



Stratégie de communication

2014-2020

Région Alsace Champagne-Ardenne Lorraine

FEDER/FSE/IEJ/FEADER

Programme Opérationnel FEDER Alsace

Programme Opérationnel FSE Alsace

Programme Opérationnel FEDER/FSE/IEJ Champagne-Ardenne

Programme Opérationnel FEDER/FSE Lorraine et Massif des Vosges

Programme de Développement Rural FEADER Alsace

Programme de Développement Rural FEADER Champagne-Ardenne

Programme de Développement Rural FEADER Lorraine

Table des matières

Avant-propos.....	3
I. Contexte	4
Contexte réglementaire	4
Rappel du cadre général pour la période de programmation 2014-2020	4
Etat des lieux	4
II. Stratégie de communication	5
Objectifs	5
Périmètre.....	5
Publics cibles	6
Approches.....	6
Phases.....	7
III. Actions d’information et de communication	7
Rappel des obligations de l’autorité de gestion des fonds européens	7
Descriptif des principaux outils et actions de communication	8
IV. Gouvernance de la stratégie de communication	10
Mise en œuvre de la stratégie.....	10
Equipe dédiée.....	10
Assistance technique.....	10
Plans annuels de communication.....	10
Coordination avec les partenaires.....	10
Réseau Rural Régional.....	10
Comité Régional de suivi	11
Evaluation.....	11
V. Budget prévisionnel 2016-2021	12

Avant-propos

Issue de la réforme territoriale inscrite dans la loi du 16 janvier 2015 relative à la délimitation des régions, la Région Alsace Champagne-Ardenne Lorraine, créée le 1^{er} janvier 2016, est désormais l'autorité de gestion de 7 programmes d'intervention des fonds européens (4 programmes opérationnels (PO) FEDER/FSE et 3 programmes de développement rural FEADER (PDR)), mobilisables en région.

Afin d'harmoniser la communication relative aux aides de l'Union européenne intervenant sur l'ensemble du territoire régional, l'autorité de gestion a élaboré une stratégie de communication plurifonds, commune à l'ensemble de ces programmes, conformément aux règlements communautaires (règlement général 1303/2013 et son règlement d'exécution 821/2014, règlement FEADER 1305/2013 et son règlement d'exécution n°808/2014).

La mise en œuvre de cette stratégie permettra à la fois de mettre en cohérence les actions d'information et de communication relatives aux différents fonds, tout en intégrant une approche territorialisée prenant en compte les besoins spécifiques de chacun des programmes.

Une fois approuvée, elle remplacera les stratégies de communication établies par les trois anciennes régions et approuvées en 2015.

I. Contexte

Contexte réglementaire

Le règlement général n°1303/2013 (art.115, 116 et Annexe XII) et le règlement d'exécution n°821/2014, le règlement n°1305/2013 et le règlement d'exécution n°808/2014 fixent des obligations en termes de communication et d'information aux autorités de gestion :

- Informer les bénéficiaires potentiels sur les possibilités de financement au titre des programmes opérationnels,
- Assurer, auprès des citoyens de l'Union européenne, la publicité du rôle et des réalisations de la politique de cohésion et des Fonds.

Rappel du cadre général pour la période de programmation 2014-2020

La programmation 2014-2020 des fonds européens présente plusieurs nouveautés :

- les FESI sont mobilisés au service de la **stratégie Europe 2020¹** et leur utilisation guidée par le principe d'une **concentration thématique** autour de 11 objectifs thématiques. Cette stratégie « vise à stimuler une croissance qui soit intelligente, en investissant de façon plus efficace dans l'éducation, la recherche et l'innovation; durable, en donnant la priorité à une économie sobre en carbone ; et inclusive, en mettant clairement l'accent sur la création d'emplois et la réduction de la pauvreté »,
- La mise en œuvre des fonds est déléguée aux **Conseils régionaux, depuis 2014 autorités de gestion** (cf. loi de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles du 27 janvier 2014). Pour mémoire, ce transfert général de l'autorité de gestion vers les Régions a été précédé par une expérimentation en Alsace au cours de la période 2007-2013 pour le programme FEDER.
- La possibilité d'établir une **stratégie commune aux différents fonds**, pour une meilleure coordination et une réduction des chevauchements entre les fonds de la politique de cohésion (dont le FEDER et le FSE) et le FEADER, ainsi qu'une meilleure lisibilité avec les autres outils financiers de l'Union européenne,
- Un **accord de partenariat** fixe, au niveau national, la stratégie d'intervention des fonds.

