

France 



# Guia de visibilidade e comunicação

PARA OS PROJETOS APOIADOS  
PELA FRANÇA E PELA AFD



NÍVEIS  1 E  2

#MundoEmComum

# Índice



## SUAS OBRIGAÇÕES DE VISIBILIDADE E COMUNICAÇÃO 3

## POR QUE COMUNICAR? 4

## GARANTIR A VISIBILIDADE DOS SEUS PROJETOS 5

## FERRAMENTAS-CHAVE 6

Kit de comunicação 6

Guias práticos 6

## NÍVEL 1: GARANTIR NOSSA VISIBILIDADE MÚTUA 7

As 3 obrigações de visibilidade do seu projeto e do nosso apoio

1. Menciono o apoio da França e da AFD 8
2. Forneço fotos para ilustrar o projeto 13
3. Convido a AFD e a embaixada para todos os eventos relacionados ao projeto 14

## NÍVEL 2: IMPLEMENTAR UMA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DO PROJETO MAIS INTENSA 15

As 6 obrigações de uma comunicação do projeto mais intensa

1. Definir seus objetivos e ações de comunicação 16
2. Mapear suas competências e recursos 17
3. Elaborar um plano de comunicação e visibilidade 18
4. Implementar o plano de comunicação 20
5. Encaminhar seus materiais de comunicação 20
6. Avaliar suas ações de comunicação 21

## NOSSAS RECOMENDAÇÕES PARA...

Utilizar corretamente o logotipo da França/AFD 22

# RESUMO DAS RESPONSABILIDADES comunicacionais

O BENEFICIÁRIO DE UM FINANCIAMENTO DA AFD COMPROMETE-SE A RESPEITAR AS DIRETRIZES DE **NÍVEL 1** OU DE **NÍVEL 2** DETALHADAS NA TABELA ABAIXO. O ACORDO DE FINANCIAMENTO ESPECIFICA UMA VISIBILIDADE DE NÍVEL 1 OU UMA COMUNICAÇÃO DE NÍVEL 2 APLICÁVEL AO PROJETO

## As 3 obrigações do parceiro para uma visibilidade de NÍVEL 1

TODOS OS PROJETOS APOIADOS PELA AFD

- 1** **Mencionar o apoio da França e da AFD** conforme detalhado na p. 8 deste guia. O parceiro deve inserir o logotipo da França/AFD em todos os materiais de comunicação relacionados ao projeto durante toda a execução do projeto.
- 2** **Fornecer fotos** para ilustrar o projeto conforme detalhado na p. 13. O parceiro envia de uma a duas fotos para a equipe de projetos da AFD no momento da assinatura do acordo de financiamento e posteriormente uma seleção de fotos em cada etapa-chave do projeto.
- 3** **Convidar a AFD e a embaixada** para os eventos-chave relacionados ao projeto (p. 14). O parceiro compromete-se a convidar os representantes da agência local da AFD e da embaixada da França para todos os eventos relacionados ao projeto durante todo o período de execução do projeto.

## As 6 obrigações do parceiro para uma comunicação de NÍVEL 2

PARA PROJETOS ESPECÍFICOS IDENTIFICADOS E ACORDADOS COM O PARCEIRO

Executar integralmente as exigências de visibilidade de NÍVEL 1 conforme especificado ao lado.

- 1** **Definir os objetivos** e as ações da estratégia de comunicação (p. 16). **Estabelecer um orçamento** (p. 16). Os objetivos podem ser discutidos com a equipe de projetos da AFD.
- 2** **Mapear competências** e recursos internos. **Decidir se a estratégia de comunicação** será gerida internamente ou delegada, parcial ou totalmente, a um ou mais prestadores externos (p. 17). Essa opção pode ser discutida com a equipe de projetos da AFD.
- 3** **Elaborar um plano** de comunicação e de ações conforme especificado na p. 18. Este plano de comunicação deve ser enviado à equipe de projetos da AFD para o parecer de não objeção, dentro de um prazo de seis meses a partir da data de assinatura do acordo de financiamento. O plano de comunicação deve ser atualizado, se necessário, durante a execução do projeto e submetido ao parecer de não objeção da AFD.
- 4** **Implementar** as ações do plano de comunicação durante todo o período de execução do projeto (p. 20).
- 5** **Encaminhar seus materiais** de comunicação ao longo de toda a execução do projeto com a equipe de projetos da AFD (p. 20).
- 6** **Avaliar o impacto** da sua comunicação ao longo de toda a execução do projeto, com base em indicadores de resultado (p. 21).

# POR QUE *comunicar?*

## VISIBILIDADE DO PROJETO: UMA OPORTUNIDADE PARA VOCÊ E PARA NÓS

Como instituição financeira e operadora da política pública de desenvolvimento e de solidariedade internacional do Estado francês, a Agence Française de Développement (AFD) está sujeita a uma **exigência de transparência e de prestação de contas** perante os cidadãos franceses, assim como perante os beneficiários de seus financiamentos. Nesse contexto, a AFD deve garantir a visibilidade de seu apoio e do apoio da França em todos os projetos e programas que financia.

## UM COMPROMISSO CONTRATUAL

A aplicação das obrigações de visibilidade e das diretrizes de comunicação aqui descritas constitui um **compromisso contratual**, mencionado nos acordos de financiamento que vinculam sua organização à AFD. Além de garantir a visibilidade da França e da AFD, as diretrizes de comunicação deste manual também orientam o uso que deve ser feito da nossa imagem e de nossas ações, em conformidade com nossos valores.

