

UNION EUROPÉENNE
UNANIEZH EUROPA



**L'Europe s'engage
en Bretagne** / Avec les Fonds européens
structurels et d'investissement



Bilan des actions de communication 2017

Validé lors du Comité de suivi des fonds européens du 13 avril 2018

PREAMBULE

En juillet 2015, le Comité de suivi des fonds européens en Bretagne avait validé la stratégie de communication plurifonds pour l'ensemble de la période 2014-2023. Cette stratégie de communication prévoit trois périodes de mise en œuvre :

- 2014-2016 : phase de lancement axée sur l'accompagnement des bénéficiaires (plan d'actions 2015-2016 dont le bilan été validé en Comité de suivi du 12 décembre 2016) ;
- 2017-2019 : phase de mise en œuvre axée sur la valorisation des projets auprès de différents publics ;
- 2020-2023 : phase de capitalisation et de bilan axée sur la valorisation des programmes auprès du grand public.

Le plan de communication plurifonds pour l'année 2017 marquait donc le début de la seconde phase de la stratégie de communication. Le document avait été validé lors du Comité de suivi du 12 décembre 2016.

Toutes les actions inscrites dans le plan 2017 devaient répondre aux objectifs transversaux suivants : améliorer la notoriété et la visibilité de l'intervention de l'Union européenne dans la vie quotidienne des Bretonnes et des Bretons, donner une image positive et concrète de l'UE, donner du sens aux financements européens et renforcer la lisibilité, la transparence et la simplification de la gestion des fonds et des programmes. De plus, pour cette phase de mise en œuvre axée sur la valorisation des projets, les actions devaient répondre à deux objectifs opérationnels plus spécifiques :

- Informer et accompagner les bénéficiaires dans leurs démarches de communication et de valorisation de leurs projets pour qu'ils deviennent des ambassadeurs de l'Europe (**objectif opérationnel n°3 de la stratégie de communication**)
- Sensibiliser le grand public à l'action concrète de l'Europe en Bretagne pour qu'il prenne conscience de sa valeur ajoutée (**objectif opérationnel n°4**)

Les actions d'information et d'accompagnement des bénéficiaires se sont poursuivies en 2017, au moyen de réunions pour chaque fonds, d'accompagnements individualisés par les services instructeurs ainsi que de la réédition du guide de communication et la mise à jour des supports de publicité fournis par la Région (gabarits d'affiches, autocollants et plaques).

La valorisation des projets européens a été renforcée à travers la réalisation et la diffusion de supports multimédias (reportages vidéos, actualités, fiches projets pour le web et les réseaux sociaux...). Les projets bretons ont également été valorisés aux niveaux national et européen, notamment lors de la campagne « EU in my Région » ou de l'exposition « 60 belles histoires » célébrant les 60 ans des Traités de Rome en mars 2017. Trois parcours virtuels de projets européens à différentes échelles de territoires (pays, métropoles, région) ont été testés.

Au mois de mai, au sein de la Fête de l'Europe en Bretagne pour laquelle 85 événements européens ont été recensés et valorisés en Bretagne, une opération « portes ouvertes de projets européens » a permis à 17 porteurs de projets de présenter leur expérience européenne, les résultats concrets du soutien de l'UE dans le quotidien des Bretonnes et des Bretons. Ces différentes actions de valorisation des projets européens ont permis de renforcer la dimension partenariale annoncée pour cette seconde phase de la stratégie. Le réseau Europe Info/Com a en effet contribué à valoriser l'ensemble de ces projets en Bretagne.

Enfin, pour toucher le grand public, second objectif de cette phase axée sur la valorisation, la campagne de communication média (grande action d'information) initiée en 2016 a été reconduite en 2017 avec la réalisation de nouveaux spots (FSE et FEAMP) en complément de ceux déjà réalisés (FEDER et FEADER). La diffusion des quatre spots simultanément en fin d'année a rencontré une forte audience.

En complément de toutes ces actions de communication, l'année 2017 a aussi ouvert le cycle de préparation des futurs programmes européens après 2020. Les négociations européennes qui se sont engagées, couplées à la première phase de négociation du Brexit ont amené les acteurs européens en Bretagne et notamment la Région, à participer à la réflexion sur l'avenir des politiques et programmes européens après 2020. La Région a souhaité s'exprimer sur la PAC et la politique de cohésion post 2020 en s'appuyant sur une concertation des partenaires de la programmation, de bénéficiaires de fonds européens mais aussi de citoyens en Bretagne. Des réunions territoriales dans les quatre départements ainsi qu'une consultation en ligne ont ainsi nourri une position régionale adoptée en assemblée plénière en décembre 2017. La démarche sera poursuivie afin de mobiliser les acteurs bretons sur ces enjeux de développement régional et porter leurs expressions auprès des instances européennes. Tous ces temps de travail partenarial et d'échanges participent aussi à faire parler d'Europe et contribuent à informer sur son action, aujourd'hui et demain.

Pour faciliter la lecture du présent document, le plan est présenté sous forme d'un tableau de synthèse complété de fiches individuelles détaillant le bilan de chaque action réalisée en 2017.


SYNTHESE DES ACTIONS REALISEES EN 2017

ACTIONS	OBJECTIFS	CIBLES	REALISATIONS	Date de réalisation	INDICATEURS	Montant prévu (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	Complétude des fiches dispositifs du site, ajout de fiches projets, actualités...	Au cours de l'année 2017	Site europe.bzh : 3 824 visiteurs en moyenne par mois	60 000 €	En interne
	Accompagner les bénéficiaires	Partenaires de la programmation	Amorçage de la V2 du site (refonte de la page d'accueil, amélioration des contenus, base de projets pour la carte web)	Fin 2017	Twitter : 720 abonnés et 415 tweets (moyenne mensuelle de 20 tweets) Facebook : 325 abonnés		En interne
	Mobiliser et fédérer les partenaires de la programmation	Grand public			2,4 millions de vues cumulées en 3 semaines		10 050 €
	Promouvoir l'action de l'UE en Bretagne		Campagne digitale sur les réseaux sociaux	Mai	6 162 visiteurs sur le site (71 % de nouveaux)		
Valorisation des projets européens (Action 2)	Faire connaître et sensibiliser à l'action concrète de l'UE en Bretagne	Grand public	Partenariat TVR « L'Europe et nous » : 12 vidéos de projets européens	Mars – Juin	15 000 vues pour les 9 vidéos diffusées sur TVR 8 000 vues sur Facebook	90 000 €	28 200 €
	Promouvoir des projets européens exemplaires		Recensement de projets à valoriser	Avril - Sept	150 projets recensés 40 projets valorisés aux niveaux régional, national et européen 22 visites de projets		En interne
Fête de l'Europe en Bretagne 2017 (Action 3)	Améliorer la notoriété et la visibilité des événements européens Sensibiliser à l'action concrète de l'UE en Bretagne	Grand public	Coordination et valorisation régionale des événements organisés en Bretagne Communiqué de presse Campagne digitale Création d'un kit de communication	Mai	85 événements organisés dont 17 portes ouvertes de projets 34 parutions médias 2,4 millions de vues cumulées en 3 semaines pour la campagne digitale	En interne	En interne

