

UNION EUROPÉENNE
UNANIEZH EUROPA



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



Bilan des actions de communication 2019

Validé en Comité de suivi des fonds européens

Consultation écrite du 16 au 29 avril 2020

INTRODUCTION

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 2019 marquait donc la fin de la seconde phase de la stratégie de communication. Le document avait été validé en comité de suivi des fonds européens (consultation écrite du 11 au 22 mars 2019).

Toutes les actions inscrites dans le plan 2019 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 2019, 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).

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 puis de l'Agence nationale pour la cohésion des territoires, de la Commission européenne, notamment lors des campagnes « *EU delivers in the Regions* » et « *EU in my Region* ». Le contexte particulier des élections européennes a permis de valoriser de nombreux projets par voie de presse, de reportages diffusés à la télévision et sur les réseaux sociaux, en réponse à de nombreuses sollicitations de journalistes en amont des élections,

en mars et avril. Au mois de mai, à l'occasion de la Fête de l'Europe en Bretagne pour laquelle 134 événements européens ont été recensés et valorisés en Bretagne, l'opération « portes ouvertes de projets européens » a permis à 54 porteurs de projets de présenter leurs expériences européennes, les résultats concrets du soutien de l'Union européenne dans le quotidien des Bretonnes et des Bretons. 15 autres porteurs qui ne pouvaient pas ouvrir leurs portes ont néanmoins relayé la Fête de l'Europe en Bretagne. Au final, plus de cent projets ont été valorisés durant cette Fête de l'Europe. La réalisation de vidéos de projets européens dans les territoires, en vue de la série « L'Europe et vous » s'est poursuivie, en partenariat avec les pays, métropoles et départements.

Ces différentes actions de valorisation des projets européens ont permis de renforcer la dimension partenariale annoncée pour cette seconde phase de la stratégie grâce à l'investissement du réseau Europe Info-Com des technicien·ne·s en charge des programmes européens dans les structures partenaires de la programmation des fonds européens.

Enfin, à l'automne, second temps fort de communication après le mois de mai, une nouvelle campagne de communication média intitulée « Les Br[EU]tons » a mis en avant huit porteurs de projets. Cette campagne lancée en 2019 sera à nouveau déployée en 2020 et 2021. Elle a vocation à toucher le grand public, second objectif de cette phase axée sur la valorisation, et répond à l'obligation d'organiser une « grande action annuelle d'information ». L'objectif de cette campagne est de montrer encore plus concrètement des projets soutenus par l'Europe en Bretagne.

Toutes ces actions de communication ont été mises en valeur lors des différentes rencontres partenariales qui ponctuent la mise en œuvre des fonds européens en Bretagne (Comité de suivi, CRPE, comités thématiques...); la préparation des futurs programmes européens a également nourri les échanges et les acteurs européens en Bretagne ont ainsi poursuivi en 2019 les réflexions engagées dès la fin de l'année 2017 sur l'avenir des politiques et programmes européens après 2020. Les actions de communication ont commencé à être adaptées pour accompagner cette démarche. En fin d'année, un mode opératoire et un calendrier pour formaliser les prochains programmes opérationnels ont été présentés, en lien avec l'avancée des négociations sur le budget européen et sur les futures orientations de chaque fonds. Ce processus sera déployé tout au long de l'année 2020 pour permettre le lancement des nouveaux programmes à compter de 2021.

Pour faciliter la lecture du présent document, le plan est présenté sous forme d'un tableau de synthèse complété de fiches détaillant le bilan de chaque action réalisée en 2019.

SYNTHESE DES ACTIONS REALISEES EN 2019

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 Accompagner les bénéficiaires dans leurs démarches Mobiliser et fédérer les partenaires de la programmation Promouvoir l'intervention de l'UE en Bretagne	Porteurs de projets, bénéficiaires Partenaires de la programmation Grand public	Complétude des fiches dispositifs du site, appels à projets, ajout de fiches projets, actualités...	Toute l'année 2019	Site europe.bzh : 5 087 visiteurs en moyenne par mois 33 actualités 76 Appels à projets 14 nouvelles fiches projets	30 000 €	En interne
			Animation des réseaux sociaux	Toute l'année 2019	Twitter : 1 190 abonnés (+ 122 en 1 an) et 829 tweets. Facebook : 514 mentions « j'aime », 647 abonnés, 39 publications		En interne
			Mise en ligne de la nouvelle version du site europe.bzh et de la carte de projets	Mise en ligne en février Mise à jour de la carte en mars	Ajout de 110 projets		En interne


