



# Interreg ALCOTRA

Fonds européen de développement régional  
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE  
UNIONE EUROPEA

## ACCOMPAGNEMENT PITEM COMMUNICATION LYON – 6 MARS 2019



**La Région**  
Auvergne-Rhône-Alpes

Autorité de gestion / Autorità di gestione  
ALCOTRA 2014-2020

# ORDRE DU JOUR

MATIN

- Rappel aux exigences du Programme
- Fondamentaux d'un plan de communication (objectifs, groupe cibles, activités, ressources, résultats)

APRÈS-MIDI

- Travail en ateliers
- Conseils des experts sur comment communiquer un territoire ou une thématique spécifique

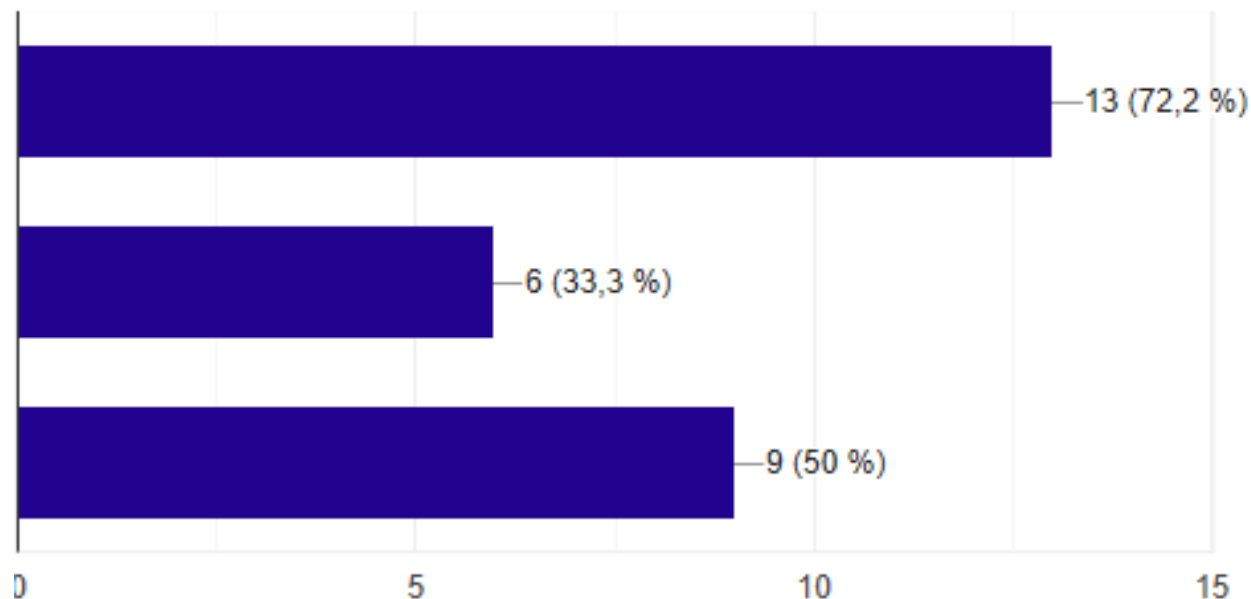
## Pour vous, la journée sera réussie si...



Vous comprenez mieux ce que vous demande le programme et repartez avec une idée claire de ce que vous devez faire en matière de communication

Vous mettez en pratique ce qui est demandé, attendu grâce aux ateliers

Vous échangez avec les autres acteurs de façon constructive



# Let's start!



# Points communs



## Contenu des PCC

1. Externalisation
2. Coordination
3. Ressources humaines et financières
4. Objectifs et groupes cibles

## Points d'attention AG

1. Cahier des charges
2. Communication
  - Projets non coordonnés à l'échelle du Plan
  - Projets simples parfois plus développés que le Plan
3. Ressources humaines et financières liées aux actions
4. Identification d'objectifs et groupes cibles propres à la communication de chaque Plan en cohérence avec le programme

