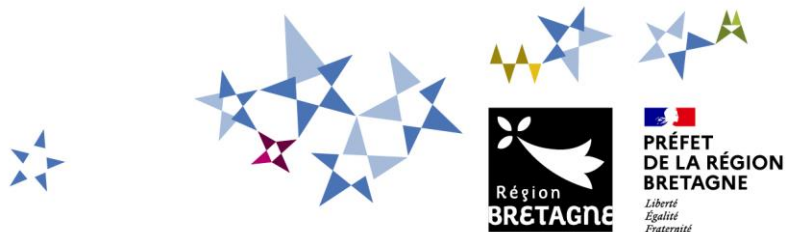


COFINANCÉ PAR
UNION EUROPÉENNE



*L'Europe s'engage
en Bretagne /*



Bilan des actions de communication plurifonds 2023

Soumis à l'avis du comité de suivi par consultation écrite - avril 2024

INTRODUCTION

La stratégie de communication concernant l'ensemble des fonds européens pour la période 2021-2027 a été validée en septembre 2022. Pour rappel, elle prévoit trois périodes de mise en œuvre :

- 2022-2024 : la phase de lancement et de transition ;
- 2025-2026 : la phase de mise en œuvre ;
- 2027-2028 : la phase de bilan.

L'année 2023 était donc au cœur de la phase de lancement qui poursuit plus particulièrement deux objectifs opérationnels :

- faciliter l'accès aux financements européens et animer la mise en œuvre des programmes auprès des bénéficiaires ;
- mobiliser et fédérer les partenaires de la programmation pour qu'ils deviennent des relais d'informations.

Dans ce cadre, le présent document détaille le **bilan des actions de communication** réalisées au cours de l'année 2023. L'année 2023 était principalement une année d'accélération du déploiement des nouveaux programmes de la période 2021-2027. En parallèle, le plan de relance REACT-EU et les programmes de la période 2014-2020 ont clôturé progressivement leur mise en œuvre.

Pour le démarrage de cette programmation, le site europe.bzh et son guide des aides ont été fortement mobilisés pour communiquer sur l'ensemble des appels à projets. Ils constituent en effet le levier principal d'accès aux appels à projets et au dépôt des demandes d'aides. Les supports d'information sur les programmes (plaquettes, poster), réalisés en 2022, ont été également actualisés avec le lancement officiel du FEADER. Ils ont été mis à disposition de tous les partenaires, pour permettre une diffusion sur l'ensemble du territoire.

La réglementation européenne en matière d'obligations de communication ayant évolué pour cette nouvelle période, l'accompagnement des bénéficiaires de fonds européens a également été important en 2023. Les outils de visibilité (autocollants, plaques) ont commencé à être distribués aux premiers porteurs de projets retenus. Le kit de communication en ligne a également été actualisé pour les accompagner dans leurs démarches.

La campagne média ciblant le grand public a été diffusée à l'automne 2023 avec deux nouveaux films (FEADER et FSE) venant compléter les deux films existants (FEDER et FEAMP). Tout au long de l'année, des actions de valorisation des projets financés par les fonds européens ont été menées : actualisation de la carte des projets sur le site, publication d'articles, visites terrain, posts sur les réseaux sociaux, etc. L'année européenne des compétences a aussi été l'occasion de valoriser davantage l'action du Fonds Social Européen avec plusieurs articles en ligne sur le site europe.bzh notamment, en écho aux initiatives européennes.

Afin de faciliter la lecture du présent document, le bilan des actions de communication 2023 est présenté sous forme d'un tableau de synthèse complété de fiches détaillant le bilan de chaque action réalisée.