			Campagne digitale Fête de l'Europe (cf. Action 3)	Mai	1,5 millions de vues cumulées (web et réseaux sociaux) en 4 semaines pour la campagne digitale. 5 792 visiteurs sur le site (87 % de nouveaux)		12 011 €
Valorisation des projets européens (Action 2)	Faire connaître et sensibiliser à l'action concrète de l'UE en Bretagne Promouvoir des projets européens exemplaires	Grand public	Rediffusion reportages TVR « L'Europe et nous »	Juillet-Déc.	Réalisation de 5 vidéos pour diffusion en 2020	40 000 €	Report 2020
			Démarrage du partenariat TVR « L'Europe et vous » 2019	Mai			
			Campagne européenne «EU in my Region » (portes ouvertes, cartes postales, concours photo, quizz)	Mai-Juin	Valorisation de 100 projets	En interne	En interne
			Campagne européenne «EU delivers in the Regions»	Juillet-Aout	Valorisation du Port de Brest	Financement CE	
			Fête de la science	Septembre	Valorisation des projets de recherche	En interne	En interne
			Mois de l'ESS	Novembre	Valorisation des projets accompagnés par les Tags (FEDER) et les structures soutenues par le FSE	En interne	

			Cyberweek	Décembre	Valorisation du projet CYBER	En interne	
Fête de l'Europe en Bretagne (Action 3)	Améliorer la notoriété et la visibilité des événements européens Sensibiliser à l'action concrète de l'UE en Bretagne	Grand public	Coordination FEB Information (via agenda en ligne) et valorisation régionale des événements organisés en Bretagne Création d'un kit de communication (visuels, bandeaux web, vidéo) Campagne digitale	Agenda mis en ligne le 23 avril Février - Avril Mars 23 avril - mai	Recensement des événements sur Open Agenda : 134 événements organisés dont 54 portes ouvertes de projets européens. Diffusion de goodies 1,5 millions de vues cumulées (web et réseaux sociaux) en 4 semaines pour la campagne digitale.	6 000 €: <i>Budget goodies</i> <i>(inclus dans Action 1 : 13 000 €)</i>	900 € 1 620 € (vidéo) 12 011 € <i>(Inclus dans l'action 1)</i>
Grande action annuelle (Action 4)	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	Grand public	Campagne media « <i>Les Br[EU]tons</i> » Diffusion de spots cinéma, print, presse, digital ; affichage urbain.	Diffusion : du 14 Octobre au 3 Novembre	Valorisation de 8 porteurs de projets 3,8 millions de vues cumulées : web : 1M, réseaux sociaux : 1M presse 1,8M 226 salles de cinéma 720 140 spectateurs	180 000 €	151 400 €

<p align="center">Animation du partenariat et accompagnement des bénéficiaires</p> <p align="center">(Action 5)</p>	Garantir une information régulière sur l'avancement de la programmation 2014-2020	Partenaires Bénéficiaires	Réunions d'information des bénéficiaires par fonds	3 par an et par fonds		35 000 € pour l'ensemble des réunions partenariales	15 524 € pour l'ensemble des réunions partenariales
	Animer les instances partenariales pour favoriser le dialogue et la concertation		1 Comité de suivi présentiel 4 Consultations écrites	Novembre à Brest	112 participants		
	Accompagner les bénéficiaires		10 Commissions régionales de programmation européenne (CRPE) dont 3 présentiels et 1 en visio	Février à Rennes	30 participants		
	Mobiliser le partenariat sur les programmes post-2020			Juin en visio	25 participants		
				Juillet à Dinan	36 participants		
				Octobre à Rennes	36 participants		
			Organisation régulière de l'ensemble des comités uniques de programmation	Un par mois et par territoire			
	Diffusion de supports de visibilité (autocollants, plaques...)	En continu	8 440 plaques et notices et 1 935 autocollants diffusés				
	Commande de supports de visibilité pour 2019-2020	Décembre	2 000 plaques 2 000 notices et 20 000 autocollants	1 000 €	9 522 €		

