



GUIDE PRATIQUE

Campagne de communication CISP
Création et promotion de publications Facebook

Réalisé en collaboration avec la FUNOC
dans le cadre des campagnes CISP sur les réseaux sociaux
mai – juin 2025

Table des matières

A. INTRODUCTION – CAMPAGNE FACEBOOK CISP.....	2
B. PLAN DE CAMPAGNE ET SON CONTENU – MAI ET JUIN 2025.....	3
C. PREMIÈRE ÉTAPE : ACTIVER VOTRE PAGE FACEBOOK ET AJOUTER UN MOYEN DE PAIEMENT	4
CONFIRMER VOTRE PAGE FACEBOOK	5
AJOUT D'UN MOYEN DE PAIEMENT :	5
POUR DIFFUSER VOTRE CAMPAGNE DE MANIÈRE ÉLARGIE (PUBLICITÉ PAYANTE), VOUS DEVEZ ENREGISTRER UN MOYEN DE PAIEMENT. VOICI COMMENT FAIRE :	5
D. ÉTAPE 2 : SÉCURISATION, VALIDATION ET AJOUT D'UN AVERTISSEMENT AFIN D'IDENTIFIER VOTRE CONTENU COMME AYANT UNE VALEUR SOCIÉTALE	5
ÉTAPE 1 : CONFIRMER VOTRE IDENTITÉ	7
ÉTAPE 2 : CRÉER UN AVERTISSEMENT (= « SIGNATURE DE L'ÉMETTEUR DE LA PUB »).....	10
ÉTAPES À SUIVRE :	11
E. ÉTAPE 3 : CRÉATION D'UNE PUBLICATION ET PLANIFICATION.	13
F. ÉTAPE 4 : PROMOUVOIR VOTRE PUBLICATION (« BOOST »).	13



A. Introduction – Campagne Facebook CISP.

Ensemble, faisons entendre notre voix.

Le moment est venu de défendre notre secteur. Pour cela, une campagne coordonnée – créée, adaptée par la FUNOC – met **à votre disposition des visuels prêts à l'emploi**, conçus pour une diffusion large, cohérente et percutante (détails en p. 3).

Objectif : faire connaître les CISP, sensibiliser, et interpeller.

Accès aux visuels : www.caips.be /espace utilisateurs/promotion et communication

Vous souhaitez vous en saisir, mais ne savez pas par où commencer ?

Ce guide vous accompagne en fonction de vos moyens et temps disponibles : relayer, sponsoriser, ou aller plus loin en mettant en avant un contenu à portée sociétale.

Comment participer à cette campagne Facebook ?

1. Souhaitez-vous **sponsoriser** votre contenu ?

└─ Non → E. Créer une publication (p. 13)

└─ Oui

2. Votre **compte** est-il **configuré** ? (page + paiement)

└─ Non → C. Configuration (p. 4)

└─ Oui

3. Souhaitez-vous **signaler un enjeu à caractère sociétal** (explication ci-dessous) ?

└─ Non → E. Créer et F. promouvoir (de p.13 à p.15) *ne pas tenir compte de la section « catégorie publicitaire spéciale »

└─ Oui → de D. à F. (p.5 à p.15).

Pourquoi déclarer une valeur sociétale ?

Lorsque vous abordez des sujets sensibles ou engagés, **Facebook impose des règles strictes de transparence**. Déclarer la valeur sociétale de vos publications vous permet :

- **✓ d'éviter un blocage ou refus de diffusion** → Facebook peut bloquer ou retirer toute publicité qui ne respecte pas ses règles d'identification ;
- **✓ de protéger votre compte publicitaire** → Sans transparence, vous vous exposez à des restrictions sur votre page, voire à une désactivation définitive ;
- **✓ de renforcer la crédibilité et la confiance du public** → Indiquer clairement qui est à l'origine du message, c'est renforcer la transparence... et la crédibilité.

⚠ À savoir :

La configuration initiale peut prendre du temps (authentification, validation d'identité, etc.), mais une fois faite, **elle sera valable pour vos futures campagnes**.

Et en cas de question, n'hésitez pas à contacter CAIPS :

✉ info@caips.be ☎ +32 (0)4 337 89 64

B. Plan de campagne et son contenu – mai et juin 2025

Les objectifs de cette campagne sont plus spécifiquement les suivants :

- Faire connaître les CISP auprès de l'opinion publique.
- Sensibiliser un public politisé, notamment de droite, aux problématiques des CISP.
- Gagner en visibilité sur les réseaux sociaux, particulièrement pendant une période stratégique vis-à-vis du gouvernement MR - Les Engagés.

Déroulement souhaité de la campagne :

Concrètement, il s'agit pour les centres de programmer deux publications à des dates bien déterminées :

1. Le **lundi 26 mai 2025** – Publication n°1 : "CISP !"

Objectif : Informer largement le public sur ce qu'est un CISP et son rôle sociétal.

Visuels : 8 images « CISP »

Texte d'accompagnement proposé :

« Qu'est-ce qu'un CISP ? Et pourquoi devriez-vous vous en soucier un minimum ? Un jour, nous pourrions bien avoir à nous occuper d'un membre de votre famille, d'un de vos amis ou d'un de vos voisins. De vous ? Les CISP aident les gens dans le besoin mais aujourd'hui, NOUS avons besoin de vous !