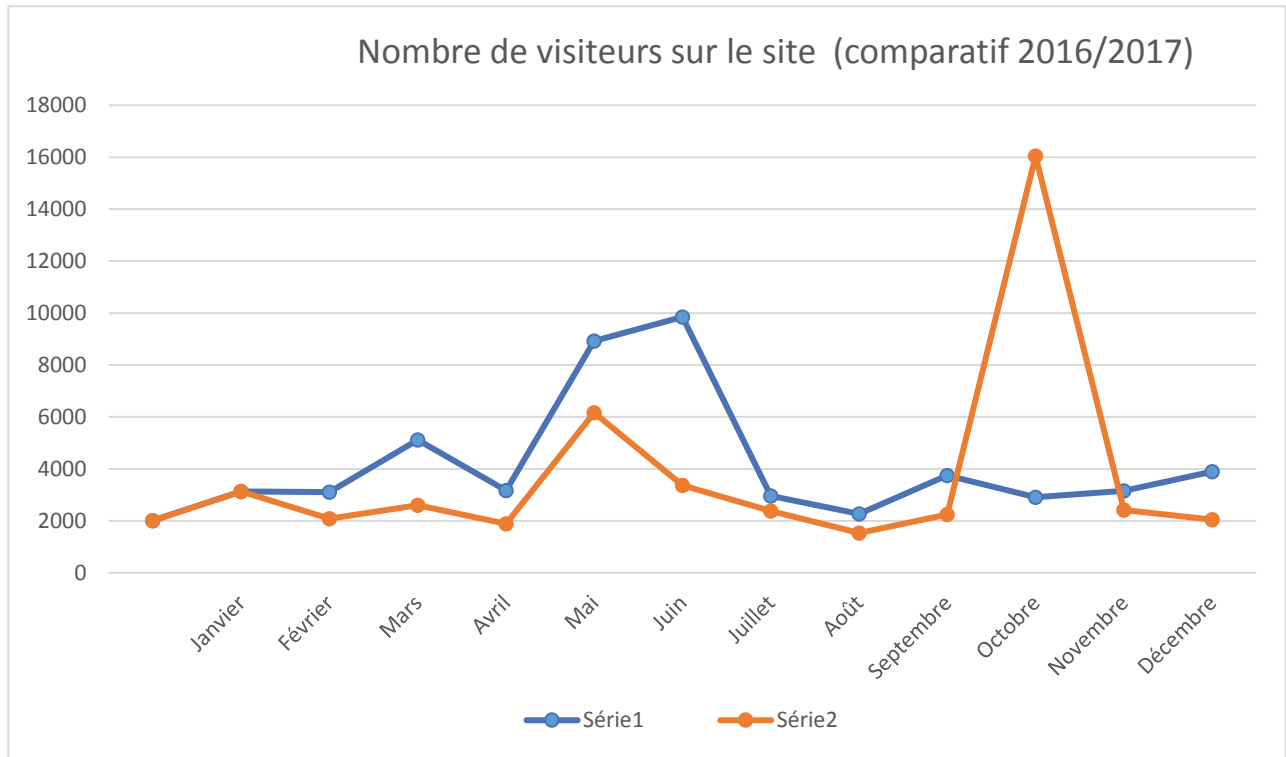
<p>Supports de visibilité</p> <p>(Action 4)</p>	Améliorer la visibilité de l'intervention de l'UE sur le territoire breton	Bénéficiaires Autorité de gestion	Mise à jour du portail en ligne kitdecom.europe.bzh	Novembre	<p>8 200 plaques et notices diffusées aux services instructeurs pour envoi aux bénéficiaires</p> <p>1 400 autocollants diffusés aux services instructeurs pour envoi aux bénéficiaires</p> <p>1 200 autocollants envoyés directement aux bénéficiaires sur demande (formulaire en ligne)</p>	15 000 €	18 000 €
	Informer et accompagner les bénéficiaires dans leurs démarches	Partenaires de la programmation	Nouvelle édition du guide de communication pour les bénéficiaires	Novembre			
			Edition de la notice d'accompagnement à l'envoi des supports de visibilité	Septembre			
			Mise à jour/rédition des supports de visibilité (gabarits d'affiches, autocollants, plaques...)	Novembre			
			Réimpression de chemises et bloc-notes	Décembre			
<p>Grande action annuelle</p> <p>(Action 5)</p>	<p>Sensibiliser à l'action concrète de l'UE et montrer son impact dans le quotidien des Bretonnes et des Bretons</p> <p>Améliorer la notoriété de l'intervention de l'UE en Bretagne</p>	Grand public	<p>Campagne media « <i>Oubliez les idées reçues ! En Bretagne, l'Europe investit dans votre quotidien</i> » : réalisation de nouveaux spots FSE et FEAMP</p>	<p>Réalisation : Juillet</p> <p>Diffusion : Octobre</p>	<p>Audience globale cumulée : 6,7 millions de vues :</p> <p>- 519 890 spectateurs en cinéma</p> <p>- 537 000 téléspectateurs sur France 3 Bretagne (estimation)</p> <p>- 5,6 millions de vues cumulées (web et réseaux sociaux)</p>	220 000 €	<p>235 000 €</p> <p>(réalisation, diffusion et enquête d'évaluation)</p>

Réunions d'information bénéficiaires et partenaires (Action 6)	Informer et accompagner les bénéficiaires dans leurs démarches Mobiliser, fédérer et accompagner les relais d'information Informer sur l'avancement de la programmation	Partenaires	3 réunions du Réseau Europe Info-Com	Janvier, mai, octobre		En interne	En interne
		Bénéficiaires	Réunions d'information des bénéficiaires par fonds	3 par an et par fonds			
			1 Comité de suivi présentiel Consultations écrites	Mars à Rennes			
			10 Commissions régionales de programmation européenne (CRPE) dont 2 présentiels	Février à Brest et mai à Lorient			
			Organisation régulière de l'ensemble des comités uniques de programmation (CUP) à l'échelle des pays et métropoles	Une par mois et par territoire			
			Dialogue avec le partenariat régional sur l'avenir des programmes européens après 2020	9 réunions en septembre et octobre			
			Consultation en ligne	Octobre			
Evaluation du plan de communication 2017 (Action 7)	Mesurer la qualité de l'accompagnement et de l'information diffusée aux bénéficiaires et aux partenaires de la programmation Evaluer l'impact des actions de communication par rapport aux objectifs fixés Adapter le cas échéant le plan de communication 2018	Autorité de gestion	Analyse de l'évolution des indicateurs sur les différentes actions	En continu		En interne	En interne
		Partenaires	Enquête auprès des bénéficiaires et des partenaires	Novembre 2016 à février 2017		En interne	En interne
		Commission européenne				Enquête d'opinion auprès des citoyens Bretons	décembre 2017
Montants totaux						415 000 €	319 270 €