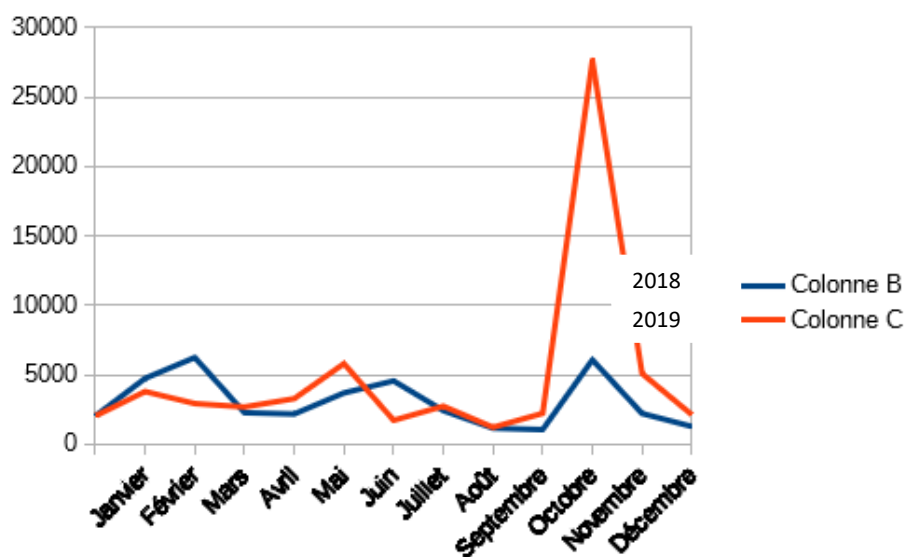
Evaluation du plan de communication 2019 (Action 6)	Evaluer les actions menées durant la deuxième phase de mise en œuvre de la programmation	Autorité de gestion Partenaires	Analyse de l'évolution des indicateurs sur les différentes actions	En continu		En interne	En interne
		Commission européenne	4 enquêtes initialement prévues Réalisation : sondage d'opinion sur la perception de l'Europe - TMO	Novembre 2019		80 000 € (pour les 4 enquêtes)	19 140 €
Montants totaux						406 000 €	210 117 €

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>Le site europe.bzh a été régulièrement mis à jour avec la mise en ligne d'actualités (33), la mise à jour des fiches dispositifs et la mise en ligne d'informations relatives aux appels à projets, 76 au total (40 pour le FEADER, 14 pour le FEAMP ; 18 pour le FEDER et 4 pour le FSE).</p> <p>Pour la valorisation des projets, la carte localisant une sélection de projets en Bretagne a été complétée : elle compte 250 projets fin 2019. En parallèle, 14 nouvelles fiches projets ont été mises en ligne (cf. Fiche Action 2).</p> <p>On note que les campagnes digitales ont un impact significatif sur la fréquentation du site :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La campagne réalisée en mai pour la Fête de l'Europe sur les réseaux sociaux et le web a attiré 5 792 visiteurs (87 % nouveaux) sur le site. - La campagne « Br[EU]tons » (cf. Fiche Action 4), a permis d'atteindre un record de fréquentation en octobre avec 27 645 visiteurs. 	
<p>Moyens :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Budget : 12 011 € pour la campagne digitale Fête de l'Europe en Bretagne <p>Moyens humains spécifiques : mobilisation des ressources internes de la Région Bretagne</p>	
<p>Indicateurs de résultats :</p> <p>33 actualités mises en ligne sur le site en 2019 76 appels à projets mis en ligne en 2019 5 087 visiteurs en moyenne par mois en 2019 (3 138 visiteurs en 2018)</p>	
<p>Réseaux sociaux</p>	
<p>Créés en 2011, les comptes Facebook et Twitter « 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 2019, plus de 1 500 abonnés.</p> <p>Les 3 tweets les plus vus en 2019 concernaient :</p> <ul style="list-style-type: none"> - n°1 : Campagne les Br[EU]tons - Découvrez le projet de Carole, Bretonne et soutenue par l'Europe (12 700 impressions) - n°2 : Nouvel appel à projets TIC-AGRI-AGRO (10 800 impressions) - n°3 : Séjours à l'étranger des jeunes (9 523 impressions) 	
<p>Moyens humains et financiers :</p> <p>Moyens humains spécifiques : mobilisation des ressources internes de la Région Bretagne</p>	
<p>Indicateurs de résultats :</p> <p>Twitter : 1 190 abonnés (+ 122 en 1 an) et 829 tweets. Facebook : 514 mentions « j'aime », 647 abonnés (+125 en un an), 39 publications</p>	

Fréquentation du site europe.bzh

Nombre de visiteurs (comparatif 2018/2019)



A noter :

Mai : Fête de l'Europe (campagne digitale)

Octobre : Nouvelle campagne média « Les Br[EU]tons »

Comptes de réseaux sociaux

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





L'Europe en Bretagne

UNION EUROPÉENNE
UNANIEZH EUROPA

UNION EUROPEENNE
UNANIEZH EUROPA

Éditer le profil

Europe en Bretagne
@EuropeBretagne

L'action de l'Europe en @regionbretagne
vimeo.com/channels/12996...
facebook.com/pg/EuropeBreta...