Partagez notre message avec vos connaissances. Les plus faibles doivent continuer à être protégés ! »

Ciblage recommandé :

Rayon : 20 km autour de votre centre

Public : Hommes et femmes de 18 à 55 ans

Paramétrage pub :

Durée : 4 jours

Budget conseillé : entre 50 € et 100 €

2. Le **lundi 9 juin 2025** – Publication n°2 : "9 vérités"

Objectif : Dénoncer les amalgames sur le social, contrer les récits réducteurs, et ouvrir les yeux sur la complexité des situations d'exclusion.

Visuels : 11 images « 9 vérités »

Texte d'accompagnement proposé :

Ok, ok, il faut parfois remettre de l'ordre. Ok, ok, il y en a toujours qui trichent et qui abusent mais la réalité de la misère est plus complexe qu'on ne le pense.

*Ok, il faut contrôler le social (comme le reste) mais attention aux amalgames ! Et veillez tout de même à ne pas tout f**** en l'air !*

Voici 9 vérités sur les CISP que vous devez connaître SVP ! Ouvrez les yeux et partagez notre message. »*

Ciblage recommandé :

Rayon : 20 km autour du centre

Public : Hommes et femmes de 30 à 55 ans, intéressés par la politique et/ou les questions économiques

Paramétrage pub :

Durée : 4 jours

Budget conseillé : entre 50 € et 100 €

C. Première étape : activer votre page Facebook et ajouter un moyen de paiement

Pour pouvoir publier et **booster une publicité sur Facebook**, vous devez avoir un **compte publicitaire « actif »**, c'est-à-dire :

1. Une page Facebook **validée** (vous êtes bien administrateur de cette page, ou disposez des droits nécessaires d'accès et de modification.)
2. Un **moyen de paiement** enregistré

Pour ce faire, rendez-vous sur : [votre espace pub](#) (chemin : page Facebook → Gérer la page (menu à gauche) → Meta Business Suite → Gestionnaire de publicités → Vue d'ensemble du compte).

Vous arrivez alors dans votre tableau de bord publicitaire, où vous pourrez activer et paramétrer votre compte.

The screenshot shows the 'Vue d'ensemble du compte' (Account Overview) page in the Facebook Ads Manager. The page is titled 'VOTRE Prénom et Nom' and shows '0 campagnes actives'. A sidebar on the left contains icons for various account settings. Handwritten annotations include:

- A line pointing from the 'Ajouter un moyen de paiement' button to the text: 'Si paiement configuré --> lien pour ajouter des fonds'.
- A line pointing from the 'Confirmer' button to the text: 'Confirmez votre Page Facebook L'accès à votre Page a été confirmé.'

The main content area includes sections for:

- Configurez votre compte pour diffuser des publicités** (with a 'Continuer' button).
- Ajoutez un moyen de paiement** (with buttons for 'Ajouter un moyen de paiement' and 'Ignorer pour l'instant').
- Créer une Page Facebook** (with a 'Confirmer' button).

Confirmer votre page Facebook

Si votre page n'est pas encore activée pour la publicité, un message apparaîtra du type : « Vous avez besoin d'une page pour pouvoir diffuser des publicités... »

 Cliquez sur “Confirmer” en dessous du nom de votre page (celle de votre centre CISP). Cela permettra de la lier officiellement à votre compte publicitaire.

Ajout d'un moyen de paiement :

Pour diffuser votre campagne de manière élargie (publicité payante), vous devez enregistrer un moyen de paiement. Voici comment faire :

1. Cliquez sur “Ajouter un moyen de paiement”
2. Choisissez votre méthode : **carte bancaire, Bancontact, PayPal**, etc.
3. Saisissez les informations demandées
4. Cliquez sur “Enregistrer”

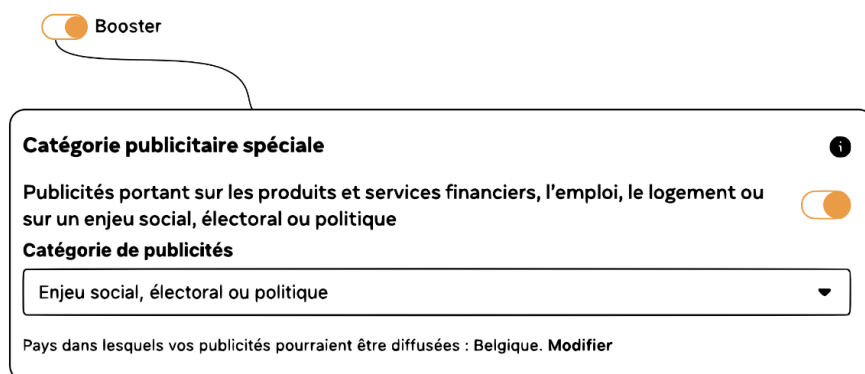
D. Etape 2 : sécurisation, validation et ajout d'un avertissement afin d'identifier votre contenu comme ayant une valeur sociétale

Lorsque vous **boostez une publication sur Facebook** portant sur des sujets comme **l'insertion, l'emploi, la formation ou le logement**, la plateforme peut la considérer comme relevant d'un **enjeu social, électoral ou politique**.

Dans ce cas, il est **essentiel d'identifier clairement le contenu comme tel** lors du paramétrage du boost (voir détails à l'étape F).