Uma boa comunicação também consolida **sua reputação e dá mais visibilidade às suas ações e aos impactos do seu projeto junto aos beneficiários**. Cabe a você, que está mais próximo do local, dar visibilidade a esses projetos

## EM CASO DE CESSÃO DE UM PROJETO

Você acaba de assinar um acordo de financiamento com a AFD, mas está delegando a execução do projeto a terceiros? **Nossas diretrizes de visibilidade e comunicação também se aplicam aos seus parceiros, que devem segui-las conforme as orientações e obrigações deste guia.**

## INCORPORAR A VISIBILIDADE E A COMUNICAÇÃO COMO HÁBITOS

Comunicar e dar visibilidade a um projeto contribui para:



Informar, compartilhar, dar visibilidade e promover os projetos que você realiza e que nós apoiamos.



Consolidar sua reputação junto a determinados públicos e conquistar seu engajamento (tomadores de decisão, parceiros, financiadores, mídia, público em geral etc.).



Posicionar você como um ator essencial no seu setor.

# GARANTIR *a visibilidade de seus projetos*

VOCÊ RECEBE APOIO FINANCEIRO DA FRANÇA  
POR MEIO DA AGENCE FRANÇAISE DE  
DÉVELOPPEMENT?

ESTE GUIA EXPLICA COMO GARANTIR  
A VISIBILIDADE DO SEU PROJETO  
E COMO MENCIONAR O NOSSO APOIO

## DE FORMA PRÁTICA, ESTE GUIA ORIENTA VOCÊ SOBRE:



O uso do logotipo da  
França/AFD.



A produção de  
materiais de  
comunicação e sua  
divulgação.



Diversas ações  
de comunicação  
possíveis.

### SEGURANÇA, CREDIBILIDADE ETC.

#### PROJETOS QUE DISPENSAM COMUNICAÇÃO

As diretrizes de comunicação se aplicam a todos os projetos financiados pela AFD, exceto:

- quando houver um contexto de segurança crítico que possa expor os parceiros ou beneficiários do projeto;
- quando a comunicação puder prejudicar ou comprometer o bom andamento do projeto.

Essas exceções são avaliadas e concedidas pela AFD individualmente, após consultar e conversar com você.

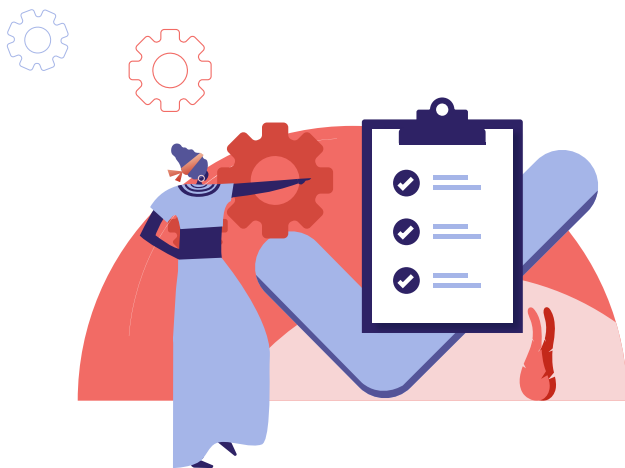
### DÚVIDAS SOBRE A VISIBILIDADE DO SEU PROJETO

Dúvidas sobre comunicação e uso do logotipo da França/AFD devem ser direcionadas ao responsável local da AFD ou ao seu contato de referência.



Todos os documentos úteis para a visibilidade do seu projeto estão reunidos no **kit de comunicação**.

# FERRAMENTAS-CHAVE



## → O KIT DE COMUNICAÇÃO

**ESTE KIT É ENVIADO A VOCÊ PELA EQUIPE DE PROJETOS DA AFD O MAIS TARDAR NO MOMENTO DA ASSINATURA DO PROJETO OU PODE SER BAIXADO NO SITE AFD.FR. ELE REÚNE AS FERRAMENTAS ESSENCIAIS PARA GARANTIR A VISIBILIDADE DOS SEUS PROJETOS:**

- ✓ O guia contém recomendações e diretrizes para garantir a visibilidade do seu projeto.
- ✓ Diferentes versões do logotipo da França/AFD.
- ✓ Textos de apresentação do Grupo AFD em vários idiomas.

## → GUIAS PRÁTICOS

**OS GUIAS PRÁTICOS AJUDAM NA CRIAÇÃO DE SEUS MATERIAIS E NA IMPLEMENTAÇÃO DE AÇÕES DE COMUNICAÇÃO. DISPONÍVEIS PARA DOWNLOAD:**

- ✓ Definir materiais e ações de comunicação.
- ✓ Elaborar um plano de comunicação, tomando como referência exemplos bem-sucedidos.
- ✓ Estabelecer um orçamento de comunicação.
- ✓ Utilizar os materiais de comunicação que já estão à disposição.
- ✓ Produzir materiais impressos: brochuras, folhetos, cartazes, kakemonos, placas etc.
- ✓ Fotografar seu projeto, garantindo o direito de imagem e os direitos autorais.
- ✓ Desenvolver relações com a mídia, redigir comunicados e convites para a imprensa.
- ✓ Publicar nas redes sociais.
- ✓ Organizar um evento.
- ✓ Garantir visibilidade no local do projeto.
- ✓ Produzir materiais promocionais.
- ✓ Elaborar uma newsletter.
- ✓ Produzir um vídeo.



Exemplos de projetos com uma **comunicação bem-sucedida**.

