

MAC 2014-2020

Cooperación Territorial

Stratégie de Communication

Programme INTERREG V-A MAC 2014-2020

INDEX

1. INTRODUCTION.....	3
2. CONTEXTE: ACTIONS DE COMMUNICATION MISES EN ŒUVRE ET RESULTATS DES EVALUATIONS DE LA PERIODE 2007-2013.....	4
3. OBJECTIFS ET GROUPES CIBLES DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION.....	8
4. STRATEGIE ET CONTENU DES MESURES D'INFORMATION ET DE PUBLICITE.....	10
5. ORGANISMES RESPONSABLES EN MATIERE D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION....	20
6. SUIVI ET EVALUATION DES MESURES D'INFORMATION ET DE PUBLICITE.....	22
7. BUDGET INDICATIF.....	23
8. PLAN ANNUEL DE COMMUNICATION.....	23

1. INTRODUCTION

La Commission Européenne a souligné dans le Règlement (UE) N° 1303/2013 du Parlement Européen et du Conseil combien il était important de “faire connaître au public en général les réalisations des Fonds de l’Union, de même que sensibiliser sur les objectifs des politiques de cohésion. Les citoyens ont le droit de savoir comment sont investies les ressources financières de l’Union”.

En ce sens, afin d’atteindre une large diffusion des informations sur les réalisations des Fonds et le rôle de l’Union Européenne et informer les bénéficiaires potentiels des opportunités de financement existant, les mesures d’information et de communication doivent être définies.

Le chapitre II dudit règlement, “Information et communication”, établit dans son art. 115.1 que les Etats membres et les Autorités de Gestion seront responsables de :

- a) Elaborer les stratégies de communication ;
- b) Veiller à la mise en place d’un site ou d’un portail Internet unique qui fournira des informations sur tous les programmes opérationnels de cet Etat membre et l’accès à ceux-ci, y compris les informations sur le calendrier d’exécution des programmes et tous les processus de consultation publique associés ;
- c) Informer les bénéficiaires potentiels sur les opportunités de financement en rapport avec les programmes opérationnels ;
- d) Faire connaître aux citoyens de l’Union le rôle et les réalisations de la politique de cohésion et des Fonds au moyen d’actions d’information et de communication sur les résultats et l’impact des accords d’association, les programmes opérationnels et les opérations.

En relation avec la stratégie de communication, l’art. 116 établit qu’elle tiendra compte de l’importance du programme en question en accord avec le principe de proportionnalité et qu’elle sera approuvée au sein du Comité de Suivi du Programme.

L’Annexe XII, section 4, du Règlement mentionné énonce les éléments que devra inclure la stratégie de communication :

- a) une description de l’approche adoptée incluant les principales mesures d’information et de communication destinées aux bénéficiaires potentiels, bénéficiaires, agents de diffusion et public en général (énoncé dans le paragraphe 4 du présent document) ;
- b) une description des matériels qui seront mis à disposition dans des formats accessibles aux personnes handicapées (énuméré dans le point 4.1.3 du présent document) ;
- c) une description de la façon dont on aidera les bénéficiaires dans leurs activités de communication (paragraphe 4.1.2, 4.2.1, 4.2.2 et 4.2.3) ;
- d) le budget indicatif de l’exécution de la stratégie (paragraphe 7 du document) ;

- e) une description des organismes administratifs, avec leurs ressources en personnel, les responsables de l'exécution des mesures d'information et de communication (paragraphe 5 du document) ;
- f) les dispositions relatives aux mesures d'information et de communication prévues dans le point 2 (Liste des opérations), incluant le site ou le portail Internet sur lesquels ces données peuvent être trouvées (paragraphe 4.2.1 du document) ;
- g) une indication de la façon dont les mesures d'information et de communication seront évaluées eu égard à la visibilité et à la diffusion de la politique, des programmes opérationnels et des opérations, ainsi que du rôle joué par les fonds et l'Union (paragraphe 6.2) ;
- h) une description, le cas échéant, de l'utilisation des principaux résultats du programme opérationnel précédent (paragraphe 2.1, 2.2 et 2.3) ;
- i) une actualisation annuelle dans laquelle on détaillera les activités d'information et de communication qui seront conduites au cours de l'année suivante (paragraphe 6.1).

Comme l'établit l'article 116 du Règlement, l'Autorité de Gestion informera le Comité de Suivi au moins une fois par an des progrès dans l'application de la stratégie de communication et de l'analyse qu'il fera des résultats, ainsi que des activités d'information et de communication qu'elle prévoira d'effectuer l'année suivante. Le Comité de Suivi rendra, s'il le juge opportun, un rapport sur les activités prévues l'année suivante.