Cette mention permet à Facebook :

- de savoir **qui est à l'origine du message**,
- et de s'assurer qu'il respecte les règles de **transparence**.



Booster

Catégorie publicitaire spéciale

Publicités portant sur les produits et services financiers, l'emploi, le logement ou sur un enjeu social, électoral ou politique

Catégorie de publicités

Enjeu social, électoral ou politique

Pays dans lesquels vos publicités pourraient être diffusées : Belgique. Modifier

Mais attention :

 **Il ne suffit pas de cocher une case.**

Avant de pouvoir booster ce type de contenu, **deux étapes clés** doivent être réalisées :

1. **Valider votre identité personnelle** (*sécurisation du compte*)
→ Cette vérification permet à Facebook de savoir **qui se cache derrière les publications à portée sociétale**.

⚠ Elle s'effectue **depuis votre compte Facebook personnel**, et non depuis la page du centre.

2. **Créer un avertissement** → Une fois votre identité validée, vous pourrez créer un **avertissement**, c'est-à-dire une **signature visible** sur vos publicités, indiquant clairement **qui les diffuse**
(ex. : « Centre X – promotion de l'insertion sociale »)

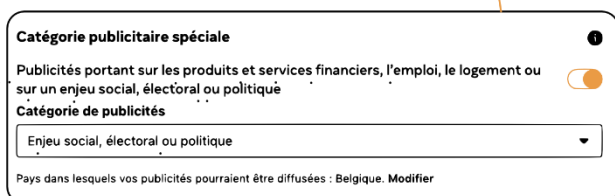
Ces étapes ne doivent être effectuées **qu'une seule fois**.

Elles peuvent toutefois prendre un peu de temps la première fois. **Ne les négligez pas** : elles sont **indispensables** pour que Facebook accepte vos publicités, et pour **éviter les sanctions** :

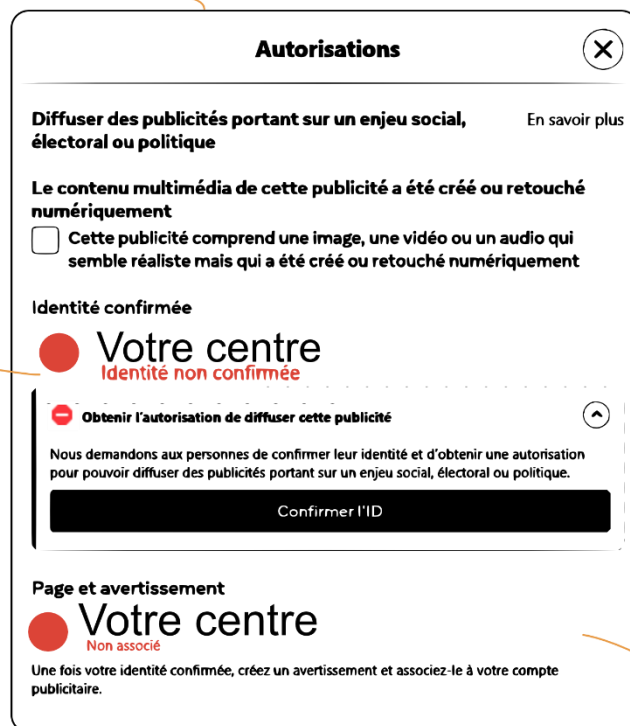
- Blocage de publications
- Suppression de contenus
- Restrictions sur le compte

Vous trouverez un **schéma récapitulatif** de ces deux étapes ci-dessous.

Les procédures de l'étape 1 et de l'étape 2 sont détaillées dans les sections suivantes.



étape 1



étape 2

Ce que vous devrez faire

Suivez ces étapes pour obtenir l'autorisation de diffuser des publicités portant sur un enjeu social, électoral ou politique.

- ✓ Confirmer votre identité
- ✓ Créer un avertissement
- ✓ Associer un compte publicitaire à l'avertissement



Étape 1 : confirmer votre identité

Rendez-vous sur ce lien (**via votre profil et non la page du centre**) et confirmez votre identité : https://accountscenter.facebook.com/personal_info.