# Exigences programme

---

1. Communiquer donc exister
2. Répondre aux obligations de communication du programme
3. Bilinguisme
4. Communication coordonnée à l'échelle du plan
5. Une communication professionnelle
6. Communication intégrée au programme
7. Communication transversale, atteindre le maximum de public cible sur le territoire ALCOTRA
8. Une communication concertée entre Plans intégrés



CAPITALISATION

# 1. Communiquer donc exister

---

**Information:** transmettre un message

**Communication:** être vraiment compris

Créer du lien, entrer en relation et entretenir la relation

Rendre commun pour partager

Prendre partie, choisir un positionnement

# 1. Communiquer donc exister

## Communication: Un outil au service d'un projet

Obligation pour les  
projets européens

Processus crucial  
intégré à chaque étape  
de vie d'un projet de  
coopération

Rôle clé dans le succès  
d'un projet



## 2. Répondre aux obligations de communication du programme

### DOCUMENTS DISPONIBLES:

**IL MIO PROGETTO HA OTTENUTO DEI FINANZIAMENTI EUROPEI NELL'AMBITO D'INTERREG ALCOTRA 2014-2020, COME DEVO INFORMARE?**

**I MIEI OBBLIGHI D'INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE 2014-2020 PER IL PROGRAMMA INTERREG V-A FRANCIA ITALIA ALCOTRA**

Se il mio progetto ha ottenuto un finanziamento europeo, **devo farlo sapere** e rispettare determinati obblighi. Questo documento delinea le prerogative minime da rispettare tuttavia i beneficiari dei fondi sono incoraggiati a comunicare e informare ampiamente durante tutto il progetto.

  
Fonds européen de développement régional  
Fondo europeo di sviluppo regionale

[www.interreg-alcotra.eu](http://www.interreg-alcotra.eu)



#### Cohesion policy communication rules – Questions and answers

Updated: 10 May 2016

Disclaimer: This document provides a collection of questions that have been submitted to the Commission on the application of the rules for information and communication as contained in Regulations 1303/2013 and 821/2014. The respective answers have been provided in relation to each specific case and do not constitute a generalised guidance by the Commission. They can rather be seen as suggestions as to what could be a reasonable interpretation of the rules in a given context. The responsibility for correctly applying above Regulations remains with the competent national bodies.

#### Logos / European Union emblem / Reference to the Fund[s]

- Who in the Commission approves our logo?
- For the reference to the Union, is it sufficient to write "Europe"?
- Should this reference to the ESI Funds be in the form of a logo or can it simply be a statement?
- What are the rules or procedures if we want to display the ESI logos on our web-site and on our marketing material (brochures)? Can you to send me a high resolution logo, possibly on a transparent background?
- The obligation about mentioning the Operational Programme does not apply to VEI supported projects?
- Is it wrong to press the words "European Social Fund" over two lines?
- Does the MA, in its role as the MA, have to display the EU emblem on its website? Does the MA become a beneficiary when in receipt of TA and therefore subject to all the requirements on beneficiaries including the need to display the EU emblem on its website?
- **UPDATED!** I have a question concerning annex VIII section 2.2.4. of Regulation No 1303/2013. We are not sure how to interpret these provisions and which fund we should make reference to.
- Please advise us how we should mark radio/audio spots to indicate that they are co-financed by the European Union.
- Can logo of an action, network, or let's say project of culture – which is promoted itself, be larger than the UE emblem?
- How to interpret the requirements of minimum size of the EU emblem?
- What about the visibility of the emblem on mobile devices without scrolling – this can be costly to implement?
- For example on a roll-up banner, can't we use the logo of Ministry of Finance bigger than the EU emblem even if it is not on the same line as the EU emblem?
- Could we use a white flag (rectangle) with black stars while the entire background around the flag is black, without putting a white border around the black outline of the rectangle?
- Monochrome version of the Union emblem, could we use black version on eco-paper?
- The Regulation does not mention using white, where the rectangle is in white and print of the stars is also in white on a black background.
- Could we also admit usage of EU emblem in black or white version on a colour background?
- **NEW!** Documents or promotional activities related to multi-fund programmes: can we use "ESI Funds" label in all of the communication, no matter if they relate to ERF, or ESI-supported operations, no matter if it is a beneficiary or an authority?