Action 1 : Animation du site web et des réseaux sociaux

Publics cibles : Porteurs de projets, bénéficiaires Partenaires de la programmation Grand public	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 et mobiliser les partenaires- Promouvoir l'action de l'UE en Bretagne
Site europe.bzh	
<p>Mis en ligne en 2015 pour le lancement de la programmation, le site a été régulièrement mis à jour avec la mise en ligne d'actualités (4 par mois en moyenne), la mise à jour de fiches dispositifs et la création de nouvelles fiches projets. Outre la création d'une page sur les fonds européens dans les territoires, le site web n'a pas connu d'évolution majeure. Cependant, le travail sur une nouvelle version du site a été amorcé en 2017, pour une mise en ligne prévue début 2018.</p> <p>Concernant la fréquentation du site, l'arrêt du référencement payant en janvier a fait baisser le nombre de visites, tout comme le taux de rebond, c'est-à-dire le nombre d'internautes quittant le site dès l'arrivée sur la page d'accueil. Cela signifie qu'il y a moins d'internautes à se rendre sur le site mais qu'ils sont plus nombreux à y rester pour accéder aux différents contenus.</p> <p>On note également que les campagnes digitales ont un impact significatif sur la fréquentation du site. La campagne réalisée en mai pour la Fête de l'Europe sur Facebook et Twitter a attiré 6 162 visiteurs (71 % de nouveaux) sur le site. La campagne « L'Europe investit dans votre quotidien », comprenant des posts sur Facebook et Twitter, et des bannières sur des sites web, a permis d'atteindre un record de fréquentation en octobre avec 16 043 visiteurs (86 % de nouveaux). Ce chiffre est à nuancer par le taux de rebond important, supérieur à 70% sur mai et octobre.</p>	
Indicateurs de résultats : 3 824 visiteurs en moyenne par mois en 2017 (4 353 visiteurs en 2016)	
Réseaux sociaux	
<p>Créés en 2011 par le SGAR, les comptes Facebook et Twitter « L'Europe en Bretagne » ont été réactivés en février 2017 afin d'être opérationnels en mai pour le lancement de la campagne digitale de la « Fête de l'Europe en Bretagne ». Destinés à informer sur l'action de l'Europe en Bretagne (financements, projets européens, citoyenneté européenne...), les deux comptes regroupaient fin décembre plus de 1 000 abonnés (contre 350 en février).</p> <p>Les 3 tweets les plus vus concernaient :</p> <ul style="list-style-type: none">- les consultations sur les politiques européennes (9 432 impressions)- les 4 spots de la campagne média (5 514 impressions)- la consultation sur la PAC (4 875 impressions). <p>Si le compte Twitter a trouvé son public, le compte Facebook peine encore à rassembler.</p>	
Moyens humains et financiers : <ul style="list-style-type: none">- budget spécifique pour la campagne digitale (cf. fiche 3)- moyens humains spécifiques : mobilisation des ressources internes au Conseil régional (webmaster, graphiste) pour les travaux liés à la nouvelle version du site	
Indicateurs de résultats : 720 abonnés (+ 420 en 10 mois) sur Twitter et 415 tweets (moyenne mensuelle de 20 tweets)	

Fréquentation du site europe.bzh



Mai : Fête de l'Europe (campagne digitale)

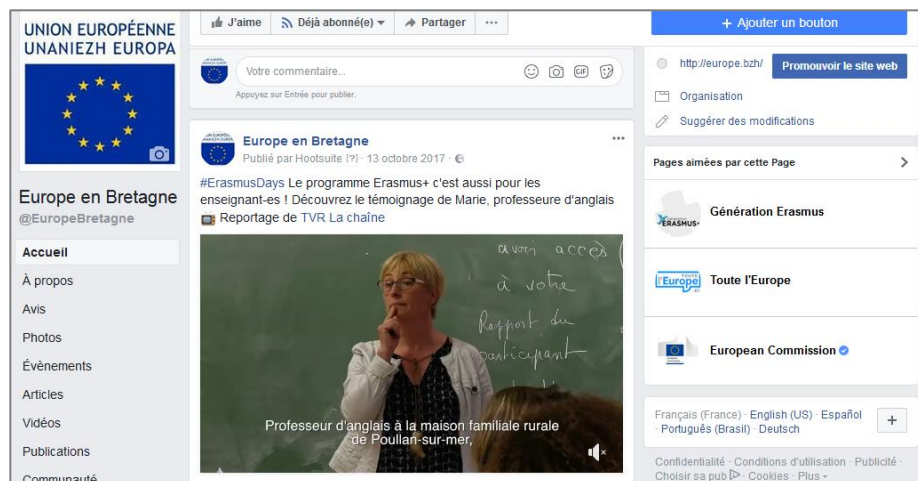
Octobre : Campagne média (web et réseaux sociaux)

Comptes de réseaux sociaux



Page Facebook de la programmation 2007-2013 gérée jusqu'en février 2015 par la préfecture de région

Page Facebook de la programmation 2014-2020 gérée par le Conseil régional depuis 2017



Action 2 : Valorisation des projets européens

Publics cibles : Grand public	Objectifs : <ul style="list-style-type: none">- Faire connaître et sensibiliser à l'action concrète de l'UE en Bretagne- Promouvoir des projets européens exemplaires
---	---

Partenariat TV : « L'Europe et nous »

Début 2017, le Conseil régional a conclu un partenariat de coproduction avec TVR pour la réalisation d'une **émission spéciale** de 26 minutes (diffusée le 9 mai 2017, cf. fiche Action 3) et la création de programmes courts : « L'Europe et nous ». L'objectif était de montrer l'action concrète et de l'Europe sur le territoire à travers le témoignage de bénéficiaires sur leur parcours et la manière dont l'UE a contribué à améliorer leur quotidien. Ce partenariat média, qui permet d'étendre la diffusion à des publics plus larges, a recueilli une bonne audience, dans la moyenne de celles réalisées habituellement par la chaîne.



Les **12 vidéos réalisées 2017** ont permis d'incarner l'Europe des projets et la diversité des territoires :

- 2 vidéos FSE : Gwenaëlle, cheffe crêpière (22), et Michel, artisan menuisier (29)
- 2 vidéos FEADER : Hélène et Philippe, agriculteurs (35) et Sabrina, Steve, Parents et salariés (22)
- 2 vidéos FEDER : Jean-Christophe, chercheur (56) et Didier, locataire d'un appartement rénové (35)
- 2 vidéos FEAMP : Sébastien, pisciculteur (29) et Mickaël, patron de pêche (56)
- 1 vidéo « Interreg » : Louise et Enora, étudiantes en art (29,35)
- 3 vidéos Erasmus+ : Cassandra, apprentie aide-soignante (56), Daniel, étudiant en service volontaire européen (22) et Marie, enseignante en centre de formation (29).

Ces vidéos ont été diffusées sur les chaînes de **TV locales** (TVR, Tébéo, Tébésud) en mai pour la Fête de l'Europe et en octobre pour les Erasmus Days (30 ans du programme). Mises en ligne sur la chaîne Vimeo « Europe Bretagne » et sur le site de TVR, ces vidéos ont été mises à disposition des partenaires et relayées sur le **web et les réseaux sociaux** (Facebook, Twitter) ; elles restent ainsi accessibles à tout moment.

