

UNION EUROPÉENNE
UNANIEZH EUROPA



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



Bilan des actions de communication 2018

Validé en Comité de suivi des fonds européens

Consultation écrite du 11 au 22 mars 2019

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 2018 marquait donc le milieu de la seconde phase de la stratégie de communication. Le document avait été validé lors du Comité de suivi du 13 avril 2018.

Toutes les actions inscrites dans le plan 2018 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'Union européenne, 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**)

La valorisation des projets européens a été renforcée à travers la réalisation et la diffusion de supports multimédias (actualités, fiches projets pour le web et les réseaux sociaux, retweet de l'actualité de certains projets...). Les projets bretons ont également été valorisés aux niveaux national et européen, sur les sites du Commissariat Général à l'Egalité des Territoires, de la Commission européenne, notamment lors de la campagne « *EU in my Region* ». Au mois de mai, au sein de la Fête de l'Europe en Bretagne pour laquelle 154 événements européens ont été recensés et valorisés en Bretagne, l'opération « portes ouvertes de projets européens » a permis à 34 porteurs de projets de présenter leur expérience européenne, les résultats concrets du soutien de l'Union européenne dans le quotidien des Bretonnes et des Bretons. 10 autres porteurs qui ne pouvaient pas ouvrir leurs portes ont néanmoins relayé la Fête de l'Europe en Bretagne.

Ces différentes actions de valorisation des projets européens ont permis de renforcer la dimension partenariale recherchée dans la mise en œuvre de la stratégie de communication.

Le réseau technique Europe Info-Com rassemblant les structures partenaires de la programmation des fonds européens a ainsi contribué à valoriser des projets dans le cadre de plusieurs actions et permet d'agir en plus grande proximité des territoires.

De plus, pour toucher le grand public, second objectif de cette phase axée sur la valorisation, la campagne de communication média (grande action annuelle d'information prévue au plan de communication chaque année) visait à lutter contre les idées reçues en montrant des exemples de situations pour lesquelles le soutien de l'Europe avait un apport concret dans le quotidien de Breton·ne·s. Initiée en 2016 et complétée en 2017, cette campagne composée de 4 spots (FEDER, FEADER, FSE et FEAMP) a été diffusée durant 3 semaines en 2018. Elle a rencontré une forte audience avec 3,2 millions de vues (cinéma, web, réseaux sociaux).

Enfin, à l'occasion de la Route du Rhum, une exposition de projets européens situés en Bretagne et en Guadeloupe a été réalisée pour faire connaître l'intervention de l'Europe dans ces territoires sous forme de regards croisés. L'exposition de 19 panneaux a été présentée sur les villages de la course, au départ et à l'arrivée de cette 11^{ème} édition qui fêtait ses 40 ans. Les projets portent sur les thématiques de l'égalité homme-femme, de l'insertion, des usages numériques, du tourisme, de l'agriculture, de la pêche et de la biodiversité.

Les actions d'information et d'accompagnement des bénéficiaires se sont également poursuivies en 2018, au moyen de réunions pour chaque fonds, d'accompagnements individualisés par les services instructeurs et notamment la mise à disposition des supports de visibilité fournis par la Région (gabarits d'affiches, autocollants et plaques).

En complément de toutes ces actions de communication, le cycle de préparation des futurs programmes européens après 2020 a nourri les échanges lors de chaque Comité de suivi, Commission Régionale de Programmation Européenne et autres réunions partenariales. 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, la politique de cohésion post 2020 et le programme Erasmus + en s'appuyant sur une concertation des partenaires de la programmation, de bénéficiaires de fonds européens mais aussi de citoyens en Bretagne. La mobilisation des acteurs bretons s'est donc poursuivie sur ces enjeux de développement régional pour porter leurs expressions auprès des instances européennes.

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 2018.

