

Interreg
POCTEFA



POCTEFA 2014-2020

Stratégie de communication

Table des matières

1. Introduction.....	3
2. Objectifs.....	4
3. Publics cibles.....	7
4. Stratégie	
Principes.....	8
Messages.....	10
Fonctions	15
Ressources humaines et financières	17
5. Outils.....	18
6. Budget indicatif.....	26
Annexe : Principaux résultats du Programme précédent	27

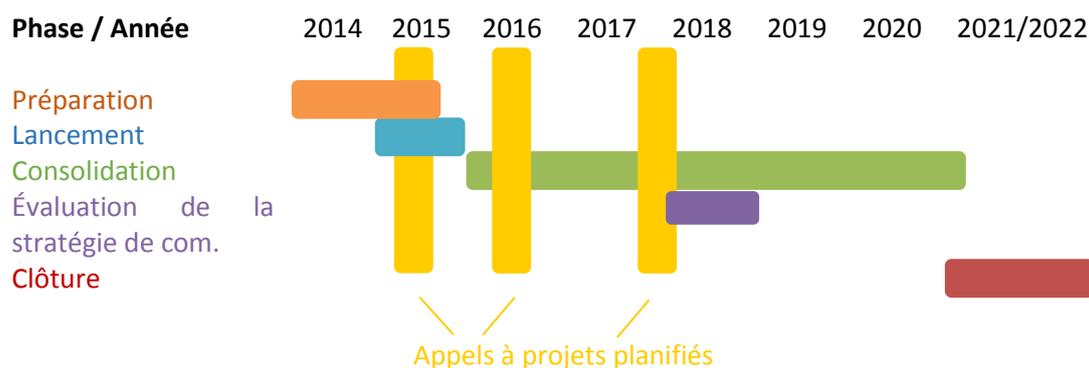
1. Introduction

Le succès du programme dépend, en grande partie, d'une bonne planification et d'une exécution correcte de la stratégie de communication. Le POCTEFA 2014-2020 doit être axé sur les résultats et doit engendrer des changements visibles sur le territoire. La communication doit accompagner cette vision et jouer un rôle primordial en ce sens.

Le présent document contient la stratégie de communication d'une durée de sept ans pour le Programme Interreg V-A Espagne-France-Andorre (POCTEFA 2014-2020), approuvée par le Comité de Suivi le 2 décembre 2015.

En vertu des dispositions des articles 115, 116 et 117 et de l'Annexe XII du Règlement (UE) n° 1303/2013, ainsi que des articles 3, 4, 5 du Chapitre II et de l'Annexe II du Règlement (UE) n° 821/2014, le Programme est chargé de concevoir une stratégie de communication de sept ans qui sera mise en œuvre par le biais de plans d'actions de communication annuels. La stratégie de communication doit être envoyée afin d'être approuvée par le Comité de Suivi dans les six mois suivant l'approbation du Programme (19 mai 2015). Les progrès ainsi que les modifications réalisés sur les plans de communication annuels doivent être présentés chaque année au Comité de Suivi.

Les besoins et les actions de communication évoluent en même temps que le programme. Le cycle de vie du programme est composé de différentes phases à savoir : la préparation, le lancement, la consolidation et la clôture. Les plans de communication annuels se centreront sur les actions correspondant aux différentes étapes tout en conservant un degré élevé de flexibilité afin de pouvoir réaliser les ajustements nécessaires, en particulier suite à l'évaluation et la révision de la stratégie de communication qui aura lieu en 2018.

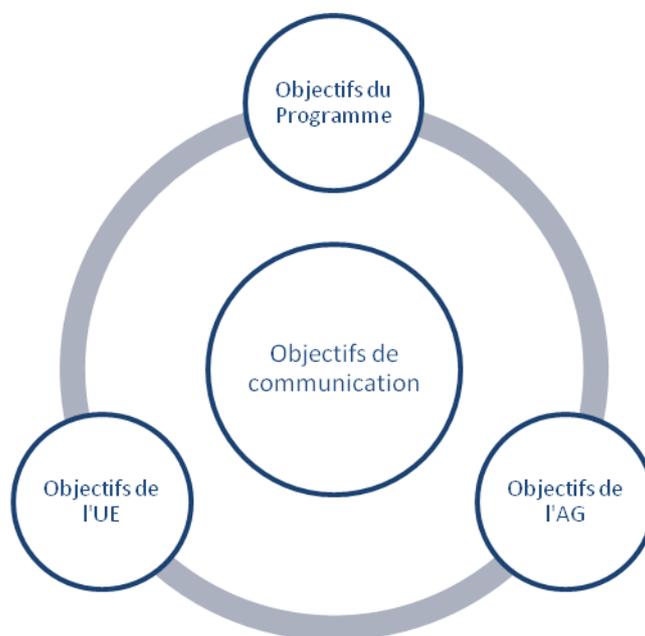


Le présent document développe la stratégie définie, les principaux objectifs de communication pour le POCTEFA 2014-2020, les publics identifiés, les messages qui seront communiqués à ces publics, les types d'actions qui seront mises en œuvre et les canaux qui seront utilisés. La stratégie inclut également l'application des principes horizontaux et anticipe l'évaluation qui sera réalisée.

2. Objectifs

La communication est un outil stratégique pour la bonne mise en œuvre du programme et son succès. Elle exige la coopération et la coordination entre les acteurs impliqués en matière de direction et d'exécution du programme. La stratégie de communication établit un cadre et une base pour la communication du POCTEFA durant toute la période 2014-2020.

Les objectifs du Programme, les objectifs de l'Autorité de Gestion (AG) ainsi que les objectifs de l'Union européenne ont été pris en compte afin de fixer les objectifs de communication de cette stratégie.



Objectifs du Programme

L'**objectif du Programme** est de promouvoir le développement durable du territoire frontalier de l'Espagne, de la France et de l'Andorre grâce à la coopération transfrontalière.

Plus concrètement, les objectifs du Programme pris en compte au moment de préparer la stratégie de communication sont les suivants :

- promouvoir des projets de qualité.
- améliorer l'accès des porteurs de projets aux opportunités de financement.
- programmer des projets qui améliorent la vie des habitants du territoire.

- encourager le développement durable du territoire.
- réduire les disparités existantes entre les régions en termes de développement économique et social .
- coordonner le travail conjoint des organismes gestionnaires du programme.



L'Autorité de Gestion a pour objectif de gérer le Programme en conformité avec le principe de bonne gestion financière.