# NÍVEL ①

## GARANTIR NOSSA VISIBILIDADE MÚTUA

### 3 OBRIGAÇÕES PARA GARANTIR A VISIBILIDADE DO SEU PROJETO E DO NOSSO APOIO:



1



Mencionar o apoio da  
França e da AFD  
(p. 8)

2



Fornecer fotos para  
ilustrar o projeto  
(p. 13)

3



Fornecer fotos para ilustrar o  
projeto  
(p. 14)

#### TER VISIBILIDADE DESDE O INÍCIO DO PROJETO

A visibilidade do projeto deve começar **desde o início do projeto**, no momento da assinatura do acordo de financiamento. De fácil implementação, essa visibilidade **não requer orçamento nem competências humanas específicas**. Em uma relação de benefício mútuo, a visibilidade de um projeto consolida sua reputação, fortalece sua imagem e valoriza seu trabalho diante dos demais envolvidos e do público em geral.

# 1 MENCIONO O APOIO DA FRANÇA E DA AFD EM TODOS OS MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO RELACIONADOS AO MEU PROJETO

## O QUE A AFD ESPERA: ALCANÇAR UMA VISIBILIDADE ABRANGENTE E IMPACTANTE

A presença do logotipo da França/AFD em **todos os materiais e ações de comunicação relacionados a um projeto** garante a visibilidade do apoio da França e da AFD às pessoas que se beneficiam dos projetos que ela financia.



## → O APOIO DA FRANÇA E DA AFD

deve ser mencionado em todos os materiais de comunicação relacionados ao projeto por meio do nosso logotipo da França/AFD:



**Veja as recomendações** para utilizar corretamente o logotipo da França/AFD nas páginas 22 e 23. **Diversos exemplos do logotipo da França/AFD estão disponíveis** no **kit de comunicação**.

## APRESENTAR A AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT

O texto de apresentação do Grupo AFD pode ser incluído junto ao nosso logotipo em comunicados de imprensa, relatórios e publicações técnicas.



O texto de apresentação do Grupo AFD está disponível em vários idiomas no **kit de comunicação**.



## → ONDE, QUANDO E COMO CITAR A AFD E A FRANÇA?

A MENÇÃO AO APOIO DA FRANÇA E DA AFD,  
POR MEIO DO USO DO NOSSO LOGOTIPO  
COMUM, DEVE CONSTAR EM TODOS OS  
MATERIAIS E AÇÕES DE COMUNICAÇÃO  
RELACIONADOS AO PROJETO

### ✓ NO LOCAL ONDE O PROJETO ESTÁ SENDO REALIZADO

No local — público ou privado — onde o projeto ocorre:

- Instalar painéis mencionando o apoio da França e da AFD (nos canteiros durante as obras, nas infraestruturas por meio de placas ou marcos comemorativos ao final do projeto), nos equipamentos (materiais dedicados ao projeto, por exemplo) e outras eventuais sinalizações no local. Consultar o guia “Ter visibilidade no local”.
- Garantir que os equipamentos ou instalações que exibem o logotipo da França/AFD estejam operacionais. Garantir que as placas e os logotipos estejam atualizados e em bom estado. Adotar todas as medidas necessárias para substituir os elementos deteriorados até a conclusão do projeto.

### ✓ QUANDO SEU PROJETO POSSUI SUA PRÓPRIA MARCA

Alguns projetos que recebem apoio da França e da AFD possuem sua própria marca e um logotipo específico. Nesse caso, o logotipo e a menção ao apoio da França e da AFD devem aparecer com o mesmo destaque e visibilidade igual ao do logotipo específico do projeto.

### Resolução, tamanho, posicionamento etc.

Orientações para usar  
corretamente o logotipo da  
França/AFD nas páginas 22 e 23.





### ✓ DURANTE EVENTOS

A menção ao apoio da França e da AFD deve constar nos materiais impressos relacionados ao evento (p. 8), como faixas, cartazes, estandes, kakemonos, pôsteres etc. O apoio da França e da AFD também deve ser mencionado em discursos e falas, por exemplo, sob a forma de citação. Consulte o guia “Orientações para organizar um evento”.

As agências locais da AFD e a embaixada devem ser informadas, convidadas e mencionadas em todos os eventos organizados no âmbito de um projeto apoiado pela AFD.



O logotipo da França/AFD e o resumo das atividades da AFD estão disponíveis no **kit de comunicação**.

### ✓ NAS PUBLICAÇÕES IMPRESSAS

Essas publicações impressas podem incluir brochuras, folhetos institucionais, panfletos, publicações técnicas, relatórios, trabalhos de pesquisa, cartazes, materiais de conscientização voltados à população, entre outros. Consulte o guia “Orientações para a produção de materiais de comunicação impressos”.

### ✓ NAS APRESENTAÇÕES

Em todas as apresentações vinculadas ao projeto, como webinários, treinamentos, conferências, cursos on-line (MOOCs), entre outros.

### ✓ NAS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS

Em um **vídeo**, por meio de uma menção na tela inicial ou final. Consulte o guia “Orientações para produzir vídeos”.

Em um **podcast**, o apoio pode ser mencionado de forma sonora ou visual. Para as **fotos**, a menção ao apoio deve aparecer na legenda que acompanha a imagem.

### ✓ DURANTE AÇÕES DE CONSCIENTIZAÇÃO JUNTO AOS BENEFICIÁRIOS FINAIS DO PROJETO

Nos panfletos, materiais de conscientização, kits de treinamento, estandes etc.