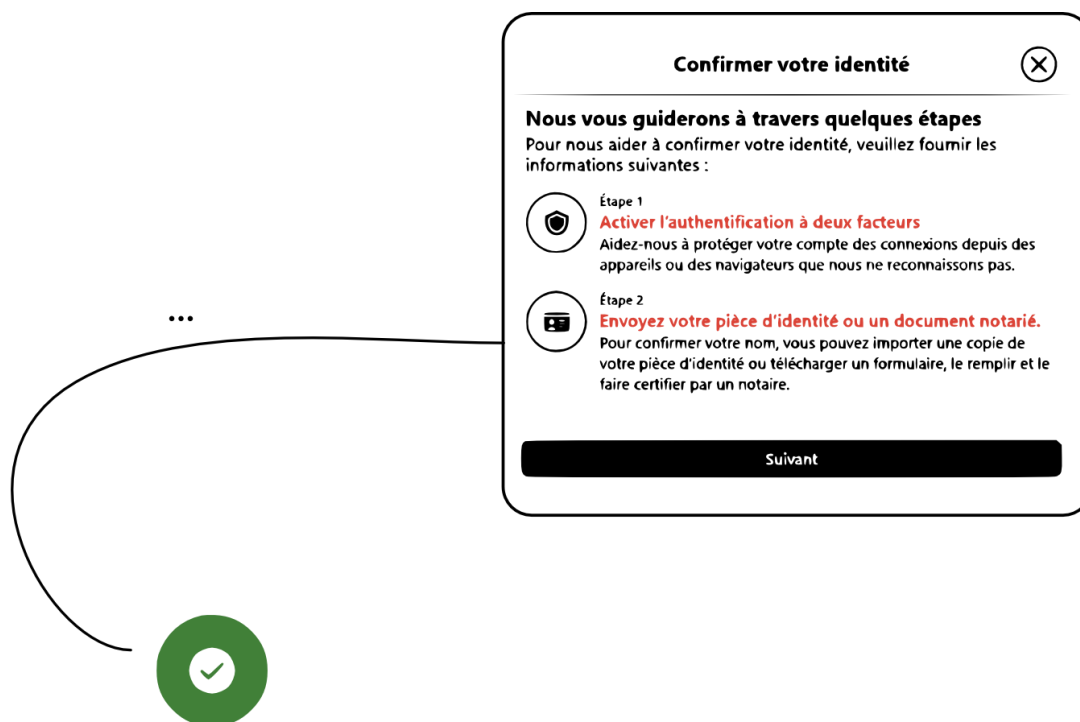
A partir de cette page, il faudra vous rendre dans votre onglet « **informations personnelles** » et en « **confirmation d'identité** ». Une nouvelle page s'ouvrira et vous serez alors invité à suivre différentes étapes de validation de votre identité.

The screenshot shows the 'Informations personnelles' (Personal Information) page in the Facebook Accounts Center. On the left, the 'Paramètres du compte' (Account Settings) menu is visible, with 'Informations personnelles' highlighted. The main content area lists several sections: 'Coordonnées' (Contact), 'Date de naissance' (Date of Birth), 'Confirmation d'identité' (Identity Confirmation), and 'Propriété et contrôle du compte' (Ownership and Control of Account). The 'Confirmation d'identité' section is highlighted with a red box, and a line points from it to a modal window titled 'Confirmer votre identité' (Confirm your identity). This modal window contains the text 'Nous allons vous aider à suivre les quelques étapes nécessaires pour confirmer vos informations.' and a 'Démarrer' (Start) button. Another line points from the 'Démarrer' button to a second modal window titled 'Choisissez un motif' (Choose a reason). This modal window lists three options: 'Diffuser des publicités portant sur un enjeu social, électoral ou politique' (Share ads about social, electoral, or political issues), 'Protéger votre compte' (Protect your account), and 'Aucune des options ci-dessus' (None of the above options). The first option is highlighted with a red line.

Le **motif à choisir** pour cette démarche de confirmation d'identité sera « **diffuser des publicités portant sur un enjeu social, électoral ou politique** ». A partir de cette étape, il vous est conseillé de vous munir de :

■ votre GSM- un document d'identité (carte identité)

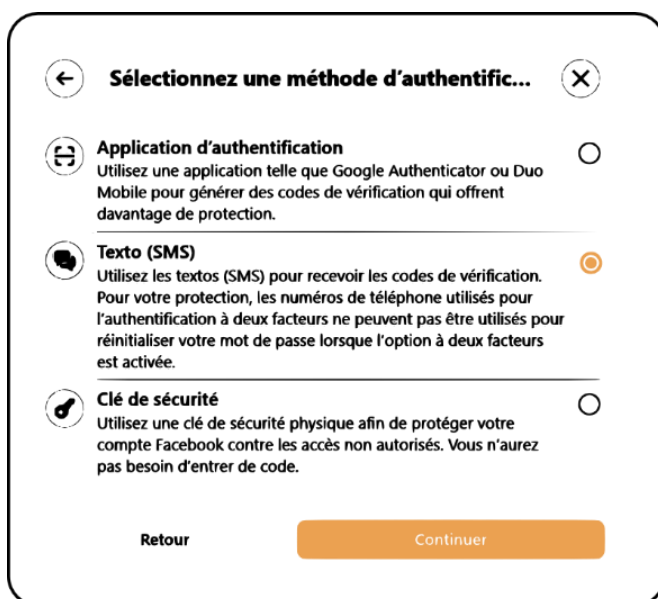
Une fois sur la page de confirmation d'identité, **un écran vous guidera étape par étape pour valider votre identité**. Suivez les instructions proposées par Facebook (vous trouverez deux conseils pour effectuer cette démarche ci-dessous).