2. CONTEXTE : ACTIONS DE COMMUNICATION MISES EN OEUVRE ET RESULTATS DES EVALUATIONS DE LA PERIODE 2007-2013

Le Plan de Communication du Programme MAC 2007-2013 comprenait une série d'actions destinées à :

1. Garantir la transparence des procédures d'exécution et de gestion du Programme.
2. Informer l'opinion publique sur le rôle que joue l'Union Européenne en collaboration avec les Etats Membres et les régions en faveur des interventions conduites dans le cadre du Programme et des résultats de celles-ci.
3. Obtenir le plus haut degré de participation possible en fournissant les informations nécessaires aux bénéficiaires potentiels et finaux, à tout type d'entités et au public en général.
4. Informer les bénéficiaires sur leurs responsabilités relativement aux mesures en matière d'information et de publicité destinées au public, ainsi que l'utilisation correcte des disponibilités financières assignées.

L'Evaluation Intermédiaire du Plan de communication du PCT-MAC 2007-2013 a jugé d'une part la qualité de la stratégie d'information et publicité élaborée et l'exécution des mesures prévues en ce sens conformément à la réglementation communautaire. D'autre part, elle s'est efforcée d'effectuer une approche de l'impact du Plan en question, de sa portée réelle et des

réalizations observées eu égard à la reconnaissance du rôle que joue la Politique Régionale Communautaire dans cette zone de coopération.

2.1. PRINCIPALES CONCLUSIONS

A) Concernant la conception et l'élaboration du Plan et des systèmes de gestion de la communication.-

- ✓ La stratégie de communication est efficace : la logique d'intervention définie dans le Plan a mis en évidence la cohérence des mesures prévues pour la réalisation des objectifs, en offrant une large couverture aux besoins des collectifs destinataires.
- ✓ La définition du Plan de Communication d'un point de vue tant stratégique qu'opérationnel s'est appuyée sur une solide articulation institutionnelle s'accompagnant d'une claire délimitation des responsabilités.
- ✓ Les procédures instaurées se sont avérées efficaces pour garantir la bonne diffusion d'une image homogène et claire dans les actions d'information et de publicité de toutes les actions cofinancées par le FEDER dans l'espace de coopération.

B) Concernant la qualité, l'efficacité et l'efficience dans l'exécution des actions de communication.-

- ✓ Les mesures d'information et publicité mises en œuvre ont permis d'apporter de la transparence à l'intervention et de mobiliser la participation des bénéficiaires potentiels lors des différents appels à propositions réalisés. On soulignera la tenue de séminaires et de journées, l'élaboration de guides et de manuels, ainsi que le site Web du Programme.
- ✓ Au niveau des projets, on a observé une importante implication des bénéficiaires dans la politique de communication du Programme, on soulignera la tenue d'évènements de diffusion des projets, l'élaboration de panneaux d'affichage et de publications, les apparitions dans les moyens de communication et les sites Web propres aux projets.
- ✓ Les niveaux d'efficacité ont été jugés très appropriés : les dépenses réalisées en information et en publicité ont permis d'obtenir des résultats très positifs.

C) Concernant l'impact estimé du Plan.-

- ✓ Diffusion appropriée des opportunités qu'offrait le Programme parmi les bénéficiaires potentiels et autres entités éligibles au financement.
- ✓ Les bénéficiaires et promoteurs de projets ont démontré un haut degré de connaissance de la réglementation communautaire en matière d'information et de publicité des Fonds Structurels.
- ✓ L'objectif consistant à informer l'opinion publique sur le rôle que joue l'UE présentait un haut degré d'avancement.

2.2. PRINCIPALES RECOMMANDATIONS ET PROPOSITIONS D'AMELIORATION

A) Concernant l'amélioration de la gestion, du suivi et du contrôle des actions de communication.-

- ✓ Mettre l'accent sur le suivi des bénéficiaires qui ont présenté un moindre rythme d'exécution des responsabilités d'information et de publicité en essayant de stimuler la réalisation d'actions allant au-delà des actions réglementaires.
- ✓ Continuer à progresser dans l'amélioration de la disponibilité des informations quantitatives de l'exécution des actions de communication ; à cet effet, il serait opportun d'établir un rapport direct et sans équivoque entre les différents indicateurs définis et chacune des mesures de communication énoncées.
- ✓ Renforcer les actions destinées à la recherche de partenaires dans la zone de coopération. En ce sens, la création d'une bourse de projets ou de partenaires intéressés par une participation à de futurs appels à propositions qui pourrait être intégrée au site Web du programme peut s'avérer un instrument intéressant.