Bretagne europe.bzh A rejoint Twitter en février 2011

440 abonnements 1 189 abonnés

Tweets Tweets et réponses Médias J'aime

Vous avez retweeté

 **Erasmus+ Jeunesse & Sport** @ErasmusplusJeun · 6 janv.
[#EUSolidaritycorps](https://twitter.com/ErasmusplusJeun)
Le 5 février est la 1ère date 2020 pour déposer votre demande de financement [#volontariat](https://twitter.com/ErasmusplusJeun) [#emploi](https://twitter.com/ErasmusplusJeun) [#stage](https://twitter.com/ErasmusplusJeun) [#projetsdesolidarité](https://twitter.com/ErasmusplusJeun)
L'appel à projets est ouvert aux organismes détenant un [#labelQualité](https://twitter.com/ErasmusplusJeun) et aux groupes de jeunes
bit.ly/2PqEA Vz




CORPS
EUROPÉEN
DE SOLIDARITÉ

European Youth et 6 autres

4 7

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 vous » en 2018-2019 :</u></p> <p>En complément des 12 vidéos de 2017 (série intitulée « L'Europe et nous »), 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 », en partenariat avec TV R. L'objectif est de produire ainsi une vidéo à l'échelle de chaque Pays et des métropoles, en lien avec la mise en œuvre des volets territorialisés (ITI, Leader, DLAL FEAMP) déployés à ces échelles. Il s'agit également de renforcer le partenariat avec les collectivités bretonnes qui sont parties prenantes dans la préparation des reportages.</p> <p>Une vidéo pilote a été réalisée à l'échelle de Brest Métropole en 2018. 5 vidéos ont été réalisées en 2019. Complétée au fur et à mesure avec de nouveaux territoires, la série sera diffusée courant 2020.</p>	
	
Budget spécifique : environ 40 000 €, dépense reportée en 2020 à l'issue de la diffusion des vidéos	
Indicateurs de résultats : <ul style="list-style-type: none">- Audience : nombre de vues des vidéos	
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></p> <p>Le travail de sélection de projets européens mené en continu depuis 2017 a permis de mettre en ligne une première carte interactive de 145 projets, en mars 2018. Elle a été complétée à hauteur de 250 projets en juillet 2019.</p> <p>La création de cette carte d'une sélection de projets en page d'accueil a pour objectif de donner 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.</p>	

« EU delivers in the Regions » - Partenariat Havas – Campagne

Commission européenne

Pour améliorer la visibilité des projets européens à l'échelle nationale et européenne, la Commission européenne a mandaté l'agence Havas pour réaliser une campagne média grand public. Il s'agissait d'une campagne montrant des réalisations européennes et reposant sur la fierté locale en choisissant des actions populaires, à la « saveur locale ». Le projet sélectionné dans chaque région était ainsi mis en avant par un panneau interactif placé dans un lieu public familier et accompagné de slogans humoristiques, jouant sur des expressions locales de préférence. La campagne a été relayée en local, par la Région, mais aussi par des influenceurs locaux sur les réseaux sociaux.

En France, 9 projets ont été sélectionnés dont le quai énergies marines renouvelables du port de Brest pour la Bretagne. Le slogan de la campagne bretonne était : « Que ne ferait-on pas pour l'amour d'une mer... » et les # : EUINMYREGION, BRETAGNE, PORTDEBREST et UEENREGION.

Entre le 8 juillet et le 8 août le panneau interactif grâce auquel les passants pouvaient faire un selfie a été installé sur la promenade du quai EMR, le long de l'aire de carénage. 796 photos en selfie ont été réalisées.

Un affichage urbain (gare et rues de Brest), un spot Radio de 15 secondes sur France Bleu Breizh Izel et l'impression de sets de tables dans les restaurants alentours complétaient le dispositif.