Objectifs de la politique de cohésion de l'UE :

- Atteindre les objectifs de la Stratégie Europe 2020 concernant la croissance intelligente, durable et inclusive. Ce sont des objectifs que le Programme respecte et que la communication doit soutenir.
- Plus grande concentration sur les résultats. Le Programme a travaillé et travaille actuellement en ce sens, tout comme la stratégie de communication.
- Maximiser l'impact du financement de l'UE. Dans le cas de la communication, il convient d'assurer la plus grande diffusion possible des résultats obtenus grâce aux fonds et d'augmenter l'impact de la communication afin d'améliorer la connaissance du public cible.

Aider à l'atteinte de ces objectifs est l'une des missions de la stratégie de communication.

Objectifs généraux de Communication

Le but ultime de la communication doit être de soutenir la mise en œuvre du programme afin d'obtenir les résultats fixés par le programme. La communication vise à contribuer au développement de candidatures de projets de haute qualité. Elle aide particulièrement à faire connaître les objectifs et résultats du POCTEFA 2014-2020 ainsi qu'à informer sur le rôle des politiques européennes et leur impact sur la société en impliquant les bénéficiaires et partenaires du programme et en montrant les réussites et les changements obtenus sur le territoire grâce au programme.

Les objectifs spécifiques de la communication sont les suivants :

1. **Améliorer la connaissance du programme**, de ses objectifs et de son impact sur le territoire du Programme, selon la stratégie « axée sur les résultats » de l'UE.

- Impliquer les partenaires du programme (institutions, élus politiques, etc.) dans le cadre de la communication concernant les avantages que cet instrument offre au territoire ainsi qu'à sa population.
- Montrer à la population les résultats concrets par le biais des projets.

2. Faire connaître les **possibilités de financement** offertes par le programme aux bénéficiaires potentiels.

- S'assurer que les bénéficiaires potentiels des projets reçoivent des informations claires concernant le programme.
- Faciliter la bonne présentation des candidatures aux bénéficiaires potentiels par le biais de la production des matériaux de communication adéquats.

3. Communiquer sur le **rôle des politiques européennes et leur impact** sur la société.

- Soutenir les projets en matière de communication afin de diffuser davantage l'information concernant l'impact de l'Union Européenne sur les citoyens et les territoires. Garantir la visibilité de l'apport de l'UE. Spécifier sa contribution au travers du fonds concerné et mettre l'accent sur la valeur ajoutée pour le territoire.
- Mettre l'UE à la portée de la société. Faire comprendre au grand public le rôle joué par l'UE dans la vie quotidienne des habitants de la zone. Montrer, de manière concrète, l'utilité de l'argent de l'UE qui est investi.

3. Publics cibles

Les publics identifiés, du point de vue de la communication, sont au nombre de six :

Citoyens: les habitants de l'espace POCTEFA.

Bénéficiaires de projets.

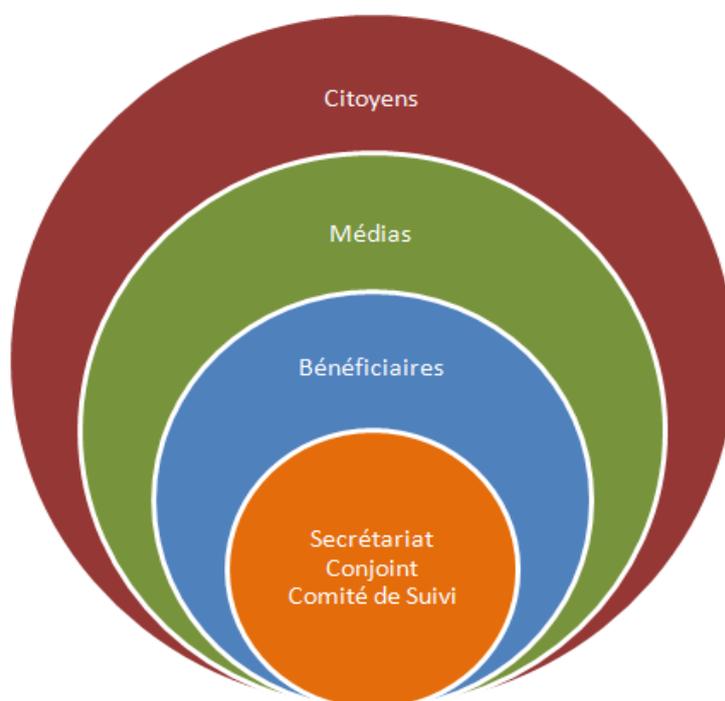
Bénéficiaires potentiels.

Environnement institutionnel de la Coopération territoriale Européenne (CTE) : autres programmes INTERREG, élus nationaux et européens et institutions européennes et nationales (d'Espagne, de France et d'Andorre), etc.

Partenaires du Programme : Comité de Suivi et institutions qui en font partie, Comité Exécutif et institutions qui en font partie, les Autorités de Certification, etc.¹

Médias : les médias de l'UE, en particulier ceux de l'espace POCTEFA.

Diffusion du message



¹ Sont pris en compte les cinq départements français (Ariège, Haute-Garonne, Hautes-Pyrénées, Pyrénées-Atlantiques et Pyrénées-Orientales), les trois régions françaises (Aquitaine, Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon), qui ne seront plus que deux au 1^{er} janvier 2016 (fusion Aquitaine, Limousin et Poitou-Charentes et fusion Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées), les quatre communautés espagnoles (Aragón, Catalunya, Euskadi, La Rioja et Navarra), l'Andorre, l'État espagnol, l'État français, les conseils économiques et sociaux des huit régions et la Commission Européenne.

4. Stratégie

Principes

La stratégie de communication pour le POCTEFA 2014-2020 a été créée sur la base d'une série de principes qui seront en vigueur lors de l'exécution des plans d'actions annuels tout au long du programme. Ces principes sont les suivants :

Transparence : afin de respecter les règles de transparence concernant la gestion des fonds, les informations doivent être facilement accessibles pour les citoyens. Dans le cas du POCTEFA concernant les citoyens ainsi que les bénéficiaires potentiels de projets, les appels à projets, la sélection des projets, les appels d'offre relatifs au Programme, les résultats des projets, etc., seront publiés suffisamment à l'avance. La transparence en matière de communication est garantie grâce à :

- un accès simple aux informations et à la documentation relative aux conditions requises du programme.
- la précision concernant la contribution des fonds européens et l'accent mis sur la valeur ajoutée pour les habitants du territoire.
- montrer pour quel type d'action l'argent de l'Union européenne est investi et valoriser les succès concrets des projets ; publier la liste des bénéficiaires, le nom des opérations, les principales actions financées de chaque projet, le montant des fonds accordés (mise à jour semestrielle).

