



Stratégie de communication

du Programme Italie-France Maritime 2014 -2020

10 décembre 2015

Table des matières

Table des matières.....	2
Avant-propos.....	3
1. Le Programme et les thèmes clés.....	4
2. Résultats et points critiques concernant la communication au cours de la précédente programmation : les leçons apprises.....	8
3. Approche de la stratégie de communication.....	11
4. Outils et Actions de communication.....	20
5. Organisation des activités d'information et communication.....	36
6. Budget indicatif de la stratégie.....	38
7. Suivi et évaluation.....	41
8. Activités d'information et communication à mettre en œuvre annuellement.....	43

Avant-propos

Conformément aux articles 115-116-117 du Reg. (UE) 1303/2013 et aux articles 3-4-5 du Reg. d'exécution 821/2014, l'Autorité de Gestion du Programme de coopération transfrontalière Italie-France Maritime (dorénavant PC IFM) élabore la Stratégie de Communication à présenter au Comité de Suivi dans les 6 mois après l'approbation du programme.

La **Stratégie de Communication**, rédigée conformément au point 4 de l'annexe XII du Reg. (UE) 1303/2013 "Éléments de la stratégie de communication", se compose d'une partie stratégique incluant l'approche adoptée par l'État membre ou l'Autorité de Gestion pour les principales mesures d'information et de communication à l'intention des bénéficiaires potentiels, des bénéficiaires, des acteurs multiplicateurs et du grand public ainsi que d'une partie opérationnelle contenant la description des instruments et des actions de communication envisagés, des organismes responsables de la mise en œuvre des mesures d'information et de communication, du budget indicatif, des modalités d'évaluation et de suivi et des activités d'information et de communication à effectuer dans l'année qui suit.

La Stratégie de communication du Programme s'insère dans un contexte spécifique marqué par les conclusions de l'enquête réalisée par la Commission Européenne en 2015 auprès des citoyens des régions frontalières concernées par des Programmes de coopération, sur le niveau de connaissance de ces derniers et sur les principaux obstacles à la collaboration¹.

Les résultats de l'enquête mettent en évidence d'une part:

- le bon niveau d'échange entre les citoyens des pays frontaliers ; en effet, environ la moitié des habitants de la zone de coopération du PC IFM a visité au moins une fois le pays limitrophe et a confiance en ses voisins, en accord avec la moyenne européenne ;
- les citoyens de la zone de coopération du PC IFM considèrent le fait de vivre dans une région frontalière comme une bonne opportunité, et ce dans une mesure supérieure à la moyenne européenne (46% contre 37%) ;
- les principaux obstacles à la coopération pour les citoyens de la zone du Programme dérivent principalement des difficultés liées à l'accessibilité, notamment la présence d'une frontière maritime.

D'autre part, les conclusions nous apprennent que les citoyens de la zone de coopération disposent d'un niveau de connaissance des Programmes de coopération transfrontalière inférieur à la moyenne européenne (26% PC IFM contre 31% de la moyenne européenne), avec un pourcentage plus élevé du côté italien.

La stratégie de communication doit donc intégrer ces données et mettre en œuvre les dispositifs nécessaires à l'augmentation du niveau de connaissance, à la participation des citoyens au programme, aux politiques européennes en général et à l'augmentation des opportunités d'échange et de coopération offertes par le programme.

¹ Flash Eurobarometer 422 – "cross Cooperation in the EU", European Union, September 2015:

<http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/surveyKy/1565>

1. Le Programme et les thèmes clés

Le PC IFM est caractérisé par un contexte “maritime” qui inclut les problématiques des zones marines, des zones côtières ainsi que celles insulaires, mais aussi le thème de la valorisation des zones internes et de leur isolement.

L'objectif principal est celui de contribuer à renforcer la coopération transfrontalière entre les régions participantes et à faire de la zone de coopération une **zone compétitive, durable et inclusive** dans le panorama européen et méditerranéen.

Deux axes prioritaires se concentrent sur l'aspect compétitivité/inclusion économique, en orientant les interventions sur le thème de la croissance et du développement des entreprises des filières transfrontalières (axe 1), et sur celui de la création de nouvelles opportunités de travail durable et de qualité (axe 4).

Les deux autres axes prioritaires se concentrent en revanche sur l'aspect durabilité. Ils veillent à la protection et à la valorisation des ressources naturelles et culturelles, à la gestion des risques dans les zones de terre et de mer (axe 2) et à l'amélioration de la connexion des territoires, en augmentant l'offre de transports durables et multimodaux et la durabilité des activités portuaires, en réduisant la pollution sonore et les émissions de CO2 (axe 3).

Considérant la dotation financière, l'objectif durabilité occupe une place plus importante avec 64% des ressources du programme, alors que l'objectif compétitivité/inclusion économique en mobilise 30%.

Comme synthétisé dans le schéma ci-dessous, la stratégie opérationnelle du programme est articulée autour d'objectifs comprenant 9 priorités d'investissement (PI) liées à 5 objectifs thématiques d'Europe 2020 et 11 objectifs spécifiques adressés à différentes catégories de secteur de production et typologies de bénéficiaires.

schéma synthétisant les priorités d'investissement (PI), les objectifs spécifiques, les bénéficiaires et les typologies d'intervention du PC IFM 2014-2020:

Axe	PI	Objectifs spécifiques	Bénéficiaires	Typologies d'intervention
1	3A	Créer des nouvelles micro entreprises et PME dans les filières liées à la croissance bleue et verte	PME et micro entreprises (notamment celles en forme associée), comprenant les ports touristiques, les universités, les centres de recherche publics et privés, les parcs scientifiques, les pôles d'innovation, etc., les organismes publics qui œuvrent en faveur des entreprises, les associations professionnelles et les organisations syndicales professionnelles	Création de nouvelles entreprises, investissements dans celles déjà existantes et mise en place de réseaux et cluster de micro et PME dans les filières de la croissance bleue et verte
		Développer et renforcer les micro et les PME des filières liées à la croissance bleue et verte		
	3D	Augmenter la compétitivité internationale des micro et des PME des filières liées à la croissance bleue et verte		
2	5A	Améliorer la capacité des institutions publiques à anticiper et gérer certains risques spécifiques de la zone provenant du changement climatique	Opérateurs publics, centres de recherche publics et privés, universités	Développement et renforcement des systèmes conjoints et investissements dans les petites infrastructures pour la prévention des risques
	5B	Améliorer la sécurité en mer contre les risques de la navigation	Opérateurs publics, centres de recherche publics et privés, universités et autorités portuaires	Investissements, services et plans d'action pour le contrôle des risques, contrôle de la sécurité de la navigation
	6C	Améliorer l'action publique pour conserver, protéger, favoriser et développer le patrimoine naturel et culturel	Opérateurs publics, associations pour la protection et la valorisation du patrimoine naturel et/ou culturel, administrations, universités et centres de recherche	Actions conjointes, développement des réseaux transfrontaliers et investissements dans des petites infrastructures pour la durabilité et l'accessibilité du patrimoine transfrontalier
		Accroître la protection des eaux marines dans les ports	Opérateurs publics, autorités portuaires, gestionnaires publics et privés de ports touristiques, universités et centres de recherche, établissements gestionnaires de zones maritimes protégées, capitaineries de port	Actions conjointes et investissements pour la réduction de l'impact des activités humaines sur la qualité des eaux marines dans les ports (déchets et reflux)
3	7B	Développer les transports multimodaux pour améliorer la connexion avec les réseaux TEN-T	Opérateurs publics, établissements de transports publics ou privés locaux, régionaux, nationaux ou internationaux, centres de recherche publics et privés, universités, associations professionnelles et organisations syndicales professionnelles	Études de viabilité et plans d'action conjoints pour les services de transports multimodaux (terrestres et maritimes) et création de services innovants pour la mobilité transfrontalière
	7C	Améliorer la durabilité des ports commerciaux et des plates-formes logistiques en réduisant la pollution sonore	Opérateurs publics, établissements de transports publics ou privés locaux, régionaux, nationaux ou internationaux, autorités portuaires, centres de recherche publics et privés, universités, entreprises, associations	Études, stratégies communes, investissements pour réduire et contrôler la pollution sonore dans les ports commerciaux

			de catégorie, compagnies de navigation, capitaineries de Port	
		Améliorer la durabilité des activités portuaires commerciales en contribuant à la réduction des émissions de carbone	Opérateurs publics, autorités portuaires, centres de recherche publics et privés, universités, entreprises, associations professionnelles et organisations syndicales professionnelles, compagnies de navigation, capitaineries de port	Études, plans conjoints et actions pilotes pour la réduction du niveau de soufre dans les ports commerciaux et pour développer l'utilisation des combustibles à faible impact dans les ports commerciaux
4	8A	Promouvoir l'emploi en soutenant les travailleurs indépendants, la micro entreprise et le tissu entrepreneurial social dans les filières liées à la croissance bleue et verte	Entreprises individuelles et micro entreprises, services pour l'emploi, centres de formation, organismes publics, associations de catégorie, syndicats professionnels, associations de l'économie sociale et solidaire, organismes de formation et d'insertion	Plan d'action et réseaux de services communs ciblés pour le développement et la création d'emplois en entreprises individuelles et micro entreprises et entreprises sociales des filières bleues et vertes; parcours d'accompagnement pour les chômeurs suite à une période de crise
	8 CTE	Renforcer le marché du travail transfrontalier dans les filières liées à la croissance bleue et verte	Services pour l'emploi, centres de formation, organismes publics, associations professionnelles et de métiers, chambres de commerce, syndicats, association de l'économie sociale et solidaire, organismes de formation et d'insertion	Services conjoints dans les centres/services pour l'emploi, formation conjointe et outil d'apprentissage en ligne (e-learning) dans les filières prioritaires

Afin de véhiculer une image forte et homogène des objectifs du programme, il est nécessaire que la stratégie de communication se concentre principalement sur **4 thèmes clés** et sur les messages associés :

- **Croissance et emploi** – *Les filières transfrontalières de « l'économie bleue » et de l'« économie verte » sont à la base de la croissance de la compétitivité et de l'emploi dans la zone de coopération (Ob. Spécifiques 3A, 3d, 8A, 8CTE)*

L'objectif commun de la croissance de la compétitivité et de l'emploi renvoie à un ensemble complexe de destinataires qui regroupe le système des entreprises individuelles, micro et PME appartenant aux secteurs productifs identifiés comme stratégiques des filières bleues et des filières vertes (nautisme /chantier naval, tourisme innovant et durable, biotechnologies "bleues et vertes" et énergies renouvelables "bleues et vertes").