La campagne digitale et un influenceur sur Instagram a permis d'atteindre 1 million de personnes pour 6 millions d'impressions (dont 719 031 sur Twitter).



« EU in my Region » - Partenariat Old Continent - Campagne Commission européenne

Tous les ans, la DG Régio organise une campagne durant les mois de mai à juillet qui comprend : des portes ouvertes de projets européens (action principale de la campagne), un jeu concours photos (pour les bénéficiaires de projets) et un quizz. La Région a relayé l'ensemble de ces actions et a inscrit les 54 portes ouvertes dans la campagne. De plus, cette année, l'impression de cartes postales pour une sélection de projets aux visuels originaux était proposée : le projet Leader d'animations culturelles du Fort Cézou (29) a été sélectionné.

Relations presse et autres médias en amont des élections européennes

A partir du mois de mars, de nombreuses sollicitations de la presse (Paris Match ; Ouest France, éditions Morbihan, Ille-et-Vilaine, Pays de Brest et Centre Ouest Bretagne, Pays de Vitré, Saint-Brieuc ; Le Télégramme édition Pays de Morlaix, Poher Hebdo) et de média télé (France Info TV, FR3 Bretagne et FR3 Iroise - Brest) ou encore radio (France Bleu Breizh Izel) ont permis de valoriser la diversité des projets européens en Bretagne ainsi que des données aux échelles régionale, départementales et plus locales. A noter le reportage de FR3 Bretagne sur les projets de formation à la restauration « Bottega Mathi » et celui de production de coquillages tourné le 2 mai, diffusé le 18 mai.

Visites de projets européens

La Fête de l'Europe en Bretagne est aussi l'occasion de valoriser et faire connaître des projets européens. En 2019, 54 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, une dizaine de 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, par manque de disponibilité, 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. D'autres visites de

projets ont été organisées en marge des différentes rencontres avec la Commission européenne (Comité de suivi de novembre, notamment).

Diverses valorisations


- Dans le cadre du Réseau Europe Urbain, les projets Fab@Brest, FHY-Rennes (formations aux pratiques numériques) et la réhabilitation thermique de 168 logements sociaux à Brest (Le Bergot) ont été valorisés en juin : intégration dans un livret, sur le site europe-en-France.gouv.fr et un séminaire prévu en 2020.
- Valorisation du projet « La fibre pour tous en Bretagne - Bretagne très haut débit » : diffusion d'un leaflet dans toutes les boîtes aux lettres en Bretagne, soit 1,7 M d'exemplaires, création d'un mini-site dédié, et d'une vidéo en motion design.
- En fin d'année, un partenariat avec le GIE Toute l'Europe a été formalisé pour alimenter une page « projets européens en Régions » du site « Toute l'Europe ». L'action sera réalisée à partir de 2020.

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

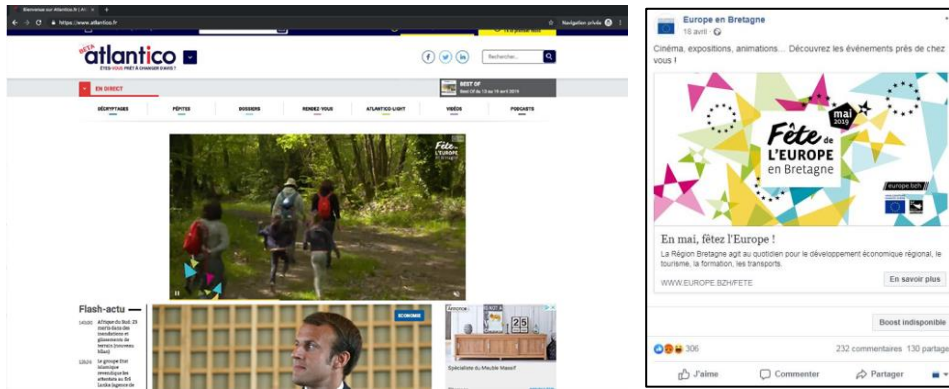
Indicateurs de résultats :

- 45 projets valorisés aux niveaux régional, national et européen : 14 « fiches projets » sur le site europe.bzh
- Mars-avril : une quarantaine de projets valorisés par les médias en amont des élections européennes
- Mai : 54 visites de projets organisées lors des portes ouvertes et 100 projets valorisés dans le cadre de la Fête de l'Europe
- Juillet : ajout de 105 projets européens localisés en page d'accueil du site (total : 250 projets)
- Déc : 295 projets recensés dans la base de projets à valoriser