Visibilité : les informations concernant le programme et, en particulier, celles concernant les opportunités de financement pour les bénéficiaires potentiels, doivent être visibles sur l'ensemble des canaux du programme (sites internet, réseaux sociaux, mailing, etc.), dans les médias, etc. Les projets doivent avoir accès à la correcte information au moment opportun des règles et des procédures pour une exécution solide des projets.

Par la suite, le programme devra se charger de diffuser les résultats des projets programmés, en mettant en avant les succès de la coopération transfrontalière obtenus grâce aux fonds européens.

Dans ce sens, le responsable de communication du Programme participera aux réseaux européens, espagnols et français des communicants des Fonds Européens, tels que REGIO network, INFORM network, le Commissariat général à l'égalité des territoires (CGET), etc. De plus, le Programme actualisera l'information dans l'outil KEEP, créé par INTERACT afin d'améliorer la visibilité des résultats des projets financés par des fonds européens.

Flexibilité : la communication intervient durant toutes les étapes de la mise en œuvre du programme. Du point de vue de la communication, le programme comprend trois grandes

tâches qui doivent être régulièrement réalisées en même temps plutôt que l'une après l'autre. Il s'agit des suivantes :

- informer sur le Programme et les appels à projets.
- soutenir la communication des projets.
- rendre visibles les résultats des projets et du programme.

Également, le Programme doit satisfaire à la réglementation (obligations communautaires). Les bases de la stratégie sont communes à tout le programme. Cependant, le programme doit être souple dans l'exécution de ses actions étant données les différentes phases qui le composent et les différents événements qui se succèdent en matière de communication. En outre, compte tenu de l'évaluation qui sera effectuée en 2018, le responsable de la communication doit être capable de s'adapter aux améliorations qui pourraient être proposées dans ladite évaluation. Enfin, il ne faut pas oublier que les nouvelles technologies offrent de nouveaux outils que les citoyens utilisent au quotidien. Le programme ne peut pas être étranger à cette réalité et doit savoir apprendre et employer les nouveaux canaux que les citoyens emploient actuellement pour pouvoir leur faire parvenir ses messages. À titre d'exemple, nous pouvons voir que, lorsque la stratégie de communication de POCTEFA 2007-2013 fut conçue, personne ne connaissait Twitter. En 2012, cet outil est devenu très populaire et très utilisé. Le programme a donc dû créer un compte au début de l'année 2014 qui dispose déjà de 700 fans.

Principes horizontaux : En matière de nouveauté par rapport à la stratégie de communication du programme précédent, le POCTEFA 2014-2020 appliquera les principes horizontaux de l'UE. Le Programme doit intégrer ces principes de la même façon qu'il l'exige aux projets. Les principes horizontaux sont les suivants :

- **Développement durable :** En application de l'article 8 du Règlement (UE) n° 1303/2013 portant Dispositions communes qui stipule que les programmes promouvront les conditions requises de protection environnementale, l'efficacité des ressources, l'atténuation du changement climatique et l'adaptation à celui-ci (...) le POCTEFA 2014-2020 appliquera des mesures dans le cadre des actions de communication afin de contribuer à la diminution de l'empreinte carbone dans le matériel de communication. De manière générale, le Programme adoptera des mesures concrètes telles que l'utilisation de papier recyclé, d'encre écologique, la diminution des impressions, etc.
- **Égalité des chances et non-discrimination :** accessibilité : Le Règlement (UE) n° 1303/2013 portant Dispositions communes stipule dans son article 7 que « l'accessibilité pour les personnes handicapées est prise en compte tout au long de la préparation et de la mise en œuvre du programme ». En ce sens, le POCTEFA 2014-2020 applique les règles d'accessibilité et d'utilisation dans le cadre de son nouveau site internet et à son système d'information et de gestion (SIGEFA). Le développement

respectera les normes et recommandations d'accessibilité WAI (Web Accesibility Initiative), du consortium web W3C. Le principe de non-discrimination sera pris en compte dans la mesure du possible tout au long du programme.

- **Égalité entre les hommes et les femmes** : usage d'un langage intégrateur et non discriminant. L'article 7 du Règlement (UE) n° 1303/2013 portant Dispositions communes stipule que les programmes doivent promouvoir l'égalité entre les hommes et les femmes ainsi que l'intégration de la perspective de genre. Le POCTEFA 2014-2020 inclut d'ores et déjà dans son programme, approuvé le 19 mai par la Commission européenne, des actions concrètes telles que la formation du SC sur le sujet et la participation d'organismes de promotion de l'égalité entre les hommes et les femmes. En matière de communication, le texte du programme indique ce qui suit : « Le programme fera particulièrement attention à tous les modes de communication (visuels, brochures...) dans le but de lutter contre les stéréotypes entre les deux sexes. »

Afin que les membres du SC appliquent correctement ces principes, des formations en la matière seront organisées tout au long du programme. En outre, il sera fait en sorte que l'application des principes aux actions de communication soit effectuée de manière progressive : utilisation d'un langage intégrateur, diminution de l'empreinte carbone, non-discrimination, etc.

Messages

Le message clé qui doit être transmis est le suivant : le programme promeut le développement durable du territoire frontalier entre l'Espagne, la France et l'Andorre par le biais de la coopération transfrontalière. Il aide à diminuer les différences de développement sur le territoire et à rassembler les forces afin d'assurer le développement durable de la région et la cohésion entre les régions le formant. Grâce aux fonds européens, le programme aide à améliorer la qualité de vie des habitants de la zone.

La stratégie de communication sera axée sur les résultats, tel que le demande la Commission européenne, et sera appliquée à travers les plans d'actions annuels qui permettent des adaptations au fil du déroulement du programme et en fonction des besoins spécifiques de chaque public.

