

Communication des fonds européens en Provence-Alpes-Côte d'Azur

Présentation des plans d'actions

Comité de suivi inter-fonds du 22 mai 2015



1. UNE CONSTRUCTION PARTENARIALE

L'association du partenariat régional à chaque étape

octobre-novembre 2014

Diagnostic

Enquête d'opinion +
enquête bénéficiaires (BVA)

Entretiens internes

Entretiens internes

Appel à contribution
(diagnostic)

décembre 2014 – avril 2015

Stratégies

Restitution du diagnostic
+ présentation des axes
stratégiques lors du
lancement des programmes

*Plans
d'actions*

Consultation
du partenariat régional

Présentation
au 2^e comité de suivi

2. LES ENSEIGNEMENTS DU DIAGNOSTIC (RAPPEL)



La moitié de la population régionale connaît au moins 1 fonds européen



Connaissent au moins 1 fonds



Connaissent au moins 1 projet financé

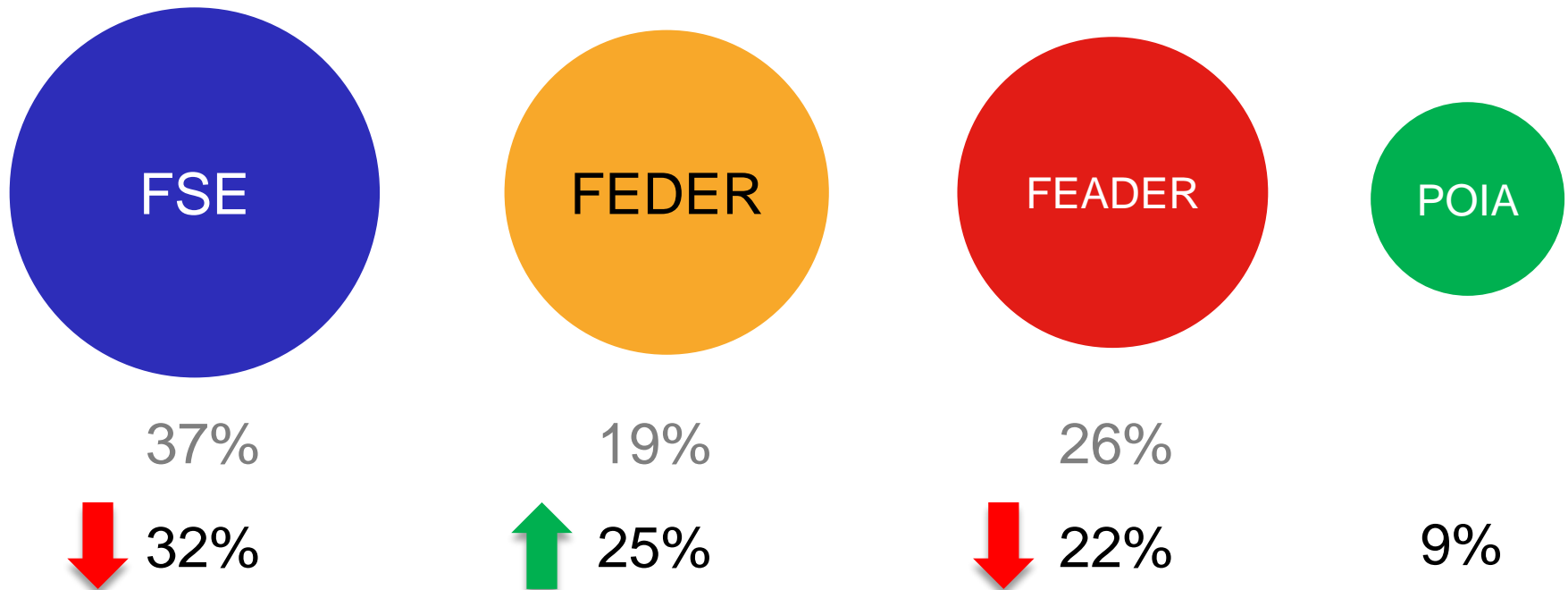


S'estiment bien informés



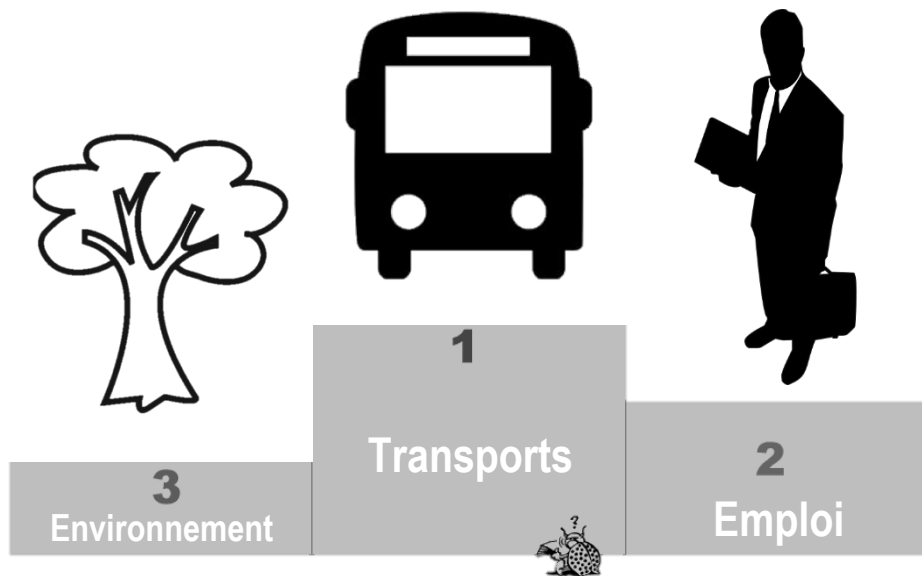
Le FSE est le fonds le plus « connu »

(par 1 pers. / 3)



Nos leviers d'action auprès du grand public

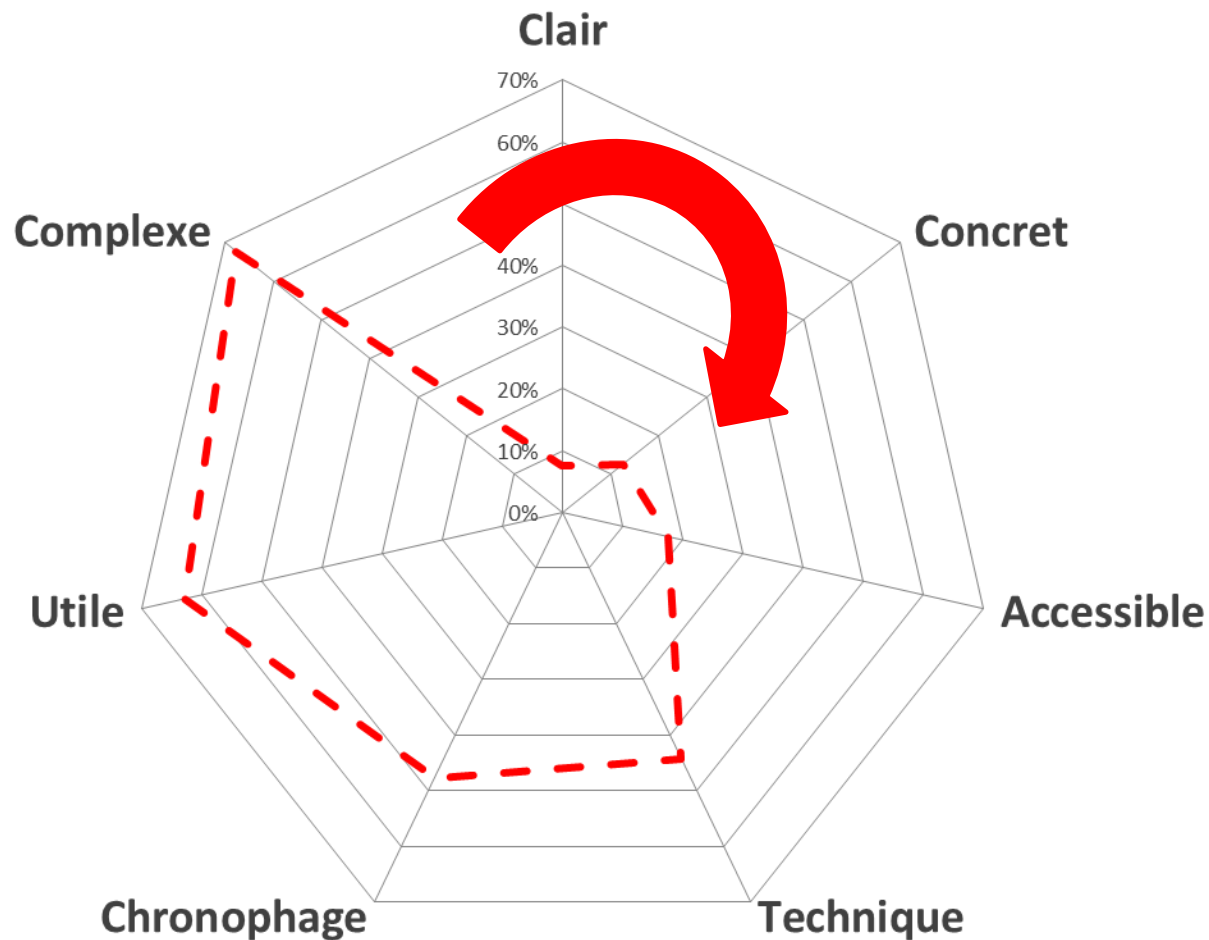
*L'intérêt du public pour les thèmes
d'intervention des fonds*