Action 3 : Fête de l'Europe en Bretagne 2019

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, 134 événements ont été référencés en 2019 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 de la Région 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 », la Région a mis en place une communication globale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kit graphique complet : 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, petits drapeaux européens - Un communiqué de presse - Réalisation d'une campagne digitale de quatre semaines sur Facebook, Twitter, Instagram et web - Un court teaser vidéo présentant l'événement pour la campagne digitale et les réseaux sociaux - Publications sur les sites et réseaux sociaux de la Région Bretagne 	
	
Moyens humains et financiers : <ul style="list-style-type: none"> - budget campagne digitale 12 000 € (Cf. Fiche Action 1) - 2 520 € pour l'agenda en ligne et le teaser vidéo - 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"> - 134 événements organisés dont 54 portes ouvertes de projets - 5 277 visites sur l'agenda en ligne - 37 posts sur les réseaux sociaux Twitter et Facebook @EuropeBretagne - 1,29 million de vues cumulées en 4 semaines pour la campagne digitale - Une vingtaine d'articles de presse 	

Campagne digitale Fête de l'Europe en Bretagne



Animation des comptes Facebook et Twitter



Relais de la campagne EUinMyRegion sur les réseaux sociaux



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 2019

Pour toucher le grand public, une nouvelle campagne de communication média intitulée « Les Br[EU]tons » met en avant 8 porteurs de projets. L'objectif de cette campagne est de montrer encore plus concrètement des projets soutenus par l'Europe en Bretagne.

Cette campagne utilise les codes du cinéma qui permettent de sortir de l'institutionnel. Le concept : créer une communauté regroupant des porteurs de projets réels et actifs sur le terrain avec 8 ambassadeurs nommés « Les Br[EU]tons »

L'accroche : « Ils sont Bretons et soutenus par l'Europe » (décliné sous : « **Je suis Breton·ne et soutenu·e par l'Europe** »).

Les 8 ambassadeurs ont été sélectionnés en respectant la parité H/F, la représentation des 4 départements, la représentation des 4 Fonds européens.



Un mini-site web dédié à la campagne « Br[EU]tons » <http://breutons.europe.bzh/>

Ce site, en ligne pendant 3 ans, présente en détail les projets des 8 porteurs et renvoie vers davantage d'informations sur les différents dispositifs mobilisés.

Un plan média couvrant tout le territoire breton

Une diffusion régionale avec plusieurs supports : cinéma (226 salles en Bretagne), affichage urbain, insertions presse, site web et réseaux sociaux. Cette campagne média lancée en 2019 sera à nouveau déployée en 2020 et 2021.

Budget spécifique à la conception de la grande action 2019 : 151 400 €

Indicateurs de résultats :