Le tableaux suivant décrits les messages, leur objectifs, les exemples d'outils qui pourront être développés et les résultats escomptés par cible :

Public cible	Objectif	Contenu du message	Exemple d'outils développés	Résultats escomptés
<p>Citoyens</p> <p>Citoyens du territoire POCTEFA.</p>	<p>Informier</p> <p>Sensibiliser</p>	<p>Information générale sur le programme : présentation, objectifs, axes, zones, budget, bénéfiques et résultats.</p> <p>Résultats des projets / bénéfiques.</p> <p>Bénéfices des instruments de coopération transfrontalière : résultats et réussites.</p> <p>Rôle joué par l'Union Européenne, enjeux et principes de l'intervention de l'UE.</p> <p>Enquête de notoriété.</p>	<p>Brochures.</p> <p>Informations sur le site web, les réseaux sociaux et la newsletter.</p> <p>Vidéos et photos.</p> <p>Événements comme la Journée de la coopération Européenne.</p> <p>Enquête sur le territoire.</p>	<p>Amélioration de la connaissance du Programme et des projets exécutés dans le territoire POCTEFA.</p> <p>Sensibilisation concernant la transparence des dépenses des fonds de l'Union européenne.</p> <p>Sensibilisation concernant la valeur ajoutée apportée par les aides de l'Union européenne.</p> <p>Retour sur la visibilité de l'action du Programme sur le territoire.</p>
<p>Médias</p> <p>Médias locaux, régionaux et nationaux de l'UE, en particulier de l'espace POCTEFA.</p>	<p>Informier</p> <p>Sensibiliser</p>	<p>Information générale sur le programme : présentation, objectifs, fonctionnement, axes, zones, budget, bénéfiques et résultats.</p> <p>Lancement des appels à projets.</p> <p>Que font les projets, qui en sont les bénéficiaires, quel est leur champ d'application.</p>	<p>Matériel de presse: communiqué de presse, dossier de presse, etc.</p> <p>Conférences de presse.</p> <p>Informations sur le site web, les réseaux sociaux et la newsletter.</p> <p>Vidéos et photos.</p>	<p>Amélioration de la connaissance du Programme et des projets exécutés dans le territoire POCTEFA.</p> <p>Sensibilisation concernant la transparence des dépenses des fonds de l'Union européenne.</p> <p>Sensibilisation concernant la</p>

		<p>Résultats des projets / bénéfiques.</p> <p>Bénéfices des instruments de coopération transfrontalière : résultats et réussites.</p> <p>Rôle joué par l'Union Européenne, enjeux et principes de l'intervention de l'UE.</p>		<p>valeur ajoutée apportée par les aides de l'Union européenne.</p> <p>Implication en la diffusion des messages.</p> <p>Diffusion des opportunités de financement du programme (appels à projets).</p>
<p>Bénéficiaires potentiels.</p> <ul style="list-style-type: none"> - organismes nationaux, régionaux et locaux. - acteurs du territoire. - universités, centres de recherche. - associations, GECT - PME - ETC 	<p>Informier Accompagner</p>	<p>Information générale sur le programme : présentation, objectifs, fonctionnement, axes, zones, budget, différentes étapes de la vie d'un projet, bénéfices et résultats, certification, justification et éligibilité des dépenses.</p> <p>Comment accéder aux Fonds FEDER concernant le POCTEFA.</p> <p>Comment présenter une candidature.</p>	<p>Brochures</p> <p>Informations sur le site web, les réseaux sociaux et la newsletter.</p> <p>Séminaires d'information.</p>	<p>Meilleure connaissance du programme et exécution efficiente du projet.</p> <p>Élargissement du périmètre des bénéficiaires potentiels</p> <p>Amélioration de la qualité des candidatures avec des propositions s'alignant sur les objectifs du programme.</p> <p>Participation de projets de toutes les régions qui font partie du territoire POCTEFA.</p>

Bénéficiaires de projets.	Sensibiliser Accompagner	<p>Comment exécuter un projet POCTEFA et respecter les règlements européens.</p> <p>Comment communiquer les résultats.</p> <p>Optimiser les résultats par le biais de la coordination avec d'autres projets (capitalisation).</p> <p>Processus de consultation publique.</p> <p>Connaître la satisfaction sur la mise en œuvre du Programme.</p>	<p>Mails spécifiques.</p> <p>Guides : guide des porteurs des projets, guide de communication, etc.</p> <p>Journées thématiques.</p> <p>Enquêtes de satisfaction.</p>	<p>Exécution efficiente du projet.</p> <p>Utilisation efficiente des fonds.</p> <p>Diffusion de l'information sur les résultats.</p> <p>Capitalisation des résultats du programme et des programmes précédents.</p> <p>Adaptation de la mise en œuvre du programme.</p>

<p>Cadre de la CTE</p> <p>Organismes publics : représentants régionaux et locaux.</p> <p>Institutions nationales (d'Espagne, de France et d'Andorre), etc.</p> <p>Autres programmes INTERREG. Institutions européennes</p> <p>Institutions européennes Commission européenne : Parlement Européen Comité des Régions</p>	<p>Informer</p> <p>Sensibiliser</p> <p>Mobiliser</p>	<p>Information générale sur le programme : présentation, objectifs, fonctionnement, axes, zones, budget, bénéfiques et résultats.</p> <p>Bénéfices obtenus de la coopération par le biais du POCTEFA.</p> <p>Possibilité de résoudre des problèmes transfrontaliers importants par le biais de projets ; comment utiliser les résultats du projet, comment articuler les politiques régionales et nationales dans une perspective transfrontalière.</p> <p>Progrès dans l'exécution du programme : fonds programmées, appels à projets, projets programmés, etc.</p> <p>Résultats des projets / bénéfiques.</p>	<p>Brochures.</p> <p>Informations sur le site web, les réseaux sociaux et la newsletter.</p> <p>Vidéos et photos.</p>	<p>Prise en compte de la coopération transfrontalière dans les politiques régionales et les programmes généraux.</p> <p>Diffusion de l'information sur le programme et ses résultats.</p> <p>Hausse de la visibilité du programme à l'échelle nationale et européenne.</p> <p>Amélioration de la connaissance du programme POCTEFA et de la coopération transfrontalière ainsi que le soutien à ceux-ci.</p> <p>Soutien pour l'avenir et la pérennisation de la coopération transfrontalière.</p>
---	--	---	---	---

Les langues utilisées par le Programme pour sa communication sont l'espagnol et le français.

Fonctions

L'Autorité de Gestion doit garantir que la stratégie et les objectifs du Programme ainsi que les opportunités de financement sont largement diffusés auprès des bénéficiaires potentiels et de toutes les parties intéressées (publics définis) tout comme les informations détaillées du soutien financier FEDER.