SYNTHESE DES ACTIONS REALISEES EN 2018

ACTIONS	OBJECTIFS	CIBLES	REALISATIONS	Date de réalisation	INDICATEURS	Montant prévu (TTC)	Montant dépensé (TTC)
<p>Site web et réseaux sociaux</p> <p>(Action 1)</p>	Faciliter l'accès à l'information sur l'intervention de l'UE en Bretagne	Porteurs de projets, bénéficiaires Partenaires de la programmation	Complétude des fiches dispositifs du site, appels à projets, ajout de fiches projets, actualités...	Toute l'année 2018	Site europe.bzh : 3 138 visiteurs en moyenne par mois	90 000 €	En interne
	Accompagner les bénéficiaires dans leurs démarches	Grand public	Mise en ligne de la nouvelle version du site europe.bzh et de la carte de projets	Refonte en mars et mises à jour toute l'année 2018	Moy de 3000 visiteurs par mois Twitter : 1 068 abonnés (+ 348 en 1 an) et 661 tweets (moyenne mensuelle de 20 tweets)		En interne
	Mobiliser et fédérer les partenaires de la programmation		Animation des réseaux sociaux	En continu	Facebook : 522 abonnés (+ 197 en 1 an) et 482 mentions « j'aime »		
	Promouvoir l'intervention de l'UE en Bretagne		Campagne digitale Fête de l'Europe (cf. Action 3)	Mai	2,26 millions de vues cumulées en 3 semaines pour la campagne digitale 3 678 visiteurs sur le site (86 % de nouveaux)		13 000 €
			Campagne digitale promotion du site (display, mobile et réseaux sociaux)	Juin	1.4 millions de vues en 3 semaines 4 544 visiteurs sur le site (85 % de nouveaux)		12 000 €

Valorisation des projets européens (Action 2)	Faire connaître et sensibiliser à l'action concrète de l'UE en Bretagne	Grand public	Mise en place du partenariat TVR « L'Europe et vous » 2018/2019	Juillet-Dec	Réalisation d'une vidéo « pilote » en 2018 et commande de vidéos pour diffusion en 2019	45 000 €	42 840 €
	Promouvoir des projets européens exemplaires		Communication sur les projets européens	Octobre-Novembre	Exposition Route du Rhum		3 270 €
Fête de l'Europe en Bretagne 2018 (Action 3)	Améliorer la notoriété et la visibilité des événements européens	Grand public	Coordination et valorisation régionale des événements organisés en Bretagne	Février - Avril	154 événements organisés dont 34 portes ouvertes de projets	10 000 €	6 000 €
	Sensibiliser à l'action concrète de l'UE en Bretagne		Création d'un kit de communication	Mars	Diffusion de goodies		
			Relations presse	23 avril	1 conférence de presse et une trentaine d'articles de presse parus		
			Campagne digitale (<i>Montants dans Action 1</i>)	Mai	2,26 millions de vues cumulées en 3 semaines pour la campagne digitale		
Grande action annuelle (Action 4)	Sensibiliser à l'action concrète de l'UE et montrer son impact dans le quotidien des Breton-ne-s	Grand public	Campagne media « <i>Oubliez les idées reçues ! En Bretagne, l'Europe investit dans votre quotidien</i> »	Diffusion : Octobre/novembre	Audience globale cumulée (sauf TV) : 3,2 millions de vues	120 000 €	100 000 €
	Améliorer la notoriété de l'intervention de l'UE en Bretagne		Diffusion de 4 spots cinéma, TV, web.		570 848 spectateurs en cinéma		
	Améliorer l'image de l'Europe auprès des citoyens		Conception de la grande action 2019	Septembre - Décembre	Conception	100 000 €	150 000 €