*L'intérêt du public pour les
bénéfices « collectifs » générés*



Des fonds complexes ... mais utiles pour les bénéficiaires



Nos leviers d'action auprès des bénéficiaires

L'effet levier des fonds : Près d'1 bénéficiaire sur 2 n'aurait pas pu engager son projet sans l'aide des fonds

Les indicateurs de résultat des fonds



38%

ont recruté de
nouveaux salariés



42%

ont vu leur chiffre
d'affaire augmenter



44%

ont engagé d'autres
projets connexes

Vos attentes pour la période 2014-2020

(rappel du diagnostic)

- 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 (encore) plus proche des territoires

Les objectifs assignés à la stratégie et aux plans de communication

➔ Objectif 1 : Faciliter la mise en œuvre de la programmation et la remontée de projets exemplaires



➔ Objectif 2 : Accroître la lisibilité de l'action européenne auprès des bénéficiaires potentiels, des bénéficiaires et du grand public

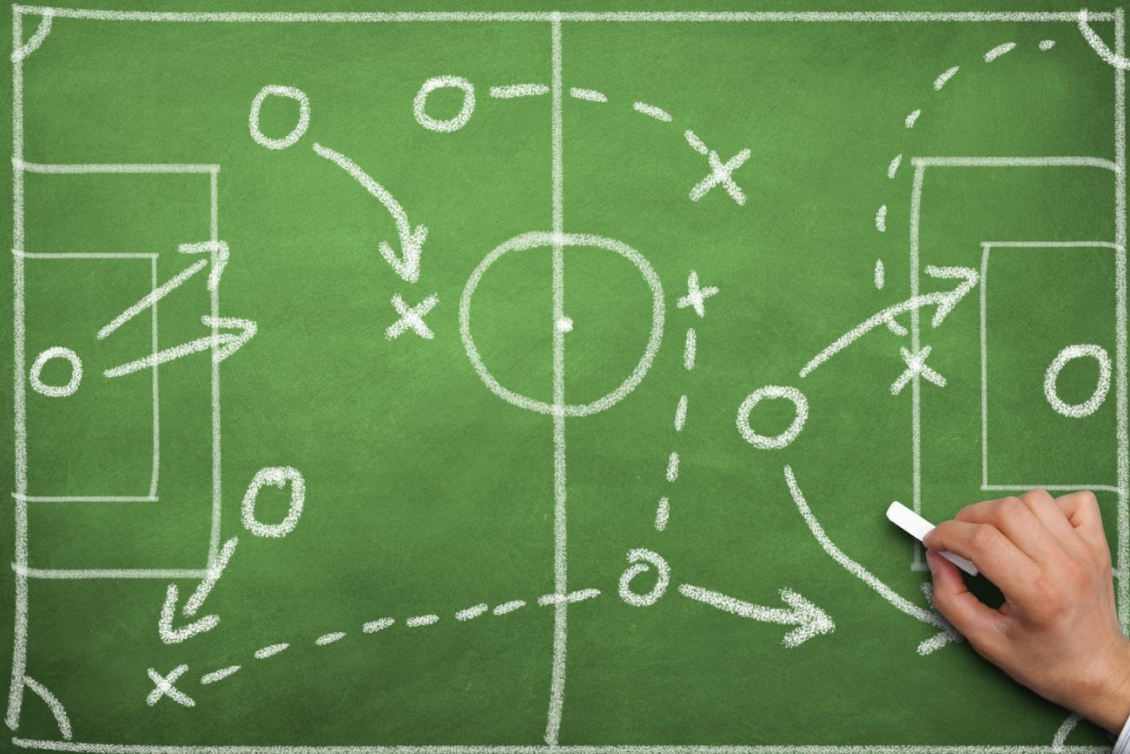


➔ Objectif 3 : Faire progresser, partout en région, la notoriété de l'Union européenne



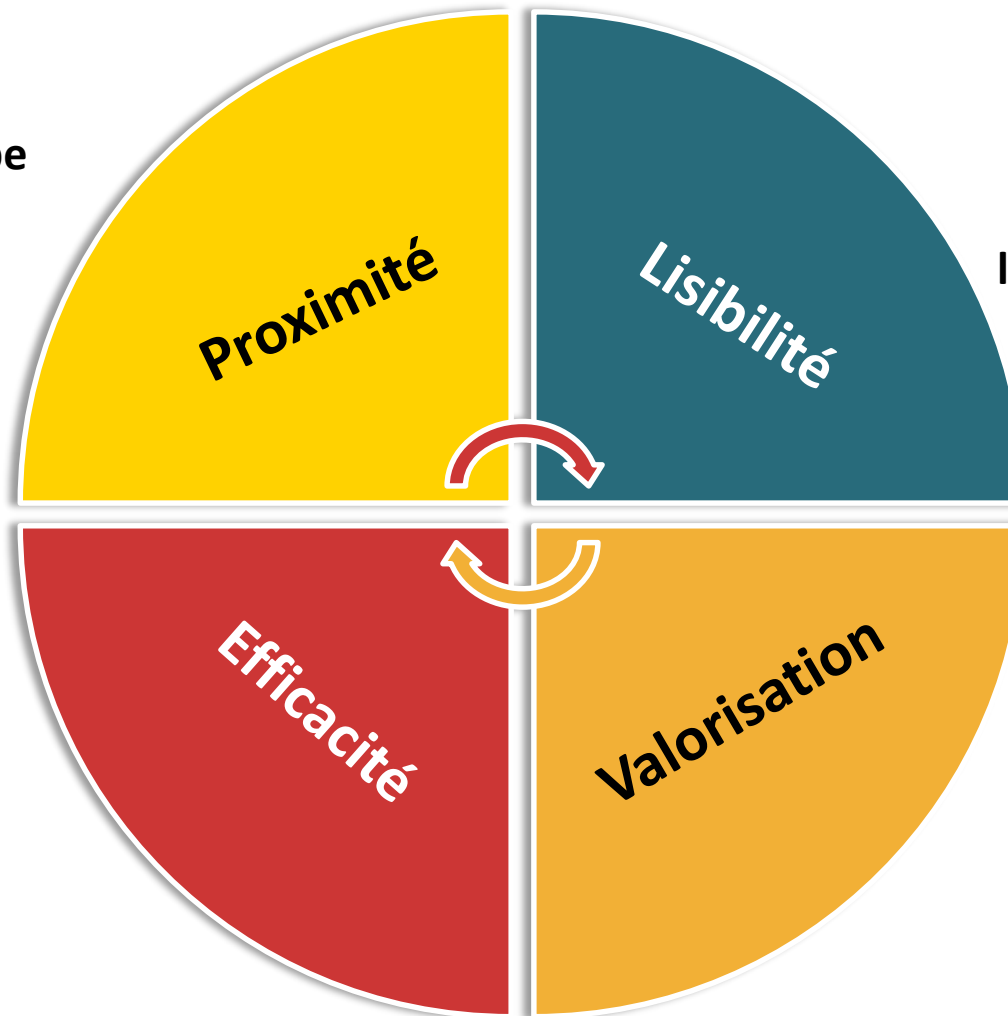
➔ Objectif 4 : Valoriser l'efficacité du service rendu par la Région en tant qu'Autorité de gestion proche des territoires et chef de file du développement économique





3. LES PRINCIPAUX AXES STRATÉGIQUES

4 axes stratégiques



Rapprocher l'Europe des citoyens et des porteurs de projet dans les territoires

Inscrire l'action de l'Europe dans l'actualité régionale et les préoccupations réelles du public

Outils et « faire vivre » le réseau des partenaires et relais

Inciter les porteurs de projets à innover dans leur communication

Les axes stratégiques par cible

Les axes stratégiques se déclinent par cible de la manière suivante.