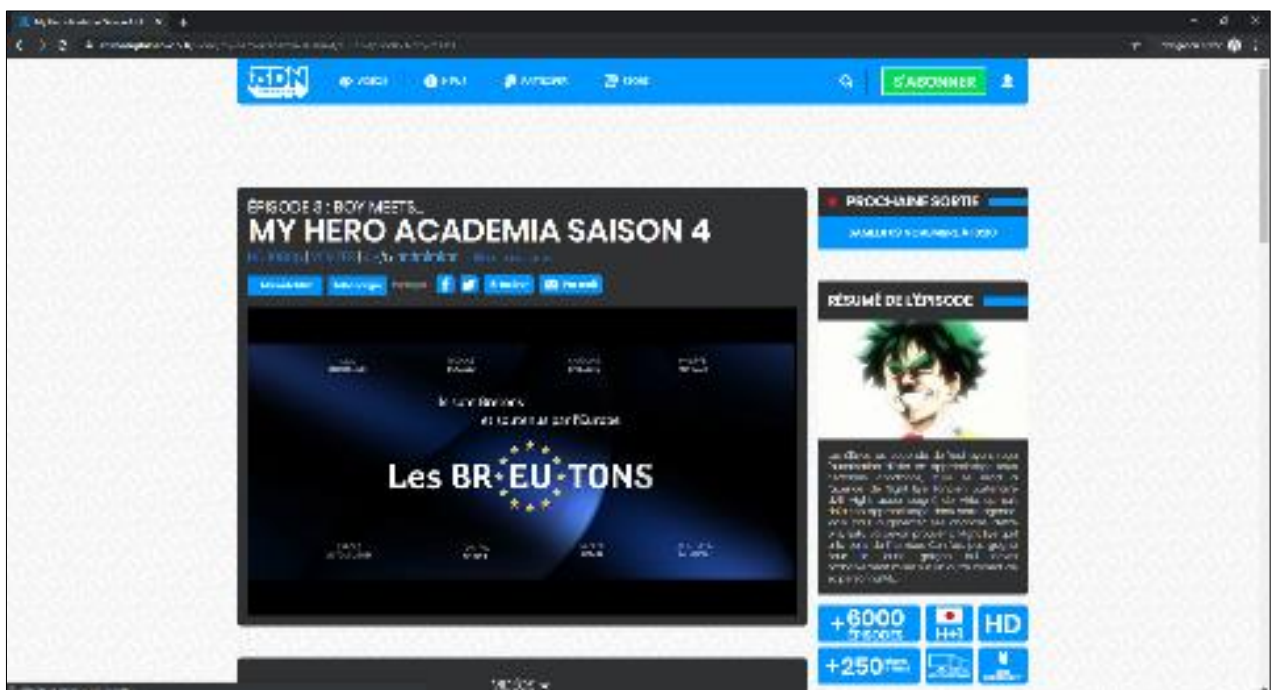
Audience globale cumulée : 3,8 millions de vues cumulées (web : 1M, réseaux sociaux : 1M, presse 1,8M)
226 salles de cinéma et 720 140 spectateurs

Campagne média « Les Br[EU]tons Ils sont Bretons et soutenus par l'Europe »

Exemple de post Facebook



Exemple du format display



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 2019. 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 novembre 2019 à Brest (112 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 <p>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 mise en place d'une nouvelle organisation, à savoir l'alternance de réunions en présentiel (en février à Rennes - 30 participants, en juillet à Dinan - 36 participants et à Rennes en octobre - 36 participants), dématérialisées et en visio-conférence (25 participants).</p> <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 ? », distribué au partenariat en séance et disponible sur le site europe.bzh (4 réalisés en 2019).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Animation du Réseau Europe Info-Com <p>Ce réseau regroupe les personnes en charge de la mise en œuvre des fonds européens dans les services de la Région, de l'Etat, des 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. Les travaux se sont poursuivis en 2019 sur la valorisation de projets (poursuite des vidéos dans les territoires, parcours de projets, organisation de projets portes ouvertes et Fête de l'Europe notamment). Le réseau ne s'est pas réuni spécifiquement en 2019 mais est animé tout au long de l'année par la Région au fur et à mesure des initiatives et des besoins ; les actions ont ainsi été menées en continue, en fonction des calendriers de chacun.</p> <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 (8 Comités thématiques regroupant plusieurs dispositifs à raison de 1 à 4 rencontres par Comité dans l'année) et FEAMP (Commission régionale de sélection Pêche et Aquaculture : 6 réunions en 2019).</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 régulièrement.</p> <p>L'utilisation des roll-ups par l'autorité de gestion et les partenaires, à l'occasion de réunions, comités, commissions, conférences de presse et divers événements est systématique. 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 : 15 524 € pour l'ensemble des réunions partenariales	

Indicateurs de résultats :

- 5 réunions organisées pour la programmation pluri-fonds (Comités de Suivi, CRPE)
- Publication de 4 états d'avancement de la programmation des fonds en Bretagne (avril, juillet, novembre et décembre)

Accompagnement des bénéficiaires

Une mise à jour des gabarits et du guide de communication ainsi que du kit de communication en ligne a été réalisée pour intégrer le nouvel intitulé du programme régional de formations : Qualif Emploi.



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 (1 935 envoyés) via le formulaire en ligne sur : kitdecom.europe.bzh.



Ce portail web a attiré 2 150 visiteurs en 2019 dont 81 % nouveaux.

Moyens :

- 9 522 € (commandes de plaques et autocollants fin 2019)
- 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 :

- 8 000 plaques et notices diffusées aux services instructeurs pour envoi aux bénéficiaires
- 1 935 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 FES1

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 FES1
- 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 2019

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 et enquêtes

Pour cet exercice d'évaluation, tant quantitative que qualitative, de l'efficacité de la stratégie de communication pluri-fonds 2019, deux actions étaient prévues :

- analyse des indicateurs des différentes actions du plan de communication 2019
- analyse des enquêtes de satisfaction et d'opinion pour répondre aux enjeux de l'évaluation de l'ensemble de la phase 2 de la stratégie de communication (phase de valorisation).