Votre identité a été confirmée

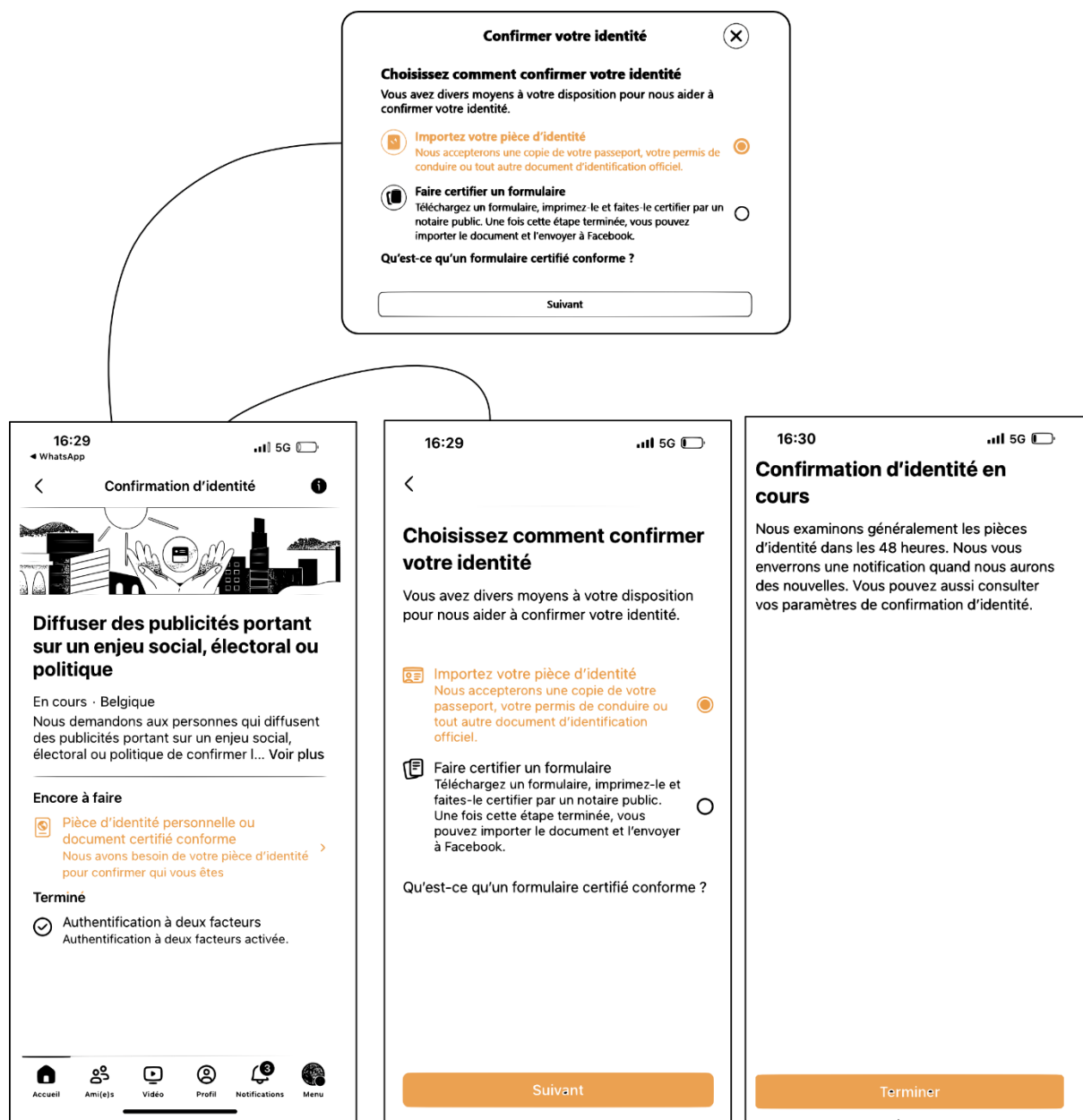
Conseil 1 : activez l'authentification à deux facteurs par SMS.

Lors du processus, Facebook vous demandera de sécuriser votre compte avec une authentification à deux facteurs. Nous vous recommandons de choisir la validation par SMS, plus simple que l'option via une application d'authentification, qui peut parfois poser problème avec Facebook.



Conseil 2 : envoyez facilement votre carte d'identité.

Si vous ne disposez pas d'une version scannée de votre carte d'identité, il semble plus simple d'utiliser l'application Facebook sur votre smartphone. Depuis le lien de validation, Facebook vous proposera d'ouvrir l'application pour prendre une photo de votre document et l'envoyer directement.



Étape 2 : créer un avertissement (= « signature de l'émetteur de la pub »).