Etat des lieux

Cette stratégie de communication harmonisée et commune aux 7 programmes de la Région Alsace Champagne-Ardenne Lorraine a été élaborée à partir des principes et enjeux partagés dans les stratégies de communication établies par les trois anciennes régions :

- en Alsace, pour le PO FEDER Alsace, le PO FSE Alsace et le PDR FEADER Alsace, adoptée le 30 juin 2015 par le Comité régional de suivi, dans le cadre d'une consultation écrite,
- en Champagne-Ardenne, pour le PO FEDER/FSE/IEJ de la Champagne-Ardenne et le PDR FEADER Champagne-Ardenne, adoptée par le Comité régional de suivi le 2 juin 2015, dans le cadre d'une consultation écrite,

¹ http://ec.europa.eu/europe2020/index_fr.htm

- en Lorraine, pour les PO FEDER-FSE Lorraine et Massif des Vosges et le PDR FEADER de Lorraine, adoptée lors du Comité régional de suivi du 8 juin 2015.

Elle s'appuie également sur plusieurs études et enquêtes, portant notamment sur la perception de l'intervention des fonds européens sur le territoire national et régional².

II. Stratégie de communication

Objectifs

La stratégie de communication présentée par le Conseil Régional d'Alsace Champagne-Ardenne Lorraine répond aux objectifs suivants :

- **Accompagner la réussite de la programmation des fonds sur son territoire** (démystifier l'accès aux programmes européens et faciliter les démarches des porteurs de projet, en diffusant l'information sur les possibilités de financement offertes par les programmes européens auprès des bénéficiaires potentiels, faciliter l'accès des porteurs de projets aux fonds communautaires afin de faire émerger des opérations),
- **Améliorer les synergies entre les programmes** européens, renforcer la complémentarité des différentes sources de soutien communautaire, national et régional sur le territoire de l'Alsace Champagne-Ardenne Lorraine,
- **Favoriser la perception par les administrés du soutien de l'Union européenne** dans leur vie quotidienne (il s'agit de rendre concrète cette action et d'assurer la transparence quant à l'utilisation des fonds européens dans la région),
- Informer et **sensibiliser sur les obligations incombant aux bénéficiaires** en termes d'information et de communication et valoriser les avancées et résultats de la programmation.

Périmètre

Conformément à l'article 116 du règlement général n°1303/2013, l'autorité de gestion peut définir une stratégie de communication pour plusieurs programmes opérationnels.

Afin d'accroître la lisibilité de l'action de l'Union Européenne en simplifiant l'accès et la compréhension, tant pour le grand public que pour les autres publics cibles, il est proposé aux 3 Comités de Suivi d'adopter une stratégie de communication commune pour l'ensemble des programmes régionaux FEDER, FSE et FEADER gérés par la Région :

- le PO FEDER Alsace (87,2 M€),

² Les Régions Alsace, Champagne-Ardenne et Lorraine ont basé l'élaboration de leurs stratégies de communication respectives sur, notamment :

- en Lorraine, un rapport intitulé *La communication sur les Fonds structurels en Lorraine* réalisé en 2011 par plusieurs étudiants du Master 2 « Collectivités territoriales et UE » (CEU) et qui tente d'analyser l'efficacité de la stratégie de communication sur les fonds structurels (FEDER / FSE) pour la période 2007-2013,
- *l'Etude auprès du grand public sur l'Europe et les fonds européens* réalisée en décembre 2013 par LH2 (d'après cette étude, en 2013, 41% des personnes interrogées en Champagne-Ardenne sont au courant que des projets ont été financés par l'Union européenne dans la région).

- le PO FSE Alsace (46,2 M€),
- le PDR FEADER Alsace (119,24 M€),
- le PO FEDER/FSE/IEJ Champagne-Ardenne (224 M€),
- le PDR FEADER Champagne-Ardenne (202 M€),
- un PO FEDER et FSE Lorraine et Massif des Vosges (408,5 M €),
- le PDR FEADER Lorraine (329 M€).

Les spécificités éventuelles liées aux différents programmes seront prises en compte dans la mise en œuvre de cette stratégie, c'est-à-dire dans la conception et réalisation des actions d'animation et d'information.