SYNTHESE DES ACTIONS DU BILAN DE COMMUNICATION 2023

ACTIONS	OBJECTIFS	CIBLES	REALISATION & DATE	INDICATEURS	Budget prévisionnel (TTC)	Montant dépensé (TTC)		
Site web et réseaux sociaux (Action 1)	Faciliter l'accès à l'information sur l'intervention de l'UE en Bretagne	Porteurs de projets, bénéficiaires	Site europe.bzh avec un guide des aides européennes : actualisation régulière du site et mise en ligne des appels à projets.	Site europe.bzh : 4 186 visiteurs en moyenne/mois	En interne	En interne 6 938€ (maintenance)		
	Accompagner les bénéficiaires dans leurs démarches		Partenaires de la programmation	En continu : actualités, aides, articles valorisant les projets etc.			45 appels à projets mis en ligne	
(Action 1)	Mobiliser et fédérer les partenaires de la programmation	Grand public Presse	Animation des réseaux sociaux @EuropeBretagne.	Site kitdecom.europe.bzh : 176 visiteurs en moyenne/mois	10 000 € (maintenance)	16 713,53 € (refonte du site kitdecom.europe.bzh)		
	Promouvoir l'intervention de l'UE en Bretagne		Mise en ligne trimestrielle d'un calendrier prévisionnel des appels à projets à venir et de la liste des bénéficiaires.	Twitter : 1 493 abonnés LinkedIn : 550 abonnés Facebook : 776 abonnés				
			Campagne : promotion du site via la campagne média menée à l'automne 2023 (Cf. action 4)	6 355 visites générées grâce à la diffusion de la campagne	15 000 €	Cf action 4		
Valorisation des projets européens (Action 2)	Faire connaître et sensibiliser à l'action concrète de l'UE en Bretagne Promouvoir des projets européens et accroître leur visibilité sur le territoire	Grand public Presse	En continu : recensement des projets européens à valoriser.	320 projets sur la carte du site europe.bzh. Des articles de projets en ligne sur le site europe.bzh avec un relai sur les réseaux sociaux.	En interne	En interne		
			Valorisation de projets sur le site « Toute l'Europe ».	2 nouveaux articles en ligne sur le site touteurope.eu mentionnant des projets en Bretagne			Coordonné au niveau national (ANCT/Région de France)	Coordonné au niveau national (ANCT/Région de France)
			Visites de projets sur le territoire.	- 6 visites de projets en marge du comité de suivi de Saint-Brieuc en décembre 2023 - 3 visites de projets en marge de la Commission régionale de programmation européenne à Redon en juin 2023				En interne

ACTIONS	OBJECTIFS	CIBLES	REALISATION & DATE	INDICATEURS	Budget prévisionnel (TTC)	Montant dépensé (TTC)
Réseau Stergann (Action 3)	Animer un réseau d'acteurs	Partenaires citoyenneté européenne	Animation d'un nouveau réseau d'acteurs.	2 réunions du réseau Stergann : en mai 2023 à Saint-Malo, en novembre 2023 à Rennes. 1 plateforme collaborative	En interne	(Abonnement à la plateforme payé sur un autre programme budgétaire)
Grande action annuelle (Action 4)	Sensibiliser à l'action concrète de l'UE et montrer son impact dans le quotidien des Bretons Améliorer la notoriété de l'intervention de l'UE en Bretagne Améliorer l'image de l'Europe auprès des citoyens	Grand public	Conception de deux nouveaux films FEADER et FSE de la campagne média. Modification des deux films réalisés en 2022 suite à l'enquête post-test. Diffusion des 4 films à l'automne 2023.	Audience globale cumulée : 11 millions d'impression	150 000 €	148 434€ (Détail : 28 734 € de conception et 119 700 € de diffusion)
Animation du partenariat et accompagnement des bénéficiaires (Action 5)	Mobiliser le partenariat pour le démarrage des programmes 2021-2027	Partenaires de la programmation Bénéficiaires	Mises à jour des supports de communication en intégrant le lancement du FEADER au printemps 2023 (plaquette, poster, site web) Ré-impression et diffusion des supports de visibilité en continu (plaques, autocollants, guide de communication) Conception de rolls up pour les GAL (L'Europe s'engage pour les territoires bretons avec les fonds européens).		10 000€	15 494,47€ (plaques, rolls up, plaquette et poster)
	Animer les instances partenariales pour favoriser le dialogue et la concertation		Animation du partenariat sur la communication autour des fonds européens, en continu.	En interne	15 000€	11 340,00 € (vidéo motion design)
		Comité de suivi	5 en consultation écrite			

ACTIONS	OBJECTIFS	CIBLES	REALISATION & DATE	INDICATEURS	Budget prévisionnel (TTC)	Montant dépensé (TTC)
	Accompagner les bénéficiaires			1 en présentiel à Saint-Brieuc le 7 décembre 2023		15 886, 86 €
			Commissions régionales de programmation européenne (CRPE) Réunions d'information des bénéficiaires par fonds	10 réunions : 2 présentes dont 1 accueillie à Redon 2 en visio 6 en consultation écrite/dématérialisées		
Evaluation du plan de communication annuel et enquêtes (Action 6)	Evaluer les actions menées durant l'année Evaluer le sentiment d'appartenance des Bretons vis-à-vis de l'Union européenne	Autorité de gestion Partenaires de la programmation Commission européenne	Evaluation (bilan des actions de communication) Enquête d'opinion Les Bretons et l'Europe réalisée au printemps 2023	Indicateurs des différentes actions du bilan de communication 1 004 bretons interrogés	20 000 €	21 480€
Montants totaux					240 000€	236 286,86 €

