CONFIDENTIEL

Cofinancé par l'Union européenne

التعاون الألماني
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Royaume du maroc
Ministère de l'économie et des finances

Programme d'appui à la Finance Inclusive au Maroc

PROFI

Plan de communication stratégique et de visibilité 2026-2028

Mis en œuvre par

giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

بنك المغرب
BANK AL MAGHRIB

FMEF
Fondation Marocaine pour l'Éducation Financière

Fédération Nationale des Associations de Microcrédit
الفدرالية الوطنية لجمعيات القروض الصغرى
FNAM

MOROCCO FINTECH CENTER
المركز المغربي للتكنولوجيا المالية

تمويلكم
TAMWILCOM

VERSION	STATUT	PARTENAIRE POLITIQUE
SEPTEMBRE 2026	DOCUMENT DE PILOTAGE	MEF

SYNTHÈSE EXÉCUTIVE

Le présent plan définit la communication stratégique et la visibilité de PROFI pour la période 2026-2028. Il traduit la logique d'intervention du programme en messages, actions, responsabilités, jalons et indicateurs en l'adaptant aux résultats, partenaires et instruments de PROFI.

MESSAGE CENTRAL

PROFI : UN ENGAGEMENT COMMUN EN FAVEUR D'UNE INCLUSION FINANCIÈRE ACCESSIBLE, UTILE ET DURABLE.

FINALITÉ

Faire connaître la contribution de PROFI à une inclusion financière plus accessible, utile et durable, renforcer la cohésion entre les partenaires et transformer les résultats vérifiés du programme en connaissances mobilisables pour le pilotage de la SNIF.

POSITIONNEMENT DU PROJET

PROFI est un programme d'assistance technique qui teste, documente et met en partage les approches et solutions efficaces pour mieux servir les populations encore exclues ou insuffisamment desservies par les produits et services financiers. Son positionnement associe trois ambitions : produire des connaissances et des preuves utiles à l'action ; renforcer les capacités et la visibilité des partenaires ; rapprocher les solutions financières des besoins réels des femmes, des jeunes, des populations rurales et des TPME.

Le programme contribue ainsi au déploiement de la deuxième phase de la Stratégie nationale d'inclusion financière, en favorisant la convergence des initiatives publiques et privées et en soutenant des solutions innovantes, accessibles et adaptées aux segments sous-desservis. Il vise à réduire les écarts d'accès et d'usage des services financiers et à renforcer leur contribution à l'inclusion économique et sociale.

NARRATIF COMMUN

L'inclusion financière suppose des services compréhensibles, adaptés et effectivement utilisés. PROFI accompagne les institutions et opérateurs marocains pour renforcer le pilotage de la SNIF, développer la culture financière, tester des offres adaptées aux populations rurales et améliorer l'orientation vers les solutions de financement. Le programme place les femmes et les jeunes au cœur de cette dynamique et transforme les données, les expériences de terrain et les retours des bénéficiaires en apprentissages utiles à l'action publique.

1. STRATÉGIE DE COMMUNICATION DU PROJET PROFI

1.1. ÉMETTEURS ET CIBLES DE LA COMMUNICATION

La segmentation repose sur le rôle, le niveau d'implication et le besoin informationnel. Elle doit être revue annuellement, car les acteurs et leur niveau d'engagement peuvent évoluer pendant la mise en œuvre.

<table>
<tr><th colspan="2">ÉMETTEURS</th></tr>
<tr><td>PARTENAIRES INSTITUTIONNELS (E1)
MEF, UE (DUE), BMZ, GIZ et instances de gouvernance de la SNIF.</td><td>PARTENAIRES RELAIS (E2)
BAM, FMEF, FNAM, TAMWILCOM, DTFE, MFC.</td></tr>
<tr><th colspan="2">CIBLES DE LA COMMUNICATION</th></tr>
<tr><td colspan="2">BÉNÉFICIAIRES (C1) – GRAND PUBLIC (C2)
C1 : bénéficiaires finaux (femmes, jeunes, TPME, populations rurales).
C2 : grand public, médias, société civile et monde académique.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Canaux privilégiés : sites web et comptes institutionnels de réseaux sociaux (dont LinkedIn et YouTube), presse locale.</td></tr>
</table>