- **Environnement sûr** – *Un effort commun est nécessaire pour défendre les populations et le patrimoine naturel terrestre et maritime des risques liés au changement climatique et aux activités humaines (Ob. Spécifiques 5a, 5b, 6C2, 7C)*

Il s'agit d'attirer l'attention du monde de la recherche et des opérateurs publics et privés spécifiques de la zone sur l'importance de coordonner et développer des actions conjointes pour affronter les problématiques complexes de défense du territoire et des risques pour la mer.

- **Patrimoine, bien commun** – *L'action conjointe est nécessaire pour améliorer la défense et la valorisation du patrimoine naturel et culturel (6C1)*

Stimuler les opérateurs publics et privés et les organisations à but non lucratif engagés dans la défense et dans la valorisation du patrimoine naturel et culturel pour construire des réseaux et développer des actions conjointes intégrées pour améliorer les capacités d'attraction et d'exploitation des potentialités de la zone transfrontalière.

- **Réduire les distances**– *La diffusion des réseaux de connexions terrestres et maritimes et des modes de transports durables contribue à réduire l'isolement des zones les plus périphériques et à améliorer la qualité de l'environnement (Ob. Spécifique 7B)*

Attirer l'attention des chercheurs et des opérateurs des transports publics et privés sur la nécessité de conjuguer le développement de la mobilité transfrontalière avec la réduction des émissions.

2. Résultats et points critiques concernant la communication au cours de la précédente programmation : les leçons apprises

L'analyse des rapports d'évaluation de la dernière programmation et du dernier Rapport Annuel d'Exécution (RAE) a mis en évidence comment les séminaires et les ateliers (*workshop*) organisés dans les différents territoires et les sites web institutionnels et régionaux ont été les outils de communication à travers lesquels, les bénéficiaires et le public en général ont principalement pu connaître le Programme. A contrario, les transmissions télévisées / radiophoniques ainsi que les réseaux sociaux sont jugés comme étant moins efficaces.

Ces mêmes rapports d'évaluation indiquent, en outre, des parcours destinés à améliorer l'efficacité des outils de communication utilisés.

Concernant le site internet du Programme, par exemple, il est conseillé de procéder à un saut qualitatif à travers l'activation de fonctionnalités plus interactives (forum de discussions, réseaux sociaux etc.) et une divulgation plus immédiate, par exemple, des résultats des projets (sections du site facilement accessibles qui rapportent les informations / les vidéos/ les résultats des projets financés, ou les meilleures publications) dans le but notamment de renforcer le processus de capitalisation lancé par le programme.

S'agissant de l'utilisation des réseaux sociaux, les rapports mettent en évidence les avantages et les problématiques.

Le principal avantage est représenté par la possibilité d'interagir de manière multidirectionnelle avec différents acteurs, ce qui peut stimuler la capitalisation et renforcer le réseau de coopération. Le Programme continuera d'ailleurs à réfléchir à cette utilisation.

En revanche, plusieurs aspects peuvent être considérés comme une faiblesse et doivent être soigneusement évalués.

En premier lieu, l'utilisation des réseaux sociaux n'est pas toujours possible dans les organismes publics - qui représentent une grande partie des bénéficiaires - ce qui limite l'efficacité de ces instruments.

La création et la mise à jour des pages et des profils impliquent forcément un engagement significatif en termes de temps et de personnel affecté à l'animation de ces outils. Une sous-évaluation de cet aspect pourrait exposer le Programme à une image négative à cause, par exemple, de pages non mises à jour ou d'informations incomplètes. Enfin, il est nécessaire d'évaluer attentivement la question du bilinguisme qui se pose de manière différente par rapport aux outils statiques et à communication unidirectionnelle, comme par exemple le site Web du programme.

Les rapports détaillés recommandent l'utilisation simultanée de Facebook, Twitter et YouTube, en proposant pour ce dernier un usage plus structuré en différentes sections (programme, projets, etc...).

Quant à l'utilisation du forum / blog, la dernière mise à jour de 2014 du 1er rapport d'évaluation donne un avis favorable au blog créé dans le but de promouvoir l'échange d'expériences dans le cadre du processus de capitalisation.

L'approche adoptée par le blog peut être jugée intéressante et riche en terme de contenus et bien qu'hors d'usage actuellement, il pourrait favoriser les rencontres entre bénéficiaires potentiels intéressés par la présentation d'un projet et encourager la construction de partenariats plus solides et plus compétents, à la fois publics et privés.

Les activités de capitalisation de la programmation 2007-2013 menées entre 2011 et 2014, se sont terminées par la rédaction d'une synthèse des résultats contenant certaines « recommandations politiques » et quelques conseils utiles pour la programmation 2014-2020.

Les informations suivantes semblent importantes pour l'amélioration de la visibilité du programme :

- Mise à disposition d'un format unique du Programme pour toutes les publications de projets et création de logos de cluster;
- Création de pages web pour chaque projet au sein du site du Programme;
- Création d'un calendrier des manifestations conjointes (contenant une référence à d'autres programmes transnationaux et transfrontaliers) ;
- Ajout d'éléments spécifiques au sein des appels à projets afin d'améliorer la capitalisation de ces-derniers.

S'agissant toujours de la précédente programmation, une des initiatives à souligner est celle du Programme Interact qui a créé une plate-forme de travail « The Mediterranean Lab Group » (http://www.interact-eu.net/med_lab_group/mediterranean_lab_group/410/6144) permettant de comparer les capitalisations thématiques et géographiques spécifiques au sud de l'Europe.

L'analyse menée par les responsables de la communication au sujet de l'expérience passée a, par ailleurs, permis de relever d'autres indications pour la période 2014-2020:

- En ce qui concerne les événements, durant la précédente programmation, un taux de participation élevé a été enregistré pour ceux organisés au niveau centralisé, alors que ceux à échelle locale n'ont pas toujours eu le succès souhaité, même si une augmentation a été enregistrée lors de la phase de lancement du nouveau programme.

Afin d'augmenter la publicité et l'adhésion du public lors d'événements locaux il faut davantage associer les territoires en phase d'organisation et créer des synergies entre les événements.

- L'absence d'un réseau structuré de contacts locaux a entravé la planification et le succès des activités de communication organisées localement.

Pour optimiser l'efficacité et l'organisation, il est nécessaire d'assurer la coordination des référents pour la communication (à l'échelle transfrontalière et locale), en planifiant les activités en début d'année.

- Pour la période 2007-2013, la contribution à la diffusion de l'informations sur le programme de la part des acteurs institutionnels (par ex. Administrations partenaires) a été fragmentée et non coordonnée.

Il est important que les membres institutionnels du CdS soient davantage sensibilisés à véhiculer l'image de marque du programme en utilisant les messages pertinents et en mettant en évidence le Programme sur leurs propres canaux de communication.

La communication véhiculée par les médias au niveau local et central doit également être coordonnée et conçue dans une optique de diffusion de messages transfrontaliers communs.

- Malgré l'existence d'un réseau dense de relations informelles, certains outils d'échange entre les acteurs du programme ont eu une faible adhésion (par ex. Blog).

Afin d'améliorer la diffusion et l'utilisation d'outils interactifs de communication (blogs, réseaux sociaux, etc.) il faut mieux intégrer les instruments entre eux, et prendre soin de l'animation et de la mise à jour, sans toutefois les substituer aux réunions de visu et aux échanges interpersonnels.

- La base de données des projets mise en place comme un catalogue statique de projets ne convient pas à un processus évolutif comme la capitalisation des résultats.

Le site devra contenir une section plus dynamique, le "best of", alimentée par les contenus mis à disposition par les bénéficiaires sur les pages des projets individuels.

- Le parcours de capitalisation a démarré au cours de la mise en œuvre du programme avec peu de ressources et sans activer d'outils spécifiques (comme les appels à capitalisation). Les effets sur les projets en cours ont donc été limités. Cependant, la méthode utilisée pour réunir les acteurs clés dans des clusters thématiques, a facilité la comparaison et l'identification de facteurs critiques et de bonnes pratiques.

Il faut que le parcours de capitalisation, et la communication correspondante, soit mis en place dès les premières étapes de la mise en œuvre du Programme et structuré dès le début de la planification en communautés thématiques, en valorisant et en intégrant les réseaux créés lors de la période 2007-2013.

- Les actions de communication en accord avec celles des autres Programmes européens ont permis d'élargir la visibilité du Programme notamment à l'échelle locale.

Il est important d'élargir les possibilités de discussion à la fois avec les Programmes de Coopération Territoriale et ceux *mainstreaming*, non seulement en matière de communication mais aussi de capitalisation.