Public cible	Déclinaison des axes stratégiques
Les bénéficiaires potentiels (porteurs de projets candidats)	<ul style="list-style-type: none"> Aller au-devant des bénéficiaires potentiels (porteurs de projets) là où ils se trouvent dans les territoires (= proximité) Faciliter l'appropriation <u>en amont</u> par les porteurs de projets des « règles du jeu » et du caractère sélectif des fonds (= lisibilité et clarté des procédures) Valoriser auprès d'eux les retombées des précédents programmes (création d'emplois dans les structures bénéficiaires, augmentation du chiffre d'affaires...) Privilégier une communication souple, directe et régulière en fonction de l'avancée des programmes (= coordination animation/communication pour affiner régulièrement le ciblage)
Les bénéficiaires (porteurs de projets financés)	<ul style="list-style-type: none"> Valoriser leur rôle « d'ambassadeur » et l'inscrire dans une stratégie « gagnant-gagnant » (concours, réseaux...) Repérer très tôt les projets à fort potentiel et accompagner leurs porteurs dans la mise en œuvre d'une communication innovante (= valorisation) Pour tous : suivre et contrôler les obligations de publicité
Les bénéficiaires finaux (usagers finaux)	<ul style="list-style-type: none"> Identifier le plus en amont possible les bénéficiaires « finaux » (employés des structures bénéficiaires, stagiaires des organismes de formation, patients bénéficiant de l'avancée de la recherche...) Accompagner le porteur de projet financé dans la mise en place d'une communication spécifique leur étant destinée Faire des bénéficiaires finaux des « ambassadeurs » de l'Europe
Le grand public	<ul style="list-style-type: none"> Inscrire l'Europe dans le cadre de vie des citoyens en écho à leurs préoccupations quotidiennes (= lisibilité) Valoriser les retombées des projets pour la collectivité (mise en lumière des indicateurs de suivi) Conduire périodiquement des actions plus ciblées et spécifiques à destination des publics eurosceptiques (quartiers populaires, CSP-, femmes...) ou, à l'inverse, des publics réputés plus « réceptifs » (jeunes, touristes...)

Public cible	Déclinaison des axes stratégiques
Les partenaires	<ul style="list-style-type: none"> Permettre très tôt l'appropriation des « règles du jeu » et des enjeux de la programmation par les partenaires Faire vivre le partenariat régional tout au long de la programmation Mettre en place des partenariats <u>privilégiés</u> (co-organisation d'actions de communication/événements...)
Les relais	<ul style="list-style-type: none"> « Outiller » et accompagner les relais dans leur communication pour leur permettre de jouer pleinement leur rôle (= efficacité) Encourager la remontée d'information du terrain (logique d'évaluation permanente) Favoriser l'émergence de nouveaux relais dans les territoires (en dehors de la sphère institutionnelle)
Les élus	<ul style="list-style-type: none"> Adresser une information ciblée aux élus des territoires pour leur permettre d'identifier a minima : le service instructeur, les partenaires et les relais. Permettre aux élus européens « d'incarner » l'U.E. auprès du grand public
Les médias	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place un dispositif de relations presse souple et réactif permettant d'identifier, au fil de l'eau, les opportunités de communication Valoriser non seulement les projets, mais aussi leurs retombées (indicateurs de suivi) auprès de la presse et des médias S'appuyer sur la presse spécialisée pour diffuser une information ciblée aux bénéficiaires potentiels en fonction des besoins de la programmation.
Interne	<ul style="list-style-type: none"> Encourager les synergies entre animation, évaluation et communication, au bénéfice de l'animation des programmes Outiller l'animation pour lui permettre de remplir au mieux sa mission Valoriser l'Europe auprès des 1600 agents de la Région pour en faire des « ambassadeurs » dans les territoires (au sein de leurs réseaux : proches, familles, amis...)



4. LES GRANDS PRINCIPES DE MISE EN ŒUVRE

Mutualisation



Adaptation de la communication aux besoins réels de l'animation

Mutualisation inter-fonds

Pérennité (ou – à défaut -) adaptabilité des outils

Approche partenariale

Développement durable



5. LE PLAN D' ACTIONS INTER-FONDS

Ce que prévoit déjà le volet animation

DAE communication	<ul style="list-style-type: none"> La création, dès le début de la programmation, d'un groupe ressource « animation-communication » réunissant des représentants des différents services de la Région concernés par ces thématiques permettra de maximiser les synergies entre animation, évaluation et communication.
Réseau des Référents Europe et Partenariats privilégiés	<ul style="list-style-type: none"> Dès le début de la programmation, un réseau des Référents Europe composé des responsables Europe des différents partenaires et relais sera créé. Ce réseau aura vocation à s'élargir tout au long de la programmation. La mise en place de partenariats privilégiés avec la représentation régionale de la Commission européenne à Marseille et les Centres d'information Europe Direct en PACA permettra de démultiplier les actions d'animation et de communication (cf. § 6).
Plateforme collaborative	<ul style="list-style-type: none"> Au titre des outils, la pérennisation de la plateforme collaborative ayant permis la rédaction des PO en lien avec le partenariat régional.
Rencontres départementales	<ul style="list-style-type: none"> L'organisation et l'animation de rencontres départementales permettront de présenter les programmes européens aux bénéficiaires potentiels (ainsi qu'aux partenaires et relais) dans les territoires (2 réunions par an et par département en début de programmation)
Réunions thématiques sur les appels à projets	<ul style="list-style-type: none"> L'organisation et l'animation de réunions thématiques sur les appels à projets. Ces réunions seront elles aussi – autant que possible – décentralisées.
Formation des bénéficiaires	<ul style="list-style-type: none"> Une formation sera dispensée par les services de l'Autorité de gestion à tous les bénéficiaires retenus en Comité régional de programmation
Participation à divers événements	<ul style="list-style-type: none"> La participation à divers événements (foires, salons, congrès, colloques...) est prévue afin d'aller à la rencontre des bénéficiaires potentiels.
Animation de l'Inter-GAL	<ul style="list-style-type: none"> Animation du réseau Inter-GAL par la DAE/réseau rural + SCPR : chargé de mission FEADER