1.2. MATRICE OPÉRATIONNELLE

Partie prenante	Cible	Canaux prioritaires	Formats	Langue
Partenaires institutionnels	Décideurs Bailleurs de fonds Presse nationale	Sites web et réseaux sociaux des institutions partenaires	Fiche projet Rapports périodiques Communiqué ou dossier de presse	Arabe et français ; anglais selon besoin.
Partenaires de mise en œuvre	Médias, société civile, monde académique, bénéficiaires finaux (femmes, jeunes, TPME, ruraux).		Kits, guides, événements, fiches résultats, communiqués, interviews, infographies, capsules, témoignages, tutoriels, audio/vidéo.	Arabe et français. Darija si pertinent.

1.3. DISPOSITIONS GÉNÉRALES

- La communication est programmée à partir des jalons du PO et non au seul rythme des opportunités.
- Chaque contenu a une audience, un objectif, un responsable, une validation, une source et un indicateur.
- Les enseignements du suivi alimentent une révision annuelle du plan.
- Les sites web et réseaux sociaux utilisés sont ceux des institutions partenaires.

1.4. RÈGLES ÉDITORIALES

- Privilégier des phrases courtes, un vocabulaire concret et une donnée principale par contenu.
- Associer systématiquement un résultat à sa source, sa période, sa population et son périmètre.
- Ne pas confondre extrant, effet attendu et impact ; éviter toute attribution non démontrée.
- Présenter les partenaires comme porteurs de leurs dispositifs et PROFI comme appui à leur mise en œuvre.
- Prévoir un appel à l'action utile : s'informer, participer, utiliser un outil, consulter une ressource ou contacter le partenaire compétent.
- Représenter les personnes avec dignité, sans mise en scène de vulnérabilité ni promesse d'accès au financement.

1.5. MOMENTS CLÉS

Période	Priorité stratégique	Livrables phares
2026 - cadrage et lancement	Installer un narratif commun, valider la gouvernance et les modèles de visibilité.	Kit de communication ; rubrique PROFI sur un site institutionnel ; lancement ; calendrier éditorial ; modèles co-brandés.
2027 - démonstration	Rendre visibles les premiers résultats, les usages et les apprentissages.	Campagnes et rencontres régionales ; démonstrations ; récits des changements les plus significatifs ; contenus réguliers.
2028 - capitalisation	Documenter les résultats, les enseignements et leur contribution au pilotage de la SNIF.	Synthèses de capitalisation ; événement final ; bilan de visibilité ; produits de transfert.

2. PLAN D'ACTIONS OPÉRATIONNEL 2026-2028

La matrice ci-dessous constitue le noyau opérationnel du plan. Les dates précises sont arrêtées dans le calendrier annuel après validation des jalons techniques, des responsables et des moyens.

Lecture du tableau : E1 = partenaires institutionnels ; E2 = partenaires relais (voir point 1.1) ; C1 = bénéficiaires finaux (femmes, jeunes, TPME, populations rurales) ; C2 = grand public, médias, société civile et monde académique.
La colonne « Émetteurs » indique qui communique ; la colonne « Cibles » indique à qui. E1 et E2 peuvent également être destinataires d'une action.

Moment / action	Émetteurs	Cibles	Support	Jalon	Validation	Indicateur
Cadrage et lancement de PROFI	E1	E2 C1 et C2	Dossier projet, communiqué, kit visuel.	2026, après validation du narratif et des règles de visibilité.	GIZ, MEF, DUE.	Kit validé
Conférence annuelle SNIF	E1	E2 C1 et C2	Rapport, contenus institutionnels.	Semestriel / annuel, 2026-2028.	GIZ, MEF, BAM, DUE.	Données validées ; décisions documentées ; satisfaction des acteurs clés.
Coalition pour l'inclusion financière des femmes	E2	E1 C1 et C2	Notes, contenus co-brandés, récits vérifiés.	Selon feuille de route de la Coalition.	Partenaire porteur + GIZ / parties concernées.	Participation ; engagements ; produits diffusés ; reprises.
Lancement et diffusion de MALIYATI	E2	E1 C1 et C2	Contenus FR/AR, supports pratiques, portraits, récits des bénéficiaires.	Selon feuille de route de la FMEF.	FMEF + GIZ / DUE selon support.	Bénéficiaires atteints ; engagement.
Offres financières inclusives rurales	E1 et E2	C1 et C2	10 rencontres régionales, fiches, capsules, presse locale.	Par vagues, au fil des pilotes, principalement 2027-2028.	GIZ, partenaires concernés.	Participation désagrégée ; appréciation ; offres, enseignements repris.