Au regard des conclusions sur les résultats de la programmation précédente, la stratégie de communication aura les objectifs suivants:

- Augmenter le niveau de connaissance du Programme au sein de la zone de coopération, en intensifiant les activités de communication locales, en impliquant plus les territoires et en créant des synergies entre les événements;

- Augmenter le degré d'interaction des outils de communication en développant les fonctionnalités du site web et l'utilisation des réseaux sociaux ;
- Améliorer l'efficacité des actions d'information et de communication à travers l'utilisation d'une seule identité visuelle de la part des parties prenantes et la création de pages web pour chaque projet au sein du site unique du Programme ;
- Optimiser l'efficacité et l'organisation des activités de communication en promouvant la coordination avec les référents territoriaux et une planification conjointe des activités ;
- Favoriser le processus de capitalisation des résultats du Programme en engageant dès le début un parcours spécifique et en multipliant les occasions d'échanges avec d'autres Programmes de Coopération Territoriale Européenne.

3. Approche de la stratégie de communication

3.1 But et objectifs de la stratégie de communication

Le **but principal** de la stratégie de communication est de soutenir le PC IFM dans la réalisation de tous ses objectifs généraux et spécifiques et de diffuser à un large public les informations sur les possibilités de financement et sur les résultats obtenus.

Les **actions et outils de communication proposés** visent à atteindre **les objectifs** suivants:

- promouvoir et diffuser la connaissance du PC IFM 2014-2020, ses objectifs et les résultats obtenus, en soulignant le rôle de l'UE dans le financement du nouveau programme et les caractéristiques de la coopération transfrontalière;
- assurer la transparence, l'accessibilité et l'équité dans l'accès aux opportunités offertes par le PC, en mettant à disposition de tous les bénéficiaires potentiels et de tous les destinataires potentiels des interventions, des outils et des informations sur la possibilité d'accès au financement, en développant la coopération entre les territoires unis par des objectifs et des enjeux communs ;
- encourager la construction de partenariats et de projets de qualité.

Le choix de décliner les activités de communication en **4 thèmes principaux** a pour but de faciliter la réalisation de certains **objectifs spécifiques** liés aux caractéristiques du Programme:

- Diffuser une identité graphique et un message fédérateur afin de favoriser la reconnaissance des informations transmises par le PC, et de valoriser les éléments de continuité avec les programmations précédentes;
- Renforcer l'identité du programme transfrontalier maritime, y compris en créant des synergies et des échanges avec d'autres programmes de coopération des pays méditerranéens;
- Souligner l'importance des réseaux de coopération et du développement d'actions conjointes pour affronter des problèmes complexes communs et renforcer l'intégration transfrontalière;
- Elargir la participation des acteurs porteurs d'intérêt, en favorisant leur agrégation dans des communautés thématiques sur les questions clés du programme et en diffusant les messages à l'échelle territoriale ;
- Améliorer la diffusion d'informations sur les résultats et les bonnes pratiques, en soutenant le parcours de capitalisation du programme avec des actions spécifiques de communication et d'information.

3.2 Destinataires

La communication du PC IFM 2014-2020 s'adresse à **deux principaux groupes cibles**:

a. **L'opinion publique**, comprenant les citoyens européens et plus particulièrement les citoyens de la zone de coopération transfrontalière, les touristes et les utilisateurs des interventions qui ne sont pas directement impliqués dans la mise en œuvre du Programme. Ces acteurs seront les bénéficiaires des activités de communication visant à faire connaître le programme, ses objectifs et à expliquer l'emploi des fonds européens. Les médias sont les principaux acteurs s'adressant à l'opinion publique.

b. Les **parties prenantes ou acteurs clés du programme**, comprennent plusieurs groupes cibles, impliqués de manières diverses dans les différentes phases du programme, ils peuvent revêtir le rôle de partenaires de programme, de bénéficiaires potentiels, de bénéficiaires réels ou encore de multiplicateurs d'information.

La stratégie de communication identifie les groupes de *parties prenantes* parmi les personnes sélectionnées au cours du processus de consultation pour l'élaboration du programme 2014-2020 (en accord avec le Reg 240/2014 sur le Code de conduite européen sur le partenariat), les bénéficiaires potentiels des interventions identifiées dans le Programme et les autres acteurs ayant une fonction de multiplicateurs, identifiés par rapport aux interventions à promouvoir:

- Autorités du Programme et partenaires gouvernementaux;
- Autorités locales: municipalités, régions, syndicats de communes, collectivités locales ;
- Organismes publics et privés ayant une expertise dans le domaine: par exemple les autorités portuaires, les organismes de transports publics locaux et de transports maritimes, la protection civile, les agences pour l'emploi, les chambres de commerce, les pépinières d'entreprise et les centres de services pour les start-up, les agences de développement économique, GECT, les institutions pour la gestion des zones protégées, etc.;
- Les organisations et les agences de développement, locales et transfrontalières;
- Les institutions et les organisations à but non lucratif pour la protection et la valorisation des ressources naturelles et / ou culturelles;
- Les centres de recherche publics et privés, parcs scientifiques, pôles d'innovation;
- Les centres de formation et l'enseignement, les agences pour l'emploi;
- Les partenaires économiques et sociaux: associations professionnelles, syndicats, associations et organisations à but non lucratif (par exemple les associations pour la protection et la promotion du patrimoine culturel et naturel), organisations de promotion d'égalité des chances;
- Les PME et les micros-entreprises individuelles ou associées (consortiums, réseaux d'entreprises, etc.), les secteurs de production impliqués dans la mise en œuvre du programme.

Les groupes de *parties prenantes* seront sensibilisés par des actions de communication différenciées selon les phases du programme, les thèmes clés (à travers les communautés thématiques pertinentes) et le type d'assistance à fournir, avec le double objectif d'encourager leur participation active dans la mise en œuvre du programme et dans le processus de capitalisation des réalisations et des bonnes pratiques.

3.3 Les éléments clés de la stratégie de communication

Principes généraux

Flexibilité

En général, la stratégie de communication devra être dotée d'un bon degré de flexibilité afin de s'adapter dans le temps à l'évolution des technologies et des bénéficiaires. Pour cela, elle fera l'objet d'examen et d'intégration tout au long du Programme et prendra en compte d'éventuelles nouveautés ou l'apparition des besoins spécifiques non prévus dans le présent document. Pour cette raison, chaque année, un groupe de coordination de la communication (voir chapitre 5) préparera un plan annuel d'activités de communication.

Transparence et simplicité

En outre, afin de garantir aux destinataires une information correcte et immédiate, il est nécessaire que les données du Programme et les messages diffusés soient dans la mesure du possible standardisés, mis à jour, transparents et faciles d'utilisation.

Accessibilité

Les outils et actions de communication, devront, en règle générale, garantir l'accessibilité aux personnes handicapées. Les pages et les informations contenues sur le site seront donc disponibles dans un format compatible avec les outils et les technologies spécifiques. En revanche, en ce qui concerne les autres actions/outils de communication, les formats disponibles seront explicités au sein des plans annuels de communication (par ex. matériel d'information en braille, organisation d'événements, séminaires, conférences ou réalisation de vidéos / films publicitaires fournissant la traduction en langage des signes ou contenant des sous-titres, etc. ...)

Éléments distinctifs

Une forte intégration

- entre les outils et les canaux de communication

Le site Web du Programme est le principal outil de communication et de soutien à la gestion du Programme. Bien qu'accessible à tous, les différentes sections du site seront principalement adressées, comme contenu et langage, aux différents groupes cibles (*parties prenantes* et opinion publique). Toutes les informations sur les étapes de réalisation du Programme tout comme les événements organisés et tous les documents produits au niveau centralisé et local, seront rendus publics à travers le site. En outre, l'intégration du site avec les réseaux sociaux et le réseau de contacts locaux facilitera la propagation d'une identité visuelle unitaire et de messages clés communs permettant d'améliorer la visibilité du Programme et l'impact de la communication sur le territoire.

- entre les acteurs impliqués dans les activités de communication du Programme

L'AG - à travers le responsable de la communication - joue le rôle de coordination et d'orientation pour toutes les activités de communication du Programme. La planification de moments d'échanges et de rencontres régulières entre les responsables de la communication au niveau

centralisé, le réseau des référents territoriaux ainsi que les référents de la communication des projets, permettra de coordonner le contenu et la programmation des activités de communication proposées par les différents représentants, d'adapter les interventions de communication aux besoins spécifiques et d'être réactifs.

- *entre le Programme et les projets*

Pour optimiser l'efficacité de la communication, il est nécessaire d'éviter les dispersions et les duplications en renforçant l'intégration des actions de communication entre le Programme et les projets. A l'occasion du démarrage de chaque projet et à travers le site, les bénéficiaires recevront les indications à suivre pour respecter les règlements et la Charte Graphique. Le Programme ne finance pas les sites web individuels des projets car tous disposeront d'une page spécifique sur le site du Programme. Cette page contiendra des informations standard, fournies par le Programme mais pourra être mise à jour et développée directement par les bénéficiaires.

Compte tenu de l'importance des projets stratégiques, ceux-ci devront désigner des référents pour la communication qui se coordonneront avec l'AG, pour les actions de communication liées à leurs projets, mais aussi pour leur participation active à la communication du Programme et au processus de capitalisation.