Animation du partenariat et accompagnement des bénéficiaires (Action 5)	Garantir une information régulière sur l'avancement de la programmation 2014-2020	Partenaires	1 réunion du Réseau Europe Info-Com	Avril				
	Animer les instances partenariales pour favoriser le dialogue et la concertation	Bénéficiaires	Réunions d'information des bénéficiaires par fonds	3 par an et par fonds				
			1 Comité de suivi présentiel 4 Consultations écrites	Avril à Rennes	100 participants			
			10 Commissions régionales de programmation européenne (CRPE) dont 3 présentiels	Février à Rennes Juin à Quimper Octobre à Roscoff	45 participants 29 participants 28 participants	35 000 €	34 290 €	
	Accompagner les bénéficiaires							
	Mobiliser le partenariat sur les programmes post-2020		Organisation régulière de l'ensemble des comités uniques de programmation (CUP) à l'échelle des pays et métropoles	Une par mois et par territoire				
			Diffusion de supports de visibilité (autocollants, plaques...)		Novembre	8 440 plaques et notices et 2 340 autocollants diffusés		
		Commande de supports de visibilité pour 2019-2020		Décembre	12 200 plaques et 25 000 autocollants	50 000 €	41 460 €	
Evaluation du plan de	Evaluer les actions menées durant la deuxième phase de mise	Autorité de gestion Partenaires	Analyse de l'évolution des indicateurs sur les différentes actions	En continu		En interne	En interne	

communication 2018 (Action 6)	en œuvre de la programmation	Commission européenne	Enquêtes de satisfaction et d'opinion	Initialement prévues pour 2018 mais reportées à 2019 dans le cadre de l'évaluation de l'ensemble de la phase 2 de la stratégie de communication		20 000 €	
Montants totaux						470 000 €	402 860 €

Action 1 : Animation du site web et des réseaux sociaux

<p>Publics cibles : Porteurs de projets, bénéficiaires Partenaires de la programmation Grand public</p>	<p>Objectifs :</p> <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
<p>Site europe.bzh</p>	
<p>Une nouvelle version du site a été mise en ligne début 2018. Deux évolutions importantes sont à noter : la refonte totale de la page d'accueil et l'ajout d'une rubrique « Découvrir » dans la barre de menu.</p> <p>La page d'accueil comprend désormais les actualités, les derniers tweets du compte Twitter (EuropeBretagne) ainsi qu'une carte localisant une sélection de projets européens (cf. Action 2). Enfin, en bas de page se trouvent des accès directs à la chaîne Vimeo (reportages sur les fonds européens), au kit de communication pour les bénéficiaires et aux parcours de projets européens dans les territoires.</p> <p>La nouvelle rubrique « Découvrir » intègre des contenus sur l'Europe, ses valeurs, ses institutions, ses principales politiques constituant un premier niveau d'information sur l'Europe (grand public), la rubrique « Comprendre » présente l'action de l'Europe en Bretagne via les fonds européens et la rubrique « Rechercher » présente les aides européennes et les appels à projets.</p> <p>Le site a été régulièrement mis à jour avec la mise en ligne d'actualités (3 à 4 par mois), la mise à jour des fiches dispositifs et la mise en ligne d'informations relatives aux appels à projets, 67 au total (33 pour le FEADER, 21 pour le FEAMP et 13 pour le FEDER).</p> <p>Pour la valorisation des projets, le grand changement a été la création d'une carte localisant une sélection de 145 projets en Bretagne. En parallèle, une quinzaine de nouvelles fiches projets ont été ajoutées (cf. Action 2).</p> <p>On note que les campagnes digitales ont un impact significatif sur la fréquentation du site.</p> <p>La diffusion du sondage sur la citoyenneté européenne a attiré 6 232 visiteurs (87% nouveaux) sur le site. Cette diffusion a permis d'atteindre un record d'acquisition de 37% des visiteurs via les réseaux sociaux. La campagne réalisée en mai pour la Fête de l'Europe sur Facebook et Twitter a attiré 3 678 visiteurs (86 % nouveaux) sur le site.</p> <p>La campagne de promotion a attiré 4 544 visiteurs (85.6 % nouveaux) sur le site.</p> <p>La campagne « Oubliez les idées reçues », comprenant des posts sur Facebook et Twitter a permis d'atteindre un record de fréquentation en octobre avec 6 066 visiteurs (92.5 % nouveaux). Ce chiffre est à nuancer par le taux de rebond important de 77,56%.</p>	
<p>Moyens :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Campagnes digitales : 29 330 € - Moyens humains spécifiques : mobilisation des ressources internes de la Région Bretagne 	
<p>Indicateurs de résultats :</p> <p>38 actualités mises en ligne sur le site en 2018 67 appels à projets mis en ligne en 2018 3 138 visiteurs en moyenne par mois en 2018</p>	

Réseaux sociaux

Créés en 2011 par le SGAR, les comptes Facebook et Twitter « L'Europe en Bretagne » ont été réactivés en février 2017. Destinés à informer sur l'action de l'Europe en Bretagne (financements, projets européens, citoyenneté européenne...), les deux comptes regroupent à fin décembre 2018, **plus de 1 500 abonnés**, avec une forte hausse des abonnements tout au long de l'année 2018.