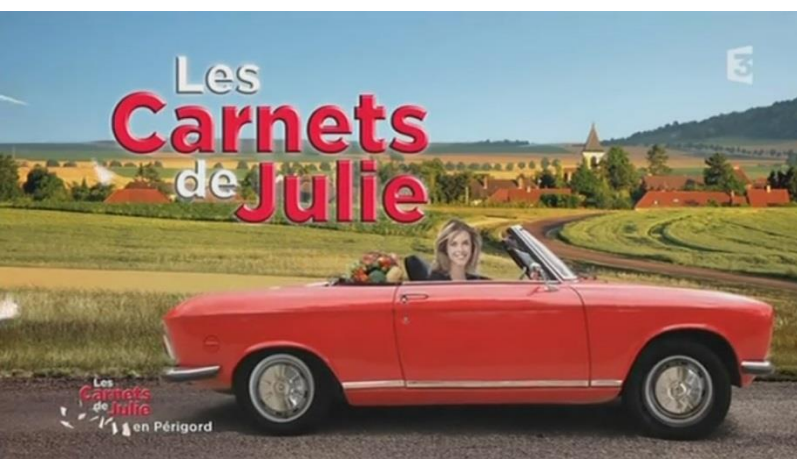
Synthèse du plan d'actions inter-fonds

Actions inter-fonds et cibles	Bénéficiaires potentiels	Bénéficiaires (projets financés)	Bénéficiaires finaux	Grand public	Partenaires	Relais	Elus	Medias	Interne
Evènement de lancement	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
Rendez-vous régional de l'Europe (1/an)	☑				☑	☑	☑	☑	☑
Identité visuelle et charte graphique	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
Site internet dédié europe.regionpaca.fr ★	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	
Campagne publicitaire dans les TER	☑		☑	☑					
Guide du porteur de projet (candidat et bénéficiaire) ★	☑	☑			(☑)	(☑)			
Kit « bénéficiaires » ★		☑	(☑)	(☑)					
Module publicité de la formation « bénéficiaires »		☑							☑
Boîte à outils « partenaires et relais »					☑	☑	☑		
Mémento partenaires & relais					☑	☑	☑		
Rubrique Europe du Journal de la Région	☑	☑	☑	☑	☑	☑			
Animation motion design	☑			☑	☑	☑		(☑)	
Banque documentaire de projets		☑	☑	(☑)				(☑)	☑
Web-série ★	☑		☑	☑	(☑)	(☑)	(☑)	(☑)	(☑)
Dossier et communiqués de presse ★				(☑)	(☑)	(☑)		☑	
Portes-ouvertes <i>Journée de l'Europe</i>				☑	☑	☑	☑	(☑)	(☑)
Printemps des jeunes européens				☑				(☑)	
« Europe Mobil »				☑					
Concours les « étoiles de PACA » ★	☑	☑	☑	☑	(☑)	(☑)		☑	(☑)
Exposition itinérante « Europe en région PACA »	☑			☑	☑	☑	☑		(☑)
Objets promotionnels ★	☑	☑	☑	☑	☑	☑			(☑)
Baromètre d'opinion périodique		☑		☑	(☑)	(☑)		(☑)	(☑)
Evènement de clôture	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
Réserve pour achats d'espaces (PQR, TV, radio...)	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑		

★ outils déclinables pour chaque fonds

Légende : ☑ cible principale / (☑) cible secondaire

QUELQUES EXEMPLES



- Mise en scène « grand public » des projets financés ...
- ... dans toute la région
- Donner la parole aux porteurs de projets ... et aux bénéficiaires finaux
- De multiples utilisations (site, expo itinérante, partenariat média)

Web-série		
Objectifs visés :	<ul style="list-style-type: none">- Valoriser l'action de l'Europe dans les territoires- Permettre aux bénéficiaires au sens large (= porteurs de projets financés et bénéficiaires finaux) de jouer leur rôle d'ambassadeurs des fonds européens- Mettre en scène les retombées positives des projets pour la collectivité- Outiller les partenaires et relais pour démultiplier l'information sur les fonds européens	
Cibles :	Tous (en particulier bénéficiaires finaux et grand public)	
Web-série inspirée du concept de l'émission les « carnets de Julie »		
Mettant en scène :		
<ul style="list-style-type: none">o un personnage récurrent (animateur) sillonnant la région (à l'image de ce qui se pratique dans les émissions TV : les carnets de Julie...). Ses « trajets » aux 4 coins de la région feraient partie intégrante du générique pour matérialiser la proximité avec les territoires.o le bénéficiaire (porteur de projet financé) et, autant que possible, des bénéficiaires finaux (stagiaires, employés, patients, usagers...)		
Diverses utilisations simultanées : site internet, exposition itinérante (cf. totem dynamique), TER des fonds européens...		
<i>NB. un partenariat pourrait être recherché avec une (ou plusieurs) télévisions locales afin d'accroître l'audience de la série</i>		
Calendrier de réalisation :	Responsabilités :	
à partir de 2016 : objectif de 4 nouveaux épisodes par an (2 FEDER-FSE, 1 POIA, 1 FEADER) dévoilés à l'occasion de la journée de l'Europe	<ul style="list-style-type: none">✦ Groupe ressource « animation-communication » : identification des opportunités/projets emblématiques✦ SCPR : pilotage du prestataire externe, diffusion des vidéos✦ Prestataire externe : tournage et post-production	
Modalités de réalisation :	<ul style="list-style-type: none">- Identification des opportunités au fil de l'eau (cf. groupe animation-communication)- Lancement d'un appel d'offres- Contacts préalables avec les bénéficiaires/bénéficiaires finaux sélectionnés- Tournage et post-production- Mise en ligne et diffusion (via l'exposition, le réseau des partenaires et relais...)	
Modalités d'évaluation :	<ul style="list-style-type: none">• Pré-test interne (auprès des agents de la Région)• Nombre de visualisations sur le site internet et via les sites des partenaires (hébergement sur <u>Youtube</u> permettant de comptabiliser les visualisations)• Nombre de contacts générés et variation du nombre de pages consultées sur le site internet lors de chaque nouvelle « saison » (1/an à l'occasion du 9 mai) par rapport à la moyenne• Baromètre d'opinion périodique (voir par ailleurs)	
Vidéo de 2 à 3 minutes 4 épisodes minima par an	BUDGET (Coûts en €):	Estimation
	Prestations externes :	20 000 €
	Autres coûts prévisibles :	- €



- Un dispositif + simple que les « Regio Stars » (jury par la Représentation de la Commission européenne ?)
- Déclinaison par fonds (+ catégories spéciales)

Concours

Objectifs visés :	<ul style="list-style-type: none"> - Faire des bénéficiaires (porteurs de projets financés) de véritables ambassadeurs de l'Europe en région ; valoriser leur rôle dans une relation gagnant-gagnant - Mettre en lumière les projets emblématiques financés et leurs retombées pour la collectivité - Incarner l'Europe (au travers des bénéficiaires et bénéficiaires finaux) - Faciliter l'appropriation par les bénéficiaires potentiels du caractère sélectif des fonds
Cibles :	<p>Bénéficiaires (porteurs de projets financés) et bénéficiaires finaux</p> <p>Bénéficiaires potentiels</p> <p>Médias, grand public</p>
<p>Organisation d'un concours annuel de type Regio Stars permettant de distinguer les projets « emblématiques » dans différentes catégories</p> <ul style="list-style-type: none"> - Création d'un « jury » : jury ad hoc composé de « simples citoyens » au travers d'un vote via le site internet...ou jury institutionnel constitué des membres des CRP (vote à la fin de chaque CRP pour un projet parmi une liste de projets présélectionnés par la Région) - Remise des prix lors de la journée de l'Europe (adossée à une opération presse) - Mise en lumière des projets sélectionnés dans le cadre de la web-série (voir par ailleurs) 	
<p>Calendrier de réalisation :</p> <p>A partir de 2016 : remise des prix à l'occasion de la Journée de l'Europe</p>	<p>Responsabilités :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Groupe ressource « animation-communication » : identification des projets emblématiques pouvant concourir dans chaque catégorie ✦ SCPR : pilotage général, organisation de la remise des prix et des tournages de la web-série pour les lauréats
Modalités de réalisation :	<ul style="list-style-type: none"> - Définition des modalités pratiques du concours (groupe animation communication) - Présentation de la démarche aux bénéficiaires dans le cadre de leur formation - Repérage des projets emblématiques (groupe animation communication) - Sélection des projets (jury) - Remise des prix à l'occasion de la journée de l'Europe (conférence de presse)
Modalités d'évaluation :	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de participants à la remise des prix (9 mai) • Retombées presse liées à la divulgation des prix • Augmentation des visites du site suite à la divulgation des résultats • Baromètres d'opinion périodiques (bénéficiaires et grand public)
<p>Sur la base de 100 participants par remise de prix</p>	
BUDGET (Coûts en €):	
	Estimation
Prestations externes :	- €
Autres coûts prévisibles : traiteur, flochage des trophées...	4 000 €
Coût total HT :	4 000 €/an

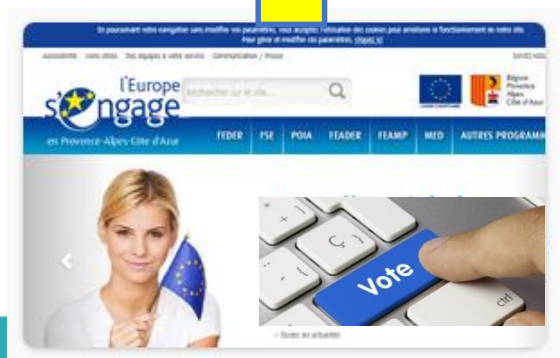
Concours



Web-série



Tournage des épisodes (1 fois par an)
avec les lauréats



Vote du public depuis le site internet ?