- *entre le Programme et les Programmes Interreg*

Au niveau européen, il est nécessaire d'intensifier les échanges avec le programme Interact - qui soutient la coopération entre les régions européennes - y compris à travers la participation active à des manifestations européennes sur la coopération (par ex. ETC Day, la journée de la Coopération). Interact permet l'échange d'idées et de meilleures pratiques entre les différents Programmes de Coopération Territoriale Européenne, fournit un support technique aux structures de gestion, offre de nombreux outils pour coordonner la communication et améliorer la visibilité des Programmes (par exemple *Communication toolkit*, *Brand design manual Interreg - Full Brand Integration*, la base de données des projets européens de coopération Interact Keep, publications et dépliants) et établit des plates-formes de problématiques de travail, comme le « Mediterranean Lab Group » qui vise à approfondir l'analyse des résultats des Programmes de coopération en Méditerranée et leur capitalisation.

Pour renforcer la dimension maritime du PC IFM à l'échelle méditerranéenne, il faudra renforcer les échanges déjà en cours avec d'autres Programmes de coopération, en particulier ceux avec lesquels le PC IFM partage des objectifs et a des territoires en commun (Programme transnational MED et Programme transfrontalier Italie-France Alcotra), notamment en ce qui concerne la possibilité de créer des synergies dans la diffusion de l'information et des initiatives plus importantes, par l'échange de bonnes pratiques et partage des parcours de capitalisation.

Les initiatives pour la promotion de la discussion et des échanges avec le Programme IEVP CT Med (Programme multilatéral de coopération transfrontalière Bassin Maritime Méditerranée) seront également encouragées.

- *entre le Programme et les activités de communication institutionnelles des administrations partenaires*


Le PC IFM participera avec son propre contenu et ses réalisations aux événements institutionnels des administrations partenaires sur les Programmes financés par l'UE. Les partenaires devront clairement garantir la visibilité du Programme sur leur site Internet.

Une communication différenciée

Vu la grande hétérogénéité des territoires, des objectifs spécifiques et des acteurs impliqués, il est nécessaire de posséder une stratégie de communication prévoyant une différenciation articulée des actions de communication afin de répondre à la nécessité de faire participer un plus grand nombre de *parties prenantes* et d'élargir la participation de tous les territoires au Programme.

- *par thèmes clés*: inspirée de la méthode utilisée pour les activités de capitalisation lors de la programmation précédente, et en référence aux thèmes clés du programme décrit dans le chapitre 1, une diversification des activités de communication sera proposée, en particulier concernant les actions d'animation territoriale lors de l'ouverture d'un appel et des activités de capitalisation, par "communautés thématiques" composées de tous les *parties prenantes* qui se réfèrent aux thèmes clés proposés.

THEME clé	Exemples de communauté thématiques	Exemples de participants
<p>CROISSANCE ET EMPLOI</p> 	<p>Filières vertes</p> <p>(éventuelles activations de cluster dans les secteurs productifs)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tous les opérateurs publics et économiques qui participent aux filières vertes - Centres de formation et d'orientation pour l'emploi - Responsables de Programmes et animateurs territoriaux
	<p>Filière bleue</p> <p>(éventuelles activations de cluster dans les secteurs productifs)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tous les opérateurs publics et économiques qui participent aux filières bleues - Responsables de Programmes et/ou animateurs territoriaux
<p>ENVIRONNEMENT SUR</p> 	<p>Préventions des risques</p> <p>(terre et mer)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Etablissements publics, établissements territoriaux, centres de recherche compétents en matière de défense des risques - Responsables de Programmes et/ou animateurs territoriaux
	<p>Durabilité des ports commerciaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Opérateurs publics et privés possédant des compétences dans les activités portuaires - Opérateurs publics et privés, centres de recherche possédant des compétences dans la protection environnementale - Etablissements territoriaux (communs) - Responsables de Programmes et/ou animateurs territoriaux
<p>PATRIMOINE, BIEN COMMUN</p> 	<p>Protection et valorisation du patrimoine naturel</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Etablissements publics, universités et centres de recherche compétents en matière de protection et valorisation du patrimoine naturel - Associations et institutions à but non lucratif pour la mise en valeur du patrimoine naturel - Etablissements de gestion des zones protégées - Responsables de Programmes et/ou animateurs territoriaux
	<p>Protection et valorisation du patrimoine culturel</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Etablissements publics, universités et centres de recherche compétents en matière de protection et valorisation du patrimoine naturel - Associations et institutions à but non lucratif pour la mise en valeur du patrimoine culturel - Etablissements de gestion des zones protégées - Responsables de Programmes et/ou animateurs territoriaux

<p>REDUIRE LES DISTANCES</p> 	<p>Transports durables</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Établissements publics et territoriaux - Établissements publics et privés de gestion du transport public - Centres de recherche publics et privés compétents en matière de transports durables et multimodaux - Associations et institutions à but non lucratif pour la promotion des transports durables
---	----------------------------	--

Compte tenu de la fragmentation accrue et de l'hétérogénéité des membres des communautés thématiques sur le thème « croissance et l'emploi » il est possible que, surtout lors des premiers stades d'animation pour l'ouverture d'appels spécifiques, les actions de sensibilisation soient subdivisées en plusieurs cluster d'acteurs (par exemple. les opérateurs de la marine / chantier naval, tourisme innovant et durable etc.), pour ensuite les réunir lors des phases de discussion et de capitalisation des résultats.

- *par territoires:* L'articulation territoriale de la communication contribue à l'objectif d'atteindre tous les territoires sans exception. Le réseau des référents locaux NUTS2 permettra d'identifier les besoins de communication dans chaque région pour soutenir l'animation des communautés thématiques et l'aide aux bénéficiaires potentiels et réels, il assurera la coordination avec la structure centrale pour organiser des actions et des événements au niveau décentralisé, éventuellement classés par thèmes clés et communautés thématiques.

En outre, compte tenu des points critiques précédemment exprimés et des changements par rapport au précédent programme, les actions de communication spécifiques seront ciblées pour une participation accrue des territoires internes, insulaires et des nouveaux territoires éligibles.

- *par projets :* Les projets stratégiques, thématiques et territoriaux, ont une importance particulière pour le Programme, mais, aussi en termes de ressources engagées et de résultats attendus. En plus des activités de communication visant tous les types de bénéficiaires et les obligations auxquelles ils sont soumis, des actions spécifiques pourront être activées lors des phases d'animation et de construction des projets stratégiques, pour soutenir l'implication des partenaires et /ou des territoires et leur intégration autour d'objectifs communs en accord avec les thèmes clés du Programme. L'identification d'un réseau de contacts de la communication des projets stratégiques, en coordination avec la structure centrale, est destinée à améliorer l'efficacité de la stratégie de communication, en améliorant la cohérence des messages clés à transmettre et en amplifiant la portée des actions de communication visant de vastes portions du territoire de coopération et de nombreux groupes de *parties prenantes*.

Un parcours de capitalisation des résultats structuré

L'objectif global de la capitalisation est de contribuer à l'amélioration des politiques régionales et européennes. Il s'agit d'un processus intégré d'analyse et d'évaluation des résultats obtenus au niveau des projets et des Programmes (auto capitalisation), de synthèse et de comparaisons afin

de créer des synergies et de transférer les bonnes pratiques, et où l'animation et la communication jouent un rôle essentiel.

Au niveau des Programmes, le parcours de capitalisation vise à identifier les bonnes pratiques, à faciliter l'échange de connaissances, à intégrer les bonnes pratiques dans les stratégies et dans les expériences de planification de la programmation en cours et à venir.

Sur la base de l'expérience précédente il sera tout d'abord nécessaire d'impliquer directement les bénéficiaires dans le processus de capitalisation, en faisant en sortes qu'ils puissent en tirer des bénéfices tangibles pour leur projet. Simultanément il faudra créer, au niveau du Programme, des conditions de synergies et d'intégration avec d'autres expériences, jusqu'à la création de véritables «communautés thématiques» de bénéficiaires, venant d'autres programmes également, établies sur la base des «thèmes clés» partagés qui peuvent acquérir poids et visibilité aux yeux d'acteurs situés en dehors du Programme.

Le parcours de capitalisation du PC IFM accompagnera donc toute la période de mise en œuvre, et devra se mettre en place selon les phases suivantes:

- **Analyse des résultats des premiers projets réalisés (2018-2019)**, d'abord associés aux communautés thématiques et aux thèmes clés, par le biais d'une grille d'éléments communs à tous les projets, tels que :
 - La participation des intervenants dans le projet
 - La gouvernance du projet
 - La transférabilité / diffusion des résultats
 - La taille des projets
 - La contribution significative aux objectifs du Programme et à ceux d'Europe 2020
 - La durabilité des opérations et du partenariat
 - L'impact territorial
 - Le degré d'activités partagées entre les membres du partenariat
 - Le caractère innovant du projet

- L'identification et la synthèse des facteurs critiques et des bonnes pratiques.

- Le transfert des leçons apprises aux projets en cours et au Programme, à travers des actions de communication spécifiques dans le cadre des événements du Programme (par exemple: Événements pour le lancement des appels successifs) et de toute autre occasion organisée au niveau d'autres Programmes ou européen.
- La diffusion des résultats des premiers projets achevés au public et aux intervenants, par le biais du site web, des réseaux sociaux, des médias, des événements institutionnels et de communication du programme. La création d'occasions de comparaison avec d'autres Programmes de coopération méditerranéenne (MED, Alcotra, IEVP CT MED) qui partagent territoires et objectifs, dans le but de créer des synergies et une meilleure intégration entre les projets sur certains thèmes de grand intérêt public (par exemple: la sécurité de la navigation maritime en Méditerranée).
- La sélection éventuelle de parcours de capitalisation qui améliorent et intègrent les projets déjà réalisés (par ex. appels à capitalisation ou critères spécifiques lors de l'évaluation des projets).
- La participation à des événements consacrés à la capitalisation au niveau européen, par Interact (par ex. Mediterranean lab group, Interact Keep etc.).
- La poursuite de l'analyse des projets et de l'identification des bonnes pratiques pour toute la durée du programme jusqu'à l'achèvement de tous les projets (2023).
- La sélection des résultats et des bonnes pratiques à utiliser dans le processus de consultation et de préparation de la future programmation (à partir de 2019).
- La diffusion des résultats et des bonnes pratiques au grand public lors de l'événement final.