Action 1 : Animation du site web et des réseaux sociaux

Publics cibles : Porteurs de projets, bénéficiaires potentiels et réels Partenaires de la programmation Grand public Presse	Objectifs : <ul style="list-style-type: none">- Faciliter l'accès à l'information sur l'action de l'UE en Bretagne- Accompagner les bénéficiaires dans leurs démarches- Mobiliser et fédérer les partenaires- Promouvoir l'action de l'UE en Bretagne
--	---

Site web europe.bzh

Le site **europe.bzh** est le site des financements européens et de l'information européenne en Bretagne. Il comprend un « guide des aides européennes » actualisé en continu et qui simplifie la recherche d'aides et d'appels à projets, et permet l'accès à la plate-forme de dépôt des demandes pour les porteurs de projets.

Une animation régulière du site europe.bzh

Tout au long de l'année, les contenus froids du site europe.bzh ont été actualisés.

45 appels à projets et aides européennes ont été mis en ligne.

La carte des projets européens en ligne a été actualisée et des articles présentant des projets financés par l'UE ont été publiés. Des actualités sur l'action de l'Europe en Bretagne ont également été mises en ligne régulièrement.

La fréquentation du site web

En 2023, le nombre de visiteurs en moyenne par mois est de 4 186, soit une légère hausse par rapport à 2022 (4 000 visiteurs/mois en moyenne). La durée moyenne des visites est de 4 minutes, une durée satisfaisante.

Le taux de rebond global du site est de 55%, ce taux est dans la norme. Cela signifie que les pages d'entrée et la navigation du site sont plutôt efficaces. Pour rappel, le taux de rebond correspond au pourcentage de visiteurs qui accèdent à une page, puis quittent le site.

Une hausse de fréquentation constatée sur la période de diffusion de la campagne

On note que la campagne média (Cf. *fiche action 4*) a eu un impact sur la fréquentation du site en 2023 même si ce n'était pas l'objectif premier. En octobre, la fréquentation du site europe.bzh est la plus élevée avec 10 465 visites enregistrées sur cette période (dont 6 355 visites générées grâce à la diffusion de la campagne).

Les visites du site web se font principalement sur des horaires de bureau avec 80,3% des usagers qui visitent le site depuis un ordinateur, 16,6% depuis un smartphone et 3,1% depuis une tablette.

Les canaux d'acquisition :

- Trafic direct : 27 043 visites (*les utilisateurs saisissent l'URL du site web dans la barre de recherche*)
- Référencement naturel : 9 589 visites (*les utilisateurs effectuent une recherche sur un moteur de recherche type Google et atterrissent sur le site grâce au référencement*)
- Campagnes : 6 355 visites
- Referral (sites externes) : 6 098 visites
- Réseaux sociaux : 172 visites

Le référencement

Concernant le référencement du site, il est plutôt bon. En revanche, un problème technique a été décelé au cours de l'année dans le référencement des fiches aides en ligne. Les aides ne sont pas référencées sur Google à cause d'un problème de paramétrage dans le code du site. Cela n'empêche pas les utilisateurs de trouver une fiche aide depuis le site directement mais empêche le référencement de ces fiches aides sur Google. Les autres pages du site n'étaient pas concernées. Le problème a été corrigé dès son identification.

Audit du site europe.bzh

Un audit UX et UI (audit de l'expérience des utilisateurs du site web) ainsi que des tests utilisateurs du site europe.bzh ont été réalisés en 2023 pour analyser le site. Cet audit a permis d'identifier quelques dysfonctionnements et axes d'amélioration. 6 tests utilisateurs ont été réalisés.

Quelques problématiques identifiées

- Difficultés d'accès aux informations importantes (aides, pages sur les financements européens 2021-2027 accessible uniquement après deux clics depuis le menu déroulant)
- Difficultés pour accéder à certaines informations depuis le moteur de recherche
- Quelques doutes sur la validité des informations
- Certains contenus sont complexes, manquent de clarté (différentes périodes de programmation, nombreuses dates).