## → É IMPORTANTE GARANTIR VISIBILIDADE NOS SEUS CANAIS DIGITAIS

**POR MEIO DA INSERÇÃO DO LOGOTIPO DA FRANÇA/AFD E DA INCLUSÃO DE UM LINK DIRECIONANDO PARA [www.afd.fr](http://www.afd.fr)**

- nos **sites ou páginas da Internet** que mencionam o projeto;
- nas **newsletters e nos mailings** que mencionam o projeto, a menção ao apoio deve aparecer próxima ao conteúdo relacionado ao projeto.



## → É NECESSÁRIO GARANTIR VISIBILIDADE NAS REDES SOCIAIS

Propor publicações ilustradas por uma foto nos momentos-chave do projeto. Mencionar sistematicamente a AFD quando se tratar do projeto, marcando os perfis-alvo:

- Twitter: [@AFD\\_France](https://twitter.com/AFD_France).
- LinkedIn : [Agence Française de Développement](https://www.linkedin.com/company/Agence-Francaise-de-Dveloppement)
- Facebook: [@AFDOfficiel](https://www.facebook.com/AFDOfficiel)
- Instagram: [afd\\_france](https://www.instagram.com/afd_france)
- YouTube: [AFD – Agence Française de Développement](https://www.youtube.com/AFD-Agence-Francaise-de-Dveloppement)

Essas publicações poderão ser compartilhadas pelas redes sociais da AFD. Contamos ainda com perfis institucionais dedicados nas redes sociais, gerenciados pelas respectivas direções regionais. Esses perfis institucionais podem servir como excelentes canais de divulgação para a comunicação dos projetos. Para mais informações, entre em contato com a equipe de projetos.

## → GARANTIR A VISIBILIDADE DO GRUPO AFD

O seu projeto também é apoiado pela Expertise France ou pela Proparco? É importante assegurar a visibilidade das subsidiárias do Grupo AFD.



## → COFINANCIAMENTO COM OUTROS FINANCIADORES

Em caso de cofinanciamento com outros financiadores, é importante coordenar bem os objetivos e as ações de comunicação com o cofinanciador. Especialmente quando o cofinanciador possui diretrizes próprias de comunicação e visibilidade, como ocorre, por exemplo, com a União Europeia. Para nós, é essencial que a França e a AFD tenham, no mínimo, o mesmo nível de visibilidade que os demais parceiros financeiros. Esse ponto deve ser discutido com a equipe de projetos.

Dicas para redigir uma publicação e links para nossas contas regionais.



## → O CASO PARTICULAR DAS RELAÇÕES COM A IMPRENSA

### **SOBRE OS COMUNICADOS DE IMPRENSA E OS CONVITES À MÍDIA**

Você pode produzir um comunicado de imprensa no início do projeto e eventualmente em suas etapas-chave (lançamento, resultados etc.).

O comunicado deve destacar o apoio da França e da AFD por meio de:

- inclusão do logotipo comum, acompanhado da menção ao nosso apoio;
- texto de apresentação do Grupo AFD;
- citação de um dos responsáveis pelo projeto da AFD.

**Seu conteúdo deve obrigatoriamente ser aprovado pelo seu contato na AFD.**

O apoio da França e da AFD também deve ser mencionado verbalmente durante as coletivas de imprensa e os encontros com a mídia.



**A apresentação do grupo AFD,** um exemplo de comunicado de imprensa e um modelo de convite para a imprensa estão disponíveis no **kit de comunicação**.



## → A AFD, UMA MARCA PROTEGIDA

A AFD autoriza o uso do logotipo da França/AFD sem necessidade de consulta prévia. Esse uso deve, no entanto, respeitar as diretrizes deste guia e as especificações para determinados materiais, como comunicados de imprensa (ver ao lado), publicações técnicas e relatórios produzidos por sua iniciativa e que incluam a cláusula de isenção de responsabilidade (ver abaixo).

O uso da imagem da AFD e de suas ações deve também respeitar nossos valores e estratégias, sem causar prejuízo à nossa reputação.

### **CLÁUSULA DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE**

Para toda produção de conteúdo e materiais de comunicação, o logotipo da França/AFD deve obrigatoriamente ser acompanhado de uma cláusula de isenção de responsabilidade: *"Este filme/vídeo/programa de rádio/folheto etc. conta com o apoio da Agence Française de Développement. As ideias e opiniões aqui apresentadas são de responsabilidade exclusiva de seus autores e não refletem necessariamente o ponto de vista da Agence Française de Développement."*

**Em nenhuma circunstância a AFD será responsável pelo conteúdo dos materiais de comunicação produzidos por seus parceiros.**

## 2 FORNEÇO FOTOS PARA ILUSTRAR O PROJETO



### O QUE A AFD ESPERA: UM KIT DE FOTOS PARA ILUSTRAR O PROJETO

#### O QUE VOCÊ DEVE ENVIAR:

- uma ou duas fotos tiradas **no momento da assinatura do projeto**;
- uma seleção de fotos nas **etapas-chave do projeto**.

Fotos são essenciais para a comunicação: elas atraem a atenção, ilustram sua mensagem por meio de imagens e favorecem uma compreensão visual do projeto. Geralmente um smartphone ou uma câmera pessoal são suficientes para tirar boas fotos.