4. Outils et Actions de communication

4.1 Outils de communication

4.1.1 Identité visuelle	
Objectif	
<p>L'identité visuelle du Programme a été développée dans le cadre d'un processus d'harmonisation mis en œuvre à l'échelle européenne et concernant tous les Programmes Interreg afin de garantir visibilité et reconnaissance majeure.</p> <p>Comme mentionné au paragraphe 3.3, tous les niveaux de communication devront se conformer à l'identité visuelle du Programme, grâce à une forte intégration entre le Programme, les territoires et les projets.</p> <p>Les projets seront les principaux vecteurs de l'image assurant une diffusion plus vaste, garantissant un plus grand impact et de majeures retombées en termes de visibilité.</p> <p>Le renforcement de l'identité du programme contribuera à améliorer et à mieux développer la communication du programme, qui est l'objectif principal de la stratégie de communication.</p>	
Description	
<p>Les documents de référence sont la charte graphique du Programme et son annexe contenant les extraits des Règlements UE concernant l'information et la communication, tous deux fournis aux bénéficiaires et publiés sur le site Internet du Programme.</p> <p>Le document a pour but d'illustrer les principales règles à suivre dans l'utilisation, la diffusion et l'expansion de l'identité visuelle. Il est divisé en quatre sections:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Description du logo, des éléments qui le composent et de toutes les caractéristiques qui servent à créer et à diffuser son identité 2. Informations sur les éléments supplémentaires de l'identité du Programme (slogan, icônes thématiques ...) 3. Règles concernant l'application du logo et de l'identité visuelle dans des contextes spécifiques 4. Déclinaison de l'image au niveau des projets <p>L'annexe contient également d'autres règles d'information et de communication sur la diffusion de l'identité et de ses applications découlant du Reg. (UE) n ° 1303/2013 et du règlement d'exécution (UE) n ° 821/2014.</p>	
Responsables	
AG - SC	
Echelle d'application	
Afin de garantir la visibilité maximum du Programme, les éléments de l'identité devront être utilisés à toutes les échelles du Programme : centrale, régionale et locale.	
Destinataires et fonction de l'outil pour les phases du programme	
	Toutes les phases du Programme
Opinion publique	Renforce l'identité et l'image du Programme
Parties Prenantes	
Bénéficiaires potentiels	Outil obligatoire
Agents multiplicateurs	
Partenaires du Programme	
Bénéficiaires	

4.1.2. Site Internet

Objectif
Le site Web du programme est l'outil de communication prioritaire du Programme et est la principale source d'information pour tous les *parties prenantes* et l'opinion publique à tous les niveaux d'information: il contient toutes les informations relatives à la mise en œuvre du Programme.

Description
Les principales caractéristiques du site sont:

- Utilisation de la technologie web CMS (Content Management System) qui permet aux professionnels de mettre en place, gérer et mettre à jour directement les pages du site
- Bilinguisme: italien et français
- Cohérence graphique avec l'image du Programme
- Adaptabilité à différents appareils (PC, Smartphone, tablette)
- Intégration et renforcement de l'activité de communication et d'information avec des pages classées par cibles: opinion publique et *parties prenantes* (partenaires du programme, bénéficiaires potentiels, acteurs multiplicateurs et bénéficiaires réels)
- Extension des fonctionnalités interactives du site, avec des espaces structurés: renvoi vers les réseaux sociaux
- Accessibilité: utilisation d'un format compatible avec les outils et les technologies d'assistance destinées aux personnes handicapées

Principaux éléments: Le site hébergera 4 domaines principaux, divisés en différents sous-domaines (**indicatifs**):

DOMAINES	SOUS-DOMAINES	DESTINATAIRES	NIVEAU DE REDACTION
PROGRAMME	De quoi parle-t-on ?	Opinion publique, parties prenantes	Programme
	Zone de coopération	Opinion publique, parties prenantes	Programme
	Axes prioritaires	Opinion publique, parties prenantes	Programme
	Appels à projets en cours	Parties prenantes, en particulier les bénéficiaires potentiels	Programme
	Documents du Programme et Communications relatives aux activités du Comité de Suivi	Parties prenantes en particulier les partenaires du Programme, les bénéficiaires potentiels et les bénéficiaires	Programme
PROJETS	Liste des opérations Format obligatoire à mettre à jour au moins une fois par semestre	Parties prenantes, en particulier les partenaires du Programme	Programme
	Page "standard" pour chaque projet: logo, acronyme, budget, partenaires, description + documents de projets, événements et actualités en évidence, liens vers certains produits de projets	Parties prenantes	Projet

	Module de recherche par axe, partenaire, territoire, ordre alphabétique, état d'avancement, mots clés	Parties prenantes	Automatique Programme
	Actualités et événements de projets	Parties prenantes	Projet
	Best of des projets Librairie de textes, images, vidéos, liens etc.	Opinion publique, parties prenantes	Programme
	Manuels: Fonds documentaire général pour les projets	Parties prenantes, en particulier les bénéficiaires potentiels et les bénéficiaires	Programme
	Vitrine des idées de projets: texte et contact	Parties prenantes, en particulier les bénéficiaires potentiels	Rédaction multiple
NEWS & EVENEMENTS	Événements : programmes, territoires, projets	Opinion publique, parties prenantes	Programme, référents territoriaux, Projet
	Newsletter	Parties prenantes	Automatique
	Organigramme et contacts: AG, SC, référents territoriaux, partenaires du Programme, etc.	Parties prenantes	Programme
AUTRES RESSOURCES	Liens Programme 2007-2013 Réseaux sociaux: twitter, facebook, you tube Etc.	Opinion publique, parties prenantes	Programme
	Glossaire et FAQ	Opinion publique, parties prenantes	Programme
	Module de recherche	Opinion publique, parties prenantes	Automatique
	Accès réservé	Partenaires du Programme	Programme
	Accessibilité	Opinion publique, parties prenantes	Programme
	Statistiques	AG/SC	Programme
	« On parle de nous »: revue de presse	Opinion publique, parties prenantes	Programme et référents territoriaux
<p>Responsables</p> <ul style="list-style-type: none"> • AG - SC (+ services externes) pour l'architecture du site et les pages du programme • Rédaction multiple au niveau local et des pages de projet, en particulier: <ul style="list-style-type: none"> - Les partenaires du programme / contacts locaux pour les nouveautés et les événements au niveau local - Les bénéficiaires de projet pour les pages de projet <p>Des formations spécifiques pour la gestion et la mise à jour du site sont prévues à destination du personnel de l'AG / SC, des référents territoriaux et des chefs de projet.</p>			

Echelle d'application

Grâce à la rédaction multiple de certaines parties du site (référents territoriaux et chefs de projet), l'information à tous les niveaux de programme est ainsi garantie: information centralisée et décentralisée au niveau régional et local.

Destinataires et fonction de l'action par phase du Programme

		Phase initiale	Phase de mise en œuvre	Phase de conclusion
Opinion Publique		Informations générales sur le Programme, nouveautés et événements au niveau centralisé et local, etc	Informations sur la réalisation du Programme, sur le "best of" des projets, nouveautés et événements au niveau centralisé et local, etc.	Informations sur les résultats du Programme, sur le "best of" des projets, nouveautés et événements au niveau centralisé et local, etc.
Parties Prenantes	Acteurs multiplicateurs	Informations sur les caractéristiques du Programme et des appels, la documentation et les manuels de Programme / d'appel, les partenaires du projet de recherche, les nouveautés et les événements locaux, les informations de contact, etc.	Documentation et manuels de programme / d'appel	Documentation explicative pour la clôture des projets
	Bénéficiaires potentiels	Documentation et manuels de programme / d'appel	Documentation et manuels du Programme / d'appel: renseignements sur les aspects administratifs et la gestion de projets, etc.	
	Bénéficiaires	Informations sur le démarrage du Programme et documentation du Programme, nouveautés et événements au niveau local et central, etc.	Information sur la gestion, la mise en œuvre et la documentation du programme, informations sur l'avancement des projets, nouveautés et événements au niveau centralisé et local, etc.	Information sur les résultats et la clôture du Programme, information sur la clôture des projets, nouveautés et événements au niveau centralisé et local, etc.
	Partenaires du Programme			

4.1.3 Réseaux sociaux

Objectif

Afin d'amplifier l'information véhiculée par le site internet, il est indispensable de recourir également à certains réseaux sociaux.

L'outil, tout en présentant un fort potentiel en termes de communication et d'interaction entre les acteurs du réseau de coopération, ne peut cependant pas être le principal vecteur de l'information du Programme.

En effet, l'efficacité pourrait être limitée du fait que l'utilisation des réseaux sociaux au sein des organismes publics n'est pas toujours autorisée. En outre, l'utilisation des réseaux sociaux nécessite la disponibilité effective de personnel pour les mises à jour des profils /canaux, sous risque de nuire à l'image du Programme.

Comme le suggèrent les lignes directrices du Communication Toolkit d'Interact pour la CTE, l'AG et le SC ont ainsi procédé à une évaluation de la réelle valeur ajoutée que l'outil pourrait donner à la stratégie de communication du Programme, sur le personnel disponible pour sa gestion et sur les cibles bénéficiaires de cet outil (public, mais aussi, de nombreux acteurs privés).