Diffusion sur le site internet



Diffusion dans le cadre de
l'exposition itinérante



- **2 minutes pour expliquer simplement l'action de l'Europe en Région PACA**
- **De multiples utilisations (site internet, exposition, reprise par les partenaires et relais, projection en réunions ...)**

Animation motion design

Objectifs visés :	<ul style="list-style-type: none"> - Accroître la lisibilité des procédures pour les bénéficiaires potentiels (les partenaires et relais) - Mettre en valeur les fondements de l'action de l'Europe (performance, sélectivité, partenariat) - Rendre plus accessibles les contenus des programmes opérationnels
Cibles :	Tous (en particulier bénéficiaires potentiels, partenaires et relais)

Animation motion design (2 minutes) de présentation pédagogique des fonds européens

Support de présentation générique pédagogique des fonds européens en région PACA présentant

- L'esprit de l'action de l'Europe en PACA (principes de performance, sélectivité, cofinancement/partenariat...)
- L'organisation globale des procédures pour les fonds dont la Région est Autorité de gestion (point de contact, durée moyenne des procédures...)
- Les principaux axes d'intervention retenus par programme (thèmes/type de projets)

Diverses utilisations simultanées :

- Mise en ligne sur le site internet
- Intégration à un totem dynamique de l'exposition itinérante
- Reprise sur les sites internet des partenaires et relais
- Projection introduction des réunions : rencontres départementales, formations bénéficiaires ...

NB. cet outil pourrait être créé dans le cadre d'un partenariat avec une école d'animation afin de sensibiliser des étudiants aux problématiques européennes (le budget ne prend pas en compte cette hypothèse)

Calendrier de réalisation :	Responsabilités :
2015	<ul style="list-style-type: none"> ✦ SCPR : conception générale, pilotage du prestataire ✦ SPAE+SGFE : validation des contenus ✦ Prestataire : conception-réalisation
Modalités de réalisation :	<ul style="list-style-type: none"> - Mise au point du cahier des charges et définition des messages clés - Sélection d'un prestataire - Réalisation de l'animation - Pré-test et mise en ligne/utilisation
Modalités d'évaluation :	<ul style="list-style-type: none"> • Pré-test (a minima interne) • Nombre de visionnages sur le site internet (via Youtube) • Recueil du sentiment des participants aux rencontres départementales • Pérennité du support sur les 5 années (nombre d'utilisations)

Animation originale type motion design d'une durée de 2 min	BUDGET (Coûts en €):	Estimation
	Prestations externes :	5 000 €
	Autres coûts prévisibles :	- €



- 3 mois par an : mars, avril, mai
- 3 angles : les projets, les retombées pour la collectivité, le Joli mois de l'Europe

Campagnes publicitaires TER

Objectifs visés :	<ul style="list-style-type: none">- Valoriser l'action de l'Europe dans les territoires en allant à la rencontre du grand public- Mettre en scène les retombées positives des projets pour la collectivité- Faire connaître l'action de la Région en tant qu'Autorité de gestion des fonds européens	
Cibles :	Grand public, bénéficiaires potentiels	
Campagnes publicitaires ciblées en direction du grand public à l'intérieur des TER de la région PACA 3 campagnes successives à l'intérieur des rames TER et trains Corail de la région PACA par an <ul style="list-style-type: none">• 1^{re} campagne sur les projets financés + les porteurs de projets (durée : 1 mois)• 2^{re} campagne sur les retombées pour la collectivité + les bénéficiaires finaux (durée : 1 mois)• 3^{re} campagne sur le Joli mois de l'Europe (durée : 1 mois)		
Calendrier de réalisation :	Responsabilités : <ul style="list-style-type: none">➤ DINP/SCPR : mise au point des contenus, pilotage des prestataires externes➤ Prestataires externes : conception-réalisation fabrication, campagne publicitaire	
1 ^{re} campagne en 2016 mars, avril, mai 1 campagne par an en 2017, 2018, 2019 et 2020		
Modalités de réalisation :	<ul style="list-style-type: none">• Mise au point du cahier des charges de création de la campagne (Groupe ressource DAE-communication) et lancement de l'appel d'offres• Réservation des espaces auprès de la SNCF• Supervision des prestataires externes (conception + impression)Lancement de la campagne	
Modalités d'évaluation :	<ul style="list-style-type: none">• Pré-test interne• Taux d'exposition au regard de la fréquentation des TER (chiffres SNCF)• Hausse de la fréquentation du site internet• Baromètres d'opinion périodiques	
Conception de 3 jeux d'affiches déclinés chacun en 4 formats Tirages pour chaque campagne de 1200 affiches (300 en 60*60 cm, 400 en 40*60 cm, 400 en 40*30 cm, 100 en 40*40)	BUDGET (Coûts en €):	Estimation
	Prestations externes : création des affiches + tirages	9 000 €
	Autres coûts prévisibles : opération pose et dépose SNCF (10 000 €/campagne)	35 000 €
	Coût total HT :	44 000 €/an



- Dans le cadre d'un Joli mois de l'Europe

Portes-ouvertes à l'occasion de la Journée de l'Europe

Objectifs visés :	<ul style="list-style-type: none">- Inscrire l'Europe dans la cadre de vie et les préoccupations des citoyens de la région- Valoriser les retombées des programmes pour la collectivité- Rapprocher l'Europe des habitants dans les territoires- Mettre en scène les bénéficiaires (porteurs de projets financés et bénéficiaires finaux) en tant qu'ambassadeurs de l'Europe		
Cibles :	Tous, en particulier le grand public		
Organisation d'une opération « portes ouvertes » simultanée chez de multiples bénéficiaires à l'image des journées du patrimoine <ul style="list-style-type: none">- Approche et recensement des bénéficiaires/partenaires intéressés- Mise au point d'un programme- Campagne publicitaire associée via le site internet, les publications institutionnelles et sites internet de la Région, le réseau des partenaires et relais (publications institutionnels, dispositifs d'affichages...) et relations presse. <i>NB. en 2017, un effort particulier de communication sera fait au travers d'une campagne publicitaire d'un mois dans les TER de la Région (voir fiche campagnes publicitaires)</i>			
Calendrier de réalisation : A partir de 2015 : Joli mois de l'Europe en mai chaque année		Responsabilités : <ul style="list-style-type: none">✦ DAE/SPAE : supervision générale✦ Groupe ressource « DAE-communication » : identification des bénéficiaires✦ SCPR : pilotage général, finalisation du programme, conception du plan de communication associé en lien avec la DINP, conception des outils✦ Prestataires externes : conception de la campagne publicitaire, impression	
Modalités de réalisation :	<ul style="list-style-type: none">- Approche et recensement des bénéficiaires intéressés- Mise au point d'un programme- Sélection d'un prestataire pour concevoir et réaliser la campagne publicitaire- Mise en œuvre de la campagne		
Modalités d'évaluation :	<ul style="list-style-type: none">• Nombre d'événements (et diversité géographique) / nombre de bénéficiaires impliqués• Nombre de participants aux différents événements• Retombées presse• Augmentation des visites sur le site internet durant le mois de mai		
Programme format A2 ouvert / 15*21 plié - 10 000 exemplaires Cartes postales 10,5x14,8 cm (A6) – 10 000 ex. Affichettes 40*60 cm – 2000 exemplaires		BUDGET (Coûts en €):	Estimation
		Prestations externes :	11 000 €
		Autres coûts prévisibles :	- €
		Coût total HT :	11 000/an €