La stratégie de communication commune prendra également en compte le Programme Opérationnel National FSE pour l'Emploi et l'Inclusion, géré par l'Etat, les programmes sectoriels mis en œuvre au niveau européen (notamment Horizon 2020, LIFE, Erasmus+, Europe Créative etc.), mais aussi les programmes issus de la coopération territoriale européenne (Interreg A, B et C). Il s'agira notamment de veiller à l'articulation avec les actions de communication menées en la matière par les partenaires et les services de la Région, mais aussi de proposer des actions multiprogrammes, selon les besoins (par exemple : réunion d'information à destination des acteurs économiques).

Publics cibles

Les actions d'animation et d'information doivent être distinguées selon les publics cibles :

- les porteurs de projets ou bénéficiaires potentiels,
- les bénéficiaires ou porteurs de projets cofinancés (les bénéficiaires doivent pouvoir jouer un rôle de relais auprès de porteurs de projets potentiels et du grand public, notamment par le respect de leurs obligations de publicité),
- le grand public (cette cible pourra être segmentée, en fonction des publics ou des compétences de la Région, afin d'affiner les choix et impacts des actions de communication, qui se feront notamment avec l'appui des medias/relais d'opinion),
- les services instructeurs et partenaires de la programmation (têtes de réseau, élus, partenaires institutionnels).

Approches

Afin de simplifier l'accès de l'ensemble des publics cibles à l'information sur l'action de l'Union européenne par le biais de différents fonds, il est proposé :

- le maintien du logo/slogan utilisé pendant la phase précédant la fusion des Régions pour les actions de communication territorialisées (« L'Europe s'engage en Alsace / Champagne-Ardenne / Lorraine »), en complément de l'utilisation du logo/slogan mentionnant le nom en cours d'adoption de la Région Alsace Champagne-Ardenne Lorraine,
- de ne pas adopter une communication par fonds de façon à ne pas fractionner la perception de l'action européenne souffrant déjà d'une image d'une incompréhensible et inutile complexité, mais d'axer les messages par thématiques, en regard des compétences de la Région.

Cette stratégie a pour but de permettre aux différents publics :

- d'identifier la Région comme étant l'intermédiaire sur le territoire de l'action européenne et par conséquent d'ancrer localement l'action de l'Union européenne pour accroître le sentiment d'appartenance à l'Europe,
- d'assimiler les compétences régionales aux domaines d'intervention des fonds européens et donc d'identifier clairement les champs dans lesquels le grand public bénéficie d'un appui européen,
- de se familiariser avec les fonds européens par le biais de leur mobilisation sur des thématiques qui leurs sont proches et habituelles (ex : l'emploi, la formation professionnelle ou la préservation de l'environnement) et ainsi de faire connaître les procédures et favoriser une meilleure utilisation des fonds.

Phases

Si, au regard des règlements européens, la stratégie de communication doit être soumise au Comité Régional de Suivi pour approbation, au plus tard 6 mois après l'adoption du ou des programmes opérationnels concerné(s), la nouvelle organisation régionale impose une nouvelle consultation des 3 comités pour cette stratégie de communication commune aux 7 programmes pour lesquels la Région Alsace Champagne-Ardenne Lorraine est autorité de gestion.

Cette stratégie de communication portera sur les années 2017-2020. Au sein de la période de programmation 2014-2020, il faut distinguer plusieurs phases :

- 2017 : année charnière, à la croisée du lancement de la programmation et de sa valorisation, elle sera plus particulièrement consacrée à la mise en place d'outils et d'actions à destination des bénéficiaires potentiels et des partenaires institutionnels, afin de faire connaître les dispositifs européens et valoriser les premières réalisations,
- 2018-2020 : phase de valorisation des programmes et communication sur les adaptations apportées aux programmes (elle mettra l'accent sur l'information auprès du grand public autour des avancées et résultats de l'intervention des fonds européens sur le territoire régional).

III. Actions d'information et de communication

Rappel des obligations de l'autorité de gestion des fonds européens

Conformément au règlement général n°1303/2013 (Annexe XII), et au règlement d'exécution n°808/2014 l'autorité de gestion :

- veille à ce que les actions d'information et de communication visent une audience aussi large que possible, tous médias confondus,
- organise au moins une grande action d'information annonçant le lancement du programme opérationnel,
- organise au moins une fois par an une grande action d'information mettant en avant les possibilités de financement et les stratégies poursuivies et présentant les réalisations du programme opérationnel,

- est chargée de la publication par voie électronique, sur le site web unique ou dédié au programme opérationnel, de la liste des opérations et des principales réalisations,
- fournit des kits d'information et de communication, dont des modèles de documents, afin d'aider les bénéficiaires à remplir leurs obligations de publicité,
- doit associer les partenaires aux actions d'information et de communication.