Les 3 tweets les plus vus en 2018 concernaient :

- Le sondage citoyenneté européenne (13,9 k impressions)
- Le jeu-concours « Sur la route des vacances ou du Tour de France en Bretagne, partagez vos photos de projets soutenus par l'Europe » (7 658 impressions)
- Les lycéens de Carhaix ont enregistré leur première émission radio pour « Good Morning Europe » dans le cadre du programme Erasmus + (7 035 impressions)

Si le compte Twitter a trouvé son public, le compte Facebook peine encore à le rassembler.

Moyens humains et financiers :

- moyens humains spécifiques : mobilisation des ressources internes de la Région Bretagne

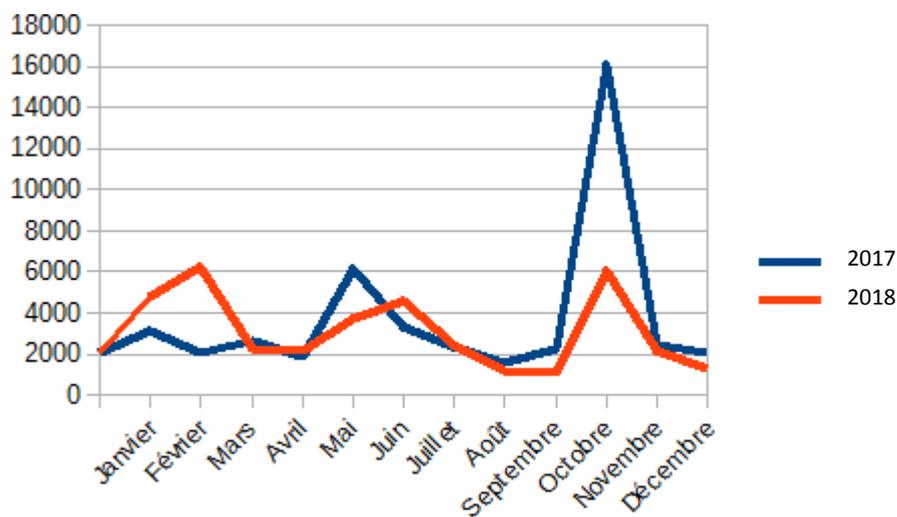
Indicateurs de résultats :

Twitter : 1 068 abonnés (+ 348 en 1 an) et 661 tweets (moyenne mensuelle de 20 tweets)

Facebook : 482 mentions « j'aime », 522 abonnés, 39 publications

Fréquentation du site europe.bzh

Nombre de visiteurs (comparatif 2017/2018)



Février : diffusion du sondage « citoyenneté européenne »

Mai : Fête de l'Europe en Bretagne (campagne digitale)

Octobre : Campagne média « Oubliez les idées reçues » (la baisse de la fréquentation en 2018 tient essentiellement au fait que la campagne 2018 était identique à 2017 et a bénéficié de moins de relais nationaux et européens)

Comptes de réseaux sociaux

Page Facebook de la programmation 2014-2020 gérée par la Région Bretagne depuis 2017



