



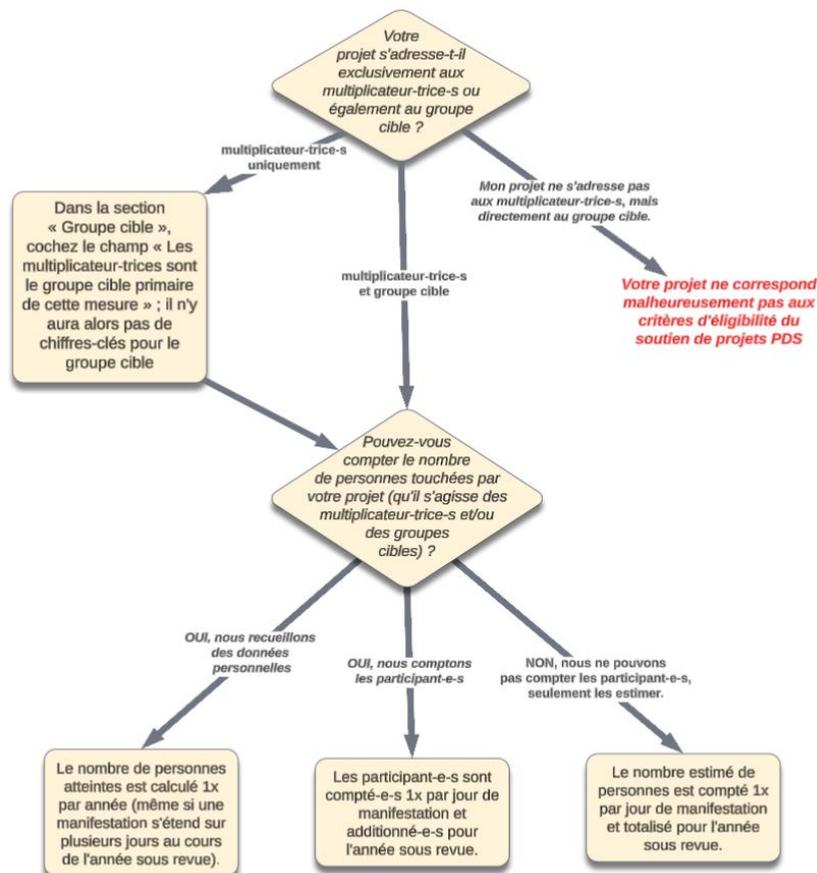
Soutien de projets PDS: Guide pour la définition et le reporting des chiffres-clés

Directives pour la définition et le reporting de chiffres clés dans Promotion Digitale. Instructions concernant les projets dès le cycle de soutien PDS 2023 (mis à jour le 13.08.2025).

Important : veuillez vérifier la plausibilité des données et des valeurs que vous collectez. Les données et les valeurs doivent être pertinentes, crédibles et compréhensibles dans votre contexte particulier.

Groupes cibles et multiplicateur-trice-s

Servez-vous du schéma suivant pour définir les bons chiffres-clés de votre projet pour les groupes cibles et les multiplicateur-trice-s:



- Si votre projet s'adresse exclusivement à des multiplicateur-trice-s, dans la section «groupe cible», cochez le champ «Les multiplicateur-trices sont le groupe cible primaire de cette mesure». Vous n'aurez alors pas besoin de rapporter des chiffres-clés pour le groupe cible.
- Dans le cas où des données personnelles sont recueillies dans le cadre de votre projet (p. ex. cours avec inscription), le nombre de personnes atteintes est calculé 1x par année (même si plusieurs cours ou autres contacts sont prévus durant l'année).

- Si votre projet s'adresse à des multiplicateur-trice-s travaillant avec un groupe cible dont le nombre est connu ou peut être estimé, le nombre de personnes atteintes dans le groupe cible est à rapporter en plus de celui des multiplicateur-trice-s atteint-e-s.
- Si aucune donnée personnelle n'est recueillie dans le cadre de votre projet (p. ex. salle de sport ouverte), le nombre de personnes (groupe cible ou multiplicateur-trice-s) atteintes par manifestation est calculé puis totalisé pour l'année sous revue (même dans le cas où la même personne participe plusieurs fois / à plusieurs événements).
- Veillez à ce que les chiffres-clés relatifs aux personnes (multiplicateur-trice-s/groupes cibles) ne comprennent pas d'indicateurs associés aux mesures de communication (p. ex. brochures distribuées, newsletter, manifestations publiques). Ceux-ci sont recensés sous « Canaux de communication » – voir ci-dessous.

Canaux de communication

Les mesures de communication telles que des événements de sensibilisation sont à comptabiliser dans les canaux de communication.

Veillez à utiliser les définitions suivantes afin d'obtenir les chiffres-clés de votre projet pour les mesures de communication :

- Contacts directs : nombre de contacts dans la rue / manifestations publiques / nombre de visiteur-euse-s d'un événement (estimation)
- Publications : tirage (l'application suivante fournit des renseignements gratuits pour de nombreux médias : <https://wemf.ch/de/tools/wemf-facts-figures/>)
- Newsletter : nombre d'abonné-e-s
- Radio/TV : nombre d'auditeur-trice-s par émission (les chiffres pour les émissions de RTS peuvent être demandés [ici](#), pour d'autres programmes, demandez directement à la chaîne)
- Site web : nombre de consultations/clics (l'administrateur-trice du site a accès aux chiffres/analytics)
- Réseaux sociaux : nombre de followers
- Applications : nombre de téléchargements de l'application (l'administrateur-trice de l'application a accès aux chiffres/analytics)

Procédure pour la description du projet et le rapport annuel

- Indiquez dans la description du projet combien de personnes/contacts vous souhaitez atteindre par catégorie sélectionnée sur toute la durée du projet. Dans le champ des commentaires, sous l'onglet « Finaliser », précisez lesquelles des approches décrites ci-dessus vous avez sélectionnées pour rendre compte de vos chiffres clés afin qu'elles soient mises en œuvre chaque année sous la même forme.
- Indiquez dans les rapports annuels combien de personnes vous avez effectivement atteintes au cours de l'année sous revue. Assurez-vous que le mode de calcul dans les rapports annuels corresponde à l'approche définie dans la description de projet.