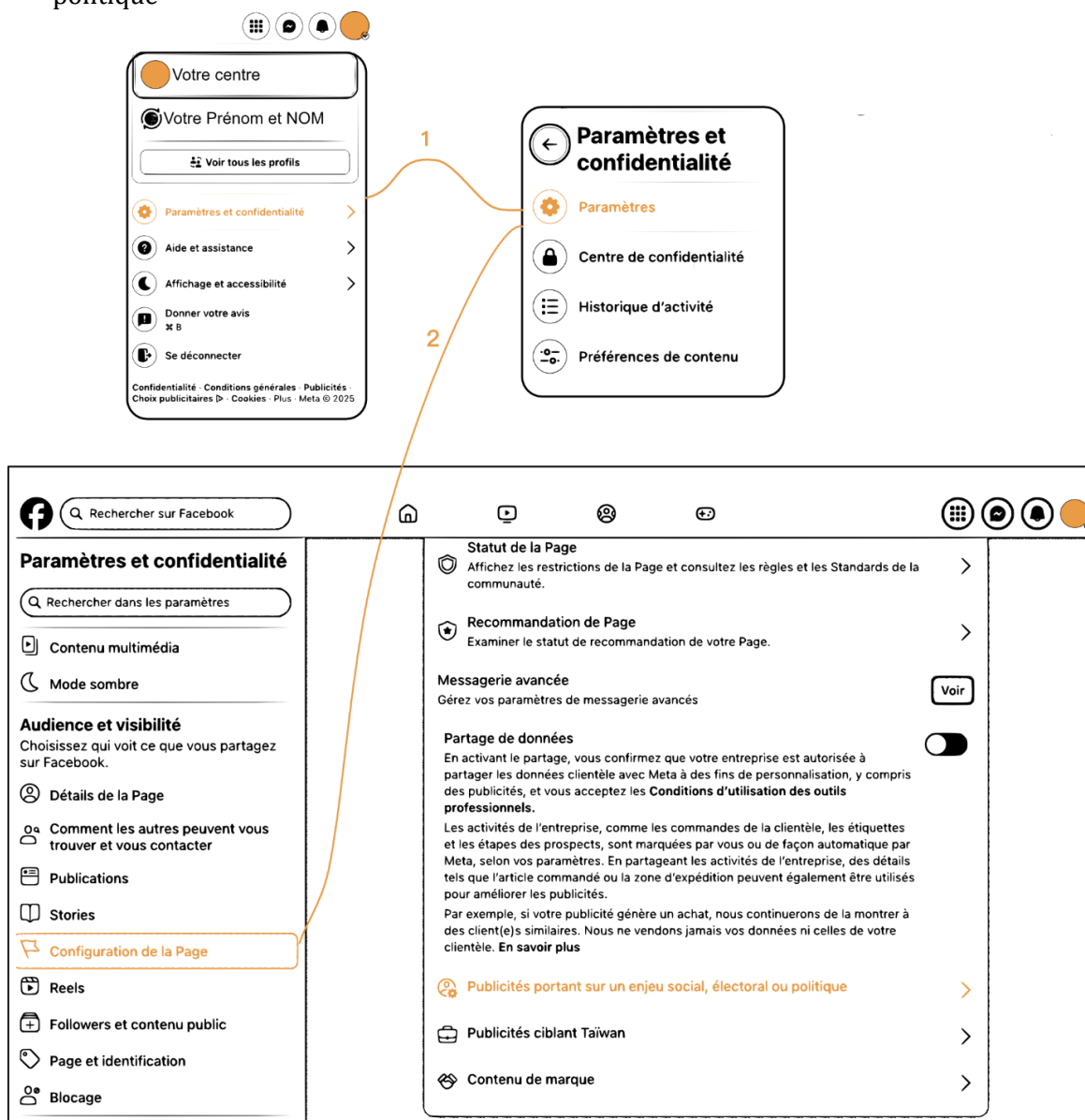
C'est la dernière étape du processus. Une fois réalisée, vous serez totalement prêt à booster vos publications à caractère social. **Ce qu'il faut savoir :**

Cette étape ne peut être effectuée qu'une fois votre identité validée par Facebook (étape précédente). Facebook indique que le traitement de votre demande peut prendre jusqu'à 48 heures, mais lors de nos tests chez CAIPS, cette validation a pris moins d'une heure.

Mise en place de l'avertissement

Une fois votre profil personnel validé, vous pouvez ajouter un avertissement officiel **depuis la page Facebook de votre centre** (quittez bien votre profil) :

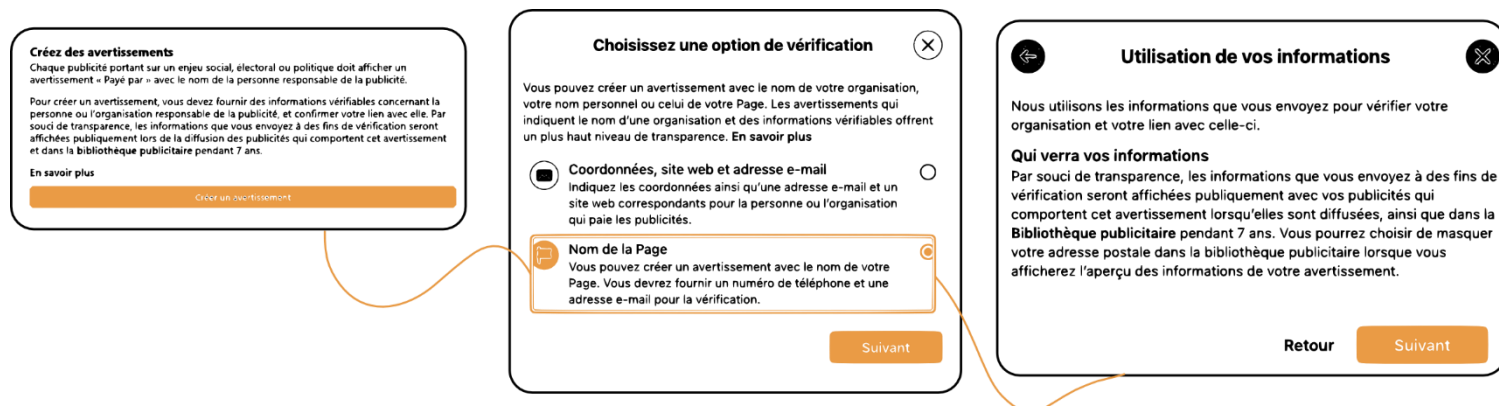
- Rendez-vous sur la page Facebook du centre
- Cliquez sur "Paramètres et confidentialité" (sous le logo de la page), puis sur "Paramètres"
- Dans le menu de gauche, ouvrez : → "Configuration de la page"
- Sur la partie principale de la page → "Publicités portant sur un enjeu social, électoral ou politique"



Étapes à suivre :

1. Cliquez sur « **Créer des avertissements** »
2. Sélectionnez **le nom de votre page Facebook** comme méthode de vérification
3. Cliquez sur « **Suivant** » et suivez les instructions

(schéma explicatif ci-dessous)



Il vous sera alors demandé de renseigner différentes informations sur votre ASBL et de les valider (envoi d'un code sur votre mail et téléphone ou GSM).