Printemps des jeunes européens

Objectifs visés :	<ul style="list-style-type: none"> - S'adresser prioritairement aux jeunes, futurs citoyens européens - Présenter les bénéfices de l'Europe pour la collectivité à la veille des élections européennes
Cibles :	Jeunes (médias et à travers eux le grand public)
<p align="center">« L'Europe de la jeunesse », thème de l'édition 2018 du printemps des apprentis et des lycéens (+ échange scolaire associé)</p> <p>Chaque année, la Région invite lycéens et apprentis à démontrer leur(s) talent(s) sportifs, artistiques... à l'occasion d'une journée de rencontre.</p> <p>« L'Europe de la jeunesse » sera le thème de l'édition 2018 du printemps des apprentis et des lycéens de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Il sera décliné dans toutes les disciplines (slam, théâtre...).</p> <p>Cette action financera également un échange scolaire avec des jeunes d'un autre pays de l'Union européenne qui participeront au printemps des apprentis et des lycéens de PACA. A l'inverse des jeunes de PACA seront accueillis dans leur pays en retour. 15 élèves seront sélectionnés dans chacun des pays (+ 1 encadrant)</p>	
Calendrier de réalisation : 2018	Responsabilités : <ul style="list-style-type: none"> + DAE-DAG : déclinaison du concept en lien avec les services concernés de la Région, recherche d'un groupe de jeunes européens pour organiser le jumelage + Prestataires externes : agence de voyage
Modalités de réalisation :	<ul style="list-style-type: none"> - Mise au point du thème - Diffusion du thème dans le cadre de la communication sur le printemps des apprentis et des lycéens - Médiatisation de l'évènement (voir relations presse) et de l'échange avec les jeunes européens d'un pays étranger
Modalités d'évaluation :	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de lycéens mobilisés dans le cadre de l'opération • Retombées presse • Autres retombées éventuelles : échanges scolaires...
BUDGET (Coûts en €):	
Prestations externes : agence de voyage pour 15 élèves et 1 encadrant	13 000 €
Autres coûts prévisibles :	- €
Coût total HT :	13 000 €

- Voir aussi Europe Mobil



- **Outiller tous ceux qui veulent parler des fonds européens**
- **Plusieurs jeux empruntables et transportables**

Expositions itinérantes

Objectifs visés :

- Outiller le réseau des partenaires et relais pour leur permettre d'exercer pleinement leur rôle
- Aller à la rencontre des bénéficiaires potentiels, là où ils se trouvent
- Inscrire l'Europe dans le quotidien des citoyens de PACA en écho à leurs préoccupations
- Accompagner visuellement chaque événement, chaque réunion concernant les programmes européens (cf. programme événementiel)

Cibles :

Tous (en particulier bénéficiaires potentiels et grand public)

Exposition facilement transportable composée de panneaux d'information souples et de supports autoporteurs pliables

2 totems dynamiques diffusant le clip vidéo (présentation de l'action de l'Europe) et la web-série (témoignages de porteurs de projets financés et bénéficiaires finaux)

6 kakémonos thématiques largement illustrés reprenant (de manière transversale et schématique) les thématiques prioritaires d'actions correspondant aux préoccupations de la population par exemple : formation-emploi, environnement, énergie, transports collectifs, compétitivité des entreprises-innovation, agriculture-sylviculture

1 stand parapluie : format 3*3 avec container à roulette transformable en comptoir **1 présentoir** de documentation

NB. Prévoir 3 jeux d'exposition au total pour pouvoir en prêter 2 aux partenaires et relais (ou bénéficiaires) qui le souhaiteraient (sur une période limitée = signature d'une convention de prêt)

Calendrier de réalisation :

2nd semestre 2015

Objectif :

1 prêt/trimestre à partir du 2^e semestre 2015

Utilisations au fil de l'eau dans le cadre du programme événementiel (voir par ailleurs)

Responsabilités :

- ✦ Comité rédactionnel Groupe ressource « DAE-communication » : définition des contenus
- ✦ SCPR : pilotage du prestataire
- ✦ Prestataire externe : conception-réalisation, fabrication

Modalités de réalisation :

- Mise au point du cahier des charges (incluant des critères d'éco-conception)
- Consultation et sélection d'un prestataire externe
- Supervision de la réalisation
- Information des partenaires et relais sur le dispositif de prêt (+ planning de prêt)

Modalités d'évaluation :

- Nombre de prêts et diversité des organismes emprunteurs
- Nombre d'utilisations dans le cadre du programme événementiel
- Pérennité des supports durant toute la programmation

Matériel d'exposition transportable
(3 jeux avec pour chacun) :

*2 totems dynamiques

*6 kakémonos (sur enrouleurs)

*1 stand parapluie

BUDGET (Coûts en €):

Estimation

Prestations externes :

13 000 €

Autres coûts prévisibles :

- €

Coût total HT

13 000 €

Upgrade: Scoops, topics, users

Fonds européens en Aquitaine

L'Union européenne s'engage en Aquitaine en soutenant de nombreux projets
Curated by Europe en Aquitaine

Plante a link to create a new scoop | Suggest
Suggest without link | Upload your own document

Scooped by Europe en Aquitaine

La chaîne d'assemblage de l'avion électrique E-Fan soutenu par la Région Aquitaine et l'Union européenne sera installée à Pau.

From www.23fruits.fr - May 4, 10:59 AM
"Le constructeur préfère l'aéroport de Pau à celui de Mérignac pour fabriquer les appareils..."

La lettre d'info du Bureau Europe Aquitaine d'avril est en ligne

Info Europe
From europe-international.aquitaine.fr - May 5, 1:48 PM

Fête de l'Europe: Café linguistique et balade à vélo - Bordeaux Métropole

From www.bordeaux-metropole.fr - April 28, 11:10 AM
Participez au café linguistique et à la balade à vélo pour la Fête de l'Europe organisée par Bordeaux Métropole le 9 mai 2015 dans le cadre du Joli mois de l'Europe en Aquitaine.

Dordogne : L'Europe participe au Véloroute Voie verte des bords de l'Isle

From www.southwest.fr - April 20, 11:18 AM
Cette véloroute voie verte des bords de l'Isle, réalisée par les communes de communes traversées, s'étire sur 86 km du Pizou, à la frontière avec la Gironde, jusqu'à Annesse-et-Beaulieu, aux portes du Grand Périgueux. Après extension de la voie verte de ce dernier, qui attendra d'un ou deux ans quelques années 30 kilomètres, la jonction sera réalisée donnant un ensemble de 116 km.

Lancement du concours photo "Trouvez l'Europe près de chez vous" le 22 avril

From www.bordeaux.com - April 17, 10:44 PM
Le Conseil régional d'Aquitaine organise un concours photo du 22 avril au 22 mai avec de nombreux lots à gagner.
Pour participer, il faut soit :

Europe en Aquitaine's insight:
La facture s'élève à 12,5 millions d'euros (travaux, études et frais d'archéologie), pris en charge à 80% par des fonds européens, la Région, le Département et à 20% par les intercommunalités.

Revue de presse thématisée type Scoop it !

Objectifs visés :	<ul style="list-style-type: none">- Faire vivre et animer le réseau des partenaires et relais- Démultiplier l'information sur les projets financés par les fonds européens- Mettre en place un dispositif de veille des opportunités de communication autour de l'Europe et des fonds européens.		
Cibles :	Interne Partenaires et relais		
Revue de presse Scoop it ! par programme, partagée avec les partenaires et relais Mise en place d'un outil de curation et de veille de l'information en ligne sur les fonds européens et les thèmes associés en région PACA afin de mieux partager l'information avec le réseau des partenaires et relais par exemple : 1 sujet Scoop it ! par programme <i>NB. il existe d'ores et déjà des « revue de presse » type Scoop it ! sur les fonds européens dans d'autres régions. Cette formule peut permettre de faire l'économie d'une veille robotisée confiée à un prestataire externe. Cet outil pourrait remplacer la création d'une newsletter en remplissant des objectifs similaires.</i>			
Calendrier de réalisation :		Responsabilités :	
à partir de 2016		<ul style="list-style-type: none">✦ SCPR/DINF : définition d'une méthode de travail, répartition des rôles✦ SCPR/SPAE : communication auprès du réseau de partenaires et relais sur l'existence de la revue de presse thématifiée pour accroître sa visibilité	
Modalités de réalisation :	Définition des sujets « à veiller » et d'une méthode de veille (en lien avec le groupe ressource « animation-communication » et l'attachée de presse « dédiée » de la DINF) <ul style="list-style-type: none">- Répartition des tâches et mise en œuvre du dispositif- Communication auprès des partenaires, relais et en interne		
Modalités d'évaluation :	<ul style="list-style-type: none">• Audience de la veille thématifiée (statistiques fournies par le logiciel : ex. version payante de Scoop it)• Retours spontanés des partenaires et relais (notamment Référents Europe)		
1 revue de presse Scoop it ! par programme		BUDGET (Coûts en €):	Estimation
		Prestations externes :	- €
		Autres coûts prévisibles : abonnement annuel	1 000 €
		Coût total HT :	1 000 €/an

Kit du bénéficiaire



*Guide du porteur de projet**

Avec 1 partie candidat
et 1 partie bénéficiaire

*Module publicité de la formation**

Diaporama de présentation
des obligations
réglementaires et
recommandations en
matière de publicité

Supports publicitaires imprimés

Affiches 40*60
Flyers
Objets promotionnels

*Kit de publicité numérique**

Logos/drapeaux,
bandeaux et annonces
publicitaires pour sites
internet...