Quelques évolutions déjà effectuées en 2023 :

- Mise en retrait du blocs « actualités » en page d'accueil pour remonter le bloc « Aides européennes »
- Renommage dans la barre de recherche : « En pratique » par « Aides »

D'autres évolutions sont envisagées en 2024 et 2025 :

- Mise en avant du guide des aides, de la page « Financements européens 2021-2027 » et du kit de com à travers des accès directs depuis la page d'accueil (à l'instar du site bretagne.bzh).
- Optimisation du fonctionnement du Guide des aides (filtres, affichage...)
- Optimisation des informations liées aux mises à jour des pages du site
- Création d'un espace usagers avec un accès à un tableau de bord personnalisé où l'utilisateur pourra enregistrer ses recherches d'aides, des actualités, des documents etc. (à l'instar du site bretagne.bzh)
- Création d'une vidéo en motion design présentant les fonds européens et d'une infographie sur le parcours d'un projet cofinancé

Refonte du site www.kitdecom.europe.bzh

Le site kit de com est obsolète (ancienne version de Wordpress pouvant causer des risques de sécurité). Sa contribution éditoriale et sa maintenance ne sont pas flexibles et très contraignantes. De plus, il ne possède pas d'environnement de test, induisant des modifications directement dans l'environnement de production, une pratique qui est fortement déconseillée. La Région va donc refondre ce site en 2024 (printemps) en conservant un environnement graphique et une navigation (UX/UI) proches du site existant qui, d'après l'audit, sont appréciés des usagers. En 2023, 176 visites par mois ont été enregistrées en moyenne sur le site www.kitdecom.europe.bzh.

Moyens humains et financiers :

Moyens humains spécifiques : mobilisation des ressources internes de la Région Bretagne

Agence média pour la diffusion de la campagne, agences web pour le site (maintenance, évolutions, audit)

Budget dédié à la maintenance du site [europe.bzh](http://www.europe.bzh) : 5 028,92€

Indicateurs de résultats :

45 appels à projets mis en ligne

4 186 visiteurs en moyenne par mois sur le site [europe.bzh](http://www.europe.bzh)

176 visiteurs en moyenne par mois sur le site www.kitdecom.europe.bzh

Réseaux sociaux Europe en Bretagne

Une animation quotidienne des réseaux sociaux @EuropeBretagne

Ces comptes sur les réseaux sociaux sont animés quotidiennement et permettent de fédérer une communauté de publics impliqués ou intéressés par l'action de l'Europe en Bretagne. Il ne s'agit pas de publier des contenus identiques sur l'ensemble des réseaux Europe en Bretagne, mais plutôt d'adapter les contenus aux particularités de chaque réseau afin de les utiliser de manière complémentaire.

Réseau X (Twitter)

Destiné à informer sur l'action de l'Europe en Bretagne (financements, projets européens, citoyenneté européenne...), le compte X (*anciennement Twitter*) regroupe, cette fin d'année 2023, 1 493 abonnés. Le compte X @EuropeBretagne présente une communauté plus ou moins engagée.

LinkedIn

La Région a lancé en début d'année 2022 une nouvelle page « Europe en Bretagne » sur le réseau LinkedIn. Ce réseau permet de publier des contenus spécifiques en ciblant les professionnels (bénéficiaires, partenaires, relais d'information). Cette page compte 550 abonnés depuis sa création en 2022. Malgré cette petite communauté sur la page LinkedIn, nous remarquons un très bon taux d'engagement pouvant aller jusqu'à 17% et de nombreuses réactions aux posts (partages, commentaires, like). La communauté sur ce réseau est plutôt bien engagée.

Facebook

De manière générale, l'engagement sur Facebook s'effondre sur l'ensemble des pages du réseau social. Les publications sur la page Facebook @EuropeBretagne génèrent très peu d'engagement et d'interactions (partages, commentaires, like). Désormais, l'animation de la page Europe Bretagne s'avère moins pertinente sur Facebook. Nous nous concentrerons donc davantage sur les réseaux sociaux à plus forte valeur ajoutée tels que LinkedIn et X.

Moyens humains :

Moyens humains spécifiques : mobilisation des ressources internes de la Région Bretagne.