B) Concernant l'amélioration de l'exécution des mesures de communication.-

- ✓ Mettre l'accent sur l'organisation de sessions de formation pour les bénéficiaires car cette mesure a permis d'obtenir des niveaux de connaissances très élevés.
- ✓ Conférer une plus grande visibilité aux projets cofinancés tant par la tenue de journées et séminaires que sur le site Web du Programme, par exemple à travers l'inclusion de fiches décrivant leurs objectifs, actions et résultats. Cela contribuerait à une plus grande capitalisation des expériences cofinancées, ainsi qu'à une augmentation de la visibilité des résultats pour l'ensemble de la population.
- ✓ Poursuivre la publication périodique des bulletins de nouvelles, laquelle permettra tant aux bénéficiaires qu'aux bénéficiaires potentiels et à la population en général de disposer d'informations détaillées sur l'évolution du Programme de Coopération.
- ✓ Une autre amélioration possible qui rapprocherait le Programme de la population consisterait en la création sur le site Web d'une page dédiée à Facebook ou à un forum, laquelle permettrait à toutes les personnes intéressées d'interagir.

C) Pour augmenter les impacts attendus et la visibilité de la Coopération Territoriale de la Macaronésie.-

- ✓ Compte tenu des difficultés accrues pour faire connaître les actions au public en général, on estime opportun d'envisager la réalisation d'une campagne de communication sur l'objectif de la Coopération Territoriale par les services de la Commission et/ou des Administrations des Etats membres avec l'aide d'INTERACT.
- ✓ Encourager les responsables publics à souligner, non seulement la gestion des fonds et les résultats des projets exécutés mais aussi leur origine, en mettant

en avant le cofinancement ; en définitive donner la priorité à la participation de l'UE dans le discours politique.

2.3. EXEMPLES DE BONNES PRATIQUES

Les évaluateurs du Plan de Communication du PCT-MAC 2007-2013 ont sélectionné certains cas de bonnes pratiques pour illustrer, au moyen d'exemples représentatifs, le comportement qui favorise l'amélioration de la visibilité des résultats de la Politique Régionale dans l'espace de coopération et la transparence de la gestion du FEDER.

Les actions retenues à ce titre en raison du volume significatif de bénéficiaires du Programme ont été :

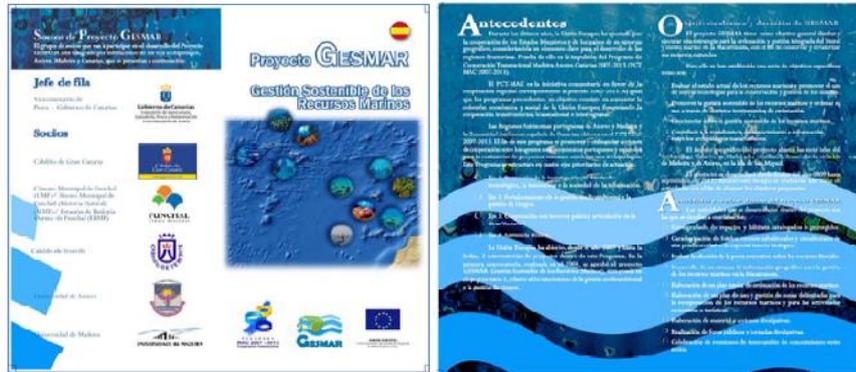
- 1º. L'édition de publications (61,76%)
- 2º. La création de sites Web (58,82%)
- 3º. La publication de nouvelles/communiqués dans la presse (41,18%).

Site Web du Programme :



The screenshot shows the website for the MAC 2014-2020 program. It features a header with language options (ESPAÑOL, PORTUGUÉS), a map of the region, and the logo of the Unión Europea FEDER. The main content area is titled 'NOTICIAS' and lists several news items, including updates on the program's financial guide and public consultations. On the right side, there is a search bar, an event calendar for October, and a section for previous bulletins. The left sidebar contains navigation links for the 2007-2013 and 2014-2020 programs, as well as an 'ACCESO EXTRANET' button.

