



MASSIF
GROUPEMENT D'INTÉRÊT PUBLIC
CENTRAL



Programme opérationnel plurirégional 2014-2020

FEDER Massif central

STRATEGIE DE COMMUNICATION

1. Contexte réglementaire

La base juridique concernant les obligations en matière d'information et de communication à charge des autorités de gestion est constituée des articles 115 à 117 du règlement UE N°1303/2013 du 17 décembre 2013¹. De plus, la stratégie de communication doit comporter les éléments définis à l'annexe XII dudit règlement.

Concernant la politique de cohésion 2014-2020, le GIP Massif central doit *a minima* :

- a. Élaborer une stratégie de communication pour son PO, qui devra être approuvée par le comité de suivi dans les 6 mois après l'adoption du PO Massif central. Ce comité sera informé des progrès réalisés au moins 1 fois par an. Une stratégie commune peut être définie pour plusieurs PO couvrant le territoire.
- b. Désigner une personne chargée de l'information et de la communication à l'échelon du PO.
- c. Mettre en place un site Internet unique fournissant des informations sur le PO, la liste des opérations (projets et bénéficiaires) mise à jour tous les six mois, des exemples d'opérations...
- d. Informer les citoyens sur la politique de cohésion et les bénéficiaires potentiels sur les possibilités de financement.
- e. Organiser un événement de lancement du PO ainsi qu'une grande action d'information annuelle.
- f. Afficher le drapeau européen dans ses locaux.

2. Stratégie de communication

La stratégie de communication 2014-2020 aura vocation à valoriser le rôle du FEDER dans le soutien aux spécificités d'un territoire de montagne et de piémont, **en complément des politiques régionales** traditionnelles.

Le message qui doit être affirmé à travers ce plan de communication est le suivant : «Le Massif central contribue à l'objectif d'une croissance intelligente, durable et inclusive. L'Europe lui donne les moyens de valoriser tout son potentiel en ciblant ses atouts ».

2.1 Objectifs

- Faire connaître les programmes Massif central aux bénéficiaires potentiels « nouveaux », ce qui implique de cibler les territoires et les relais d'information ;
- Mettre en valeur le programme Massif central comme un plus pour la montagne : complémentarité et spécificité. Cela suppose de faire le lien avec les politiques de droit commun mises en œuvre au niveau régional et d'identifier les particularités visées par le POMAC : 3 milieux emblématiques (prairies, forêts anciennes, tourbières), activités de pleine nature, bois, innovation territoriale
- Faciliter la diffusion des bonnes pratiques et de l'innovation, contribuant ainsi à changer l'image des territoires du Massif central qui s'appuie sur :
 - o des territoires où il fait bon vivre
 - o la qualité (de vie, d'environnement, d'emplois, des produits) au service de la croissance.

¹ Extraits du règlement ci-après, en annexe

2.2 Publics cibles

La définition des publics visés doit principalement s'articuler autour des bénéficiaires et du grand public.

- bénéficiaires potentiels :

En début de période puis au fil de la programmation, il s'agit de mener un travail de sensibilisation destiné aux bénéficiaires potentiels et aux relais d'information pour leur faire connaître le nouveau programme et ses possibilités de financement, en informant des changements au regard de la période précédente. Il s'agit également de communiquer sur les opportunités offertes, dans le Massif central, mais aussi dans les régions qui le composent, par les fonds européens qu'il s'agisse du FEDER, du FSE ou du FEADER.

Les personnes morales (collectivités locales, entreprises, associations, établissements publics etc.) seront essentiellement ciblées.

La communication vers ces bénéficiaires potentiels sera également axée sur le contenu du PO, la méthodologie développée et les procédures mises en œuvre pour la bonne réalisation du programme.

- Bénéficiaires :

Les maîtres d'ouvrage bénéficieront des informations réglementaires sur les obligations en matière de communication, et sur les procédures mises en place pour la bonne exécution et gestion de leur opération.

Impliquer les bénéficiaires pour en faire des partenaires de la diffusion de l'image du Massif central et de l'effet de levier du programme et du FEDER leur confèrera un rôle d'ambassadeur de l'UE sur le territoire, par la valorisation des fonds via les projets financés.

- grand public :

Il s'agit de communiquer positivement sur l'image du Massif central : cibler les spécificités qui font l'objet des actions du PO pour répéter le même message « territoire innovant où il fait bon vivre », « territoires du futur ».

La communication à destination du grand public sur l'apport de l'UE doit être liée aux plans de communication régionaux et/ou nationaux pour avoir une vraie visibilité et un véritable impact. Il est important d'effectuer un travail de fond sur la sensibilisation du grand public à l'Europe, et sur les fonds structurels en particulier, puisque le financement est incarné par des projets locaux qui bénéficient aux citoyens de façon quotidienne. Les actions soutenues dans le cadre du PO Massif central doivent pouvoir être relayées dans le cadre des plans de communications régionaux.

- Presse, médias :

Les actions en direction de la presse et des médias devront être ciblées pour relayer les messages soit d'information sur le programme soit de changement d'image des territoires du Massif central. Les visites de projets financés pourraient leur permettre de mieux comprendre le rôle de l'Europe, de l'incarner concrètement sur le territoire.

2.3 Actions

Pour mener à bien cette stratégie de communication, les actions déclinées ci-dessous pourront être menées, développées et amendées selon l'avancement du programme.