Indicateurs de résultats :

Twitter : 1 493 abonnés

LinkedIn : 550 abonnés

Facebook : 776 abonnés

Action 2 : Valorisation des projets européens

Publics cibles : Grand public Presse	Objectifs : <ul style="list-style-type: none">- Faire connaître et sensibiliser à l'action concrète de l'UE en Bretagne- Promouvoir des projets européens et accroître leur visibilité sur le territoire
Valorisation des projets soutenus par l'Europe en Bretagne	
Recensement des projets à valoriser : <ul style="list-style-type: none">- Actualisation de la base de projets avec le partenariat de la programmation.	
Communication sur les projets soutenus par l'UE : <ul style="list-style-type: none">- Mise à jour de la carte des projets en page d'accueil du site europe.bzh- Mise en ligne d'articles présentant des projets sur le site europe.bzh- Articles sur le site <i>touteleurope.eu</i> en partenariat avec le GIE Toute l'Europe.<ul style="list-style-type: none">o Article : Comment les financements européens favorisent l'inclusion sociale et l'emploi dans les régions françaises - Touteleurope.euo Article : Des jeunes aux personnes âgées, le numérique : un tremplin pour tous en Bretagne - Touteleurope.eu- Communication sur les opérations d'importance stratégique :<ul style="list-style-type: none">o Projet « La fibre pour tous en Bretagne » : posts sur les réseaux sociaux, articles web, relations presse.o FSE+ : post sur les réseaux sociaux, articles web, notamment dans le cadre de l'année européenne des compétences	
Organisation de visites de projets : <p>Organisation de visites de projets, à destination de la presse et/ou lors de Comités, de visites de représentants européens ou nationaux...</p>	
Visites de projets à l'occasion du comité de suivi du 07/12/23 <ul style="list-style-type: none">• Pour des opérations cofinancées par le FEDER : des visites autour de la thématique « Mobilités » ont été organisées à Saint-Brieuc (pôle d'échanges multimodal, maison du vélo, aménagement de pistes cyclables).• Pour des projets cofinancés par le FEADER : un projet LEADER (jardin sensoriel et thérapeutique dans un EHPAD) et une exploitation agricole (volailles).• Enfin, les visites d'actions cofinancées par le volet national du FSE en Bretagne ont permis de rencontrer les acteurs d'un chantier/entreprise d'insertion par l'activité économique, d'une plateforme d'aide aux premières étapes pour les bénéficiaires du RSA et enfin d'une expérimentation d'accueil d'urgence et d'accompagnement de personnes victimes de violence intrafamiliales.	
Visites de projets à l'occasion de la CRPE de Redon en juin 2023 : <ul style="list-style-type: none">• Pôle d'échanges multimodal autour de la gare ferroviaire de Redon• Réhabilitation thermique de logements collectifs sociaux dans le quartier politique de la ville de Redon• Projet Interreg autour des énergies renouvelables et participation citoyenne	
Budget spécifique : En interne Partenariat Toute l'Europe coordonné par l'ANCT/Régions de France	
Indicateurs de résultats : 320 projets sur la carte en ligne 6 visites de projets européens organisées par la Région	

Action 3 : Réseau Stergann

Publics cibles : Partenaires citoyenneté européenne	Objectifs : <ul style="list-style-type: none">- Améliorer la notoriété et la visibilité des événements européens- Sensibiliser à l'action concrète de l'UE en Bretagne
Un réseau d'acteurs de l'information européenne	
<p>Afin d'échanger sur les pratiques, les outils, et surtout mettre en place un meilleur maillage du territoire breton, la Région a rassemblé les acteurs de l'information européenne en Bretagne au sein d'un réseau à dimension régionale.</p> <p>L'objectif de ce réseau est d'améliorer la communication auprès du grand public sur les sujets d'information européenne. Le réseau Stergann, lancé en avril 2022, compte aujourd'hui plus d'une douzaine de structures partenaires dont les deux Europe Direct bretons.</p> <p>Ce réseau de travail s'est réuni deux fois en 2023 : en mai à Saint-Malo et en novembre à Rennes.</p> <p>L'objectif de ces rencontres était de travailler, avec les structures partenaires, au fléchage d'un public cible prioritaire (en l'occurrence, le grand public) et de nouvelles idées afin de développer un projet commun d'ampleur régionale. Les premières bases de ce projet ont été définies lors de la rencontre de travail à Rennes en novembre 2023. Une prochaine rencontre en début d'année 2024 permettra de mieux définir la gouvernance du projet qui devrait voir le jour en 2025.</p>	
Budget spécifique : Abonnement à la plateforme payé sur un autre programme budgétaire.	
Indicateurs de résultats : 2 réunions du réseau Stergann (en mai 2023 à Saint-Malo, en novembre 2023 à Rennes) 1 plateforme collaborative	

Action 4 : Grande action annuelle 2023

Publics cibles : Grand public	Objectifs : <ul style="list-style-type: none">- Sensibiliser à l'action concrète de l'UE et montrer son impact dans le quotidien des Breton·ne·s- Améliorer la notoriété de l'intervention de l'UE en Bretagne- Améliorer l'image de l'Europe auprès des citoyens
---	--

Campagne média grand public 2023

Cette campagne régionale pluri-annuelle diffusée une première fois à l'automne 2022 a également été diffusée à l'automne 2023 puis le sera en 2024.