Cette réflexion a conduit l'AG et le SC à identifier les réseaux sociaux, non pas comme principal circuit d'information du programme, mais comme un outil efficace pour améliorer l'image du Programme, notamment auprès d'un certain public cible plus réceptif et sensible à l'utilisation de ces outils qui fournissent un type d'information et de communication plus attrayante, directe et multidirectionnelle.

En particulier, l'utilisation de YouTube en tant que circuit pour la diffusion des bonnes pratiques à travers des vidéos qui «racontent» le Programme et les projets directement, se révèle être particulièrement efficace et pertinente (voir la section suivante 4.1.1 Production de vidéo).

Description

Les réseaux sociaux utilisés par le programme sont Twitter, Facebook et YouTube, conformément aux recommandations des rapports d'évaluation de l'ancienne programmation.

Les profils / canaux mentionnés ci-dessus seront également accessibles à partir du site Web du Programme.

L'information fournie par le personnel responsable des profils / canaux sera bilingue: italien et français.

Les contenus véhiculés à travers Facebook et Twitter seront principalement les actualités et les événements liés au Programme ou aux projets réalisés. Ils seront publiés dans les sections pertinentes du site web.

La chaîne YouTube sera structurée par niveau:

- Au niveau du programme: publication de vidéos générales décrivant le Programme ou liées à des événements institutionnels
- Au niveau décentralisé et des projets: publication de vidéos de chaque projet, pouvant également être utilisées comme des outils de narration très efficaces lors d'événements du Programme ou des projets (voir paragraphe 4.1.4 Réalisation de vidéos et 4.2 actions de communication).

Responsables

- AG - SC pour la mise à jour des profils, des pages et des canaux sur actualité, événements, vidéos institutionnelles
- Rédaction multiple à l'échelle territoriale et des projets, en particulier:
 - Les partenaires du Programme / les référents territoriaux pour l'actualité, les événements, les vidéos au niveau local
 - Les bénéficiaires des projet pour l'actualité, les événements, les vidéos de projet

Echelle d'application

Centralisée, régionale et locale

Destinataires et fonction de l'action par phase du Programme				
		Phase initiale	Phase de mise en œuvre	Phase de conclusion
Opinion publique		Il améliore l'image du Programme et transmet les principales actualités: Nouveautés/ événements / vidéos de <u>lancement</u> du Programme ou de capitalisation de l'ancienne programmation aux différents niveaux territoriaux	Il améliore l'image du Programme et transmet les principales actualités: Information sur la <u>réalisation</u> du Programme, les appels, les nouveautés et les événements aux différents niveaux territoriaux	Il améliore l'image du Programme et transmet les principales actualités: <u>Informations</u> sur les résultats du programme, nouvelles / événements / vidéos d'information aux différents niveaux territoriaux consacrées aux résultats et à leur capitalisation
Parties Prenantes	Partenaires du Programme			
	Bénéficiaires potentiels			
	Acteurs multiplicateurs			
	Bénéficiaires			

4.1.4 Réalisation de vidéos

Objectif

Faire des vidéos vise à présenter le programme et les meilleures pratiques de projet, d'une manière qui, par rapport à d'autres outils de communication plus statiques, tend à impliquer davantage les bénéficiaires.

Les vidéos sont en effet un outil utile, pour les présentations lors d'événements informatifs, à télécharger sur la chaîne YouTube du programme ou à diffuser dans les médias.

Description

Construction d'un kit de vidéos constitué d'au moins:

- Une vidéo qui présente le Programme d'une manière simple et attrayante, en utilisant notamment des techniques d'animation : il s'agit de décrire les objectifs du Programme, les territoires, les éventuels bénéficiaires et les destinataires des actions, les modalités de soutien, le financement etc.
- D'autres vidéos de présentation des projets / des meilleures pratiques, également réalisées en utilisant des techniques de narration.

Le *Communication Toolkit* d'Interact contient une section spécifique sur la narration donnant des indications sur les méthodes d'utilisation de ces moyens de communication.

La narration, utilisée dans ce contexte, aurait la capacité de donner un caractère et un visage aux projets et donc au Programme et de capturer ainsi, dans une plus grande mesure par rapport aux autres outils de communication plus statiques, l'attention du public et des médias, permettant de rendre plus intéressant le contenu à transmettre tout en marquant la mémoire du public.

Responsables

AG – SC + services externes

Echelle d'application

Programme et projets

Destinataires et fonction de l'action par phase du Programme

		Toutes les phases du Programme
Opinion publique		Il transmet le «caractère» des projets et les caractéristiques du Programme, renforçant ainsi son image
Parties Prenantes	Acteurs multiplicateurs	
	Bénéficiaires potentiels	Outil utile pour la construction du projet
	Partenaires de Programme	Outil utile pour le processus de capitalisation
	Bénéficiaires	Outils utiles pour la construction du projet (vidéo de tiers) Outil de promotion et de capitalisation (propres vidéos)

4.1.5 Presse et médias				
Objectif				
<p>L'utilisation des médias est destinée à élargir le nombre de bénéficiaires de l'information et de la communication du Programme, en agissant comme écho à d'autres outils et actions.</p> <p>Dans ce but, les référents territoriaux joueront un rôle fondamental par le biais de leurs réseaux et leurs canaux de communication, afin de permettre la diffusion d'informations homogènes sur le Programme au niveau local et en garantissant le contrôle des informations fournies concernant des projets achevés ou en cours.</p>				
Description				
<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation d'émissions télévisées et conférences de presse. - Publication d'encadrés ou d'espaces dans les journaux nationaux, les journaux locaux, les périodiques régionaux. <p>Pour un bon usage de la presse et des médias, consulter le <i>Communication Toolkit</i> d'Interact, section Médias.</p>				
Responsables				
<ul style="list-style-type: none"> - AG - SC pour l'information et la communication centralisée - Les partenaires du Programme / bénéficiaires des projets et les référents territoriaux pour l'information et la communication locale 				
Echelle d'application				
Centralisée, régionale et locale				
Destinataires et fonction de l'action par phase du Programme				
À utiliser dans toutes les phases du programme: au début de la programmation pour le lancement du Programme, lors de la phase de mise en œuvre, pour l'information sur la réalisation du Programme, pour les événements territoriaux, lors de la clôture du Programme d'information et pour l'information sur les résultats.				
		Phase initiale	Phase de mise en œuvre	Phase de conclusion
Opinion publique		Permettra d'augmenter la connaissance du <u>Programme</u> auprès du public et d'élargir le nombre de bénéficiaires de l'information et de la communication	Permettra d'augmenter la connaissance du Programme et sa <u>mise en œuvre</u> par le public et d'élargir le nombre de bénéficiaires de l'information et de la communication	Permettra d'augmenter la connaissance des <u>résultats</u> du Programme par le public et d'élargir le nombre de destinataires
PrenantesParties	Bénéficiaires potentiels			
	Acteurs multiplicateurs			
	Bénéficiaires			

4.1.6 Publications

Objectif

Toute publication peut être utilisée pour donner des informations sur la mise en œuvre du Programme, ainsi que toutes les étapes de la programmation.

Description

Réalisation de brochures d'information, de publications éditoriales périodiques, de fiches sur le contenu du Programme, d'affiches et de posters, de totems, etc.

Toutes les publications doivent être conformes à l'identité visuelle du Programme.

Responsables

- AG - SC pour les publications institutionnelles centralisées + services externes
- Les partenaires du Programme / référents territoriaux et bénéficiaires des projets pour les publications au niveau local

Echelle d'application

Centralisée, régionale et locale

Destinataires et fonction de l'action par phase du Programme

		Phase initiale	Phase de mise en œuvre	Phase de conclusion
Opinion publique		Informations générales sur le Programme	Informations générales sur le Programme et sur le "best of" des projets	Informations sur les résultats du Programme
Parties Prenantes	Acteurs multiplicateurs	Informations sur les caractéristiques du Programme et sur la capitalisation des résultats de l'ancienne programmation	Informations sur: - Les caractéristiques du Programme et des appels, la documentation et les manuels - Capitalisation des projets déjà réalisés ou en cours	Informations sur les résultats du Programme et sur la capitalisation des projets, notamment dans l'optique de la programmation à venir
	Bénéficiaires potentiels			
	Bénéficiaires		Documentation et manuels de Programme / d'appel	

	Partenaires du Programme		Information sur la gestion, la mise en œuvre et la documentation du programme et sur les progrès des projets	
--	--------------------------	--	--	--

4.2 Action de communication

4.2.1 Communication institutionnelle	
Objectif	
<p>Informer l'opinion publique et les parties prenantes du Programme sur les opérations effectuées dans le cadre du Programme.</p>	
Description	
<p>Conformément au Reg (UE) N. 1303/2013, point 2.1 de l'annexe XII, l'AG est responsable de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - veiller à ce que les mesures d'information et de communication soient réalisées conformément à la stratégie de communication et que ces mesures visent à assurer la couverture la plus large possible à travers les méthodes et l'échelle d'application les plus appropriées ; - l'organisation d'une grande action d'information annonçant le lancement du Programme avant même l'approbation de la stratégie de communication ; - l'organisation, une fois par an, d'une grande action d'information qui vise à favoriser les possibilités de financement et les stratégies suivies ainsi qu'à présenter les résultats du Programme ; - afficher l'emblème de l'Union Européenne dans les locaux de l'Autorité de Gestion ; - la publication électronique de la liste des opérations ; - fournir des exemples d'opérations sur le site Web du Programme de coopération ; - fournir des informations actualisées sur la mise en œuvre du Programme, y compris, le cas échéant, ses principales réalisations, sur le site Web du programme. <p>L'AG assure également:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la gestion des relations avec l'UE et les États membres ; - la gestion des relations et la préparation de documents de communication pour les réunions des partenaires et des organismes du Programme ; - la préparation des rapports aux médias au niveau national (en commun avec d'autres Programmes) ; - la participation à l'European Cooperation Day, y compris à travers l'organisation d'événements locaux ; - la participation du Programme à des manifestations organisées au niveau régional à l'occasion des Open Days européens; <p>La communication institutionnelle est une activité transversale et est mise en œuvre en utilisant l'ensemble des outils et des actions dérivant de la stratégie de communication.</p>	
Responsables	
AG - SC	
Echelle d'application	
Niveau centralisé	
Phases du Programme	
Toutes les phases du programme	
Destinataires et fonction de l'action par phase du Programme	
	Toutes les phases du Programme
Opinion publique et parties prenantes	Informations sur les opérations mises en place dans le cadre du Programme