### → COMO ILUSTRAR UM PROJETO?

**No início do projeto**, quando ele ainda não é visível — como no caso de uma infraestrutura — ou quando o tema de trabalho é difícil de ilustrar, como governança ou apoio a uma política pública, você pode fornecer uma ou duas fotos de contexto. Por exemplo, uma área natural preservada para um projeto de biodiversidade, fotos de bairros para ilustrar um projeto de desenvolvimento urbano, painéis solares ou uma turbina eólica para um projeto de energia sustentável etc.



**Ilustrar projetos menos visíveis**, garantir um bom enquadramento, escolher a resolução adequada da imagem etc.: confira dicas para fotografar corretamente seu projeto e legendar suas imagens.

### ENCAMINHAR SUAS FOTOS À AFD

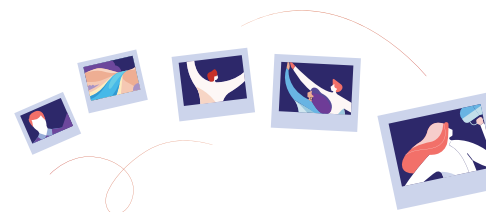
Suas fotos estão prontas e você quer compartilhá-las com a AFD? Para isso:

- envie por e-mail em alta resolução ao seu contato na AFD;
- anexe ao seu arquivo o termo de consentimento, a cessão de direitos, as legendas e os créditos de copyright



**Posteriormente**, solicitamos que sejam fotografadas as etapas-chave do projeto, seus resultados e impactos ao longo de toda a fase de execução. Por exemplo, para uma barragem, fotos dos momentos marcantes da obra, a elevação do muro, o enchimento do reservatório etc. Para a chegada de água encanada em uma cidade do interior, fotos de beneficiários utilizando uma torneira.

Lembre-se de que fotos de cerimônias oficiais são úteis, mas não contam a história do projeto nem o que ele traz para seus beneficiários. Se o projeto for muito visual, não hesite em recorrer a um fotógrafo profissional para obter imagens de qualidade.



## → CUIDADO COM OS DIREITOS DE IMAGEM

Você deve garantir que **possui uma autorização mencionando o consentimento** das pessoas presentes em uma foto ou vídeo antes de utilizar sua imagem. Essa obrigação é especialmente rigorosa no que diz respeito ao direito de imagem das crianças. Nesse caso, é indispensável garantir que se tenha a autorização de um dos pais ou de um responsável legal para poder utilizar e compartilhar essas fotos.

Para que a AFD também possa utilizar e divulgar livremente essas fotos, é imprescindível que você devolva o termo de cessão de direito de imagem das pessoas fotografadas, assinado pelas pessoas que aparecem na foto ou por seus representantes legais, no caso de serem menores de idade, bem como o termo de cessão de direitos autorais em favor da AFD, assinado pelo representante autorizado do beneficiário do financiamento. Para que a transferência de seus direitos autorais à AFD seja considerada válida você deverá **ter previamente obtido do autor da fotografia a cessão de todos os direitos de propriedade intelectual e todas as autorizações necessárias para sua exploração pela AFD.**

Essas fotos serão armazenadas em nosso banco de imagens e utilizadas em nossos próprios materiais.



Um exemplo de termo de cessão de direito de imagem está disponível aqui.

Um exemplo de termo de cessão de direitos autorais está disponível aqui.

## 3 CONVIDO A AFD E A EMBAIXADA PARA TODOS OS EVENTOS RELACIONADOS AO PROJETO

### O QUE A AFD ESPERA: PARTICIPAR DOS SEUS PRINCIPAIS EVENTOS E APOIAR SUAS INICIATIVAS

Quando você organizar um evento relacionado ao projeto financiado pela AFD, solicitamos que os representantes locais da AFD e da embaixada sejam automaticamente convidados durante toda a fase de execução do projeto.