Descriptif des principaux outils et actions de communication

Afin de répondre aux objectifs de la stratégie de communication, l'autorité de gestion mettra en œuvre, tout au long de la programmation, différents types d'actions (par exemple : actions d'information, organisations d'événements, contribution médias etc.). Selon les besoins, ces actions pourront être plurifonds, multi territoires et/ou thématiques.

Chaque plan annuel de communication déclinera et précisera les actions à mener, notamment au regard des besoins de chaque programme et territoire d'intervention. Ces dernières sont susceptibles d'évoluer au fur et à mesure de la programmation, en fonction notamment de l'évaluation des opérations de communication et des besoins.

Principales actions de communication 2017-2020 (liste non exhaustive) :

Les sites Internet consacrés aux programmes européens en Alsace Champagne-Ardenne Lorraine

Descriptif de l'action :

- Animation des sites Internet europe-en-alsace.eu et europe-en-lorraine.eu
- Création et animation du site Internet europe-en-champagne-ardenne.eu
- Création et animation d'un portail d'information europe-en-grand-est.eu, présentant des informations généralistes sur les programmes mobilisables en région et renvoyant vers les sites dédiés mentionnés ci-dessus.
- Valorisation de projets cofinancés

Page Facebook « L'Europe s'engage en Grand Est »

Descriptif de l'action :

- Ouverture de la page Facebook L'Europe s'engage en Champagne-Ardenne dédiée à l'actualité de la programmation 2014-2020 au périmètre du Grand Est permettant la diffusion de contenus interactifs (vidéos, reportages photos d'événements, jeux/concours etc.) sur un ton ludique, ciblant le grand public et plus particulièrement les jeunes.

Événements annuels et événementiel

Descriptif de l'action :

- Organisation d'événements d'ampleur d'information et de valorisation des programmes régionaux européens.
- Contenu de ces manifestations élaboré en fonction de l'avancement des programmes
- Exemples : séminaire de présentation des résultats des programmes, manifestation organisée dans le cadre du Mois de l'Europe, etc.

Réunions d'information à destination des bénéficiaires potentiels

Descriptif de l'action :

- Organisation de réunions d'information sur les programmes européens, par thématique / public cible / dispositif, selon les besoins de la programmation
- Intervention sur les programmes européens dans le cadre de manifestation organisées par les partenaires régionaux (par exemple : chambres consulaires, collectivités)

Kit de publicité harmonisé

Descriptif de l'action :

Création d'un kit de publicité harmonisé à destination des bénéficiaires FEDER, FSE (dont l'IEJ et hors PON) et FEADER (dont Leader) dans le respect des obligations de publicité définies dans les règlements communautaires

Publications et documents de synthèse

Descriptif de l'action :

- Réalisation de documents de synthèse des programmes
- Réalisation de publications thématiques / par public cible consacrées aux programmes européens
- Réalisation de supports de vulgarisation des programmes européens
- Réalisation de supports de valorisation de projets

Vidéos de valorisation de projets soutenus par les fonds européens

Descriptif de l'action :

Réaliser des vidéos de valorisation des résultats des programmes, de témoignages de porteurs de projet

Expositions

Descriptif de l'action :

Réalisation de visuels consacrés à des projets exemplaires soutenus par les fonds ou de présentation des programmes

Relations presse et campagne médias

Descriptif de l'action :

- Conception et diffusion de dossiers et communiqués de presse à l'occasion d'événements.
- Organiser des campagnes de sensibilisation dans les médias locaux (par exemple : PQR, sites d'information en ligne, selon les besoins)
- En lien avec le service Presse de la Région

IV. Gouvernance de la stratégie de communication

Mise en œuvre de la stratégie

Equipe dédiée

Conformément à l'article 117 du règlement général n°1303/2013, l'autorité de gestion désigne une personne chargée de l'information et de la communication.

Au sein de l'autorité de gestion Alsace Champagne-Ardenne Lorraine, deux chargées de communication auront pour tâche à la Direction Europe et International de concevoir, réaliser, diffuser l'information autour de l'intervention des fonds européens sur l'ensemble du territoire régional, en lien avec les pôles et services concernés par l'instruction et le pilotage de la programmation au sein de la Direction Europe et International et avec l'appui de la Direction de la Communication de la Région.

Assistance technique

Une partie des fonds FEDER, FSE et FEADER sont mobilisés pour les actions de communication et d'animation, par le biais de l'assistance technique des différents programmes.