En conformité avec les articles 115, 116 et 117 et avec l'Annexe XII du Règlement (UE) n° 1303/2013, les obligations de l'Autorité de Gestion en matière de communication sont les suivantes :

- Application des mesures de communication et d'information conformément à la stratégie de communication.
- Recherche de la plus grande couverture médiatique possible de ces mesures, en ayant recours à différentes formes et méthodes de communication à l'échelle appropriée.
- Organisation d'une activité d'information importante lors de laquelle le lancement du programme sera promu.
- Organisation d'une activité d'information annuelle importante lors de laquelle les opportunités de financement sont promues.
- Présentation de l'emblème de l'Union au sein des sièges de chaque Autorité de Gestion
- Publication électronique de la liste d'opérations suivant les exigences légales et mise à jour tous les six mois.²
- Diffusion d'opérations via le site internet.
- Publication sur le site internet d'informations mises à jour concernant l'exécution du programme opérationnel, y compris ses principaux résultats.
- Implication des partenaires du programme et des acteurs du cadre de la coopération transfrontalière tels que les autorités locales, les ONG, et les organismes représentant la société civile, etc., dans la diffusion des mesures d'information et de communication
- Communication d'informations faisant connaître auprès des citoyens de l'UE le rôle et les réussites de la politique de cohésion et des fonds européens par le biais des résultats du programme et des projets.
- Mise en œuvre de mesures permettant de garantir l'accès aux informations pertinentes et mises à jour, pour les bénéficiaires potentiels :
 - Les opportunités de financement.
 - Le calendrier des appels à projets.

² La signature de la convention FEDER implique l'acceptation de la publication des données du projet sur la liste d'opérations de l'Article 115 paragraphe 2 du Règlement 1303/2013.

- Les conditions d'éligibilité des dépenses.
 - Les procédures utilisées afin d'examiner les demandes de financement et les délais correspondants.
 - Les critères de sélection pour les opérations qui vont être financées.
 - Les contacts nationaux, régionaux ou locaux pouvant fournir des informations concernant le programme.
 - Les obligations de communication dans le cas où ils seraient finalement bénéficiaires.
- Diffusion d'informations garantissant la transparence relative à l'aide provenant des fonds.

L'application pratique des obligations susmentionnées est réalisée par le Secrétariat Conjoint, chargé, entre autres, des tâches suivantes :

- Coordonner la promotion d'activités et de matériel relatifs au programme (tels que les conférences, les journées d'information, l'élaboration et la distribution de brochures et tout type de matériel d'information).
- Organiser un événement annuel important afin d'informer sur l'état d'avancement du programme et de ses projets.
- Organisation d'événements tels que le séminaire de lancement afin de soutenir la création et le développement de projets.
- Gérer la base de données conjointe de recherche de partenaires et de projets.
- Gérer le processus de candidatures de projets : préparer et rendre accessibles les documents nécessaires pour le dépôt du projet et sa sélection (information générale sur les programmes et les projets, les formulaires de demande du projet et la sélection) ; fournir des renseignements et des conseils aux candidats.
- Organiser des ateliers afin de fournir des informations complémentaires et des éclaircissements concernant l'exécution des projets (événements thématiques, etc.).
- Contribuer à la communication et à la capitalisation des résultats des projets et du programme.
- Soutenir et coordonner les coordinateurs territoriaux et d'autres institutions du territoire dans leurs activités de communication.

En outre, le SC met à la disposition des porteurs de projets une série d'outils visant à soutenir et à renforcer la communication du programme, tels que :

- Du matériel d'information et des catalogues de projets, contenant des données claires et faciles à comprendre concernant le programme.
- Un Guide d'Identité Visuelle comprenant les règles que le programme doit suivre.

- Un Guide de communication contenant des outils s'adressant spécialement aux projets.
- Un site internet et des réseaux sociaux.
- Du matériel spécifique pour les médias.
- Un Bulletin d'information numérique (newsletter).

La communication du programme est une responsabilité partagée par l'Autorité de Gestion, le Secrétariat Conjoint, le Comité de Suivi et les projets. Le SC du POCTEFA 2014-2020 offre un soutien constant et concret en matière de communication aux partenaires du programme comme aux bénéficiaires.

L'Autorité de Gestion et le Secrétariat Conjoint coordonnent l'exécution de la stratégie de communication et s'assurent du respect des conditions requises pour les actions de communication et d'information, telles que définies dans le cadre juridique de l'Union européenne.

L'Autorité de Gestion informe au moins une fois par an le Comité de Suivi sur les progrès réalisés dans la mise en oeuvre de la stratégie de communication et sur son analyse des résultats, ainsi que sur les activités d'information et de communication prévues pour l'année suivante.

Le Comité de Suivi est l'organisme responsable de l'approbation de la stratégie de communication, de sa mise en oeuvre ainsi que de l'approbation des modifications effectuées dans cette stratégie.

L'Autorité de gestion peut s'appuyer sur les membres du Comité de suivi pour la diffusion des messages, aux médias en particulier.

Les coordinateurs territoriaux participent à la communication du Programme par le biais de la diffusion des messages, l'organisation de séminaires territoriaux et l'accompagnement des bénéficiaires potentiels lors de la préparation de leurs candidatures.

Ressources humaines et financières

Les actions de communication du Secrétariat Conjoint sont financées par le budget d'Assistance Technique du Programme. Ce budget comprend un poste pour la communication. Le budget d'Assistance Technique du Programme est révisé chaque année.

La coordination et la mise en oeuvre de la stratégie de communication du programme POCTEFA incombe au responsable de la communication.

5. Outils

La stratégie de communication développe neuf types d'outils **pour la mise en œuvre des actions de communication du programme** afin d'atteindre les objectifs de la stratégie et de diffuser le message du Programme et de l'Union européenne auprès de leurs publics.

Outil 1. Nouveau site internet

Le site internet du programme (www.poctefa.eu) est la principale source d'information du programme s'adressant à tous les publics. Il a pour objectif de fournir des informations appropriées, de qualité et à jour aux différents publics (bénéficiaires, partenaires, grand public, etc.) concernant le programme et ses résultats.

Le site internet structurera les informations de sorte qu'il soit facile pour l'utilisateur d'y naviguer et d'y trouver de manière intuitive ce qui l'intéresse.

Ce nouveau site internet comprendra les informations détaillées concernant le programme, les consultations publiques, les projets, la liste d'opérations programmées contenant des données relatives aux projets et aux partenaires sous forme de feuille de calcul permettant de classer, de consulter, d'extraire et de comparer les données, etc. Cette liste contiendra un email de contact pour favoriser la capitalisation entre projets. Il possédera également une rubrique de questions fréquentes visant à éclaircir les doutes les plus courants des responsables de projets.