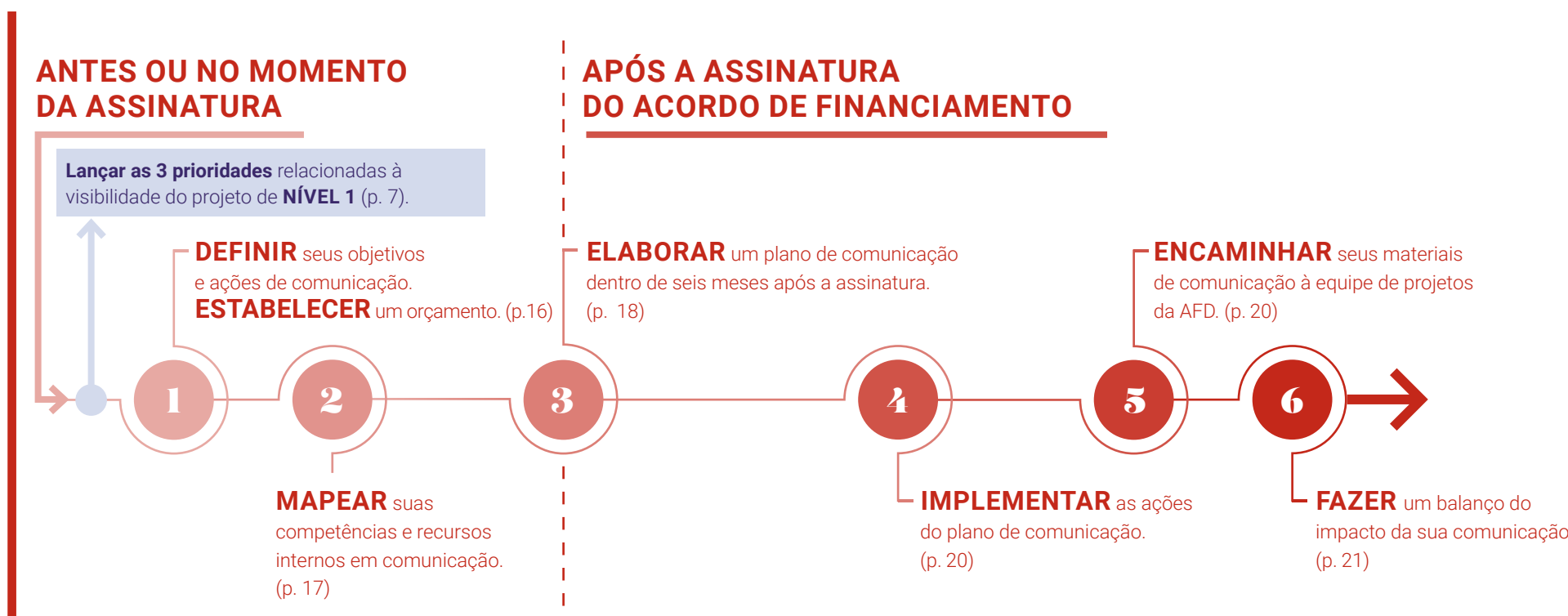




# NÍVEL 2

## ESTABELECECER UMA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DO PROJETO MAIS INTENSA

### 6 OBRIGAÇÕES DE UMA COMUNICAÇÃO DO PROJETO MAIS INTENSA:



# 1 DEFINIR SEUS OBJETIVOS E AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

Além das obrigações de visibilidade de **NÍVEL 1** (p. 7), optar por uma **comunicação mais intensa DE NÍVEL 2** implica **elaborar, coordenar e executar um plano de comunicação**. Essa opção é decidida entre você e a equipe de projetos da AFD. Ela requer competências, recursos financeiros e humanos.

Os objetivos de comunicação ligados ao seu projeto podem ser muito variados, e cabe a você defini-los. Suas ações e materiais de comunicação responderão a esses objetivos para alcançar os públicos-alvo identificados.



**Você tem dúvidas sobre os custos dos serviços de comunicação no seu país?** Não hesite em solicitar vários orçamentos e compará-los durante a fase de preparação do projeto. A equipe de projetos da AFD também pode ajudá-lo.

**Está sem ideias para definir ações de comunicação?**

Consulte o guia prático sobre as ações e materiais de comunicação que podem ser adotados em um projeto.

Consulte também exemplos de projetos com uma comunicação de qualidade.



## Identificar seus objetivos de comunicação

Dar visibilidade ao seu projeto e ao apoio da França e da AFD, prestar contas dos seus resultados, consolidar sua reputação e se tornar conhecido: seus objetivos de comunicação podem ser muito variados. Identificá-los corretamente garante a orientação para ações de comunicação pertinentes que permitirão alcançá-los, visando o público que deve ser atingido.



## Qual é o orçamento destinado a cada ação?

O orçamento para elaborar um plano de comunicação varia de alguns milhares a várias dezenas de milhares de euros, dependendo da importância do projeto, do seu orçamento global, da sua duração e da sua originalidade. O valor e a fonte de financiamento da linha orçamentária reservada à comunicação são definidos com o acordo e as orientações da equipe de projetos da AFD. Esse montante deve estar relacionado às ações de comunicação previstas e ser compatível com os custos dos serviços no seu país. Ele faz parte do plano de financiamento do projeto incluído no acordo com a AFD. Consulte o guia "Orientações para definir um orçamento de comunicação".



## 2 MAPEAR SUAS COMPETÊNCIAS E RECURSOS

### Gestão interna ou contratação de prestadores externos?

Identifique rapidamente as competências e os profissionais disponíveis internamente para atuar na comunicação. Essa lista contribui para delimitar de forma precisa as ações que você pode gerenciar internamente e aquelas que devem ser terceirizadas. Você também pode decidir confiar parte ou a totalidade do componente de comunicação de um projeto a um ou mais prestadores de serviço. Sob a sua supervisão, esses prestadores ficam encarregados de implementar a comunicação do projeto conforme suas necessidades e objetivos, respeitando um orçamento pré-definido.



**Dica:** para simplificar seu trabalho e facilitar o acompanhamento, prefira contratar uma agência de comunicação ou um consultor especializado em comunicação. Eles farão a ponte com os diferentes profissionais (fotógrafo, redator, designer gráfico, videomaker etc.) de que você precisa para sua comunicação.

### Contrate profissionais locais:

- você pode identificar profissionais locais qualificados para diferentes atividades de comunicação que poderão ser integradas ao projeto;
- se você não identificar um prestador de serviços de comunicação na área geográfica onde seu projeto está sendo desenvolvido, a equipe de projetos da AFD pode eventualmente ajudá-lo, fornecendo contatos locais competentes que ela já tenha identificado (agências ou consultores especializados em comunicação, fotógrafos, videomakers, redatores etc.)

- todas as etapas devem respeitar os procedimentos de contratação definidos no acordo de financiamento.

### Que tipo de contrato deve ser firmado com os prestadores de serviços externos?

O orçamento reservado para a comunicação, conforme o plano de financiamento do projeto, permite o pagamento dos prestadores selecionados de acordo com os termos do contrato, dentro do quadro de contratação estabelecido nos acordos de financiamento.