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 (+ 122 abonnés sur Twitter, + 125 abonnés sur Facebook). Le nombre de visiteurs sur le site Web a augmenté : 5 087 visiteurs en moyenne par mois en 2019 (contre 3 138 visiteurs en 2018). Cette hausse de fréquentation du site web est une bonne nouvelle car un fléchissement avait été observé entre 2017 et 2018. La campagne média d'octobre a entraîné une fréquentation record de 27 645 visiteurs sur le mois.

Le taux de rebond est plus ou moins similaire à celui de 2018 (entre 40 et 50 %). En revanche, il excède les 50 % pendant les campagnes digitales (Fête de l'Europe, campagne des Br[eu]tons), ce qui indique que les internautes se rendent sur le site et le quittent après la consultation d'une seule page.

Dans le cadre de **la valorisation des projets**, une base de 295 projets (fin 2019) a été mise en place avec le partenariat depuis 2017 pour aboutir à la cartographie sur la page d'accueil du site europe.bzh de 250 projets européens ainsi que des parcours virtuels par pays. 45 projets européens ont été valorisés sur différents supports : presse, vidéos, fiches projets en ligne sur europe.bzh, expositions, *etc.* avec des partenaires locaux, nationaux et européens. La fête de l'Europe en Bretagne a également permis de valoriser plus de 100 projets (portes ouvertes et expositions). En amont des élections européennes de mai 2019, une quarantaine d'exemples de projets ont été repris par la PQR et 2 reportages TV ont été réalisés sur des projets européens en Bretagne. Compte tenu de l'avancement de la programmation, les actions de communication s'appuient de plus en plus sur les projets financés sur l'ensemble du territoire, et le nombre de projets valorisés est donc en constante progression.

Lors de **la Fête de l'Europe en Bretagne**, durant le mois de mai, 134 événements ont été organisés par les partenaires dont 54 portes ouvertes ; tous recensés dans un agenda en ligne accessible par le site europe.bzh/fete. Les événements ont été relayés par voie de presse, à la suite d'un communiqué de presse annonçant les événements (une vingtaine de parutions médias) et par l'intermédiaire d'une campagne digitale spécifique : 1,9 million de vues cumulées en 4 semaines.

Tout au long de l'année, la mise à disposition de **supports de visibilité** auprès des bénéficiaires s'est poursuivie avec 8 000 plaques et notices diffusées et 1 935 autocollants envoyés dans l'année.

L'accompagnement des bénéficiaires de fonds européens s'est poursuivi par **l'organisation de réunions d'information et un accompagnement par les services instructeurs**. La Commission régionale de programmation européenne et les Comités de sélection par fonds ont poursuivi un rythme équivalent à l'année précédente.

La grande action annuelle d'information grand public était la campagne « les BrEUtons » qui mettait en valeur 8 porteurs de projets, fiers d'être Bretons et soutenus par l'Europe. La partie digitale de la campagne (mini-site dédié et campagne sur les réseaux sociaux durant 3 semaines) a atteint une audience globale de 3,8 millions de vues cumulées (web : 1M, réseaux sociaux : 1M, presse 1,8M). Quant à la diffusion régionale,

elle a eu lieu à travers plusieurs supports : cinéma (226 salles en Bretagne et 720 140 spectateurs), affichage urbain et insertions presse. Les indicateurs de diffusion et de visionnage sont en hausse par rapport à 2018, compte tenu du renouvellement de la campagne notamment, puisque le dispositif de diffusion retenu correspondait à celui déjà mis en place en 2018 sur la campagne précédente.

Un sondage d'opinion sur la perception de l'Europe en Bretagne a été réalisé en novembre 2019. Il s'agissait d'une enquête téléphonique auprès d'un échantillon de 1 002 personnes. Ses résultats seront exploités en 2020 car ils permettront non seulement d'apporter des éléments sur l'évaluation de la seconde phase de la stratégie de communication consacrée à la valorisation (et qui se terminait fin 2019), mais aussi de contribuer à la réflexion sur la stratégie de communication post 2020.

Budget :

Evaluation en interne

19 140 € pour le sondage d'opinion