Moment / action	Émetteurs	Cibles	Support	Jalon	Validation	Indicateur
Plateformes et outils innovants	E2	E1 C1 et C2	Démonstrations, tutoriels, campagnes ciblées, vidéo d'usage.	À chaque mise en production et montée en charge.	GIZ, partenaires concernés.	Utilisateurs ; consultations ; complétion tutoriels ; orientation.
Fintech Academy	E2	E1 C1 et C2	Sessions, ateliers participatifs, mentorat, contenus de capitalisation.	Dès mise en place, puis selon programmation.	MFC + GIZ / partenaires concernés.	Sessions ; profils participants ; satisfaction ; produits partagés.
Récits et preuves de changement	E2	C1 et C2	Récit court, rapport, publication, capsule avec consentement.	Sélection semestrielle.	GIZ, partenaires concernés.	Récits sélectionnés ; usages ; consentements documentés.
Capitalisation et clôture	E1	E2 C1 et C2	Synthèse des enseignements, études de cas, bilan.	2028, après consolidation des résultats.	GIZ, MEF, DUE. Partenaires concernés.	Produits validés ; participation ; téléchargements ; engagements de reprise.

3. IDENTITÉ VISUELLE, VISIBILITÉ ET MENTIONS

3.1. IDENTITÉ VISUELLE

Élément	Règle opérationnelle
Ordre des logos	De gauche à droite : Union européenne avec la mention « Cofinancé par l'Union européenne », puis coopération allemande, puis Royaume du Maroc / MEF. La GIZ figure avec la mention « Mise en œuvre par » ; les partenaires marocains concernés figurent dans le bloc des partenaires de mise en œuvre.
Partenaires de résultat	L'ordre des partenaires marocains peut être adapté au résultat concerné ; le partenaire porteur est clairement identifié.
Emblème UE	Taille, zone de protection, contraste et déclaration de cofinancement conformes aux orientations UE applicables.
Modèles	Gabarits pour présentations, publications, invitations, réseaux sociaux, roll-up et fiches résultats, conformes aux orientations UE applicables.
Impression	L'impression est réservée aux supports ayant un usage justifié et, autant que possible, multiple.

3.2. VISIBILITÉ ET MENTIONS

Les formulations exactes de reconnaissance du cofinancement et les clauses de non-responsabilité doivent être validées avec la GIZ et la DUE avant leur intégration aux modèles. Elles sont adaptées au type de support (publication, vidéo, événement) et traduites lorsque nécessaire. Aucun modèle ne doit être diffusé tant que cette validation n'est pas obtenue.

4. PHOTOGRAPHIES, VIDÉOS ET DONNÉES PERSONNELLES

- Recueillir un consentement explicite, spécifique et traçable avant toute identification nominative, image ou voix. ;
- Anonymiser par défaut les récits destinés à l'extérieur ; un usage nominatif exige un consentement distinct ;
- Préciser l'usage, les canaux, la durée et la possibilité de retrait selon les règles applicables ;
- Ne jamais conditionner l'accès au programme à l'acceptation d'une prise d'image ou d'un témoignage ;
- Appliquer la loi marocaine n° 09-08 ainsi que les exigences de protection des données de la GIZ et de l'UE.

5. CYCLE DE RÉVISION

Le plan est revu une fois par an. Une révision exceptionnelle peut être proposée en cas d'évolution substantielle des résultats, des partenaires, des canaux, des règles de visibilité ou du contexte. Toute révision stratégique est soumise au circuit d'approbation applicable avant mise en œuvre.