Le site internet sera accessible conformément aux normes et recommandations d'accessibilité WAI (Web Accessibility Initiative), du consortium Web W3C. En outre, le but sera d'être plus visuels par l'utilisation notamment d'outils tels que des photos, des vidéos ou des infographies pour la diffusion des messages liés au programme.

Le site internet du POCTEFA 2014-2020 offrira également des informations qui s'adapteront au support depuis lequel l'utilisateur consulte la page, qu'il s'agisse d'un ordinateur ou d'un support mobile (tels que des téléphones intelligents ou des tablettes).

Outil 2. Bulletin d'information mensuel (newsletter).

Afin de tenir informées les personnes intéressées par le programme, le POCTEFA enverra un bulletin d'information mensuel comprenant des informations sur le programme comme sur les projets du programme ainsi que sur les initiatives européennes.

Le but est d'élargir leur connaissance des politiques européennes grâce à la réception d'informations mises à jours concernant le Programme et ses résultats, mais aussi concernant d'autres initiatives transfrontalières européennes. Les articles inclus dans la newsletter renvoient au site internet du Programme ou à des sites internet externes, de sorte que les lecteurs puissent élargir leurs connaissances sur le sujet qui les intéresse.

Le public auquel il s'adresse est constitué des bénéficiaires, du partenariat ainsi que du grand public intéressé par ce type de sujets.

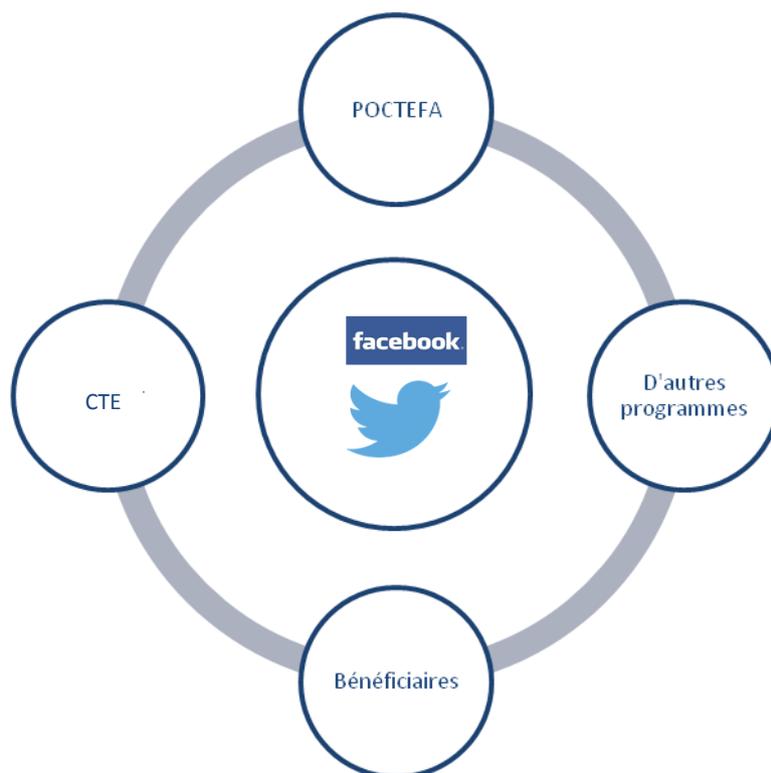
Tout comme le site internet, le bulletin d'information s'adaptera aux ordinateurs et aux supports mobiles.

Outil 3. Réseaux sociaux.

Aujourd'hui, les programmes ne peuvent se limiter à la diffusion des informations par leur site internet. Les réseaux sociaux sont une source d'information consultée tout comme d'autres médias. Le POCTEFA est actif sur les réseaux sociaux depuis des années et son nombre de fans n'a cessé de croître. Les réseaux sur lesquels il est présent sont les suivants : Facebook, Twitter et Youtube. Il n'est pas exclu que, en fonction des tendances générales d'utilisation, des profils soient ouverts sur de nouveaux réseaux. POCTEFA pourra s'adapter à de nouvelles plateformes ou outils de communication que les nouvelles technologies pourront fournir et qui seront utilisés par la population, en particulier par les bénéficiaires du programme.

Les informations qui sont publiées sur le site internet et sur les réseaux sociaux sont très connectées et les profils sont mis en avant sur le site internet pour que les personnes intéressées puissent également suivre les informations par le biais de ces plates-formes.

La communication sur ces plates-formes est plus proche, plus rapide et bidirectionnelle. Elle met le POCTEFA en contact non seulement avec les bénéficiaires de projets mais aussi avec d'autres programmes, avec les services des institutions qui font partie du partenariat du programme et avec les agents de l'environnement institutionnel et politique la Coopération Territoriale Européenne, comme par exemple les différents départements de politiques régionales des institutions européennes.



La personne responsable de la communication du Programme sera en relation avec ses homologues d'autres programmes au moyen de sa participation à des forums européens comme Yammer ou Basecamp ou à des rencontres entre responsables de communication organisées par les différents réseaux européens (INTERACT, INFORM, etc.)

Outil 4. Vidéos / photos

La communication actuelle est de plus en plus visuelle. Sur les sites internet et les réseaux sociaux de grandes entreprises et des institutions, nous observons la tendance à diffuser leurs messages au moyen de vidéos, d'images, d'infographiques, etc.

POCTEFA fera en sorte que la communication soit de plus en plus visuelle en augmentant l'utilisation de photos et de vidéos afin de transmettre les informations concernant le programme et ses résultats aux bénéficiaires potentiels et au grand public.

Il s'agit d'une manière particulièrement appropriée de diffuser les résultats des projets au moyen d'images et surtout de vidéos.

Ces outils visuels seront présentés sur le site internet, lors d'événements organisés par le programme et ses partenaires ainsi que sur les réseaux sociaux.

Le Programme a déjà créé plusieurs vidéos comme celle qui expliquait les résultats du POCTEFA 2007-2013 grâce aux témoignages de porteurs de projets ou encore celle qui explique aux bénéficiaires comment et quant utiliser le nouveau logotype du programme.

Des résumés d'événements en images seront préparés grâce à des outils comme flickr.