Le diagramme illustre les étapes de validation des informations de l'organisation, présentées sous forme de trois cartes interactives :

- Entrez les informations sur l'organisation** : Cette carte demande de fournir des informations supplémentaires à afficher avec votre publicité, et vous devez confirmer une adresse e-mail et un numéro de téléphone. Les informations fournies seront accessibles publiquement avec vos publicités qui comportent cet avertissement lorsqu'elles sont diffusées, ainsi que dans la Bibliothèque publicitaire pendant 7 ans. Les champs à remplir sont : Nom de la Page, Adresse de l'organisation (Adresse postale, Ligne d'adresse 2 (facultatif), Ville, État / Province / Région, Code postal), Numéro de téléphone de l'organisation (BE+32, Numéro de téléphone), Adresse e-mail (Adresse e-mail). Un bouton « Suivant » est visible.
- Confirmez votre point de contact** : Cette carte demande de choisir la façon dont vous souhaitez confirmer votre lien avec Emerg. Les options sont :
 - Numéro de téléphone** : Nous contacterons le XXXXXXXXXXXX avec un code de confirmation.
 - Texte** : Nous enverrons un code de confirmation au +XXXXXXXXXXXX.
 - WhatsApp** (choisissez cette option uniquement si ce numéro de téléphone est enregistré sur WhatsApp) : Nous enverrons un code de confirmation au XXXXXXXXXXXX via WhatsApp.
 Des boutons « Retour » et « Suivant » sont visibles.
- Confirmez l'adresse e-mail** : Cette carte demande de saisir votre adresse e-mail. Nous vous enverrons un code de vérification pour nous assurer que vous y avez accès. Le champ à remplir est : Adresse e-mail (XXXXXXXXXX). Cette adresse e-mail apparaîtra avec les informations de l'avertissement de votre publicité dans la Bibliothèque publicitaire pendant 7 ans. Des boutons « Retour » et « Envoyer un code » sont visibles.

Conseil : si votre centre utilise un fixe comme téléphone principal de contact choisissez plutôt l'option de confirmation « numéro de téléphone » : le code vous sera fourni par un appel vocal.

Ensuite, il vous sera alors demandé d'envoyer ces informations, l'examen prendra normalement moins d'une heure (même si Facebook indique que cela peut prendre 24h).

Vérifiez l'entrée dans la bibliothèque

Voici les informations que nous afficherons dans la **bibliothèque publicitaire** pendant 7 ans lorsque vous diffusez des publicités avec votre avertissement.

Si tout semble correct, envoyez les informations de votre avertissement à examen.

Informations sur votre avertissement et la bibliothèque publicitaire

Votre avertissement
Financée par xxxxxxxxxxxx

Adresse
xxxxxxxxxxxx

Téléphone
xxxxxxxxxxxx

Adresse e-mail
xxxxxxxxxxxx

Site web
<https://www.facebook.com/xxxxxxxxxxxx>

Masquer l'adresse postale dans la bibliothèque publicitaire ☒

Vous pouvez masquer l'adresse exacte et n'afficher que la ville et l'État si l'affichage de votre adresse complète vous pose, à vous ou à votre entreprise, un problème de sécurité et de protection.

Retour
Envoyer

Avertissement en cours d'examen

Vos informations sont en cours d'examen

L'examen peut prendre jusqu'à 24 heures. Une fois vos informations vérifiées, vous pourrez utiliser l'avertissement pour diffuser des publicités portant sur des enjeux sociaux, électoraux ou politiques.

Terminé

Bon à savoir : Facebook vous donnera la possibilité d'afficher ou de masquer l'adresse postale de votre centre dans la publicité. Ce choix vous appartient.

Finalisation

Même si votre « avertissement est en cours d'examen, vous pourrez terminer la procédure :

- Associez l'avertissement à votre compte publicitaire ([associer un compte publicitaire > sélectionner votre profil](#))
- Enregistrez

Gérez vos avertissements

Votre page

En cours d'examen

Associer un compte publicitaire

Associez les comptes publicitaires

Vous devrez associer au moins un compte publicitaire à votre avertissement.

Si vous dissociez un compte publicitaire d'un avertissement, la diffusion des publicités qui comportent cet avertissement peut être interrompue.

Q Cherchez un numéro de compte publicitaire

Compte publicitaire associé

Votre prénom et nom
20 163 5470193 8

Annuler
Enregistrer

C'est tout ! Vous êtes désormais autorisé à diffuser des publications sponsorisées comportant un message social, en toute conformité avec les règles de Facebook.

E. Etape 3 : création d'une publication et planification.

Une fois les étapes précédentes validées, vous êtes prêt à créer votre publication. Voici comment procéder pour appliquer au mieux le plan de campagne.