> <https://vimeo.com/channels/1299622>

Budget spécifique : 28 200 € pour le partenariat TVR

Indicateurs de résultats :

- 15 000 vues pour les 9 vidéos diffusées sur TVR, soit près de 1 400 vues en moyenne par vidéo (audiences de Tébéo et Tébésud non disponibles).
- 8 000 vues sur Facebook

Recensement des projets européens à valoriser et actions spécifiques de valorisation

Le travail de recensement des projets européens mené entre juin et septembre a donné lieu à un tableau (base de données) regroupant les informations de plus de 145 projets. Ce tableau servira de base pour la réalisation de la carte interactive des projets qui sera mise en ligne sur le site début 2018 et pour la valorisation de projets sous forme de communiqués de presse, fiches web, parcours de projets ou vidéos. En 2017, 3 parcours virtuels ont été testés avec l'outil Karten story (développé en interne) : Pays de Fougères, Brest Métropole, Biodiversité en Bretagne. Ces parcours, qui présentent 17 projets du territoire, seront mis en ligne début 2018.

Budget spécifique : réalisé en interne avec le partenariat (Réseau Europe Info-Com)

Indicateurs de résultats :

- 22 visites de projets organisées : 17 portes ouvertes pour la Fête de l'Europe en mai et 5 visites lors des CRPE de Brest et Lorient.
- 40 projets valorisés aux niveaux régional, national et européen : 30 projets sur le site europe.bzh, 3 projets pour la campagne « Belles histoires » pour les 60 ans des Traités de Rome, 3 projets sur le site de la Commission européenne, 3 projets dans le catalogue de 48 projets du CGET, 1 projet dans l'exposition du CGET présentée à Marseille et à Strasbourg
- 150 projets recensés dans la base de projets à valoriser

Reportages vidéos en ligne sur le site web de TVR et la chaîne Vimeo de l'Europe en Bretagne

Emission spéciale "L'Europe et nous"




diffusée sur les chaînes de télévision locales
(TVR, Tébéo et TébéSud)
le 9 mai 2017 à l'occasion de la journée de
l'Europe.

*Tournage de l'émission à l'Espace des Sciences
des Champs libres, en présence de la classe
européenne du lycée Saint-Joseph de Bruz.*

*Invités de l'émission (de gauche à droite) :
Michel Cabaret, Directeur de l'Espace des sciences,
Forough Salami-Dadkhah, Vice-présidente Europe
et International du Conseil régional de Bretagne et
Miguel Puente Patisson, chef du bureau de presse
de la représentation de la Commission européenne
en France.*



Action 3 : Fête de l'Europe en Bretagne 2017

Publics cibles : Grand public	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
Coordination régionale de la Fête de l'Europe en Bretagne	
<p>Initiée par la Commission européenne et proposée à l'échelle de tous les pays européens, la Fête de l'Europe est l'occasion de promouvoir les valeurs fondatrices de l'UE (paix, solidarité, liberté, diversité) et de valoriser son action concrète dans le quotidien des citoyens.</p> <p>Afin de structurer et de valoriser les événements organisés par les partenaires locaux (associations, relais EuropeDirect, collectivités...), la Région Bretagne a pris en charge la coordination régionale de la « Fête de l'Europe en Bretagne » proposée durant tout le mois de mai. Spectacles, animations, conférences débats, portes ouvertes de projets soutenus par l'Union européenne... Au total, 85 événements ont été référencés en 2017 sur un agenda en ligne dédié à la « Fête de l'Europe en Bretagne ».</p>	
Mise en place d'une communication globale	
<p>Pour renforcer la visibilité des événements organisés sur le territoire et accroître la notoriété de la « Fête de l'Europe en Bretagne », le Conseil régional a mis en place une communication globale :</p> <ul style="list-style-type: none">- Création d'une identité visuelle et d'un kit graphique numérique pour les organisateurs Communication et valorisation sur le web (Région, CGET et DG Régio) et les réseaux sociaux- Réalisation d'une campagne digitale de trois semaines sur Facebook, Twitter et des sites web- Rédaction et diffusion d'un communiqué de presse au niveau régional- Publications sur les sites et réseaux sociaux du Conseil régional	
Moyens humains et financiers : <ul style="list-style-type: none">- budget spécifique : 10 050 € pour la campagne digitale- moyens humains spécifiques : mobilisation des ressources internes au Conseil régional pour la création de l'agenda en ligne, la création du kit de communication, la campagne digitale (graphiste, webmaster, chargée de l'information européenne)	
Indicateurs de résultats : <ul style="list-style-type: none">- 85 événements organisés (idem 2016) dont 17 portes ouvertes de projets- 34 parutions médias- 2,4 millions de vues cumulées en 3 semaines pour la campagne digitale	

Agenda des événements en ligne



Campagne digitale sur Facebook et Twitter



Relais de la campagne EUinMyRegion sur Facebook et Twitter



Action 4 : Supports de visibilité

Publics cibles : Bénéficiaires Autorité de gestion Partenaires de la programmation	Objectifs : <ul style="list-style-type: none">- Améliorer la visibilité de l'intervention de l'UE en Bretagne- Informer et accompagner les bénéficiaires dans leurs démarches
--	---

Supports pour les bénéficiaires de fonds européens et partenaires de la programmation

Les supports de communication réalisés en 2016 pour les bénéficiaires de fonds européens et les partenaires de la programmation ont été actualisés :

- mise à jour du portail en ligne : kitdecom.europe.bzh ;
- nouvelle édition du guide de communication pour les bénéficiaires ;
- édition de la notice d'accompagnement à l'envoi des supports de visibilité ;
- mise à jour/réédition des supports de visibilité : gabarits d'affiches, autocollants, plaques, roll-ups... ;
- réimpression de chemises et bloc-notes.



Les supports de visibilité fournis par la Région (autocollants et plaques) ont été mis à jour avec un message plus simple et plus clair : « l'Europe a soutenu ce projet », répondant à l'objectif de meilleure lisibilité du soutien apporté, soutien allant au-delà de l'aide financière (le message était jusqu'alors : « l'Europe a co-financé ce projet »).

On note une utilisation systématique des roll-ups par l'autorité de gestion ou les partenaires, à l'occasion de réunion, comités, commissions, signatures de conventions et divers événements. Ceux-ci ont l'avantage d'assurer une bonne visibilité de l'intervention de l'Europe en Bretagne sur les événements mais aussi sur les photos publiées dans la presse (cf. photo).