Boîte à outils partenaires et relais



*Contenus rédactionnels clés en main**

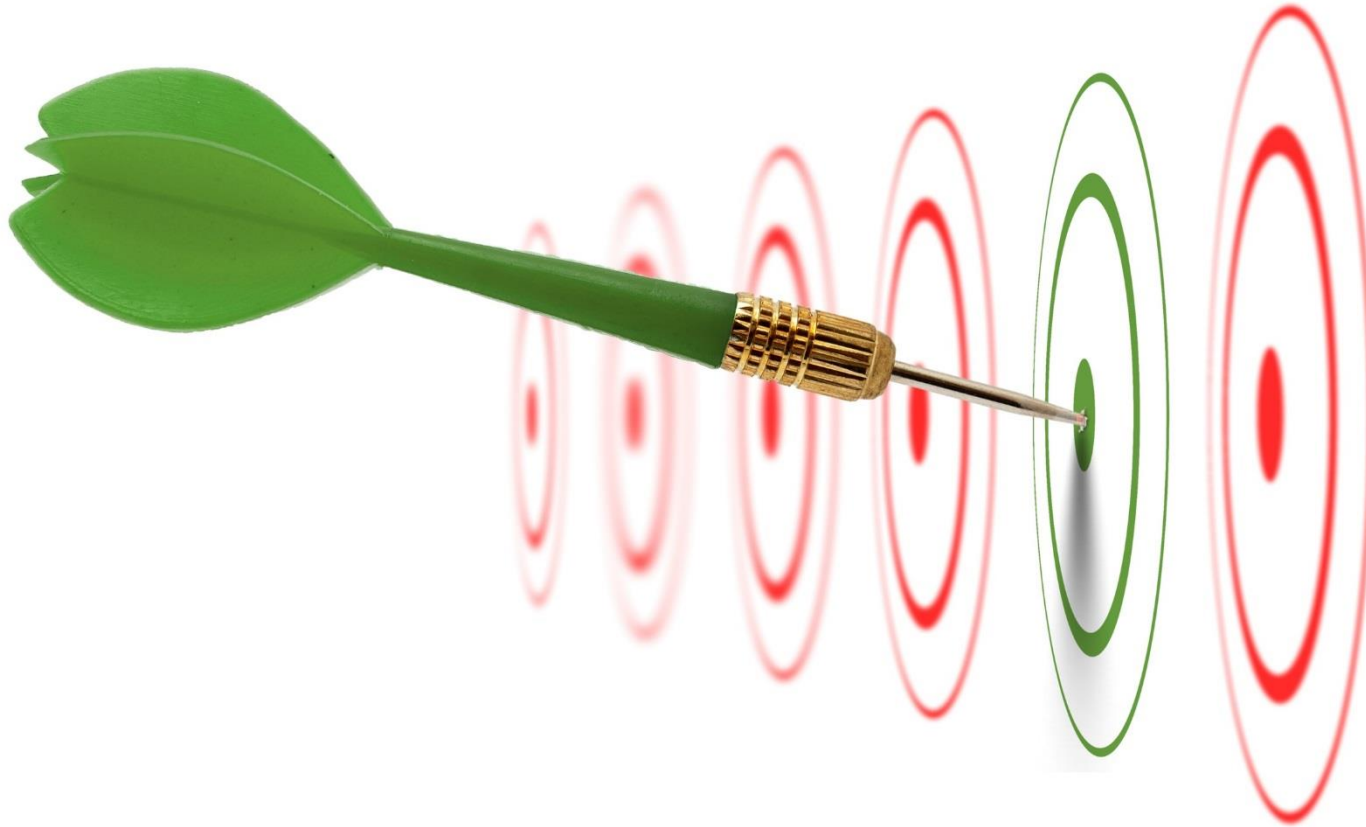
Brèves, FAQ, articles...
pouvant être adaptés et
intégrés à des publications

Mémento partenaires et relais

Principaux messages sur
les fonds européens +
contacts pour orienter les
porteurs de projets



*fournis sur clés usb



6. LES DÉCLINAISONS PAR FONDS

Actions FEDER-FSE et cibles	Bénéficiaires potentiels	Bénéficiaires (projets financés)	Bénéficiaires finaux	Grand public	Partenaires	Relais	Elus	Medias	Interne
Rubrique dédiée du site europe.regionpaca.fr	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	
Guide du porteur de projet (déclinaison FEDER-FSE)	(X)	(X)			(X)	(X)			
Partenariats privilégiés (DIRRECTE...)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)
Recensement et valorisation des projets exemplaires 2007-2013 dans les supports	(X)			(X)					(X)
Binômes d'élus référents FEDER et FSE (1 élu européen, 1 élu régional)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)		(X)	
Revue de presse thématisée type <i>Scoop it !</i>					(X)	(X)	(X)		(X)
Episodes de la web-série	(X)		(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)
Concours, catégories FSE et FEDER + problématiques urbaines intégrées	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)		(X)	(X)
Débriefing des bénéficiaires finaux FSE/FEDER sur certains projets (évaluation)			(X)						(X)

Légende : (X) cible principale / (X) cible secondaire

Actions inter-fonds et cibles	Bénéficiaires potentiels	Bénéficiaires (projets financés)	Bénéficiaires finaux	Grand public	Partenaires	Relais	Elus	Medias	Interne
Rubrique dédiée du site europe.regionpaca.fr	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	
Guide du porteur de projet (déclinaison FEADER)	☒	☒			(☒)	(☒)			
Recensement et valorisation des projets exemplaires 2007-2013 (en lien avec le RRR)	☒			(☒)					☒
Partenariat privilégié (GALs)					☒	(☒)	(☒)		☒
Accompagnement de la communication de l'Inter-GAL via le Réseau rural régional - RRR (mission AMO communication)	☒	☒	☒	☒	☒	☒			
Binôme élus référents (1 élu européen, 1 élu régional)	☒	☒	☒	☒	(☒)	(☒)		☒	
Revue de presse thématique type <i>Scoop it !</i>					☒	☒	(☒)		☒
Episodes de la web-série	☒		☒	☒	(☒)	(☒)	(☒)	(☒)	(☒)
Concours, catégorie FEADER	☒	☒	☒	☒	(☒)	(☒)		☒	(☒)
Débriefing des bénéficiaires finaux FEADER sur certains projets (évaluation)			☒						☒

Légende : ☒ cible principale / (☒) cible secondaire



7. LE SUIVI / L'ÉVALUATION

Actions	TOTAL	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Evènement de lancement/clôture	10 000 €	5 000 €	- €	- €	- €	- €	5 000 €
Rendez-vous annuel de l'Europe en région	20 000 €	- €	5 000 €	5 000 €	5 000 €	5 000 €	
Identité visuelle et charte graphique	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Site internet europe.regionpaca.fr (création et maintenance)	39 500 €	27 000 €	2 500 €	2 500 €	2 500 €	2 500 €	2 500 €
Campagnes publicitaires dans les trains régionaux (3/an)	220 000 €	- €	44 000 €	44 000 €	44 000 €	44 000 €	44 000 €
Guide du porteur de projet (candidat et bénéficiaire) et déclinaisons	8 000 €	8 000 €	- €	- €	- €	- €	- €
Kit « <u>bénéficiaires</u> »	3 000 €	3 000 €	- €	- €	- €	- €	- €
Module « publicité » de la formation des bénéficiaires	3 000 €	3 000 €	- €	- €	- €	- €	- €
Boîte à outils « <u>partenaires et relais</u> » (flyers affiches, rédactionnels...)	14 000 €	14 000 €	- €	- €	- €	- €	- €
Mémento partenaires & relais	3 000 €	3 000 €	- €	- €	- €	- €	- €
Journal de la Région	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Animation motion design	5 000 €	5 000 €	- €	- €	- €	- €	- €
Banque documentaire de projets	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Web-série	100 000 €	- €	20 000 €	20 000 €	20 000 €	20 000 €	20 000 €
Dossier et communiqués de presse	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Portes ouvertes - Journée de l'Europe	66 000 €	11 000 €	11 000 €	11 000 €	11 000 €	11 000 €	11 000 €
Printemps des jeunes européens	13 000 €	- €	- €	- €	13 000 €	- €	- €
« Europe Mobil »	97 500 €	- €	32 500 €	32 500 €	- €	32 500 €	- €
Concours	20 000 €	- €	4 000 €	4 000 €	4 000 €	4 000 €	4 000 €
Exposition(s) itinérante(s)	13 000 €	13 000 €	- €	- €	- €	- €	- €
Revue de presse thématique type Scoop <u>it</u> !	5 000 €	- €	1 000 €	1 000 €	1 000 €	1 000 €	1 000 €
<u>Objets promotionnels</u>	35 000 €	35 000 €	- €	- €	- €	- €	- €
Baromètre d'opinion périodique	60 000 €	- €	- €	- €	30 000 €	- €	30 000 €
Réserve budgétaire achats medias (PQR, TV, radio, presse magazine...)	495 000 €	90 000 €	95 000 €	80 000 €	70 000 €	80 000 €	80 000 €
AMO communication (élaboration des stratégies et plans de communication)	30 000 €	30 000 €	- €	- €	- €	- €	- €
TOTAL	1 260 000 €	247 000 €	215 000 €	200 000 €	200 500 €	200 000 €	197 500 €