Page Twitter de la programmation 2014-2020



Campagne de promotion du site



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 vidéos TVR	
<p><u>« L'Europe et nous » en 2017 :</u> Début 2017, la Région Bretagne avait initié un partenariat avec TVR afin de valoriser l'action de l'Europe et son impact dans le quotidien des Breton-ne-s. Ce partenariat a donné lieu à la réalisation d'une émission spéciale et de 12 vidéos intitulées « L'Europe et nous ». Chaque vidéo présente le témoignage d'un bénéficiaire de fonds européens.</p>	
<p><u>« L'Europe et vous » en 2018-2019 :</u> En complément des vidéos de 2017, une approche plus territoriale a été privilégiée afin de valoriser l'action de l'Europe dans les territoires infra-régionaux avec de nouvelles vidéos « L'Europe et vous ». Il s'agit également de renforcer le partenariat avec les collectivités bretonnes qui sont parties prenantes dans la préparation des reportages. Une vidéo pilote a été réalisée à l'échelle de Brest Métropole en 2018 et va permettre le déploiement progressif du dispositif « L'Europe et vous » en 2019.</p>	
Budget spécifique : 42 840 € pour la réalisation d'une première série de vidéos qui seront diffusées en 2019	
Indicateurs de résultats : <ul style="list-style-type: none">- Audience : nombre de vues des vidéos qui seront diffusées en 2019	
Recensement des projets européens à valoriser et actions spécifiques de valorisation	
<p><u>Création d'une carte de projets sur le site europe.bzh</u> Le travail de sélection de projets européens mené en 2017 a permis de réaliser une carte interactive de 145 projets, mise en ligne sur la page d'accueil de la nouvelle version du site en mars. La création de cette carte d'une sélection de projets en page d'accueil donne plus de visibilité aux interventions de l'Europe dans les territoires. Les projets cartographiés peuvent être détaillés dans des fiches projets illustrant les dispositifs mais aussi dans les parcours de projets par territoire, ou encore dans le cadre d'autres actions de valorisation, en lien avec les campagnes nationales et européennes. En 2018, 3 parcours virtuels présentant 17 projets ont été testés avec un outil développé en interne (Karten story) : Pays de Fougères, Brest Métropole et Biodiversité en Bretagne. Ces parcours, ont été mis en ligne également en mars 2018. Ils ont vocation à être complétés par des parcours dans les autres territoires partenaires et sur d'autres thématiques à l'échelle régionale.</p>	
<p><u>Partenariat France Télévisions – Campagne Commission européenne</u> Pour améliorer la visibilité des projets européens à l'échelle nationale, France Télévisions a réalisé 10 capsules vidéos (50 secondes) pour la Commission européenne. En Bretagne, c'est le projet Bretagne Très Haut Débit qui a été valorisé. La vidéo a été diffusée en septembre et octobre sur France 2 et France 3, avant le journal de 19h et relayée sur les supports web (Facebook et twitter Europe Bretagne).</p>	
<p><u>Création d'une exposition de projets européens à l'occasion de la Route du Rhum - 40^{ème} anniversaire</u> A l'initiative de la Région Guadeloupe, une exposition composée de 19 panneaux (introduction et 18 projets européens) a mis en avant des exemples de projets européens réalisés en Bretagne et en Guadeloupe sur des thématiques communes. 9 projets bretons ont été valorisés sur les thématiques de l'égalité</p>	

femme/homme, l'insertion, la formation, le numérique, la recherche, l'agro-alimentaire et la pêche. L'exposition a été présentée sur les villages de la Route du Rhum – destination Guadeloupe en octobre et novembre 2018 (à Saint-Malo, Pointe-à Pitre et Basse-Terre). Elle a vocation à être réutilisée par les partenaires en Bretagne, ou à l'extérieur, lors d'événements organisés par le partenariat national et européen.

Visites de projets européens lors de la Fête de l'Europe

La fête de l'Europe en Bretagne est aussi l'occasion de valoriser et faire connaître des projets européens. En 2018, 34 bénéficiaires de fonds européens (FESI et programmes sectoriels tels qu'Erasmus +, Horizon 2020, Europe pour les citoyens par exemple) ont ouvert leurs portes. De plus, 10 bénéficiaires ont souhaité communiquer sur la Fête de l'Europe alors qu'ils n'avaient pas la possibilité d'ouvrir leurs portes (en raison de travaux, pour des questions de haute sécurité, etc.). Ces projets sont également cartographiés sur le site de l'Europe en France et celui de la DG Regio, en lien avec la campagne EU in my Region.