Conférences de presse lors des CRPE de Lorient (photo de gauche) et Brest (photo de droite)

Moyens humains et financiers :

- budget spécifique : 18 000 € pour la réalisation et la diffusion des supports
- moyens humains spécifiques : mobilisation des ressources internes au Conseil régional pour la création graphique

Indicateurs de résultats :

- 8 200 plaques et notices diffusées aux services instructeurs pour envoi aux bénéficiaires
- 1 400 autocollants diffusés aux services instructeurs pour envoi aux bénéficiaires
- 1 200 autocollants envoyés directement aux bénéficiaires, sur demande (formulaire en ligne)

Guide de communication pour les bénéficiaires

Couverture de l'édition 2017

Contact :
Conseil régional de Bretagne
Direction des Affaires Européennes et Internationales
Tél. 02 22 51 60 08
europe@bretagne.bzh

Vos outils sur :
kitdecom.europe.bzh

Plus d'infos sur :
europe.bzh

De document est cofinancé par l'Union européenne grâce au Fonds européen de développement régional (FEDER)

UNION EUROPÉENNE
UNANIEZH EUROPA

L'Europe s'engage en Bretagne

Conseil régional de Bretagne
283 avenue du Général Patton
CS 23103 - 35713 Rennes cedex 2
Tél. : 02 99 27 10 10 | www.bretagne.bzh

Préfecture de la Région Bretagne
3 avenue de la Préfecture
35008 Rennes cedex 9
Tél. : 0 821 80 30 35 | www.bretagne.pref.gouv.fr

Novembre 2017 - Impression sur papier 100% recyclé

Page intérieure

SUPPORTS FOURNIS

Des autocollants pour les équipements

La Région Bretagne met à disposition des autocollants à coller sur vos équipements (ordinateurs, machines, véhicules...) ou à proximité, dans vos locaux. Ces autocollants sont envoyés au moment de la notification d'attribution de la subvention.

Vous pouvez commander de nouveaux autocollants (gratuitement), via le formulaire en ligne sur : kitdecom.europe.bzh

Exemple d'autocollant FESI

Une plaque permanente après l'opération

Pour les projets bénéficiant de 10 000 € à 500 000 € d'aides publiques, la Région Bretagne fournit des plaques permettant d'afficher de manière pérenne la dimension européenne du projet, notamment lors des visites du public, de la presse, des élus ou des représentants de l'Union européenne.

Vous pouvez visualiser la plaque qui vous sera envoyée sur : kitdecom.europe.bzh

Exemple de plaque FEDER

RAPPEL DE LA RÉGLEMENTATION EUROPÉENNE

Les obligations de publicité (logos, supports) sont à appliquer dès la demande de subvention européenne. Le non-respect des obligations de publicité peut conduire au remboursement de tout ou partie des sommes perçues, éventuellement majorées de pénalités. Vous devez transmettre au gestionnaire de votre dossier, avec vos demandes de remboursement, les preuves de la publicité réalisée.

N.B. : Les dépenses liées au respect de ces obligations de publicité sont éligibles aux fonds européens.

RÉFÉRENCES :

- Règlement (UE) n° 1303/2013, 17 décembre 2013, portant dispositions communes relatives aux FESI
- Règlement d'exécution (UE) n°808/2014, 17 juillet 2014, relatif au FEADER
- Règlement d'exécution (UE) n°821/2014, 28 juillet 2014, portant modalités d'application du règlement UE n°1303/2013 (communication, information, données)
- Règlement (UE) n°669/2016, 28 avril 2016, modifiant le règlement n°808/2014.
- Règlement (UE) n°1997/2016, 15 novembre 2016, modifiant le règlement n°808/2014.

Action 5 : Grande action annuelle

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 Bretonnes et des Bretons- Améliorer la notoriété de l'intervention de l'UE en Bretagne
---	---

Campagne média grand public 2017

Un concept décliné en 4 spots vidéos

Pour sensibiliser les citoyens à l'action de l'UE sur le territoire, la campagne média « *Oubliez les idées reçues ! En Bretagne, l'Europe investit dans votre quotidien* » avait été initiée en 2016. Récompensée du prix EuropCom 2016, celle-ci a été reconduite en 2017 avec la réalisation de nouveaux spots FSE et FEAMP en complément des spots FEDER et FEADER de 2016. > <http://bit.ly/2zx7ZeO>



Un plan média couvrant tout le territoire breton



Afin de toucher le plus grand nombre, les quatre spots ont été diffusés durant trois semaines en octobre-novembre 2017, avec une large couverture audiovisuelle en TV, cinéma et web. Par rapport à 2016, le plan média a été affiné pour couvrir plus largement les territoires ruraux, d'une part et tenir mieux compte de la cible des eurosceptiques. Cela s'est traduit par une présence renforcée sur les réseaux sociaux (comptes Facebook et Twitter

@EuropeBretagne) et une diffusion dans les cinémas de 34 communes (56 salles), en complément des 12 grandes et moyennes agglomérations (148 salles) déjà ciblées en 2016.

Les 4 spots ont atteint un **record d'audience** avec 6,7 millions de vues cumulées, ce qui représente 2 millions de vues en plus qu'en 2016.

Une enquête d'évaluation post-campagne

Pour mesurer l'impact de la campagne média, une enquête post-test a été réalisée par l'institut TMO du 2 au 6 novembre, durant la semaine suivant l'arrêt de la diffusion des spots vidéo.

Cette étude montre que les jeunes et les femmes ont un avis moins tranché au sujet de l'Europe et qu'ils représentent donc un public restant à convaincre. Bien que les plus eurosceptiques gardent un avis négatif vis-à-vis de l'Europe, la campagne a eu un impact positif sur 36% des sondés qui concèdent avoir une **meilleure image de l'Europe** après avoir visionné les spots. Si la campagne a été comprise par la majorité des sondés (17% ne comprennent pas le message), elle a également été appréciée, recueillant une note de satisfaction de 6,4/10 (score supérieur aux normes de 5,9/10). Pour finir, on notera que le spot FEADER mettant en scène une jeune agricultrice fait l'unanimité auprès de tous les publics (quel que soit le l'âge, le genre ou le lieu de résidence) et que celui mettant en scène un cycliste (FEDER) est le moins apprécié, peut-être car il permet moins aux Bretonnes et Bretons de s'identifier ou qu'il incarne moins leur quotidien.

Budget spécifique :

235 000 € pour la réalisation des 2 nouveaux spots et la diffusion des 4 spots

Indicateurs de résultats :

Audience globale cumulée : 6,7 millions de vues (tous médias confondus)

- 519 890 spectateurs en cinéma
- 537 000 téléspectateurs sur France 3 Bretagne (estimation)
- 5,6 millions de vues cumulées sur le web et les réseaux sociaux

Résultats de l'enquête post-campagne réalisée par l'institut TMO

L'enquête a été réalisée par l'institut TMO du 2 au 6 novembre 2017, durant la semaine suivant l'arrêt de la diffusion des spots vidéo. Elle a été menée selon deux méthodes :

- en ligne auprès d'un panel représentatif de la population bretonne (501 personnes de 18 ans et plus)
- en face-à-face auprès d'un panel représentatif de la population rurale (301 habitants de villes moyennes : Fougères, Dinan, Merdrignac, Ploërmel)



Un bon score d'impact, quel que soit le territoire

Si les spots ont été vus et plutôt bien mémorisés, ils ont aussi été appréciés avec un agrément de 6.4/10 (même score dans les deux territoires). Il s'agit d'un score supérieur aux normes (5.9). Les jeunes ruraux ont particulièrement été séduits (6.8 sur 10), soit un résultat encourageant compte tenu du fait que 45% d'entre eux sont défiants vis-à-vis de l'UE.