Les plans annuels de communication présenteront une estimation du budget consacré aux actions d'animation et d'information.

Celle-ci prendra en compte les différents taux de cofinancement prévu par chacun des programmes ainsi qu'une méthode de calcul pour le cofinancement des actions mutualisées au-delà des stricts périmètres des différents programmes territorialisés.

Plans annuels de communication

Les plans de communication annuels comprennent le descriptif des actions d'animation et d'information envisagées ainsi que les messages spécifiques aux différents publics cibles, des informations sur le calendrier de réalisation ainsi que sur le budget consacré. Ces actions seront présentées sous la forme de fiche/action.

La mise à disposition sur le site internet du Conseil Régional de certains outils de communication en format accessible aux personnes porteuses de handicap sera également prévue dans les plans de communication annuels.

Coordination avec les partenaires

La gestion du FSE relevant de plusieurs autorités de gestion, la conception des actions d'animation et de communication relatives à ce fonds se fera en partenariat avec les représentants de l'Etat (DIRECCTE et SGARE).

De même, la mise en œuvre du FEADER relève non seulement du Programme de Développement Régional mais également des programmes mis en œuvre par le Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt.

Des comités techniques de communication Etat/Région pourront se réunir en tant que de besoin.

Réseau Rural Régional

Conformément aux règlements européens, les actions de communication relatives à l'intervention du FEADER doivent se faire en concertation et en collaboration avec le Réseau Rural Régional.

Le Réseau Rural Régional, piloté par la Région, sera associé à la définition des actions de communication spécifiques au FEADER, dès son installation à l'échelle du territoire de l'Alsace Champagne-Ardenne Lorraine.

L'articulation des rôles respectifs du Réseau et de l'Autorité de gestion sera étudiée sur la base des 3 PDR de la Région Alsace Champagne-Ardenne Lorraine.

Comité Régional de suivi

Dans le respect des règlements européens, les comités régionaux de suivi des programmes européens 2014-2020 seront associés au suivi et à l'évaluation de la stratégie régionale de communication en région.

Ils seront informés :

- de l'état d'avancement de la stratégie de communication,
- des actions d'informations et de publicités menées,
- des moyens de communications utilisés.

Les 3 assemblées des Comités de Suivi seront appelées à se prononcer chaque année sur le plan de communication de l'année à venir et ce, dans la mesure du possible, avant la mise en œuvre de ce plan.

Evaluation

Au-delà des données quantitatives qui seront collectées au sujet de chacune des actions d'animation et d'information, il s'agit d'évaluer à la fois la pertinence des actions au regard des attentes des publics cibles et l'impact de ces actions sur la notoriété de l'action de l'Union européenne en Alsace Champagne-Ardenne Lorraine.

Les plans de communication annuels intégreront la mention des indicateurs et modalités envisagées pour leur évaluation. Ces données seront collectées par les chargé(e)s de communication dédié(e)s et évaluées par le ou la chargé(e) d'évaluation de l'ensemble des programmes 2014-2020.

V. Budget prévisionnel 2016-2021

DEPENSES - ACTIONS DE COMMUNICATION	2016	2017	2018	2019	2020	2021	ESTIMATION TOTALE PREVISIONNELLE (MONTANT TTC)
Frais liés à l'organisation d'événements (CS, événements annuels dont événement de lancement, clôture)	2 580,00 €	10 000,00 €	23 000,00 €	6 000,00 €	10 000,00 €		890 080,00 €
Outils d'information sur les programmes	76 000,00 €	45 000,00 €	27 000,00 €	28 000,00 €	10 000,00 €	25 000,00 €	
Vidéos de valorisation des programmes	15 000,00 €	70 000,00 €	70 000,00 €	100 000,00 €	80 000,00 €		
Site internet	11 400,00 €	6 400,00 €	6 400,00 €	6 400,00 €	6 400,00 €		
Achat de petits équipements (appareil photos, ordinateurs portables)		10 500,00 €					
Relations presse / campagne médias (PQR, web)		25 000,00 €	80 000,00 €	40 000,00 €	80 000,00 €		
Enquêtes de notoriété			20 000,00 €				
TOTAUX	104 980,00 €	166 900,00 €	226 400,00 €	180 400,00 €	186 400,00 €	25 000,00 €	

RECETTES - ACTIONS DE COMMUNICATION

Les dépenses de communication cofinancées par les crédits d'assistance technique des différents programmes seront identifiées et fléchées.