### POR QUE OPTAR POR UMA COMUNICAÇÃO MAIS INTENSA?

- Essa escolha dá visibilidade e popularidade ao seu projeto.
- Essa opção permite prestar contas do seu trabalho, dos impactos e dos resultados do projeto.
- Uma comunicação mais intensa demonstra suas competências em uma área, sua capacidade de acompanhar as mudanças e de obter o engajamento dos beneficiários nas suas ações.
- É uma maneira de consolidar sua reputação e sua imagem, ao mesmo tempo que desenvolve ou coloca suas habilidades de comunicação a serviço do seu projeto.

## 3 ELABORAR UM PLANO DE COMUNICAÇÃO E VISIBILIDADE

### PARA QUE SERVE UM PLANO DE COMUNICAÇÃO?

Um plano de comunicação reúne todas as operações e ações implementadas durante um período definido. Ele é o fio condutor da comunicação relacionada a um projeto e permite saber o que se quer dizer, para quem, quando, com quais objetivos, e definir desde o início indicadores de eficácia. A vantagem também está em poder antecipar as ações e os custos, para poder prever orçamentos adequados.

#### SEIS MESES PARA CONCRETIZAR SEU PLANO DE COMUNICAÇÃO

A elaboração do plano de comunicação e sua aprovação pela equipe de projetos da AFD **ocorrem nos seis primeiros meses após a assinatura**. Esse plano de comunicação **abrange todo o período do projeto** e deve ser **acompanhado de um cronograma** que mencione todas as ações e entregáveis previstos. Ele também deve ser acompanhado de um **orçamento**. Você pode elaborar o plano por conta própria ou confiar essa tarefa ao profissional responsável pela execução das ações de comunicação.

**O plano de comunicação não precisa ser rígido — ele deve prever espaço para imprevistos e se adaptar conforme o projeto avança.** Ele pode ser adaptado facilmente, complementado ou modificado, a fim de aproveitar eventuais oportunidades de comunicação que não poderiam ter sido antecipadas (p. ex., visita ministerial, evento local importante etc.). Essa adaptação do plano de comunicação não tem impacto orçamentário. No entanto, a alocação do orçamento definido para a comunicação pode ser ajustada conforme surgem obstáculos ou novas oportunidades. A troca de informações e a articulação com a equipe de projetos da AFD continuam sendo fundamentais para garantir flexibilidade, sem perder de vista os objetivos de comunicação do projeto.



**A equipe de projetos da AFD** pode ser consultada para a preparação do plano de comunicação. Confira aqui dicas para elaborar seu plano de comunicação, além de um modelo de plano de comunicação.





## O CONTEÚDO DE UM PLANO DE COMUNICAÇÃO

No mínimo, o plano de comunicação...	O que se deve perguntar	Dicas para ajudar você
... define os <b>objetivos de comunicação</b> e discute o propósito da estratégia de comunicação e os resultados esperados.	<b>Por que</b> eu comunico?	➤ Alguns exemplos de objetivos: prestar contas sobre o andamento de um projeto, divulgar seus impactos, informar os públicos-alvo, gerar adesão e apropriação, tornar-se um ator reconhecido em uma área etc.
... identifica os <b>públicos-alvo</b> em correlação com os objetivos de comunicação definidos. Define <b>as mensagens-chave</b> e prioritárias para cada público.	<b>Para quem</b> eu comunico?	➤ Alguns exemplos de públicos-alvo: beneficiários diretos e indiretos, dirigentes e líderes de opinião, instituições, autoridades locais e organizações (ministérios, agências públicas, administrações), a esfera dos financiadores e outros parceiros da AFD etc.
... detalha as <b>atividades, os materiais e as ações de comunicação</b> a serem realizados para alcançar os objetivos de comunicação definidos.	<b>Com o que</b> eu comunico?	➤ Alguns exemplos de materiais e ações: materiais impressos, vídeos, fotos, newsletter, redes sociais, campanha de cartazes... Veja o guia prático <b>Ações e materiais de comunicação</b> .
... menciona os <b>canais de comunicação previstos</b> para alcançar os objetivos.	<b>Como</b> eu comunico?	➤ On-line (web, redes sociais, newsletter, mailings), por meio de impressos (brochuras, panfletos, infográficos), na mídia (jornal impresso, rádio, TV), em eventos etc.
... especifica <b>o orçamento</b> .	<b>Com quanto</b> eu comunico?	➤ Alocar um orçamento compatível com os objetivos e entregáveis do plano de comunicação. Consulte o guia prático sobre orçamento.
... detalha <b>os recursos humanos</b> necessários para a realização do plano de comunicação.	<b>Com a ajuda de quem</b> eu comunico?	➤ O parceiro, com seus próprios recursos ou assistido por prestadores de serviços externos ou por um consultor dedicado à comunicação.
... estabelece um <b>cronograma de comunicação</b> .	<b>Quando</b> eu comunico?	➤ O plano de comunicação abrange todo o período do projeto, priorizando as ações de comunicação. Ele menciona as datas de entrega dos produtos, os eventos e suas datas.
... detalha <b>os indicadores</b> que podem ser utilizados para uma avaliação que meça os impactos da sua comunicação de projeto.	<b>Avaliar o impacto</b> da minha comunicação.	➤ Ver detalhes dos indicadores (p. 21).

## 4 IMPLEMENTAR O PLANO DE COMUNICAÇÃO

Uma vez que o plano de comunicação esteja decidido e aprovado, as ações e a produção dos materiais acontecem conforme o cronograma previamente definido.