Une bonne compréhension du message

La campagne a été comprise par 83% des sondés, qui jugent le message clair (80% en Bretagne et 77% en milieu rural). 70% indique que « Le message de ces spots explique que l'Europe intervient dans le quotidien des Bretons en leur apportant des aides financières sur des choses très concrètes ».



Des réactions majoritairement positives

« L'Europe s'intéresse à nous, elle investit pour améliorer notre vie au quotidien »

« Utilité de l'Europe pour les différentes catégories sociales et domaines d'activités.
L'Europe investit pour le bien de tous dans tous les domaines de la vie courante »

3% de réactions négatives au niveau régional (7% en milieu rural)



« Pro Europe, propagande mensongère »

« On veut nous faire avaler l'idée que l'Europe c'est bien... »

« On veut nous faire croire que l'Europe finance l'emploi en France mais il s'agit de l'argent issu de nos impôts. Il ne faudrait pas nous prendre pour des sots ! »

Des effets positifs sur l'image de l'UE

La mise en scène des aides européennes, via les vidéos, génère des effets d'image positifs sur l'UE : elle combat bien les idées reçues et donne à voir une Europe qui agit pour la région, plus humaine, plus proche des citoyens et soucieuse du quotidien des gens. Pour les réticents, les vidéos démontrent bien l'investissement de l'UE sur la Région (et donc une dimension plus humaine). Pour autant, elle n'en apparait pas plus proche des préoccupations de « chacun », le lien n'étant pas forcément fait entre le bénéfice des autres et le bénéfice pour soi.

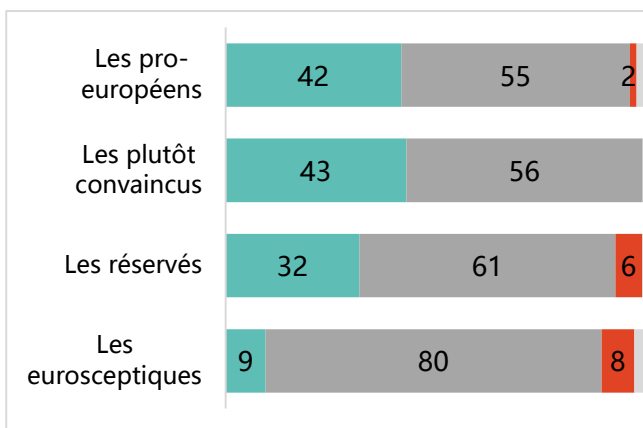
De très bons résultats auprès des jeunes ruraux

37% des jeunes ruraux reconnaissent d'ailleurs « qu'après avoir vu la campagne, ils ont une meilleure image de l'Union Européenne » (39% chez les jeunes bretons). Ce phénomène d'amélioration de l'image se retrouve aussi à l'échelle de toute la région (36%) et en milieu rural (26%). Dans le détail, les réservés semblent évoluer, tout comme les « plutôt convaincus ». Les eurosceptiques sont eux, un profil plus difficile à faire bouger.

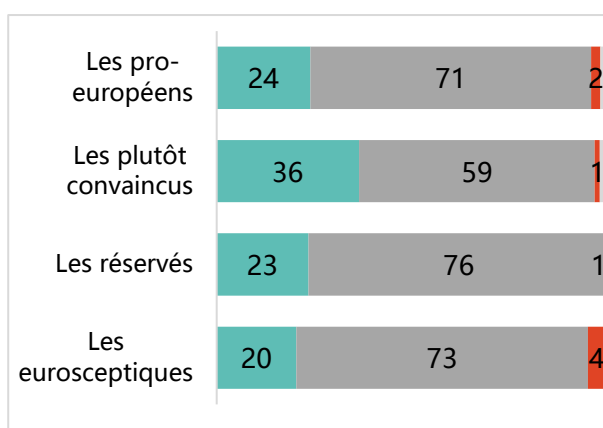
« Après avoir vu cette campagne, diriez-vous que vous avez... »

- Une meilleure image de l'Union Européenne
- Cela ne change rien : vous avez la même image qu'avant
- Une moins bonne image de l'Union Européenne

Population régionale



Population rurale



Action 6 : Réunions d'information et animation du partenariat

Publics cibles : Partenaires Bénéficiaires	Objectifs : <ul style="list-style-type: none">- Informer et accompagner les bénéficiaires dans leurs démarches- Mobiliser, fédérer et accompagner les relais d'information- Informer sur l'avancement de la programmation
Animation du partenariat	
<p>L'année 2017 a été dynamique sur le plan de l'animation du partenariat, avec un effort particulier porté sur le réseau Europe Info/Com initié en 2016, et sur la participation aux Commissions régionales de programmation européenne. Ceci s'est traduit par les rencontres suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none">- 3 réunions partenariales (janvier, mai, octobre) – Réseau Europe Info/Com Ce réseau regroupe les services de la Région, de l'Etat et les collectivités locales et pays bretons et a pour objectif de renforcer le partenariat régional en matière d'actions d'information et de communication sur les fonds européens et l'Europe. Ces travaux se sont concentrés en 2017 sur la dynamique de valorisation de projets (carte des projets, parcours de projets, projets portes ouvertes et Fête de l'Europe notamment) ; un espace de travail collaboratif « Europe Info/Com » a été ouvert pour soutenir les travaux du réseau. La participation à ce réseau doit cependant encore être amplifiée.- 10 Commissions régionales de programmation européenne (CRPE) dont 2 présentielles (février à Brest et mai à Lorient) Les CRPE ont été saisies selon le calendrier classique, permettant de soutenir la dynamique de sélection des projets. L'année a été marquée par l'organisation test de deux CRPE délocalisées sur le territoire régional, à Brest et à Lorient, intégrant des visites de projets. A l'issue de ce test, une consultation relative aux modalités d'organisation et aux contenus des échanges en CRPE a été menée auprès des membres ; les évolutions seront mises en place en 2018 et visent à favoriser la participation à cette instance.- le Comité de suivi a été réuni une fois en mars 2017 à Rennes ; il a également été consulté à deux reprises au cours de l'année sous forme dématérialisée (consultations écrites). <p>Ces rencontres partenariales ne représentent cependant qu'une part des temps d'échange sur le territoire ; le dialogue est en effet renforcé également par l'organisation régulière de l'ensemble des comités uniques de programmation à l'échelle des pays et métropoles, dans le cadre des ITI et DLAL FEADER et FEAMP. De même, la sélection des projets et le dialogue sur les dispositifs s'effectuent dans le cadre de comités spécifiques pour les fonds FEADER (Comités thématiques par dispositif : plusieurs rencontres par Comité dans l'année) et FEAMP (Commission régionale de sélection Pêche et Aquaculture : 4 réunions en 2017 et 1 saisine complémentaire dématérialisée).</p> <p>Par ailleurs, au cours du dernier trimestre 2017, la Région a souhaité sensibiliser et dialoguer avec le partenariat régional sur l'avenir des programmes européens après 2020. Cela s'est traduit par l'organisation de rencontres avec les partenaires et les bénéficiaires de FEDER/FSE, d'une part et FEADER, d'autre part, à chaque fois dans les 4 départements (septembre/octobre 2017) et par des consultations écrites auprès des partenaires et enfin d'une consultation en ligne sur l'avenir de la PAC et l'avenir de la politique de cohésion. Au total, ce sont plus de 500 participants qui ont pu s'exprimer sur l'une ou l'autre des politiques ; ces contributions ont nourri les positions de la Région sur l'avenir de la politique de cohésion et de la PAC (rapports votés en session plénière le 15 décembre 2017).</p> <p>En complément de cette animation partenariale, les réunions d'informations à destination des bénéficiaires se sont poursuivies tout au long de l'année ; elles sont organisées directement par chaque service instructeur, en fonction des besoins par dispositif. Des réunions internes regroupant les services instructeurs par programme sont également organisées, environ 3 fois par an et par programme.</p>	
Budget spécifique : 7 500 € pour l'organisation des rencontres hors site du Conseil régional	
Indicateurs de résultats : A minima 50 réunions organisées sur les seuls programmes 2014-2020	