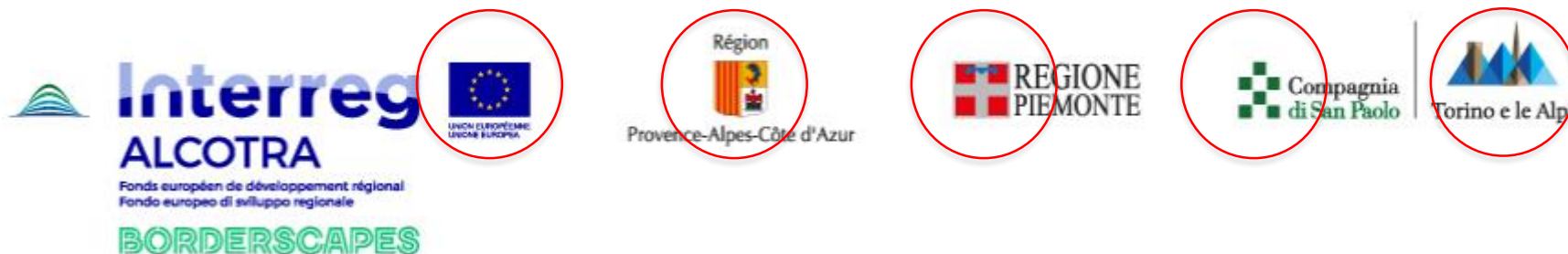
1

## 2. Répondre aux obligations de communication du programme

Comment mentionner l'Union européenne dans les outils de communication?

### Règlement d'exécution n° 821/2014 de la Commission:

« Si d'autres logos sont affichés en plus de l'emblème de l'Union, celui-ci a au moins la même taille, en hauteur ou en largeur, que le plus grand des autres logos.»



## 2. Répondre aux obligations de communication du programme Comment utiliser le logo INTERREG ALCOTRA?



### EXEMPLE:



Ricerca e innovazione



Obiettivo tematico	Obiettivo specifico
OT 1	OS 1.1
OT 4c	OS 1.2
OT 4e	OS 3.3
OT 5	OS 2.1
	OS 2.2
OT 6	OS 3.1
	OS 3.2
OT 9	OS 4.1
OT 10	OS 4.2