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

Budget spécifique Exposition : 3 270 €

Indicateurs de résultats :

- 23 projets valorisés aux niveaux régional, national et européen : 15 « fiches projets » sur le site europe.bzh, 9 projets dans une exposition présentée sur les villages de la Route du Rhum
- 34 visites de projets organisées lors des portes ouvertes dans le cadre de la Fête de l'Europe en mai.
- Mars 2018 : 145 projets européens localisés en page d'accueil du site
- Fin 2018, 202 projets recensés dans la base de projets à valoriser

Action 3 : Fête de l'Europe en Bretagne 2018

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 (cf. Action 2). Au total, 154 événements ont été référencés en 2018 sur un agenda en ligne dédié à la « Fête de l'Europe en Bretagne ».</p>	
Moyens humains et financiers : <ul style="list-style-type: none"> - moyens humains : mobilisation des ressources internes au Conseil régional pour la coordination de l'action « Fête de l'Europe en Bretagne » et pour l'organisation des portes ouvertes 	
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 en 2018 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kit graphique complet : nouveaux éléments print et web, modèle Word, présentation générique - Agenda en ligne : ajout des événements - Goodies : Vitrophanie à afficher sur les fenêtres et portes vitrées pour identifier les lieux des événements, guirlandes et ballons de couleurs pour décorer ces lieux et distribuer aux visiteurs le cas échéant - 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 de de la Région Bretagne - 1 vidéo bilan partagée sur le web et les réseaux sociaux 	
	
Moyens humains et financiers : <ul style="list-style-type: none"> - budget spécifique : 13 000 € pour la campagne digitale - 6 000 € pour l'agenda en ligne et les goodies - moyens humains spécifiques : mobilisation des ressources internes de la Région Bretagne 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"> - 154 événements organisés dont 34 portes ouvertes de projets (2017 : 85 événements dont 17 portes ouvertes de projets) - 5 000 visites sur l'agenda en ligne - 52 posts sur les réseaux sociaux Twitter et Facebook @EuropeBretagne - 2,26 millions de vues cumulées en 3 semaines pour la campagne digitale - 1 conférence de presse et 33 parutions médias 	

Campagne digitale Fête de l'Europe



Animation des comptes Facebook et Twitter



Relais de la campagne EUinMyRegion sur Facebook et Twitter



Action 4 : 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 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 2018

Un concept décliné en 4 spots vidéos

Pour sensibiliser les citoyens à l'action de l'Union européenne sur le territoire, la campagne média « *Oubliez les idées reçues ! En Bretagne, l'Europe investit dans votre quotidien* » avait été initiée en 2016 avec 2 spots FEDER et FEADER. Récompensée du prix EuropCom 2016, celle-ci a été approfondie en 2017 avec la réalisation de nouveaux spots FSE et FEAMP en complément de ceux de 2016. En 2018, ce sont de nouveaux ces 4 spots qui ont été diffusés.

<http://bit.ly/2zx7ZeO>



Un plan média couvrant tout le territoire breton

Afin de toucher le plus grand nombre, les 4 spots ont été diffusés durant trois semaines en octobre-novembre 2018, avec une diffusion en TV, cinéma et digital. Cela s'est traduit par une présence renforcée sur les réseaux sociaux (comptes Facebook et Twitter @EuropeBretagne), une diffusion dans les cinémas de 55 communes (grandes, moyennes et petites agglomérations), soit 205 salles de cinémas, une diffusion sur France 3 Bretagne ainsi qu'en digital (web et réseaux sociaux).

Les 4 spots ont touché 570 848 spectateurs en cinéma, 2,6 millions de vues cumulées sur le web et les réseaux sociaux. Les résultats de la diffusion de cette campagne sont considérés comme plutôt satisfaisants.

En parallèle, la préparation de la grande action annuelle 2019 a débuté dès fin 2018 pour une mise en œuvre en 2019.