Action 7 : Evaluation du plan de communication 2017

Publics cibles : Autorité de gestion Partenaires Commission européenne	Objectifs : <ul style="list-style-type: none">- Mesurer la qualité de l'accompagnement et de l'information diffusée aux bénéficiaires et aux partenaires de la programmation- Evaluer l'impact des actions de communication par rapport aux objectifs fixés- Adapter le cas échéant le plan de communication 2018
--	--

Analyse des indicateurs relatifs aux différentes actions de communication

Pour cet exercice d'évaluation, tant quantitative que qualitative de l'efficacité de la stratégie de communication pluri-fonds 2017, trois actions ont été menées :

- analyse des indicateurs des différentes actions du plan de communication 2017
- analyse des résultats d'une enquête d'opinion/satisfaction auprès des bénéficiaires et partenaires de la programmation sur la transparence des programmes (réalisée fin 2016 et analysée début 2017)
- analyse de l'enquête d'opinion sur le sentiment des Bretonnes et des Bretons vis-à-vis de l'UE.

Concernant **l'animation du site web et des réseaux sociaux**, les indicateurs sont en progression par rapport à l'année précédente, mais aussi au cours de l'année : nombre d'abonnés (+60% en 10 mois), nombre de tweets. La seule exception est le nombre de visiteurs (3800 en moyenne par mois en 2017, contre 4300 en 2016), du fait de l'arrêt du référencement payant. Le taux de rebond a fortement diminué ce qui indique que les internautes, bien que moins nombreux à se rendre sur le site, y restent plus longtemps.

Dans le cadre de **la valorisation des projets**, une base de 150 projets a été mise en place avec le partenariat tout au long de l'année 2017 pour aboutir à la cartographie des projets européens ainsi que des parcours virtuels début 2018. Parallèlement, 12 vidéos de projets ont été réalisées ; 9 ont pu bénéficier de mesures d'audience sur TVR. Elles ont été vues 15 000 fois avec environ 1400 vues par vidéo et 9000 vues sur Facebook. Au total, 40 projets européens ont été valorisés par différents supports : vidéos, fiches projets en ligne sur europe.bzh et des sites nationaux et européens, notamment dans le cadre des « 60 ans des Traités de Rome » via la campagne « 60 belles histoires ». De plus, 22 visites de projets ont été organisées dont 17 portes ouvertes dans le cadre de la fête de l'Europe et 5 visites en marge des Commissions régionales de programmation européenne.

Lors de **la fête de l'Europe en Bretagne**, durant le mois de mai, 85 événements ont été organisés par les partenaires et recensés dans un agenda en ligne accessible par le site europe.bzh. Les événements ont été relayés par voie de presse, à la suite d'un communiqué de presse annonçant les événements fin avril (34 parutions médias) et par l'intermédiaire d'une campagne digitale spécifique : 2,4 millions de vues cumulées en 3 semaines.

L'accompagnement des bénéficiaires de fonds européennes s'est poursuivi par l'organisation de réunions d'information et un accompagnement par les services instructeurs. Au total, pour l'accompagnement des bénéficiaires et l'animation du partenariat de la programmation (Comités de suivi, Comités de sélection, commissions de programmation, réunions techniques du Réseau Europe Info/Com...), ce sont plus de 50 réunions qui ont été organisées. Parallèlement, la mise à disposition de **supports de visibilité** auprès des bénéficiaires s'est poursuivie avec 8200 plaques et notices diffusées et 2 600 autocollants envoyés dans l'année. Le guide de communication ainsi que les gabarits d'affiches ont été mis à jour pour tenir compte des évolutions réglementaires mais aussi pour faire évoluer le message du soutien financier de l'UE vers un soutien plus global, un accompagnement plus large ne se résumant pas à un co-financement.

La grande action annuelle d'information grand public a pris la forme de 4 spots (format court de 20 secondes) pour lutter contre les idées reçues concernant l'intervention européenne dans les territoires et dans le quotidien des citoyens. L'audience a été particulièrement importante avec 6,7 millions de vues, tous médias confondus.

Enquête auprès des bénéficiaires (de fin 2016 à début 2017)

Il s'agit de la dernière action de communication inscrite au plan d'action 2016 qui s'est terminée en mars 2017. Cette action avait été programmée pour contribuer à l'évaluation de la première phase de la stratégie de communication consacrée au lancement de la programmation 2014-2020 : « *une enquête d'opinion auprès des bénéficiaires et des partenaires pour évaluer leur niveau de satisfaction et leur perception de la transparence des programmes opérationnels* ».

L'enquête en ligne (du 5 décembre 2016 au 1^{er} mars 2017) a reçu 74 réponses de 36 bénéficiaires et de 38 partenaires. Concernant la communication sur les fonds et programmes européens, les résultats ont montré que le site europe.bzh était connu de la moitié des bénéficiaires interrogés et de l'ensemble des partenaires interrogés ; que les bénéficiaires de FSE ne connaissaient pas le site europe.bzh, ce qui n'était pas surprenant du fait de ses modalités particulières de mise en œuvre et de l'animation d'un site national pour le PO national ; enfin que le kit de communication en ligne était connu de (trop) peu de bénéficiaires et de la moitié des partenaires interrogés mais tous en étaient satisfaits. Le kit était considéré comme un outil utile, clair, précis, synthétique, complet, facile d'utilisation.