La préparation de la campagne a débuté en 2022 avec la conception de deux premiers spots vidéo (FEAMP et FEDER). Après la première diffusion à l'automne 2022, une enquête post-test a été réalisée pour analyser et renforcer l'efficacité des prochaines diffusions. Les deux premiers films ainsi que le plan média ont légèrement été modifiés. Deux nouveaux spots valorisant le FEADER et le FSE ont été réalisés en 2023 pour une diffusion des 4 spots à l'automne 2023.

La cible : tous les bretons, sur l'ensemble du territoire, et en particulier en zones rurales et péri-urbaines.

4 spots publicitaires :

- Un projet de recyclage des filets de pêche (FEAMP)
- L'aménagement des voies de bus et pistes cyclables (FEDER)
- La production et transformation à la ferme (FEADER)
- Les chantiers d'insertion solidaires (FSE)

Un plan média couvrant tout le territoire breton

Diffusion de la campagne du 2 octobre au 31 octobre 2023 :

- TV segmentée géolocalisée (France 2, France 3, France 5, M6, W9, 6ter, TF1, TMC, TF1SF, TFX).
- Digital (TV replay, vidéo Youtube et Instream)
- Réseaux sociaux : Facebook, Instagram (posts et story sponsorisés)

Résultats :

- TV segmentée : 1,7 M d'impression
- Digital : 3,7 M d'impression
- Réseaux sociaux : 5,8 M d'impression

Globalement, les statistiques de la campagne sont satisfaisantes. La campagne a été diffusée plus de **11 millions** de fois auprès de la cible au total, dans des environnements qualitatifs, ce qui a renforcé la notoriété de l'intervention de l'Union européenne en Bretagne. Nous avons atteint sur l'ensemble des leviers de meilleures performances que nos estimations. Parmi les 11 millions d'impression, les vidéos ont été visionnées en intégralité **4,2 millions de fois** grâce à la TV segmentée et la TV replay majoritairement.

Le digital et les réseaux sociaux ont généré plus d'impressions que la TV segmentée et TV replay mais leur taux de visionnage des vidéos à 100% est plus faible. En effet, les internautes en digital et sur les réseaux sociaux regardent moins les vidéos de plus de 15 secondes. Cependant, les réseaux sociaux permettent de toucher une cible que l'on n'aurait pas touché par ailleurs à travers la TV, notamment la cible jeune.

Nous pouvons noter une excellente qualité d'exposition des vidéos via la TV segmentée et la TV replay, qui restent des leviers phares pour la diffusion de vidéos.

Nous n'observons pas de disparités de performances selon les 4 spots ; cependant, on remarque un intérêt légèrement plus marqué de la part de la cible plus « institutionnelle » (meilleur taux de visionnage).

Budget : 148 434 € (28 734 € de conception et 119 700 € de diffusion)

Indicateurs de résultats :

Audience globale cumulée : 11 M d'impression dont 4,2 M ayant visionné les vidéos à 100%.

Nombre d'impression par support :

- TV segmentée : 1,7 M d'impression
- Digital : 3,7 M d'impression
- Réseaux sociaux : 5,8 M d'impression

Nombre de visites sur le site europe.bzh pendant la diffusion de la campagne : 10 465 visites enregistrées sur cette période, dont 6 355 visites générées grâce à la diffusion de la campagne (pour une moyenne de 4 186 visiteurs par mois).