4.2.2 Événements du Programme

Objectif

Informer l'opinion publique et les parties prenantes du Programme sur les opérations effectuées

Description

Événements transfrontaliers

- Un événement transfrontalier pour le lancement du Programme à destination de l'opinion publique et des *parties prenantes*.
- Un événement transfrontalier annuel pour informer l'opinion publique et les *parties prenantes* sur les progrès et les résultats du programme, en diversifiant chaque année le lieu, afin de couvrir l'ensemble de la zone de programme

Ce sera un rendez-vous annuel avec le Programme au cours duquel il s'agira de communiquer les résultats et qui aura des objectifs et des contenus différents selon le stade du Programme. L'événement pourra - dans sa totalité ou en partie - être dédié à des thèmes clés, créant et renforçant ainsi progressivement les véritables communautés thématiques du Programme, constituées de tous les acteurs impliqués de diverses manières dans les thèmes proposés: *croissance et emploi, environnement sûr, patrimoine, bien commun, réduire les distances*. Ce sera également l'occasion de faire le point sur le parcours de capitalisation du Programme, dans le but d'identifier les meilleures pratiques et de les intégrer dans les expériences de projets et de stratégies pour la programmation future.

Si possible les événements seront organisés en concomitance avec un Comité de Suivi.

- Un événement transfrontalier de clôture du Programme, avec une présentation des résultats et du parcours de capitalisation à destination de l'opinion publique et des *parties prenantes*.

Séminaires locaux au niveau des régions NUTS 2

- Séminaires ou ateliers locaux liés l'évolution du Programme, à organiser au niveau NUTS 2 selon le plan annuel des activités de communication rédigé par le groupe de coordination (section 5)
Les séminaires /ateliers, organisés principalement lors du lancement d'un appel à projets, seront destinés en particulier aux bénéficiaires potentiels et se concentreront principalement sur les détails de de l'appel et les modalités de candidature. Ils pourront donc également favoriser la recherche de partenariat.
Les séminaires / ateliers ou partie de ceux-ci seront divisés en thèmes clés et en communautés thématiques.
Dans l'absolu, il serait profitable de regrouper les séminaires / ateliers avec les événements des projets, et ce dès la planification annuelle.
Pour l'organisation de séminaires / ateliers locaux, la coordination des activités notamment sur le plan logistique entre AG / SC et les contacts locaux est fondamentale.

Séminaires locaux au niveau infrarégional

- Séminaires et ateliers d'information et d'animation, organisés par les référents territoriaux de communication à l'échelle infrarégionale et coordonnés au niveau du Programme grâce à la planification annuelle des activités de communication.

Les réunions visent à impliquer les acteurs locaux du programme, en particulier pour informer les bénéficiaires potentiels, lors de l'ouverture des appels, sur les principales caractéristiques des appels et sur les procédures de présentation des propositions, ainsi que pour fournir, au cours de la phase de mise en œuvre des projets, aux bénéficiaires et aux partenaires du projet, des informations sur la réalisation (rapports de projet, appels d'offres, questions financières, etc.).

Pour une organisation efficace des évènements, faire référence au *Communication Toolkit* d'Interact, section événement.

Responsables		
<u>Évènements transfrontaliers</u> : AG et SC		
<u>Séminaires locaux au niveau des zones NUTS 2</u> : AG et SC en collaboration avec les partenaires du Programme/ référents territoriaux		
<u>Séminaires locaux au niveau infrarégional</u> : partenaires du Programme / référents territoriaux (coordination au niveau du Programme)		
Echelle d'application		
Centralisée, régionale et locale		
Destinataires et fonction de l'action par phase du Programme		
	Toutes les phases du Programme	
Opinion publique	Informations sur les opérations effectuées dans le cadre du Programme	
Parties Prenantes	Partenaires du Programme	Informations sur la gestion, réalisation et documentation du Programme, sur les résultats du Programme et sur l'avancement des projets
	Bénéficiaires potentiels	Informations sur les caractéristiques du Programme et des appels, recherche partenaires de projets
	Acteurs multiplicateurs	
	Bénéficiaires	Informations spécifiques sur les caractéristiques de l'appel et sur les modalités de candidature, ainsi que sur les modalités de mise en œuvre des projets

4.2.3 Formation à destination des <i>parties prenantes</i>	
Objectif Informer et former les acteurs du Programme (AG, SC, contacts locaux, chefs de projet) sur une bonne utilisation du site et de l'identité visuelle ainsi que sur toutes les autres obligations et références à prendre en compte en matière de Communication.	
Description Des séminaires et des sessions de formation en petits groupes de destinataires spécifiques seront organisés: <ul style="list-style-type: none"> - Acteurs AG et SC - Partenaires de programme / référents locaux pour la communication - Gestionnaires et chefs de projet 	
Responsables AG et SC	
Echelle d'application Centralisée, régionale et locale	
Destinataires et fonction de l'action par phase du Programme	
	Toutes les phases du Programme
Parties prenantes	Information sur une correcte utilisation des outils et des actions de communication

4.2.4 Événements de projets		
Objectif		
Informer le public, les collectivités locales et <i>parties prenantes</i> sur les résultats des projets.		
Description		
<p>Les événements peuvent être organisés par bénéficiaires et les chefs de file.</p> <p>La collaboration avec les référents territoriaux de communication et les instances du Programme est fortement recommandée.</p> <p>A titre indicatif, il s'agit d':</p> <ul style="list-style-type: none"> - Événements d'ouverture et de clôture des projets - Événements d'intérêt pour les différents publics cibles et les médias: conférences, tables rondes, voyages d'étude, séances d'information, éventuellement classés par thèmes et communautés thématiques. <p>Il est possible et souhaitable de lier les événements des projets à d'autres événements locaux du Programme ou à des événements concernant d'autres Programmes, sur des sujets et des questions d'intérêt commun (classement par thèmes et communautés thématiques).</p> <p>Pour une organisation efficace des évènements, faire référence au <i>Communication Toolkit</i> d'Interact, section événement.</p>		
Responsables		
Bénéficiaires et chefs de file des projets en collaboration avec les référents territoriaux		
Echelle d'application		
Niveau local		
Niveau centralisé si le projet est présenté simultanément ou dans le cadre d'événements du Programme ou d'autres Programmes.		
Destinataires et fonction de l'action par phase du Programme		
	Toutes les phases du Programme	
Opinion publique	Informations sur la réalisation et sur les résultats des projets en relation aux objectifs et aux résultats attendus du Programme	
Parties Prenantes	Partenaires du Programme	Information sur la réalisation et sur les résultats des projets en relation aux objectifs et aux résultats attendus du Programme
	Acteurs multiplicateurs	
	Bénéficiaires potentiels	Exemples des meilleures pratiques à capitaliser Outils utiles pour la construction du projet
	Bénéficiaires	Outils utiles pour la réalisation du projet (évènements tiers) Outils de promotion et de capitalisation (propre évènement)

4.2.5 Événements externes		
Objectif		
Promouvoir les résultats de la coopération transfrontalière auprès du grand public et <i>parties prenantes</i> du Programme		
Description		
Participation à des événements externes par exemple :		
<ul style="list-style-type: none"> - L'European Cooperation Day (EC Day) qui vise à promouvoir les résultats de la coopération transfrontalière auprès du grand public (ww.ecday.eu). Dans ce contexte, l'organisation de manifestations conjointes avec d'autres programmes transfrontaliers et transnationaux serait envisageable voire souhaitable, comme suggéré dans le manuel de capitalisation (Alcotra, Med, etc.) - Les Open Days - Semaine européenne des régions et des villes, initiative de promotion de la politique européenne de cohésion (de www.opendays.europa.eu). L'organisation d'événements de Programme ou de projets au niveau local reliés à un événement central est envisageable et souhaitable. - Événements d'autres Programmes de coopération territoriale ou du bassin méditerranéen (Med, Alcotra, IEVP CT Med, etc.) 		
Pour une organisation efficace des évènements, faire référence au <i>Communication Toolkit</i> d'Interact, section événement.		
Responsables		
AG et SC		
Echelle d'application		
Niveau centralisé avec d'éventuels liens à des évènements locaux		
Phase du Programme		
Toutes les phases du programme		
Destinataires et fonction de l'action par phase du Programme		
	Toutes les phases du Programme	
Opinion publique	Encourage les résultats de la coopération transfrontalière	
Parties prenantes	Partenaires du Programme	Encourage les résultats du Programme dans le cadre de la coopération européenne
	Acteurs multiplicateurs	
	Bénéficiaires potentiels	Encourage les résultats de la coopération transfrontalière et donne des exemples de bonnes pratiques à capitaliser

4.2.6 Modalités d'assistance aux bénéficiaires dans leurs activités de communication	
Objectif	
Fournir assistance aux bénéficiaires dans le cadre de leurs activités de communication	
Description	
<p>Les principaux outils et actions prévus afin de fournir assistance aux bénéficiaires dans le cadre de leurs activités de communication sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Indications concernant les caractéristiques techniques des mesures d'information et de communication pour les opérations citées dans le Règlement d'exécution UE n. 821/2014, chapitre II; - Charte graphique du Programme avec son annexe sur les règles d'information et de communication, comme indiqué au point 4.1.1 du document; - Format unique pour les pages Internet des projets regroupées sur le site du Programme, comme indiqué au point 4.1.2 du document; - Formation concernant l'illustration des outils de communication, l'utilisation correcte des outils ci-dessus mentionnés (identité visuelle et pages web de projets) et les autres obligations et références à prendre en considération dans le cadre de la communication du Programme et des projets (point 4.2.3 du document). 	
Responsables	
AG et SC	
Echelle d'application	
Décentralisée	
Phase du Programme	
Toutes les phases du programme	
Destinataires et fonction de l'action par phase du Programme	
	Toutes les phases du Programme
Bénéficiaires	Information pour une utilisation correcte des outils et actions de communication

5. Organisation des activités d'information et communication

5.1 Description du personnel en charge de la réalisation de la stratégie de communication

La **personne responsable de la réalisation des activités d'information et de communication** à l'échelle du Programme de Coopération fait partie du **Secrétariat Conjoint** (SC).