La moitié des **bénéficiaires** considéraient être suffisamment informés sur les dispositifs et programmes européens ; pour ceux qui ne l'étaient pas, la cause était :

- « le manque de personne dédiée à ces questions dans la structure »,
- « la complexité des programmes »,
- « le manque d'information directe sur le terrain »

Les solutions proposées en termes d'information et d'animation étaient **d'organiser des réunions publiques d'information territorialisées (majorité des répondants)**, d'accompagner les porteurs de projets (1 répondant), de simplifier les démarches (1 répondant) et d'augmenter la communication (1 répondant). Concernant les **partenaires**, un quart des répondants était satisfait de l'information et de l'animation des programmes ; un quart n'avait pas d'avis. Les solutions proposées par l'autre moitié des répondants étaient de :

- Multiplier les réunions d'information
- Augmenter la pédagogie auprès des porteurs de projets en aval et amont
- Simplifier l'offre
- Disposer d'une plaquette simple
- Améliorer la valorisation des projets par une articulation local-régional
- Financer des actions de com par la Région

Pour cette enquête, dont la participation est jugée faible, nous avons rencontré des difficultés à mesurer si les opérations menées depuis début mars 2016 avaient permis de répondre en partie aux remarques des répondants. Globalement, les réponses nous ont conforté dans les outils mis en place ou prévus.

Enquête d'opinion auprès des citoyens Bretons (décembre 2017)

Avant le sondage prévu fin 2019 pour mesurer l'impact de la communication sur la programmation 2014-2020 des fonds européens en Bretagne, le Conseil Régional a mené une enquête d'opinion plus large sur le sentiment des Bretonnes et des Bretons vis-à-vis de l'Union européenne. Cette étude a été réalisée du 5 au 19 décembre 2017 par le cabinet GECE auprès d'un panel représentatif de la population bretonne. Au total, 1 024 personnes de 15 ans et plus ont été interrogées par téléphone.

Perception de l'UE

Comme l'a rappelé le commissaire européen Pierre Moscovici lors de sa venue à Rennes en janvier 2018, la Bretagne est la région la plus **pro-européenne** de France. En effet, 81 % des Breton·ne·s interrogé·e·s jugent l'appartenance à l'UE comme étant une bonne chose et 67% ont une **perception positive de l'UE**, qu'ils considèrent avant tout comme un espace de liberté (23%), de paix (22%) et de force économique (13%). Pour les plus eurosceptiques, l'UE est davantage perçue comme un gouffre financier (18%) et une organisation politique complexe (10%).

Citoyenneté européenne

Près de 8/10 se voient avec un triple niveau de citoyenneté : Breton, Français et Européen. En Bretagne, la culture et l'économie sont considérés comme les 2 domaines créant le plus fort sentiment d'appartenance, alors qu'en France et en Europe, l'histoire et la culture arrivent en tête des réponses.

Sortie de l'UE

Le ressenti face au Brexit est majoritairement négatif puisque 52% des personnes interrogées ont éprouvé de l'incompréhension, de l'inquiétude et de la colère face à cette annonce. Si un tel référendum était organisé aujourd'hui, 68% des Breton·ne·s voteraient pour un maintien de la France au sein de l'UE. Estimé à 13 %, le vote breton en faveur d'un "Frexit" serait identique au taux d'abstention.

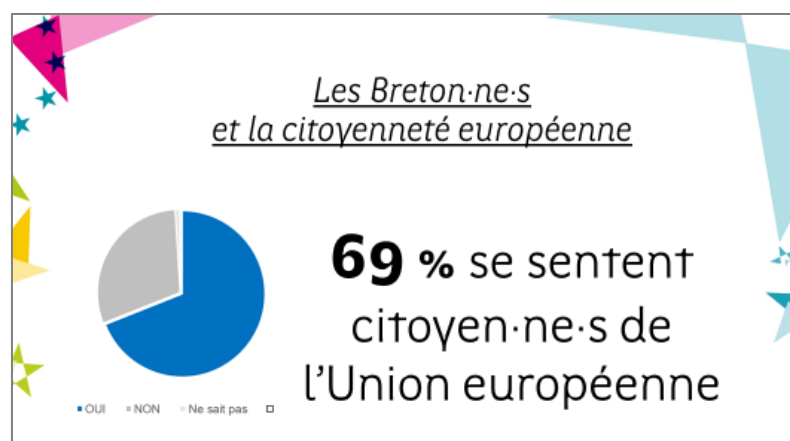
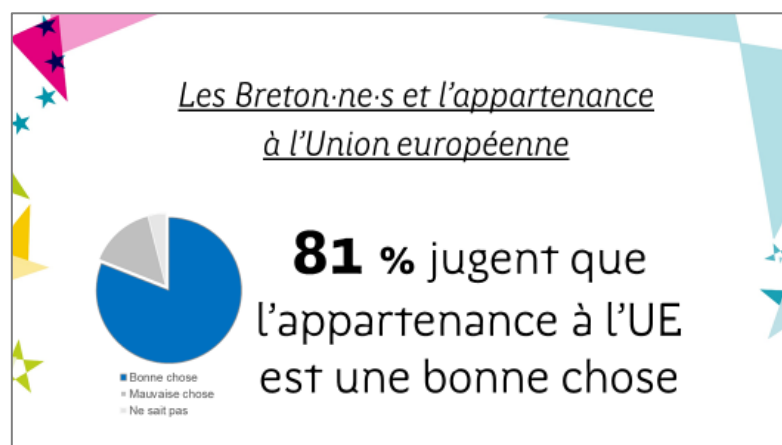
Action de l'Europe en région

L'étude montre également que plus de la moitié des sondés savent que l'Union européenne soutient des projets en Bretagne et 1/3 que les fonds européens sont gérés par la Région.

Budget spécifique : 20 520 €

Résultats de l'enquête d'opinion réalisée par l'institut GECE

L'enquête a été menée par le cabinet GECE du 5 au 19 décembre 2017 auprès d'un panel représentatif de la population bretonne. 1 024 personnes de 15 ans et plus ont été interviewées par téléphone.



Les Breton·ne·s
et l'Union européenne



67 % ont une perception positive

=> espace de liberté (23 %), de paix (22%),
force économique (13%)...

■ Perception positive de l'UE
■ Perception négative de l'UE

13 % ont une perception négative

=> gouffre financier (18%), organisation politique complexe (10%)...

L'Intérêt des Breton·ne·s
pour l'Union européenne



60 % portent un intérêt à l'UE

■ Intéressé·e ■ Pas intéressé·e

Connaissance de l'Union européenne




Plus de la moitié savent que l'UE soutient des projets en Bretagne

Connaissance de l'Union européenne

1/3 savent que les fonds européens sont gérés en région


Les Breton·ne·s face au Brexit

Un ressenti majoritairement négatif face au Brexit

-  **52 %** ont ressenti de l'incompréhension, de l'inquiétude, de la tristesse, de la colère
-  **26 %** ont ressenti de l'indifférence (ou pas d'avis)
-  **22 %** ont ressenti de la compréhension et de l'enthousiasme

Les Breton·ne·s face à une éventuelle sortie de l'UE




68 % voteraient pour un maintien de la France au sein de l'UE 

13 % voteraient pour une sortie de l'UE

13 % ne voteraient pas

Les Breton·ne·s et les élections européennes

45 % ont voté  aux dernières élections de 2014