Action 5 : Animation du partenariat et accompagnement des bénéficiaires

Publics cibles : Partenaires de la programmation Bénéficiaires	Objectifs : Mobiliser le partenariat pour le démarrage des programmes 2021-2027 Garantir une information régulière sur l'avancement de la programmation 2021-2027 et la fin de la programmation 2014-2020 Animer les instances partenariales pour favoriser le dialogue et la concertation
Animation du partenariat	
Comité de suivi 5 en consultation écrite 1 en présentiel à Saint-Brieuc le 7 décembre 2023	
Commissions régionales de programmation européenne (CRPE) 10 réunions : 2 présentiels dont 1 accueillie à Redon 2 en visio 6 en consultation écrite/ dématérialisées	
Budget spécifique : Total pour l'année 2023 : 15 886,86 €	
Accompagnement des bénéficiaires	
<ul style="list-style-type: none">• Production et actualisation de supports de communication présentant les nouveaux programmes (plaquette, poster, guides etc.).• Le kit de communication en ligne a été, en partie, mis à jour en intégrant les obligations liées à la période 2021-2027 : kitdecom.europe.bzh. Une refonte de ce site est envisagée en 2024 (cf action 1).• Poursuite des actions d'information des bénéficiaires par les services instructeurs, tout au long de la vie de leur dossier (réunions spécifiques, accompagnement individuel, guides...).• Poursuite de la diffusion des supports de visibilité (plaques, autocollants) et accompagnement à leur bonne utilisation, diffusion des supports REACT-EU.• Les supports de visibilité (plaques, notices et autocollants) ont été réimprimés et diffusés par les services instructeurs pour les bénéficiaires de fonds européens qui ont continué à demander en parallèle des autocollants via le formulaire en ligne sur : kitdecom.europe.bzh• Conception de rolls up « <i>L'Europe s'engage pour les territoires bretons avec les fonds européens</i> » pour les 21 GAL LEADER, les 7 Espaces territoriaux de la Région Bretagne, les 8 GALPA FEAMPA, et les 2 métropoles de Rennes et Brest pour le volet ITI qu'elles animent.	
Moyens : mobilisation des ressources internes de la Région Bretagne et des services instructeurs de la Région et de l'Etat pour la diffusion auprès des bénéficiaires.	
Budget spécifique : 15 494,47€ (plaques, rolls up, plaquette et poster)	
Indicateurs de résultats : 176 visites moyennes par mois enregistrées sur le site kitdecom.europe.bzh en 2023	

Action 6 : Evaluation du plan de communication 2023 et enquête d'opinion

Publics cibles : Autorité de gestion Partenaires Commission européenne	Objectifs : Evaluer les actions menées durant l'année 2023 Pré-tester et évaluer la campagne pluriannuelle
Evaluation du plan de communication 2023	
Pour cet exercice d'évaluation, une analyse des indicateurs des différentes actions du plan de communication 2023 a été réalisée.	
Action 1	
Concernant l'animation du site web et des réseaux sociaux , les indicateurs sont en progression par rapport à l'année 2022. Le nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux a augmenté en 1 an. Les taux d'engagement sur les réseaux sociaux ont été analysés, ils correspondent aux nombres de réactions des publications par rapport au nombre d'abonnés.	
<ul style="list-style-type: none">• On note notamment un très bon taux d'engagement sur le réseau LinkedIn, bien au-delà de la moyenne allant de 3,5 à 17% (le taux d'engagement moyen sur LinkedIn en 2023 est estimé à 2,6%)• Les taux d'engagement sur le réseau social X (Twitter) entre 1% et 5% sont également satisfaisants et au-dessus de la moyenne (le taux d'engagement moyen sur Twitter en 2023 est estimé à 0,05%).• De manière générale, la visibilité des pages Facebook a chuté, les posts « organiques » (non sponsorisés) sont très peu visibles contrairement aux posts sponsorisés. Nous nous concentrerons donc davantage sur l'animation des réseaux sociaux LinkedIn et X, à plus forte valeur ajoutée. Des posts Facebook sponsorisés seront privilégiés dans le cadre de campagne publicitaire uniquement.	
Le nombre de visiteurs sur le site web europe.bzh est de 4 186 en moyenne par mois, soit une légère hausse par rapport à 2022. La campagne publicitaire a eu un impact sur la fréquentation du site en 2023, elle a permis d'atteindre un record de fréquentation en octobre avec 10 465 visites en octobre 2023 (dont 6 355 visites générées grâce à la diffusion de la campagne).	
Concernant les canaux d'acquisition du site europe.bzh , plus de la moitié des utilisateurs arrivent sur le site depuis le trafic direct, c'est-à-dire en saisissant directement l'URL du site dans leur barre de recherche. Nous pouvons en déduire que la notoriété du site europe.bzh est plutôt satisfaisante. Les autres utilisateurs arrivent sur le site europe.bzh grâce au référencement naturel, à la campagne, aux sites externes ainsi qu'aux réseaux sociaux.	
Suite à l'audit UX et UI et les tests utilisateurs réalisés en 2023 pour analyser le site europe.bzh , des évolutions du site seront prévues en 2024 et 2025 pour l'améliorer.	
Action 4	
La grande action annuelle d'information grand public mettait en valeur 4 types de projets bretons (FEDER, FEAMP, FEADER, FSE). La campagne a été diffusée pendant 4 semaines en octobre 2023 et a généré plus de 11 millions de vues. Globalement, elle a plutôt bien performé sur l'ensemble des leviers avec de bons taux de visionnage à 100% en TV segmentée et TV replay.	
Action 5	
L' accompagnement des bénéficiaires de fonds européens s'est poursuivi par les services instructeurs. La mise à disposition de supports de visibilité (plaques, autocollants) auprès des bénéficiaires s'est également poursuivie tout au long de l'année 2023.	
Enquête d'opinion Les bretons et l'Europe	
Afin de mesurer les évolutions du sentiment d'appartenance des Bretonnes et Bretons vis-à-vis de l'Union européenne, la Région Bretagne a mené une enquête d'opinion du 13 au 17 mars 2023.	