L'utilisation de ces outils permettra au message concernant le POCTEFA et à ses résultats d'arriver plus facilement et de manière plus compréhensible aux publics identifiés. Des photos et des vidéos seront réalisées dont leur contenu sera dirigé aux bénéficiaires des projets ainsi qu'au reste des acteurs reliés au cadre de la coopération transfrontalière. Des matériels audiovisuels de divulgation générale seront aussi élaborés et adressés au grand public.

Outil 5. Événement de divulgation.

- **Séminaire de lancement** : le Séminaire de lancement du Programme a eu lieu le 29 septembre à Saragosse. L'événement de lancement s'est déroulé quelques jours après le début du 1^{er} appel à projets du nouveau programme. Par conséquent, l'intérêt suscité a été important et presque mille personnes se sont inscrites à l'événement. La grande majorité des participants étaient des bénéficiaires potentiels de projets.

Deux communiqués de presse (préalable et ultérieur) sur l'événement ont été envoyés et une conférence de presse a été organisée avec les autorités au cours du séminaire. Grâce à l'utilisation de ces outils adressés aux médias, **68 articles sur le séminaire ont pu être publiés.**



Lors d'une enquête réalisée auprès des participants au Séminaire, le résultat de leur évaluation générale est de 4,28 points sur 5.

- **Événements annuels.** Conformément à l'obligation stipulée au paragraphe 2.1. de l'Annexe XII du Règlement 1303/2013, le SC s'engage à développer une grande action

de communication par an afin de promouvoir les opportunités de financement.
Exemples d'événements :

- **Journée de la coopération européenne.** POCTEFA fête la Journée de la coopération européenne depuis 2012. Il s'agit d'un événement s'adressant au grand public au cours duquel nous montrons les bénéfices de la coopération au moyen des résultats des projets. Dans le nouveau programme POCTEFA 2014-2020, nous continuerons à célébrer la Journée de la coopération européenne car elle montre les résultats au grand public et représente un événement organisé en coordination avec les autres programmes européens. Diriger notre regard vers d'autres programmes est notre ligne pour les prochaines étapes de POCTEFA 2014-2020 en matière de communication.
- Le POCTEFA se joindra aux célébrations de la la Journée de l'Europe (9 mai) organisées sur le territoire comme par exemple, celles qui seront organisées en France autour du "Jolie mois de l'Europe"
- **Journées d'information, thématiques.** Tout au long du programme, des journées ou des séminaires thématiques sont organisés en fonction des sujets qui pourraient être les plus intéressants pour les agents du territoire désireux de présenter des projets dans le cadre du Programme. Les thématiques qui pourraient être abordées par exemple les suivantes :
 - Journées concernant la **capitalisation** en collaboration avec d'autres programmes. Traiter du sujet de la capitalisation des résultats ainsi que collaborer avec d'autres programmes afin de pouvoir apprendre les uns des autres sont deux aspects sur lesquels le nouveau programme doit mettre l'accent au niveau interne (SC) comme auprès des bénéficiaires.
 - Journées concernant l'**innovation** avec des experts de la Commission Européenne et du partenariat du Programme. L'innovation appliquée à la gestion du programme, la sélection des projets et la conception même des projets est un sujet qui intéresse les responsables du Programme. Une rencontre avec des experts de la Commission européenne est donc prévue à cet effet.
 - **Forums sur les projets** afin de montrer les résultats de ceux-ci et de les mettre en contact conformément aux objectifs de capitalisation.
- Séminaire de clôture du Programme : événement organisé dans le but de faire un bilan des résultats et des projets programmés tout au long du Programme.

Outil 6. Publication grand publique et matériel promotionnel

Du matériel promotionnel sera produit de manière cohérente, coordonnée et en fonction des besoins des destinataires afin de soutenir la correcte exécution du programme. L'objectif est que ce matériel soit utile, clair et accrocheur.

À part des matériels adressés aux bénéficiaires, seront rédigées des publications telles que des brochures informatives incluant l'information adaptée au grand public afin de faire en sorte que le Programme soit mieux connu, en particulier sur le territoire.

Tout au long du programme, du matériel d'information sur le programme, tel qu'une brochure de présentation, sera édité et du matériel promotionnel, tel que des affiches, des clés usb, etc., sera produit. Ils seront apportés lors des événements auxquels le programme participe.

Tout le matériel respecte les règles fixées par le guide d'identité visuelle.

Outil 7. Matériel de presse

Les médias figurent parmi les publics prioritaires au sein de cette stratégie de communication, non seulement parce qu'ils sont des destinataires du message mais aussi parce qu'ils agissent en tant que diffuseurs de celui-ci.

Obtenir de la visibilité auprès des médias est un outil efficace afin d'augmenter la connaissance du programme et de susciter l'intérêt des bénéficiaires, en particulier.

L'expérience de communication lors du programme précédent démontre que les résultats des projets permettent d'attirer l'attention des médias.

Parler le langage des médias est essentiel afin qu'ils adaptent le message à leurs destinataires, traduisent la réalité du POCTEFA pour leurs publics et diffusent les informations concernant le programme et ses résultats et qu'ils contribuent ainsi à une diffusion massive du message. À cette fin, nous nous servons de matériels tels que :

- Le dossier de presse.
- La présentation du Programme: c'est un document interne contenant l'information sur le Programme visant l'homogénéité du message transmis par les représentants du Programme à la presse.
- Les Communiqués de presse : résultats, projets, appels à projets, etc.
- Les exemples de bonnes pratiques 2007-2013 : cas de réussite.

- Présentation type du programme pour les bénéficiaires : le Programme suggère aux projets l'utilisation d'un paragraphe afin qu'ils incluent la mention au Programme ainsi qu'au FEDER dans leurs matériels de presse
- L'Organisation de conférence de presse, le cas échéant.

Afin de connaître le résultat des relations entre les médias et le SC mais aussi, et surtout, des projets, nous souscrivons un service de suivi des informations qui permettra au programme de connaître les informations publiées dans les médias sur papier et en ligne du territoire concernant le programme et ses projets.

Outil 8. Accompagnement et formation pour les bénéficiaires potentiels et bénéficiaires

Afin d'aider les bénéficiaires potentiels ainsi que les bénéficiaires de projets à présenter correctement leurs projets et à gérer ces derniers de manière appropriée, le Programme produira le matériel adéquat pour que les porteurs de projets reçoivent le soutien nécessaire.

L'essentiel de la production de matériel sera effectué au début du programme bien que durant la consolidation de celui-ci nous continuerons à produire du matériel. Nous mettrons à jour les documents nécessaires toujours dans l'objectif de faciliter le travail pour les bénéficiaires de projets.