Economia a bassa  
emissione di carbonio



Lotta contro il  
cambiamento climatico



Ambiente e uso efficace  
delle risorse



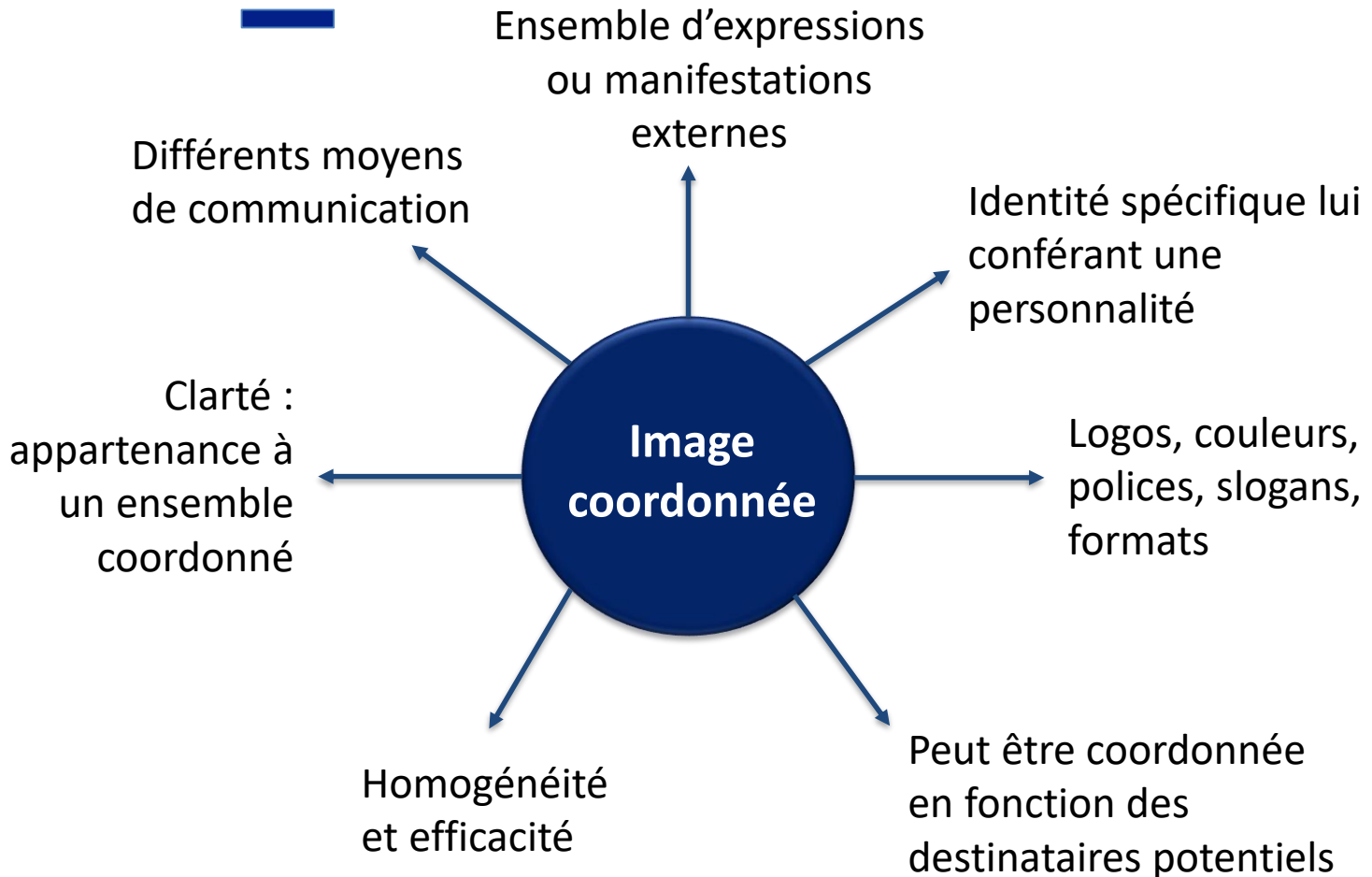
Inclusione sociale



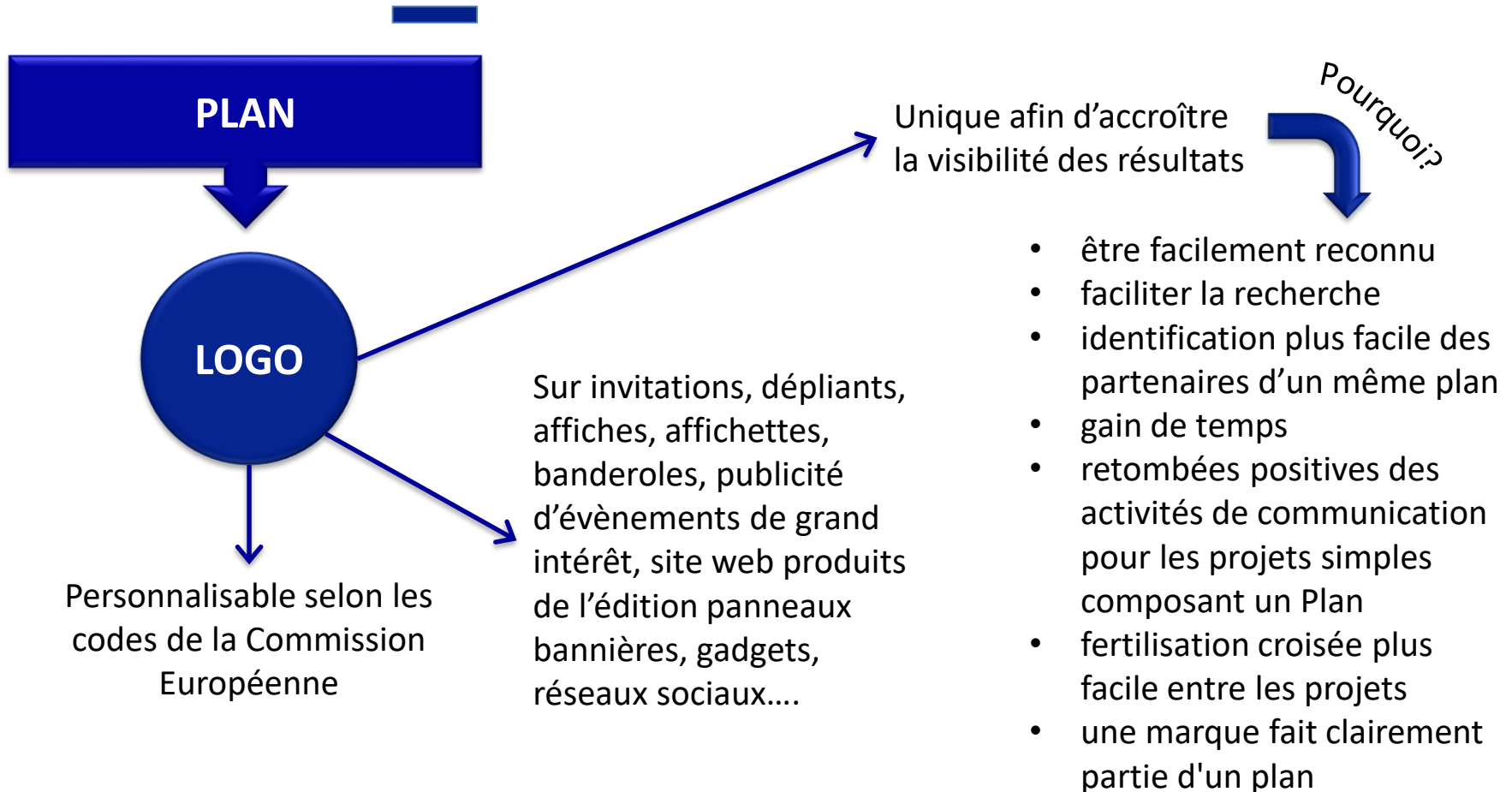
Educazione e formazione  
professionale



### 3. Communication coordonnée à l'échelle du plan



### 3. Communication coordonnée à l'échelle du plan



### 3. Communication coordonnée à l'échelle du plan

La communication nécessite un travail d'équipe



Toutes les parties prenantes doivent être impliquées :

- informant quand une question peut susciter l'intérêt
- dans la collecte d'informations et les arguments
- pour promouvoir les activités, les réalisations, l'impact, les histoires des bénéficiaires

# Stratégie de communication?

## DOCUMENT ÉCRIT



Une bonne partie du travail de communication consiste à répondre aux **besoins urgents** : il peut être facile d'oublier les activités non urgentes (mais peut-être plus importantes)



Veille à ce que les efforts de communication **contribuent à la réalisation** des objectifs du Plan, à leur coordination et à leur efficacité



Aide à **clarifier** quels sont le **personnel**, le **temps** et les **ressources nécessaires** et comment les utiliser