Méthodologie

Enquête téléphonique auprès de 1 004 bretons de 18 ans et +, représentatifs de la population régionale en genres, âges, CSP, niveau d'études et profils de territoires.

Ci-dessous, une synthèse du sondage

Le sentiment européen en Bretagne

L'enquête 2023 se solde par une baisse sensible du sentiment de citoyenneté européenne et, en parallèle, par une plus forte proportion d'habitants à se définir d'abord comme breton. Cette évolution ne signifie pas que les Bretonnes et les Bretons se sont « détourné.es » de l'UE en laquelle ils ont d'ailleurs toujours confiance. Elle témoigne plutôt d'une interrogation sur sa « solidité », avec certains attributs en régression assez nette (*ex : l'UE « représente une garantie pour la paix » perd 8 points par rapport à 2019 et « est une force économique » perd 5 points*). L'optimisme sur son avenir continue toujours de diviser avec un net décrochage par rapport à la moyenne européenne et l'hostilité à l'appartenance à l'UE est en hausse. Des constats que l'on retrouve particulièrement chez les ouvriers, en partie chez les employés, et dans les populations les moins diplômées. On notera aussi que les Côtes d'Armor et le Morbihan sont parfois plus défiants vis-à-vis de l'UE. Ce sont aussi les deux départements qui avaient donné ses meilleurs scores au rassemblement national lors du 2^{ème} tour des élections présidentielles de 2022 (37% dans ces deux départements contre 29% en Ille et Vilaine et 32,5% dans le Finistère).

L'actualité européenne

Le rôle de l'UE est diversement évalué par rapport aux actualités européennes (Brexit, pandémie, Ukraine, inflation ...). Face à l'inflation et au prix de l'énergie, seulement 17% des Bretons sont convaincus que l'UE a joué un rôle de protection. Pour autant, si l'UE n'est pas omnipotente, elle fait sens au regard du Brexit. Les craintes recensées en 2019 sont confirmées avec 54% des Bretons considérant qu'il a eu des conséquences négatives pour la Bretagne. Le Royaume Uni semble néanmoins avoir été largement plus impacté avec 75% des Bretons pensant qu'il a eu des conséquences négatives pour les Britanniques.

Le sentiment d'information et la connaissance des aides européennes

En termes d'information, les ressentis ne bougent pas fondamentalement depuis 2019, même si la Maison de l'Europe a gagné 11 points de notoriété depuis 2018. Le résultat le plus étonnant concerne cependant la forte progression de la demande de meilleure connaissance de ses droits : entre 2019 et 2023, la demande a progressé de 11 points. La notoriété des aides européennes quant à elle ne progresse pas. Une personne interrogée sur deux sait que l'Union européenne peut apporter des aides aux projets en Bretagne. 24% des personnes interrogées savent que la Région Bretagne est autorité de gestion des fonds européens.

En résumé, les résultats de l'enquête ne sont pas négatifs mais témoignent d'un léger tassement de la relation à l'Union européenne et de postures parfois paradoxales. Cette tendance nouvelle en 2023 sera à réanalyser à l'issue de l'enquête d'opinion renouvelée en 2024.

Budget spécifique :

21 480 €

Indicateurs de résultats :

1 004 bretons interrogés