Étapes pour créer une publication :

1. **Rendez-vous sur votre [Meta business Suite](#)** (chemin : Aller sur la page Facebook de votre centre > gérer la page > Meta Business Suite > Créer une publication).
2. Cliquez sur **“Créer une publication”**
3. **Ajoutez les visuels** fournis
4. Copiez-collez le texte **d’accompagnement** proposé dans ce guide (vous pouvez l’adapter légèrement à votre ton)
5. Ajoutez éventuellement un **lien vers votre site** ou une page d’information
6. Cliquez sur **“Publier”**

Astuce : programmez la publication à l’avance

- Dans la fenêtre de création, cliquez sur la **flèche à côté du bouton “Publier”** ;
- Choisissez **“Programmer”** ;
- Sélectionnez la **date et l’heure** souhaitées.

F. Etape 4 : promouvoir votre publication (« boost »).

Le « boost » permet de **diffuser votre publication à un public plus large (publication payante)**, au-delà des abonnés de votre page. Une fois la publication en ligne, vous pouvez lancer cette étape.

Étapes pour booster une publication :

1. Directement en dessous sur la page de création de la publication (en bas de la page) ou sur votre page « [Meta business Suite](#) », **repérez la publication à promouvoir dans « Gérer votre contenu marketing < > »** (sur la page d’accueil) pour les publications programmées.

The screenshot displays the Meta Business Suite dashboard. On the left is a sidebar with navigation options: Accueil, Notifications, Gestionnaire de pu..., Messagerie, Contenu, Agenda, Publicités, Statistiques, and Tous les outils. The main area is titled 'Gérer votre contenu marketing' and includes a sub-header 'Consultez vos publications, stories et publicités récentes et à venir, et programmez du contenu pour prendre de l'avance.' Below this is a calendar view for May 2025. The calendar has tabs for 'Planificateur', 'Publications et reels', and 'Stories'. The 'Planificateur' tab is active, showing a grid of dates from Sunday (Dim 18) to Saturday (Sam 24). A publication is scheduled for Monday (Lun 19) at 09:00. A button 'Programmer une publication' is visible in the top right of the calendar area. At the bottom of the calendar, there is a button labeled 'Voir le planificateur'.

2. Cliquez sur l'encadré et puis sur le bouton **"Booster"**
3. Dans « catégorie publicitaire spéciale » (si vous avez effectué la configuration) :
 - **Indiquez que la publication porte sur un enjeu social, électoral ou politique** (suite aux différentes démarches effectuées ci-dessus tous les points sont désormais validés dans ce champ)

Catégorie publicitaire spéciale

Publicités portant sur les produits et services financiers, l'emploi, le logement ou sur un enjeu social, électoral ou politique

Catégorie de publicités

Enjeu social, électoral ou politique

Pays dans lesquels vos publicités pourraient être diffusées : Belgique. Modifier

Le contenu multimédia de cette publicité a été créé ou retouché numériquement

☐ Cette publicité comprend une image, une vidéo ou un audio qui semble réaliste mais qui a été créé ou retouché numériquement

Diffuser des publicités portant sur un enjeu social, électoral ou politique

En savoir plus

Identité : Confirmé

Avertissement : Financée par Votre centre

Pays autorisé : Belgique

Vérifier les autorisations

○

4. Définissez votre audience :
 - **Zone géographique** : rayon de 20 km autour de votre centre
 - **Tranche d'âge et intérêts** : selon les recommandations

5. Donnez le nom du bénéficiaire et du financeur de la publicité (> enregistrer)

Pour les audiences qui incluent l'Union européenne

Informations sur le bénéficiaire et le payeur requises

Lorsque vous créez de nouvelles publicités diffusées dans l'Union européenne, vous devez nous indiquer la personne ou l'organisation bénéficiaire de la publicité et la personne ou l'organisation qui paie pour la publicité. Ces informations seront publiquement accessibles dans la bibliothèque publicitaire Meta pendant un an, mais ne figureront pas sur la publicité elle-même. En savoir plus

À qui cette publicité bénéficie-t-elle ?

Nom du bénéficiaire

Obligatoire

Qui finance cette publicité ?

Nom du payeur

Obligatoire

Enregistrer

6. Définissez la durée de la campagne : 4 jours
7. Fixez votre budget : entre 50 € et 100 €

Durée

1

Votre publicité sera diffusée une fois que votre publication sera publiée.

Votre publication est programmée pour 19 mai 2025.

Jours

Date de fin

4

23 mai 2025

Budget quotidien

1

Limite de dépense bientôt atteinte

Vous avez presque atteint la limite de dépense du compte que vous avez définie pour ce compte publicitaire. Augmentez, réinitialisez ou supprimez votre limite pour continuer à diffuser vos publicités. En savoir plus

Augmenter la limite

Couverture estimée : 3,5 K - 10,2 K comptes de l'Espace Comptes par jour

€ 12,50

0,89 € 100,00 €

Résultats quotidiens estimés

1

comptes de l'Espace Comptes touchés

3,5 K - 10,2 K

Recapitulatif du paiement

Votre publicité sera diffusée pendant 4 jours.

Budget total € 50,00 EUR

12,50 € par jour x 4 jours.

Montant total € 50,00 EUR

8. Vérifiez tous les paramètres, puis cliquez sur “Programmer” ou “publier”

Facebook analysera ensuite votre publicité. Le délai d’approbation est généralement rapide (quelques minutes à quelques heures).

 **Félicitations**

Votre campagne est maintenant prête à être diffusée, conforme aux règles de Facebook, et porteuse du message collectif des CISP.