Donne une vue d'ensemble des **objectifs** de communication et de la manière dont le plan prévoit de réaliser ces objectifs

# PLAN DE COMMUNICATION

## Objectifs

### Généraux

Groupes cibles

Objectifs spécifiques pour chaque groupe cible, en rapport avec les objectifs de l'action et les phases du cycle du projet

- *s'assurer que la population bénéficiaire soit bien consciente des rôles joués par les partenaires et l'UE dans l'activité*
- *sensibiliser la population du territoire concerné au rôle du partenariat et à celui de l'UE dans la fourniture de l'aide dans un contexte particulier*
- *faire prendre conscience de la façon dont l'UE et les partenaires collaborent pour promouvoir l'éducation, la santé, l'environnement, etc.*



# Objectifs

---

- comprendre les objectifs généraux du plan
- comprendre quel genre de changement le plan vise à apporter
- faire une analyse **SWOT** du Plan en matière de communication:
  - **Forces:** qu'avons-nous que nous pouvons utiliser?
  - **Faiblesses:** ce qui pourrait nuire à notre réputation
  - **Opportunités:** qu'est ce qu'on peut capitaliser ?
  - **Menaces:** qu'est ce qui pourrait aller mal?
- Impliquez vos collègues du Plan dans la mise en place de la stratégie

# Groupes cibles

## Caractéristiques:

nombre, localisation, éducation, langues, contexte, organisation, emploi

## Sources d'informations :

l'identification de groupes cibles **principaux** et **secondaires** peut vous aider à hiérarchiser les audiences et ainsi déterminer l'orientation de vos activités et de vos messages.

## Effets:

1. **Connaissance:** Quelles nouvelles choses voulez-vous qu'ils apprennent sur votre sujet?
2. **Comportement:** Quels changements d'opinion voulez-vous stimuler?
3. **Pratique:** Quels changements préconisez-vous dans les actions du groupe cible? Quelles nouvelles choses voudriez-vous qu'ils fassent et quelles choses devraient-ils arrêter de faire?

# PLAN DE COMMUNICATION

## Objectifs

### Généraux

Groupes cibles

Objectifs spécifiques pour chaque groupe cible, en rapport avec les objectifs de l'action et les phases du cycle du projet

Exemples d'objectifs de communication :

- *s'assurer que la population bénéficiaire soit bien consciente des rôles joués par les partenaires et l'UE dans l'activité*
- *sensibiliser la population du territoire concerné au rôle du partenariat et à celui de l'UE dans la fourniture de l'aide dans un contexte particulier*
- *faire prendre conscience de la façon dont l'UE et les partenaires collaborent pour promouvoir l'éducation, la santé, l'environnement, etc.*

## Activités de communication

Principales activités qui seront organisées durant la période couverte par le plan de communication et de visibilité.

Seront détaillés :

la nature des activités

les responsables de l'organisation des activités

outils de communication choisis : avec une description détaillée des avantages offerts par certains supports (médias, événements, publicités, etc.), compte tenu du contexte local

# Activités de communication

- Définissez les **outils** et les **activités** que vous utiliserez pour contacter vos groupes cibles et atteindre vos objectifs.
- le canal doit correspondre au message

- *informations techniques détaillées → un manuel et non la radio*
- *médias de masse pour les groupes cibles rassemblant un grand nombre de personnes*

*canaux de communication directs (envoi de courrier électronique, livraison de supports d'information bien conçus ou organisation d'événements) à des groupes cibles spécifiques*

# PLAN DE COMMUNICATION

## Objectifs

### Généraux

Groupes cibles

Objectifs spécifiques pour chaque groupe cible, en rapport avec les objectifs de l'action et les phases du cycle du projet

Exemples d'objectifs de communication :

- *s'assurer que la population bénéficiaire soit bien consciente des rôles joués par les partenaires et l'UE dans l'activité*
- *sensibiliser la population du territoire concerné au rôle du partenariat et à celui de l'UE dans la fourniture de l'aide dans un contexte particulier*
- *faire prendre conscience de la façon dont l'UE et les partenaires collaborent pour promouvoir l'éducation, la santé, l'environnement, etc.*

## Activités de communication

Principales activités qui seront organisées durant la période couverte par le plan de communication et de visibilité.