Ventilation budgétaire du plan inter-fonds par programmes	TOTAL	FEDER	FSE	FEADER	POIA
Evènement de lancement/clôture	10 000 €	4 919 €	2 581 €	1 900 €	600 €
Rendez-vous annuel de l'Europe en région	20 000 €	9 838 €	5 162 €	3 800 €	1 200 €
Identité visuelle et charte graphique	- €	- €	- €	- €	- €
Site internet europe.regionpaca.fr (création et maintenance)	39 500 €	19 431 €	10 194 €	7 505 €	2 370 €
Campagnes publicitaires dans les trains régionaux (3/an)	220 000 €	108 222 €	56 778 €	41 800 €	13 200 €
Guide du porteur de projet (candidat et bénéficiaire) et déclinaisons	8 000 €	3 935 €	2 065 €	1 520 €	480 €
Kit « <u>bénéficiaires</u> »	3 000 €	1 476 €	774 €	570 €	180 €
Module « <u>publicité</u> » de la formation des bénéficiaires	3 000 €	1 476 €	774 €	570 €	180 €
Boîte à outils « <u>partenaires et relais</u> » (flyers affiches, rédactionnels...)	14 000 €	6 887 €	3 613 €	2 660 €	840 €
Mémento partenaires & relais	3 000 €	1 476 €	774 €	570 €	180 €
Journal de la Région	- €	- €	- €	- €	- €
Animation motion design	5 000 €	2 460 €	1 290 €	950 €	300 €
Banque documentaire de projets	- €	- €	- €	- €	- €
Web-série	100 000 €	49 192 €	25 808 €	19 000 €	6 000 €
Dossier et communiqués de presse	- €	- €	- €	- €	- €
Portes ouvertes - Journée de l'Europe	66 000 €	32 467 €	17 033 €	12 540 €	3 960 €
Printemps des jeunes européens	13 000 €	6 395 €	3 355 €	2 470 €	780 €
« Europe Mobil »	97 500 €	47 962 €	25 163 €	18 525 €	5 850 €
Concours	20 000 €	9 838 €	5 162 €	3 800 €	1 200 €
Exposition(s) itinérante(s)	13 000 €	6 395 €	3 355 €	2 470 €	780 €
Revue de presse thématisée type Scoop it !	5 000 €	2 460 €	1 290 €	950 €	300 €
Objets promotionnels	35 000 €	17 217 €	9 033 €	6 650 €	2 100 €
Baromètre d'opinion périodique	60 000 €	29 515 €	15 485 €	11 400 €	3 600 €
Réserve budgétaire achats medias (PQR, TV, radio, presse magazine...)	495 000 €	243 499 €	127 751 €	94 050 €	29 700 €
AMO communication (élaboration des stratégies et plans de communication)	30 000 €	14 758 €	7 742 €	5 700 €	1 800 €
TOTAL	1 260 000 €	619 815 €	325 185 €	239 400 €	75 600 €

Validation

de la mise en œuvre
des plans d'actions

**Comité
de suivi**

Orientation

de la mise en œuvre
des plans d'actions

**Comité
de pilotage**

Organisation

de la mise en œuvre des plans d'actions

Direction
de Coordination
de Contrôle
de l'Autorité de Gestion

Direction des
Affaires Européennes

Direction de
l'Information

*Chargée de mission
information-
communication*

**Groupe ressource
animation-communication
(+ comité de rédaction)**

**Référents Europe
(partenariat)**



Au fil de l'eau : un dispositif de suivi et d'évaluation en continu

- Tableau de bord annuel (suivi individuel des actions/outils)
- Rapport annuel d'exécution (RAE)
- Mise à jour annuelle des plans d'actions

Une évaluation croisée

- Réseau des référents Europe
- Débriefing des bénéficiaires finaux
- Participation au réseau national des communicants Europe



Des temps forts

- Evaluation mi-parcours (2017-2018)
 - Evaluation finale (2020)
- = actualisation des baromètres 2014
(bénéficiaires et grand public)

**= 4,8% du budget
communication**



Site europe.regionpaca.fr										
Objectifs visés :	<ul style="list-style-type: none">- Rapprocher l'Europe des territoires partout en région- Informer largement les porteurs de projets (appels à projets), les citoyens ...- Mettre à disposition des contenus ciblés (guide du porteur, kit partenaires et relais...)- Valoriser les retombées de l'action de l'Europe en région									
Cibles :	Tous (en particulier bénéficiaires potentiels, bénéficiaires et grand public)									
Site internet des fonds européens en PACA europe.regionpaca.fr <ul style="list-style-type: none">- Entrée par public : que fait l'Europe dans ma région ? (grand public) ; j'ai un projet (porteur de projet, bénéficiaire potentiel) ; je suis bénéficiaire (porteur de projet financé)- Entrée par programme : FEDER, FSE, POIA, FEADER, FEAMP, MED, Autres programmes- Rubriques : actualité, équipes à votre service, communication/presse, documents et liens utiles, questions-réponses, lexique, agenda- (à venir) : cartographie interactive, liste des projets financés / ouverture réseaux sociaux / accès partenaires-relais										
Calendrier de réalisation : Mise en ligne le 26 janvier 2015		Responsabilités : <ul style="list-style-type: none">+ DAE/SPAE+SGFE : élaboration des contenus+ SCPR : supervision du prestataire externe, mise à jour des contenus+ Prestataire externe : développement, mise à jour								
Modalités de réalisation :	<ul style="list-style-type: none">- Développement (réalisé)- Actualisation et mise à jour prévues au fil de l'eau									
Modalités d'évaluation :	<ul style="list-style-type: none">• Nombre de visiteurs uniques/mois• Provenance géographique des visiteurs (représentation des différents territoires)• Nombre de pages vues vs. taux de rebond• Audience des différentes rubriques / nombre de téléchargements des documents• Progression de la fréquentation à l'occasion des principaux événements (comités de suivi, comités de programmation, événements de lancement et de clôture, joli mois ou journée de l'Europe) ou suite à des campagnes ciblées• % de porteurs de projets déclarant avoir visité le site (auprès des services SPAE/SGFE)									
		<table><tr><th>BUDGET (Coûts en €):</th><th>Estimation</th></tr><tr><td>Prestations externes :</td><td>27 000 €</td></tr><tr><td>Autres coûts prévisibles : maintenance annuelle</td><td>(± 2500 €/an)</td></tr><tr><td>Coût total HT :</td><td>40 000 €</td></tr></table>	BUDGET (Coûts en €):	Estimation	Prestations externes :	27 000 €	Autres coûts prévisibles : maintenance annuelle	(± 2500 €/an)	Coût total HT :	40 000 €
BUDGET (Coûts en €):	Estimation									
Prestations externes :	27 000 €									
Autres coûts prévisibles : maintenance annuelle	(± 2500 €/an)									
Coût total HT :	40 000 €									

8. LE SITE INTERNET EUROPE.REGIONPACA.FR

Entrée/programme

Un nouveau site internet dédié
aux fonds européens
en Région Provence-Alpes-Côte d'Azur
europe.regionpaca.fr

Entrée « porteur de projet »

« bénéficiaire »

Appels en cours

Espace contact

Espace partenaires