Quando a comunicação for confiada a um prestador externo, é importante que você acompanhe sua implementação, a qualidade das produções e seu impacto. Se certas ações não contribuírem para alcançar os objetivos de comunicação definidos ou não tiverem os impactos esperados, sua utilidade pode ser questionada. Se necessário, o plano de comunicação pode ser modificado (p. 19).

### DIREITO DE SUPERVISÃO

Após a aprovação do plano de comunicação, a comunicação do projeto está em suas mãos. Apenas a equipe de projetos da AFD tem o direito de revisar os materiais produzidos e as ações de comunicação realizadas. A AFD é a única instância que pode se opor a ações de comunicação que contrariem os valores do Grupo ou prejudiquem sua imagem.

## 5 ENCAMINHAR SEUS MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO

A primeira iniciativa deve ser divulgar seus materiais e ferramentas de comunicação nos canais próprios, como o site institucional, revista interna, newsletter, redes sociais e canais de relacionamento.

Suas produções também devem ser compartilhadas com a equipe de projetos da AFD, para que possamos eventualmente divulgá-las localmente em nossas redes.

Para uma visibilidade ainda mais eficaz, você também pode compartilhar todos os seus materiais de comunicação com os atores envolvidos no projeto, a fim de incentivá-los a comunicar.

### ENCAMINHAR SEUS MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO À AFD

Você pode enviar seus materiais de comunicação à equipe de projetos da AFD:

- por e-mail;
- por [wetransfer.com](https://wetransfer.com), [grosfichiers.com](https://grosfichiers.com) e [transfernow.net](https://transfernow.net) quando forem arquivos pesados;
- nos fornecendo acesso aos seus servidores.



## 6 AVALIAR SUAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

Um relatório final avalia os impactos das ações de comunicação do projeto. Esses impactos se baseiam em indicadores precisos, definidos durante a elaboração do plano de comunicação. Eles são ilustrados por exemplos concretos (matérias jornalísticas, vídeos, links para materiais on-line etc.). Apenas como sugestão, os seguintes indicadores podem ajudar a avaliar os impactos das ações de comunicação.

### Indicadores quantitativos

- número de artigos, conteúdos na web ou publicações realizadas. E, sobretudo, o número de leitores desses artigos e dessas publicações;
- estatísticas de acesso nas redes sociais e nos sites da Internet;
- número de destinatários de mailings, da newsletter e os resultados obtidos com essas ferramentas;
- número de eventos organizados e de participantes nesses eventos;
- número de apresentações do projeto em congressos e colóquios;
- número de ações de comunicação voltadas para os públicos-alvo e/ou para o público em geral;
- número de encontros com a mídia e impacto.

### Indicadores qualitativos

- nível de satisfação dos participantes/públicos-alvo impactados pelas ações de comunicação;
- envolvimento dos atores do projeto (ministérios, parceiros do projeto, beneficiários finais etc.);
- valorização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).



# UTILIZAR CORRETAMENTE o logotipo da França/AFD

## COMO ESCREVER CORRETAMENTE O NOME DA AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT

- O nome deve **ser sempre escrito em francês**, independentemente do idioma do conteúdo em que aparece;
- Utilizar **letra maiúscula** apenas na primeira letra de "Agence". As demais palavras devem ser escritas com letras minúsculas;
- **não é permitido abreviar** o nome por extenso;
- a **única sigla** aceita é AFD.

### USO CORRETO

- ✓ Agence française de développement
- ✓ AFD

### USO INCORRETO

- ✗ Agence Française de Développement
- ✗ Ag. française de dev.
- ✗ French Agency of Development
- ✗ FAD, FDA, AfD...

## UTILIZAR CORRETAMENTE O LOGOTIPO DA FRANÇA/AFD

### ✓ MODELOS CORRETOS DO LOGOTIPO DA FRANÇA/AFD

France 



France 



### ✗ MODELOS INCORRETOS DO LOGOTIPO DA FRANÇA/AFD



✗ Distorção  
(altura e largura)



✗ Modificação  
tipográfica



✗ Alteração parcial  
das cores dos  
elementos



✗ Uso de efeitos  
visuais (sombra,  
contorno etc.)



✗ Uso em  
transparência

## UTILIZAR CORRETAMENTE O LOGOTIPO DA FRANÇA/AFD

### ✓ MODELOS CORRETOS DO LOGOTIPO DA FRANÇA/AFD



### ✗ MODELOS INCORRETOS DO LOGOTIPO DA FRANÇA/AFD

## VISIBILIDADE DO LOGOTIPO

O logotipo deve **estar claramente** visível sobre um fundo.



O logotipo **não pode interferir** nem **se confundir com a imagem**.



## TAMANHO E RESOLUÇÃO DO LOGOTIPO PARA IMPRESSÃO

Para todas as publicações não digitais:

- o tamanho do logotipo horizontal deve ser igual ou superior a 30 mm (1,2 pol);
- respeitar uma margem de segurança de, pelo menos, 5 mm ao redor do logotipo para que ele permaneça legível e visível;
- recomenda-se utilizar arquivos em alta resolução para materiais impressos.



- Aqui o tamanho do logotipo está muito pequeno: ele está ilegível;
- logotipo borrado ou pixelado: a resolução da imagem utilizada provavelmente é insuficiente. Dica: utilize uma imagem em alta definição com melhor resolução;
- espaço insuficiente ao redor do logotipo: ele está ilegível e se mistura com os elementos vizinhos.



## RESOLUÇÃO DO LOGOTIPO NA WEB

Dar preferência à versão de baixa definição na web, respeitando, no entanto, um tamanho mínimo de arquivo de 150 pixels.

