

Elaboration des stratégies de communication des programmes opérationnels 2014-2020 en PACA

Présentation du diagnostic

18 décembre 2014

La mission confiée à notre AMO (FRANCOM / BVA)

**Mesurer l'impact
de la stratégie de
communication
2007-2013**



**Proposer des
priorités
stratégiques pour
2014-2020**



**Elaborer les
stratégies de
communication
et les plans
d'actions**



Le calendrier de la mission

Octobre-Novembre 2014

Diagnostic

Décembre 2014
- janvier 2015

Stratégies

Février 2015

Plans
d'actions

Les 4 piliers du diagnostic



**Analyse
documentaire &
benchmarking**



**Entretiens
internes (*13)**



**Appel à
contribution
« partenariat »
(*15) et
entretiens
externes (*15)**



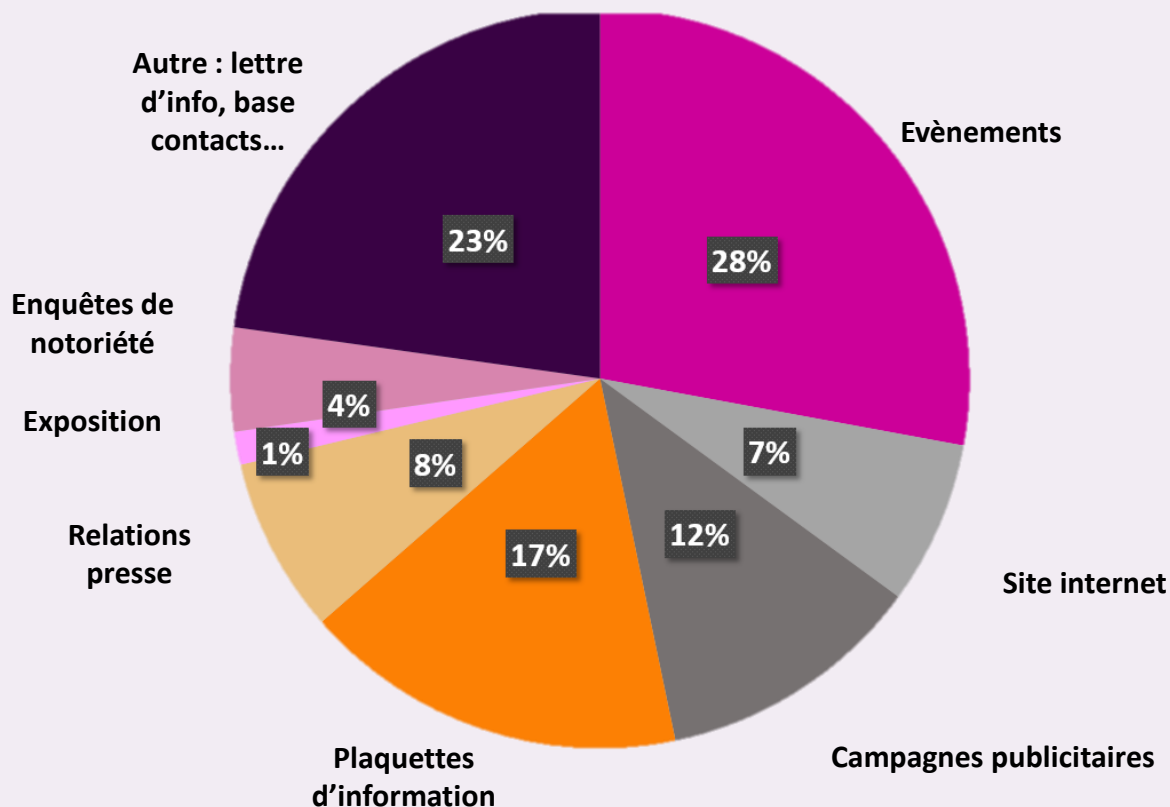
**Enquêtes
quantitatives :
grand public
(*350) et
bénéficiaires
(*150)**



Bilan des actions d'information et de communication 2007-2013

Les différents types d'actions en volume financier

(base budget prévisionnel)



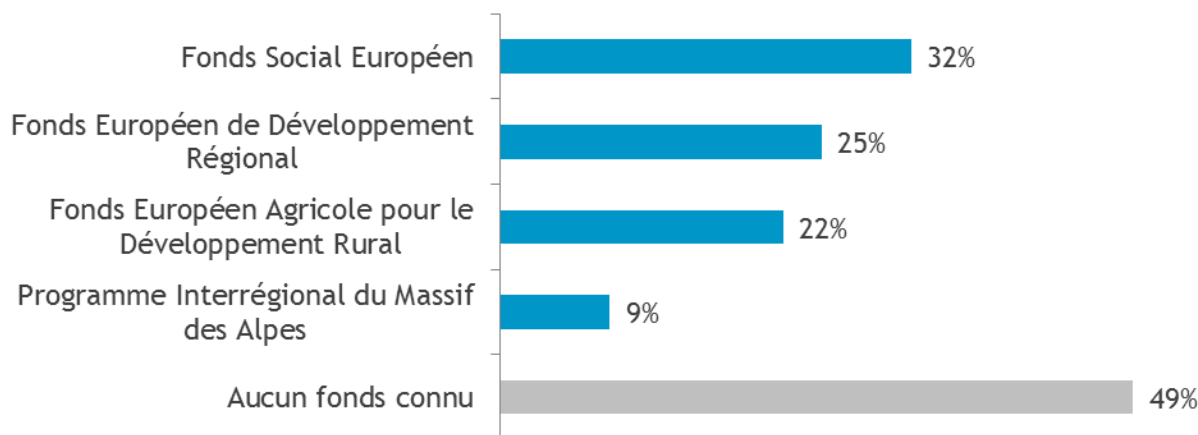
- Une ventilation proche de celle observée dans les autres régions
- Une surreprésentation des plaquettes (print)
- Un budget global dans la fourchette basse de la moyenne des régions
- Une part importante du budget communication dévolue à « l'animation »

Evaluation de la communication 2007-2013

L'enquête grand public



Q8. Connaissez-vous ne serait-ce que de nom les fonds européens suivants ? % oui



Source BVA 11/2014

16% des interviewés déclarent être bien informés vis-à-vis des projets soutenus par l'UE

La moitié de la population déclare connaître au moins un fonds parmi ceux cités

1 personne sur 3 est capable de citer un projet financé par l'Europe

Evaluation de la communication 2007-2013

L'enquête bénéficiaires



49% des interviewés déclarent être bien informés vis-à-vis des projets soutenus par l'UE



■ NSP ■ Très mal informé ■ Plutôt mal ■ Plutôt bien ■ Très bien informé

87% des bénéficiaires se déclarent satisfaits de l'aide dont ils ont bénéficié (92% pour le FEADER)

88% recommandent les fonds à leurs confrères

36% seulement estiment qu'il est facile d'obtenir des fonds (→ complexe, technique, chronophage)

Les attentes pour la période 2014-2020

- Clarifier et simplifier l'information transmise
- Favoriser les synergies entre « communication » et « animation »
- Valoriser le « service » rendu auprès du bénéficiaire
- Professionnaliser et outiller les partenaires et relais
- Mieux valoriser les bénéficiaires dans leur rôle « d'ambassadeurs »
- Etre plus proche des territoires



Région
Provence
Alpes
Côte d'Azur



A suivre :

Conformément au règlement UE n°1303/2013 du Parlement Européen et du Conseil du 17 décembre 2013, la stratégie de communication sera soumise au Comité de suivi dans les 6 mois suivant l'approbation des programmes soit avant le 12 juin 2015