Budget spécifique grande action 2018 : 100 000 €

Budget spécifique à la conception de la grande action 2019 : 150 000 €

Indicateurs de résultats :

Audience globale cumulée : 3,2 millions de vues (tous médias confondus sauf TV France 3 Bretagne) :

- 2,6 millions de vues cumulées sur le web et les réseaux sociaux
- 570 848 spectateurs en cinéma

Grande action annuelle Campagne média

« Oubliez les idées reçues ! En Bretagne, l'Europe investit dans votre quotidien »

DIGITAL :

Exemple de post Facebook



Exemple de post Twitter



Exemple du format Piximédia



Action 5 : Animation du partenariat et accompagnement des bénéficiaires

Publics cibles : Partenaires Bénéficiaires	Objectifs : <ul style="list-style-type: none"> - Informer sur l'avancement de la programmation - Animer les instances partenariales - Mobiliser le partenariat sur les programmes post 2020 - Accompagner les bénéficiaires dans leurs démarches
Animation du partenariat	
<p>L'animation du partenariat s'est poursuivie en 2018. Ceci s'est traduit par les rencontres suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le Comité de suivi a été réuni une fois en avril 2018 à Rennes (100 participants); il a également été consulté à quatre reprises au cours de l'année sous forme dématérialisée (consultations écrites). - 10 Commissions régionales de programmation européenne (CRPE) dont 3 présentiels Les CRPE ont été saisies selon le calendrier classique, permettant de soutenir la dynamique de sélection des projets. L'année a été marquée par la nouvelle organisation, à savoir l'alternance de réunions en présentiel (en février à Rennes - 45 participants, en juin à Quimper - 29 participants et en octobre à Roscoff - 28 participants), dématérialisées et en visio-conférence (26 participants). <p>Pour les Comités de suivi et les CRPE présentiels, un document est mis à jour sur l'état d'avancement de la programmation des fonds européens en Bretagne. « Où en sont les fonds européens en Bretagne ? » est distribué au partenariat en séance et disponible sur le site europe.bzh.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 réunion partenariale du Réseau Europe Info/Com (avril) Ce réseau regroupe les services de la Région, de l'Etat et les collectivités locales et pays bretons. Il 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 poursuivis en 2018 sur la valorisation de projets (démarrage de vidéos dans les territoires, parcours de projets, projets portes ouvertes et Fête de l'Europe notamment). La participation à ce réseau doit encore être amplifiée. <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 à raison d'une par mois en moyenne dans chaque territoire. De même, la sélection des projets et le dialogue sur les dispositifs s'effectuent dans le cadre de comités spécifiques pour les fonds FEADER (8 Comités thématiques regroupant plusieurs dispositifs à raison de 1 à 3 rencontres par Comité dans l'année) et FEAMP (Commission régionale de sélection Pêche et Aquaculture : 6 dont 2 réunions présentiels en 2018).</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> <p>L'utilisation systématique des roll-ups par l'autorité de gestion et les partenaires, à l'occasion de réunion, comités, commissions et divers événements s'est poursuivie. Elle présente 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.</p>	
Budget spécifique : 34 290 € pour l'organisation des réunions du partenariat	
Indicateurs de résultats : <ul style="list-style-type: none"> - 5 réunions organisées pour la programmation pluri-fonds (CS, CRPE, Réseau Europe Info/Com) - Publication de 5 états d'avancement de la programmation des fonds en Bretagne (janvier, mars, juin, septembre et décembre) 	

Accompagnement des bénéficiaires

Une mise à jour des visuels autocollants et plaques du guide de communication ainsi que du kit de communication en ligne a été réalisée.

Les supports de visibilité (plaques, notice et autocollants) ont été 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. Le portail web a attiré 2 309 visiteurs en 2018 dont 82,3% nouveaux.



Une commande de 12 200 plaques et 25 000 autocollants a été effectuée en fin d'année 2018 pour couvrir les besoins 2019-2020.