D'éventuels collaborateurs pourront soutenir le responsable de la communication dans la réalisation des tâches suivantes:

- la gestion des outils de communication: site web, réseaux sociaux, direction et coordination de la réalisation du kit des vidéos de programmes / projets et des publications, relations avec les médias;
- la coordination et l'organisation des activités telles que la communication institutionnelle, les événements de programme, les événements extérieurs, les événements de capitalisation etc..

Un réseau de **référénts territoriaux** du Programme a été constitué au niveau décentralisé dans le but d'assurer une plus grande adhésion à la stratégie de communication en fonction des territoires et des besoins spécifiques.

Pour chaque territoire de niveau NUTS 2, les administrations partenaires sélectionnent un référent qui, en plus des tâches spécifiques de soutien de la mise en œuvre du PC, doit aussi collaborer avec le responsable de la communication du SC dans la «mise en œuvre des activités de communication, d'information et de visibilité du Programme ».

5.2 Modalité de coordination entre les structures et répartition des responsabilités

Pour assurer l'efficacité de la stratégie de communication ainsi qu'une visibilité adéquate du Programme, une forte interaction entre tous les acteurs de la communication est nécessaire ainsi qu'une forte action de coordination et de direction de la part de la structure centralisée en charge de la communication vers tous les autres niveaux décentralisés.

En termes de gouvernance, il est prévu de mettre en place un «**groupe de coordination de la communication**» visant à assurer la coordination des activités à développer sur le territoire de coopération.

Le groupe de coordination sera composé de façon permanente par l'AG, par les autres responsables de communication à l'échelle centralisée et les référents territoriaux NUTS2, auxquels pourront s'ajouter, en fonction des activités à organiser, d'autres membres tels que les partenaires institutionnels, les partenaires économiques et sociaux et autres, les responsables de la communication des projets stratégiques, ceux d'autres Programmes de coopération maritime etc.

Le groupe de coordination de la communication propose – chaque année avant la mi-décembre – au Comité de Suivi le plan annuel des activités de communication contenant la planification des actions de communication et des événements au niveau centralisé et décentralisé, indiquant notamment les actions à destiner aux personnes handicapées, définissant les tâches de tous les acteurs impliqués à l'échelle centrale et territoriale et la administrations partenaires en termes logistiques.

Par ailleurs, il est en charge du monitoring des indicateurs et de l'état de mise en œuvre de la stratégie de communication, en soulignant les bonnes pratiques et les faiblesses.

Le Groupe de coordination se réunira (en présentiel ou virtuellement) au moins deux fois par an et le compte rendu de ses activités paraîtra dans les communications adressées au Comité de Suivi.

6. Budget indicatif de la stratégie

Le budget indicatif prévu pour la mise en œuvre de la stratégie de communication pour la période 2014-2020 s'élève à environ 2.000.000 EUR pour les actions développées et mises en œuvre au niveau central et à l'échelle territoriale.

Les **premières années de mise en œuvre, de 2016 à 2018**, se concentreront principalement sur les activités d'information et de participation des *parties prenantes* à l'occasion du lancement des appels à projets et sur le soutien aux bénéficiaires.

La **période centrale 2019-2021** se chargera des activités de capitalisation des premiers résultats obtenus par le Programme et de l'information sur l'état d'avancement des interventions.

Les **dernières années, 2022 et 2023**, seront principalement consacrées à la diffusion des résultats au public et aux activités de capitalisation des bonnes pratiques en vue de la programmation future.

Les activités de communication institutionnelle seront maintenues tout au long de la période de programmation avec un accent lors des phases de lancement et de clôture du Programme.

Budget Stratégie de Communication – Niveau centralisé

Référence aux sections de la stratégie	Activités	Budget (FEDER+ CN)
4_1_1	Identité visuelle et charte graphique	1.650,000
4_1_2	Réalisation du site Internet Gestion et maintenance du site Internet	60.000,00
4_1_4 4_1_5 4_1_6	Réalisation de vidéos, reportages et diffusion Publications	71.000,00
4_2_2	Evénements de Programme au niveau centralisé	180.000,00
Coûts de personnel pour <ul style="list-style-type: none"> - rédaction des textes et mise à jour quotidienne des réseaux sociaux - préparation des fiches projets pour la réalisation des vidéos et les publications - rédaction de contenus et formats pour la presse, brochures, résultats des projets - parcours de Capitalisation 		396.000,00
Total		708.650,00

Budget Stratégie de Communication – Niveau territorial

Référence aux sections de la stratégie	Activités	Budget (FEDER+ CN)
4_2_2	Evénements territoriaux	350.000,00
Coûts de personnel* pour <ul style="list-style-type: none"> - la diffusion des informations relatives aux appels à projets au sein des territoires la collaboration avec le responsable de la communication du Programme pour la mise en œuvre des activités communication, information et visibilité		1.000.000,00
* Les coûts de personnel représentent 50% des ressources totales à disposition de chaque territoire pour les activités d'animation, communication et organisation de séminaires		
Total		1.350.000,00

Étant donné que la stratégie de communication doit être un outil flexible pouvant évoluer au fil du temps, le détail des activités d'information et de communication à réaliser chaque année, définissant le budget, les objectifs à atteindre et les indicateurs de réalisation sera indiqué au sein du plan annuel proposé par le groupe de coordination de la communication.

7. Suivi et évaluation

L'annexe XII du Reg UE N. 1303 / 2013 point g) prévoit que les mesures d'information et de communication soient évaluées en termes de visibilité de la politique de cohésion, des Programmes Opérationnels, des opérations et du rôle joué par les Fonds et par l'Union ainsi qu'en termes de sensibilisation à leur égard.

L'état de la mise en œuvre de la stratégie de communication sera contrôlé annuellement dans le cadre des activités de suivi du Programme et le degré de réalisation des objectifs de la stratégie et des résultats sera évalué dans le cadre des travaux d'évaluation interne et continue.

Les **résultats des activités** de communication seront évalués par des enquêtes qualitatives et quantitatives:

- L'enquête qualitative concernera les bénéficiaires et les principales actions de communication, notamment en relation avec le degré de compréhension de la communication (ex. accessibilité des informations, clarté, exhaustivité, etc.).
- L'enquête quantitative s'intéressera, quant à elle, essentiellement aux outils de communication (nombre d'événements, sites créés, publications, brochures, etc.) et à la couverture (nombre de présences, nombre d'accès au site etc.).

A titre d'exemple, l'évaluation peut se servir des **outils suivants**:

- sondages sur un échantillon de cibles intermédiaires et finales
- groupes de réflexion
- questionnaires adressés aux bénéficiaires finaux
- relevé du nombre de présences lors des événements / séminaires organisés
- analyse des feed-back fournis par les services interactifs

Les résultats des évaluations seront utilisés pour apporter des modifications à la stratégie de communication et aux interventions prévues, ils seront publiés sur le site Web et diffusés à travers les relations annuelles et la relation finale d'exécution.

Les progrès dans la réalisation des actions d'information et de communication seront contrôlés par le biais des relevés d'indicateurs de réalisation qui seront quantifiés dans le plan de communication annuel.

Indicateurs de réalisation du Programme - communication

Actions	Indicateurs de réalisation	Unité de mesure	Valeur attendue
Identité visuelle	Charte graphique	N°	1
Site Internet	Site Internet	N°	1
	Pages réalisées	N°	110
	Visites	N°	80.000
Réseaux sociaux	Pages/canaux	N°	3
	Contacts	N°	800
Vidéos	Kit vidéos	N°	7
Évènements	Évènements transfrontaliers	N°	7
	Évènements/Séminaires régionaux niveau NUTS 2	N°	10
	Évènements/Séminaires locaux subrégionaux	N°	35

8. Activités d'information et communication à mettre en œuvre annuellement

Les **plans annuels de communication** sont complémentaires à la stratégie.

Ils sont soumis au Comité de Suivi tous les ans avant le **15 décembre** (ou le premier jour ouvrable suivant, le cas échéant).

Toutefois, pour le plan de communication 2016, compte tenu de l'approbation de la stratégie au mois de décembre 2015 et dans l'attente de la constitution du réseau des référents territoriaux, celui-ci sera présenté avant la fin du mois de février 2016.