Seront détaillés :

la nature des activités

les responsables de l'organisation des activités

outils de communication choisis : avec une description détaillée des avantages offerts par certains supports (médias, événements, publicités, etc.), compte tenu du contexte local

## Ressources

### Humaines

Nombre de personnes/jours requises pour la mise en œuvre des activités de communication

Membres de l'équipe de gestion responsable des activités de communication

### Financières

Budget requis pour mettre en œuvre les activités de communication (en chiffres absolus et en pourcentage du budget global affecté à l'action)

# Ressources

ne vous  
surchargez pas,  
soyez réalistes!

## 1 Définir un budget

- définir des valeurs budgétaires sous forme d'estimations approximatives pour vous permettre de définir des outils, d'affecter des ressources globales, tout en restant flexible
- combien d'argent est disponible pour chaque activité?

## 2 Définir les organismes responsables et les ressources humaines

- Quels organes du Plan sont responsables de la mise en œuvre de la stratégie?
- Combien de personnes clés sont disponibles pour cette mise en œuvre?
- Comment la participation des autres organes du Plan sera-t-elle coordonnée dans la mise en œuvre?

# PLAN DE COMMUNICATION

## Objectifs

### *Généraux*

Groupes cibles

Objectifs spécifiques pour chaque groupe cible, en rapport avec les objectifs de l'action et les phases du cycle du projet

Exemples d'objectifs de communication :

- *s'assurer que la population bénéficiaire soit bien consciente des rôles joués par les partenaires et l'UE dans l'activité*
- *sensibiliser la population du territoire concerné au rôle du partenariat et à celui de l'UE dans la fourniture de l'aide dans un contexte particulier*
- *faire prendre conscience de la façon dont l'UE et les partenaires collaborent pour promouvoir l'éducation, la santé, l'environnement, etc.*

## Indicateurs de résultats

Réalisation des objectifs de communication : inclure des indicateurs de résultats pour les différents outils proposés

Dispositions relatives au retour d'information (le cas échéant) : précisez et détaillez les formulaires d'évaluation ou autres moyens utilisés pour obtenir le retour d'information des participants sur l'activité

## Activités de communication

Principales activités qui seront organisées durant la période couverte par le plan de communication et de visibilité.

Seront détaillés :

la nature des activités

les responsables de l'organisation des activités

outils de communication choisis : avec une description détaillée des avantages offerts par certains supports (médias, événements, publicités, etc.), compte tenu du contexte local

## Ressources

### *Humaines*

Nombre de personnes/jours requises pour la mise en œuvre des activités de communication

Membres de l'équipe de gestion responsable des activités de communication

### *Financières*

Budget requis pour mettre en œuvre les activités de communication (en chiffres absolus et en pourcentage du budget global affecté à l'action)

## Indicateurs de résultats : fixer les valeurs cibles annuelles

**Nombre de sorties prévues pour l'année**

- Articles de médias publiés
- Vidéos produites
- Nombre d'évènements organisés
- Nombre de visiteurs sur le site...

**Sources de vérification de ces indicateurs**

- Liste de participation à des évènements
- Formulaires d'évaluation
- Résultats d'enquêtes
- Statistiques du site web...
- Vidéos produites
- Nombre d'évènements organisés
- Nombre de visiteurs sur le site...

**Dresser une liste générale des leçons apprises**



[www.interreg-alcotra.eu](http://www.interreg-alcotra.eu)



**La Région**  
Auvergne-Rhône-Alpes

Autorité de gestion / Autorità di gestione  
ALCOTRA 2014-2020