Moyens :

- 41 460 € (commandes de plaques et autocollants fin 2018)
- moyens humains spécifiques : 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

Indicateurs de résultats :

- 8 440 plaques et notices diffusées aux services instructeurs pour envoi aux bénéficiaires
- 1400 autocollants diffusés aux services instructeurs pour envoi aux bénéficiaires
- 940 autocollants envoyés directement aux bénéficiaires, sur demande (formulaire en ligne)

Guide de communication pour les bénéficiaires

Couverture de l'édition 2017 (inchangée)



Page intérieure (2018 : modification des visuels autocollants et plaques)

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 6 : Evaluation du plan de communication 2018

Publics cibles : Autorité de gestion Partenaires Commission européenne	Objectifs : Evaluer les actions menées durant la deuxième phase de mise en œuvre de la programmation
Analyse des indicateurs relatifs aux différentes actions de communication	
<p>Pour cet exercice d'évaluation, tant quantitative que qualitative de l'efficacité de la stratégie de communication pluri-fonds 2018, deux actions étaient prévues :</p> <ul style="list-style-type: none">- analyse des indicateurs des différentes actions du plan de communication 2018- analyse des enquêtes de satisfaction et d'opinion, reportée en 2019 pour répondre aux enjeux de l'évaluation de l'ensemble de la phase 2 de la stratégie de communication (phase de valorisation). <p>Concernant l'animation du site web et des réseaux sociaux, les indicateurs sont en progression par rapport à l'année précédente, le nombre d'abonnés a augmenté en 1 an (+ 348 abonnés sur Twitter, + 197 abonnés sur Facebook). La seule exception est le nombre de visiteurs sur le site web qui a légèrement diminué (3136 en moyenne par mois en 2018, contre 3826 en 2017). Le taux de rebond est plus ou moins similaire à celui de 2017 (entre 40 et 50%). En revanche il excède les 50% pendant les campagnes digitales (Fête de l'Europe, campagne média), ce qui indique que les internautes se rendent sur le site et le quittent après la consultation d'une seule page. Le temps de visite est également réduit pendant ces périodes de campagnes. Cette baisse de fréquentation du site web amène à réfléchir à une action spécifique sur le site, en vue d'améliorations pour 2020 et au-delà, pour la future période de programmation 2021-2027.</p> <p>Dans le cadre de la valorisation des projets, une base de 202 projets (fin 2018) a été mise en place avec le partenariat tout au long de l'année 2017 pour aboutir à la cartographie de 145 projets européens ainsi que des parcours virtuels en mars 2018. 23 projets européens ont été valorisés par différents supports : vidéos, fiches projets en ligne sur europe.bzh et des sites nationaux et européens, exposition de projets pour la Route du Rhum.</p> <p>Lors de la Fête de l'Europe en Bretagne, durant le mois de mai, 154 événements ont été organisés par les partenaires dont 34 portes ouvertes ; tous recensés dans un agenda en ligne accessible par le site europe.bzh. Le nombre d'événements est en hausse par rapport à 2017. Les événements ont été relayés par voie de presse, à la suite d'un communiqué de presse annonçant les événements (33 parutions médias) et par l'intermédiaire d'une campagne digitale spécifique : 2,26 millions de vues cumulées en 3 semaines.</p> <p>Tout au long de l'année, des supports de visibilité ont été mis à disposition des bénéficiaires avec 8 440 plaques et notices diffusées et 2340 autocollants envoyés.</p> <p>L'accompagnement des bénéficiaires de fonds européens s'est poursuivi par l'organisation de réunions d'information et un accompagnement par les services instructeurs. 5 réunions présentiels ont été organisées pour la programmation plurifonds en raison de la mise en place de réunions de CRPE en visio-conférences et en consultation écrite. Les Comités de sélection par fonds ont poursuivi un rythme équivalent à l'année précédente.</p> <p>La grande action annuelle d'information grand public a été reconduite pour la 3^{ème} et dernière année consécutive. Intitulée « Oubliez les idées reçues, l'Europe investit dans votre quotidien », cette campagne média visant à lutter contre les idées reçues concernant l'intervention européenne dans les territoires et dans le quotidien des citoyens. L'audience des 4 spots vidéos en télévision, cinéma et web a été particulièrement importante avec 3,2 millions de vues (tous médias confondus, sauf TV France 3 Bretagne).</p>	
Budget : En interne	