humanitaire et dans le volontariat.

Cette base de données peut être créée à partir de ses propres parties prenantes ou en consultant les pages internet dédiées à la recherche de partenariats.

([https://webgate.ec.europa.eu/echo/eu-aid-volunteers\\_en/search/organisations\\_en](https://webgate.ec.europa.eu/echo/eu-aid-volunteers_en/search/organisations_en), page dédiée à la recherche de partenaires pour le consortium)

Il est important de pouvoir contacter au moins 10 organisations.

### 3. ORGANISATION DE L'ÉVÉNEMENT

Après avoir identifié les organisations disposant des conditions préalables requises et pouvant participer au programme, il est possible de planifier les événements, les outils et les contenus de la présentation :

- Organiser éventuellement des séminaires d'une journée ou d'une demi-journée pour présenter le programme en détail,
- Fournir des conseils aux associations intéressées par le biais de bureaux d'information,
- Rechercher des événements organisés sur le territoire qui traitent de sujets liés au volontariat et proposer de courtes interventions,
- Participer à des groupes de travail existants sur des sujets liés à l'aide humanitaire.

Chaque organisation peut mettre en place sa propre méthodologie pour organiser les événements de diffusion et de démultiplication relatifs au programme de volontariat européen.

**Voici quelques recommandations utiles pour la réussite des activités de promotion.**

- Définir le lieu, la date ou trouver un événement déjà organisé,
- Contacter toutes les organisations de la base de données, par courriers, par les réseaux sociaux ou par téléphone,
- Produire et distribuer des brochures récapitulatives sur le programme et les placer sur les lieux de passage,
- Préparer une réception conviviale,
- Vérifier si la présentation est prête à être diffusée (powerpoint, prezi, pdf),
- Créer un slogan pour inciter d'autres organisations à s'intégrer à ce programme et l'utiliser en tant que sous-titre dans un événement.



### CONCLUSION

L'organisation d'événements de diffusion et de formation par les organisations locales qui ont participé au programme EU Aid Volunteers est essentielle pour démontrer l'importance de la formation et de la bonne gestion du volontariat international.

Les activités de diffusion sont également importantes pour augmenter la participation de volontaires internationaux dans les projets d'aide humanitaire et contribuer à leur réussite.

Les activités qui incitent à participer à un programme de volontariat contribuent également à sensibiliser les citoyens, qui aident les organisations individuelles à se structurer et à disposer d'un personnel plus qualifié et plus motivé.

La diffusion de ce programme a été utile pour confirmer l'acquisition et le renforcement des capacités dans la gestion du volontariat ainsi que mécanisme de certification.

Nous pouvons donc en conclure que ce processus de formation, de certification et de diffusion des résultats permet aux organisations d'accueil de différents pays d'atteindre leurs objectifs, de renforcer la disponibilité et les compétences de volontaires internationaux ainsi que leur intégration dans les activités d'aide humanitaire.



## Conclusion générale

Cette brochure consacrée à la diffusion et la démultiplication a été élaborée dans le but d'aider les organisations à améliorer leurs compétences en communication à l'aide de méthodes et d'outils spécifiques.

Elle fournit des exemples concrets de systèmes de communication permettant de diffuser ses messages, ses objectifs et actions à un public plus large (autres organisations humanitaires, volontaires, institutions locales...), pour consolider sa réputation (renforcer sa crédibilité et sa durabilité) et promouvoir l'initiative EU Aid Volunteers et le projet de renforcement des capacités PHASE. D'autre part, l'organisation d'événements multiplicateur est essentielle pour communiquer toutes les connaissances et les compétences acquises durant le projet PHASE aux communautés et autres organisations locales.

Bien que les activités de diffusion et de démultiplication puissent sembler secondaires par rapport aux activités d'équipe, il est important de rappeler l'utilité d'un bon système de communication pour l'organisation. En revanche, un manque de communication sur ses actions, ses objectifs ou ses résultats peut avoir un effet négatif sur l'organisation. Son image peut s'en trouver affectée et le public (partenaires potentiels, volontaires ou donateurs) risque de se montrer réticent à travailler avec elle.



FOLLOW US ON:



[www.facebook.com/adice.europe.direct.roubaix](http://www.facebook.com/adice.europe.direct.roubaix)  
[www.facebook.com/mtumondo](http://www.facebook.com/mtumondo)  
[www.facebook.com/aspemitalia](http://www.facebook.com/aspemitalia)



@adice\_roubaix  
 @aspem  
 #euaidvolunteers



**EU Aid Volunteers**  
 We Care, We Act