Le SC du POCTEFA se chargera de la rédaction et de la préparation de guides et de fiches visant à aider les projets à présenter de bonnes candidatures et à suivre les règles établies tout au long de la vie du projet telles qu'un Guide du porteur de projets, un Guide de communication, un Guide d'identité du programme, etc.

Il s'agit toujours de documents « vivants » qui pourront être mis à jour en fonction des besoins se faisant sentir tout au long du programme.

Ces documents sont mis à la disposition des bénéficiaires potentiels en espagnol et en français et sont publiés sur le site internet. Le SC ne distribuera pas ce type de matériel sous format imprimé en raison de son volume et en raison de son engagement envers la protection de l'environnement.

Organisation des journées comme par exemple une journée concernant les aspects **financiers** pour les responsables financiers des projets. Une grande partie des consultations que le SC reçoit, que ce soit concernant le nouveau programme ou le programme précédent, constituent des questions financières. Afin de pouvoir répondre à ces questions concrètes, le programme prévoit d'organiser une rencontre avec les responsables des budgets des projets afin d'éclaircir ce type de doutes.

Outil 9. Évaluation

La stratégie de communication établit le cadre pour la communication du Programme durant toute la période 2014-2020. La stratégie se concrétise par le biais de plans d'actions annuels dans lesquels est détaillée la manière dont les objectifs de communication de chaque année seront atteints.

L'exécution des plans annuels et leurs résultats permet d'apporter des ajustements et des améliorations à la stratégie de communication lorsque cela s'avère nécessaire.

Le suivi et l'évaluation de la mise en œuvre et des résultats constituent un aspect important de cette stratégie. Ils ont pour objectifs de mesurer le succès de l'exécution ainsi que l'efficacité dans l'atteinte des objectifs définitifs. Ils servent à améliorer les actions et les outils utilisés.

Pour ce faire, des mesures seront mises en œuvre au niveau interne, telles que des enquêtes (auprès, par exemple, des personnes participants à des événements, porteurs de projets), respect d'indicateurs définis et le rapport annuel d'exécution. En outre, les changements opérés au sein de la stratégie et des résultats seront présentés au Comité de Suivi pour approbation, au moins une fois par an.

En tant que mesure externe, il est prévu qu'un cabinet-conseil analyse en 2018 la stratégie de communication, son exécution, ses actions et ses résultats, et qu'il propose des améliorations. Cette évaluation externe mesurera la correcte application de la stratégie de communication et proposera de corriger ou de modifier des aspects de la communication afin de les améliorer.

L'application de ces améliorations sera effective jusqu'à la fin du programme.

Voici certains des indicateurs qui seront utilisés :

Catégorie	Indicateur
Événements	Nombre d'événements
Documentation	Nombre de documents pour bénéficiaires
Newsletter	Nombre d'envois par an
Matériel promotionnel	Brochures sur le programme
	Roll-ups
Site internet	Nombre moyen de visites mensuelles
	Nombre de documents téléchargés
Réseaux sociaux	Publications par mois
	Fans sur Facebook
	Fans sur Twitter
Matériel de presse	Nombre de communiqués de presse envoyés par an
	Nombre de matériels créés pour la presse
	Nombre d'articles publiés sur le site internet par an
Vidéos/ photos	Nombre de vidéos
Retombées presse	Articles publiés / diffusés par les médias par an

6. Budget indicatif

Le budget indicatif du Programme destiné à la mise en œuvre de la stratégie de communication est de 602.000€. ³

³ Les dépenses de Ressources Humaines de communication, estimées à environ 67.000 € par an, ne sont pas incluses dans ce budget de communication.

ANNEXE

Utilisation des principaux résultats du Programme précédent

Les principaux résultats du programme précédent, comme par exemple le nombre de projets programmés (152) ou les résultats des opérations, sont utilisés dans certains outils de communication tels que :

- la brochure de divulgation sur le POCTEFA 2014-2020 : inclusion d'un paragraphe concernant les résultats du POCTEFA 2007-2013 en chiffres.
- le livre contenant les résultats des projets. Il contient des informations sur les objectifs et les résultats des 152 projets programmés au cours du POCTEFA 2007-2013.
- la vidéo sur les résultats du Programme précédent disponible sur la chaîne Youtube.
- la participation de porteurs de projets programmés au cours de la période 2007-2013 à des événements tels que le séminaire de lancement à titre d'exemples de bonnes pratiques.
- l'inclusion d'informations concernant les résultats du programme précédent et exemples de projets dans le matériel de communication adressé aux médias.

Ci-après, figure un **bilan** succinct **des principales actions de communication du POCTEFA 2017-2013** :

- **Événements organisés par le STC :**
 - Événement de lancement à Montpellier en 2008 : 1.000 participants.
 - Trois présentations territoriales du programme auxquelles ont participé plus de 900 personnes au total.
 - Quatre événements dans le cadre de la Journée de la coopération européenne (de 2012 à 2015 compris) auxquels ont participé 300 personnes en moyenne.
 - Deux forums de projets transfrontaliers (2010 à Luchon et 2011 à Toulouse) auxquels ont participé plus de 1.000 personnes au total.
 - Quatre séminaires de certification et de contrôle auxquels ont participé 450 personnes au total.
 - Séminaire d'information sur le 2^d appel à projets à Pampelune en 2011 auquel ont participé 200 personnes.

- Séminaire sur les résultats POCTEFA en 2014 en Andorre au cours duquel ont participé 300 personnes.
- **D'autres actions réalisées par le STC :**
 - Création de dix **documents** pour la correcte présentation et la bonne gestion de projets adressés aux bénéficiaires de projets.
 - Création d'une **newsletter** mensuelle dont le nombre de souscripteurs à la fin du programme atteignait 1.700 personnes.
 - Création d'un **docu-web** afin de montrer de manière simple et visuelle les résultats des projets du POCTEFA 2007-2013.
 - Moyenne de publication de deux entrées par mois sur les **réseaux sociaux** : le programme s'achève avec 600 fans sur Facebook et 400 sur Twitter.
 - Création d'une **vidéo** sur les résultats du programme.
 - Les relations avec les **médias** se résument à une moyenne de deux communiqués de presse envoyés par le SC par an et à la publication de **plus de 900 articles au total** des deux côtés de la frontière.
 - **Évaluation** du plan de communication en 2010 par un cabinet-conseil externe dont les recommandations ont été appliquées aux activités de communication afin de les améliorer.
 - Création d'un **forum de débat** sur le site internet.