- Événements, manifestation : lancement du PO, participation au Mois de l'Europe, information généraliste et/ou thématique lors de manifestations organisées sur le territoire
- En lien avec l'animation, construction de partenariats, installation d'une « boîte à idées », diffusion, échanges et mutualisation des bonnes pratiques
- Développement et animation du site internet www.massif-central.eu
- Réunions thématiques et/ou géographiques, en lien ou non avec d'autres programmes, à destination des porteurs de projets
- Écriture et diffusion de fiches projets : résumés des opérations, contact, bonnes pratiques
- Initiation d'une « bourse aux projets », en ligne : recherche de partenaires, appels à manifestation d'intérêt
- réunions et forum de discussion sur les différentes étapes de la mise en œuvre d'un projet, à destination des bénéficiaires du programme
- Rédaction d'un « Guide du porteur de projet » numérique

2.4 Moyens

- Lien avec les plans de communication des programmes régionaux :
 - Lorsque les thématiques sont proches, ou lorsque les réunions d'information des PO régionaux ou des PDR se font par département ou par thème, c'est-à-dire si les cibles sont les mêmes, il s'agira d'organiser la présence du PO Massif central dans l'ordre du jour des réunions, afin de communiquer sur la complémentarité des dispositifs
 - Sur les sites internet des programmes régionaux : prévoir un lien vers le site www.massif-central.eu (et réciproquement), et une mise en valeur régulière des fiches projets du PO Massif central, ou inclusion dans les campagnes grand public d'au moins une action soutenue par le PO Massif central
- De manière générale, les réunions d'information sur le programme tâcheront d'être couplées avec un autre événement, de manière à élargir le public des bénéficiaires potentiels : par exemple, présence aux réunions des associations de maires, des départements...
- Outils dématérialisés : information passive (site internet, newsletter) ; information active (webinars, questionnaires, formulaires en ligne)
 - Mise à jour automatique de l'avancement financier du PO : graphiques, histogrammes à inscrire sur le site www.massif-central.eu et à mettre à jour dans le backoffice par un tableau « fixe »

- Liste des opérations financées à automatiser, si possible, avec Synergie (extraction sous forme d'un tableur)
- Carte des projets
- Organisation de réunions régulières, en visioconférence, sur les procédures (amont du dépôt), sur la gestion et les paiements des opérations (à partir de fin 2015) au travers de diaporamas commentés et mis en ligne.
- Facebook/Twitter : lancement des appels à projets, alertes informatives régulières, vie des projets, image du Massif central
- Communication à destination des acteurs territoriaux (services de l'Etat, régionaux, départementaux, etc.) pour qu'ils soient les relais des informations concernant le POMAC, des appels à projets,...
- Outils physiques : plaquette de résumé du programme, fiches descriptive de chaque thématique, dossiers de presse type, autocollants, logos, drapeaux, roll-up
- Animation territoriale et/ou thématique participative et active, pour faire émerger les projets et diffuser les bonnes pratiques

3. Budget 2014-2020

- Site internet et outils dématérialisés : 120 000€
- Logistique / restauration : 20 000€
- Maquettage –impression : 30 000€
- Animation de réunions/ événements : 40 000€
- Publicité/ annonces : 50 000€
- Vidéos : 40 000€

Soit un total de 300 000€ dédiés à la communication sur la totalité du programme. Des cofinancements, logistiques notamment, des Conseils régionaux et autres collectivités locales, et de l'État, sont attendus pour tout ce qui a trait aux thématiques communes PO-Convention de massif.

4. Calendrier

Novembre 2014-Décembre 2015 - lancement du PO

L'accent sera mis sur l'information aux bénéficiaires potentiels sur le contenu du PO et sur les procédures de dépôt de dossier : mise en ligne du Guide du porteur, d'un formulaire de manifestation d'intérêt, d'une « bourse aux projets », organisation de réunions, d'événements généralistes, et de forums de discussion.

Décembre 2015-2019 - mise en œuvre du programme

Informations et séminaires en ligne sur les demandes de paiements, sur l'évaluation et le suivi des projets, événements thématiques, newsletter, forums de discussion, capitalisation.

La stratégie de communication est déclinée en plans d'action annuels, validés en comité de suivi.

5. Gouvernance

En tant qu'autorité de gestion de fonds européens, il incombe au GIP Massif central la responsabilité du pilotage des tâches d'information et de communication. Toutefois, pour tout document, évènement, ... correspondant à la fois au POMAC et à la CIMAC (newsletter par exemple), les réalisations relèveront d'une décision conjointe et partagée du GIP et de l'État.

Pour ce faire, un chargé de communication Massif central (30 % ETP) sera dévolu à cette tâche et coordonnera un réseau des chargés de mission communication des PO régionaux pour assurer la diffusion de fiches-projets, d'information voire la co-organisation de certains événements, le cas échéant.

Un comité de pilotage « Communication » se réunira une fois par an au minimum, pour définir le plan annuel de communication, qui sera ensuite validé en comité de suivi.

Le comité de pilotage « Communication » sera composé du GIP Massif central, des 6 Conseils régionaux, des 6 préfectures de région, de 6 représentants des départements et du CGET.

6. Logos et visuels

Compte tenu que la gouvernance du POMAC comprend le GIP Massif central, 6 Conseils régionaux, l'État et 22 départements, il est convenu, sur les documents communs, de faire figurer les logos de chacune des autorités de gestion des programmes concernés (POMAC, CIMAC), à savoir :

- Le GIP Massif central, qui inclut dans son logo les logos des 6 Conseils régionaux
- L'État, représenté par la Marianne
- L'Union européenne

Néanmoins, sur les opérations financées, chaque cofinanceur conserve ses exigences en matière de communication et de publicité.

7. Indicateurs

Les modalités d'évaluation des actions d'information et de communication au regard de la visibilité et de la notoriété du POMAC, des opérations et du rôle joué par les Fonds et l'Union seront déclinées selon les indicateurs de réalisations suivants sur la période de programmation:

- Tenue d'au moins 30 réunions territoriales et/ou thématiques, incluant les événements annuels
- Réalisation et diffusion d'au moins 100 fiches-projets