Publications de projets :



Publication de nouvelles :

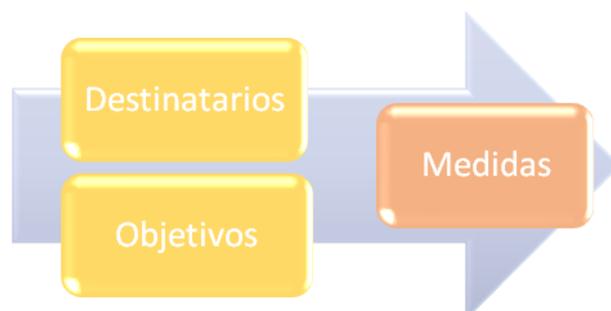


3. OBJECTIFS ET GROUPES CIBLES DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

Le livre Blanc sur une Politique Européenne de Communication établit les éléments dont il conviendra de tenir compte dans la définition des objectifs des stratégies de communication :

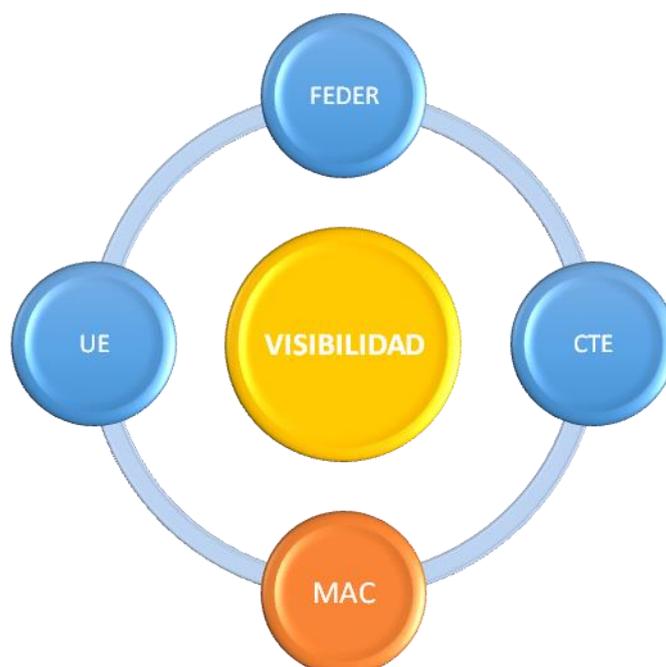
- Le degré de connaissance actuel de la population en général sur la Politique de Cohésion et les Fonds Structuraux.
- Les bénéficiaires ultimes des investissements prévus dans les programmes.
- Le degré de transparence atteint dans la gestion et l'exécution des actions cofinancées.
- Les nouvelles méthodes de communication pour la diffusion des messages à transmettre en relation avec l'UE et la Politique Régionale.
- Les priorités que l'UE favorise plus particulièrement comme le renforcement de la communication avec l'ensemble des citoyens.

Les besoins en termes d'informations de chacun des destinataires auquel s'adresse la stratégie doivent être présents dans la conception des objectifs et des mesures de communication de manière à garantir la cohérence entre destinataires, objectifs et actions.



3.1 OBJECTIFS

Le principal objectif de la Stratégie de Communication du Programme sera de conférer une plus grande VISIBILITE à l'utilisation des Fonds Structurels de l'UE en général et du FEDER en particulier, en mettant tout spécialement l'accent sur l'amélioration de la visibilité de la Coopération Territoriale Européenne et, en particulier, de la coopération développée entre les régions européennes de Madère-Açores-Canaries et entre celles-ci et les pays tiers du Cap-Vert, de la Mauritanie et du Sénégal.



En ce sens, les mesures d'information et publicité prévues dans cette Stratégie de Communication ont pour objet de :

1. Garantir la transparence de l'implémentation et de la gestion du soutien FEDER, ainsi que des procédures d'exécution et de gestion du Programme.
2. Faciliter aux bénéficiaires et au public en général l'accès à des informations complètes, précises et actualisées sur le contenu du Programme et ses réalisations.

3. Obtenir le plus haut degré de participation possible en fournissant les informations nécessaires aux potentielles entités bénéficiaires, au public en général et aux autres destinataires de la stratégie.
4. Informer les entités bénéficiaires sur leurs responsabilités au regard des mesures d'information et de publicité destinées au public, ainsi que de la bonne utilisation des disponibilités financières assignées.

De la sorte, le Programme pourra contribuer à créer une prise de conscience sur la valeur ajoutée de la coopération pour atteindre les objectifs prévus dans chacun de ses champs d'intervention.

3.2 DESTINATAIRES

L'Annexe XII du Règlement (UE) N° 1303/2013 établit dans son paragraphe 2 une série de mesures en matière d'information et de publicité s'adressant au public en général et établit dans son paragraphe 3 une série de mesures d'information pour de potentiels bénéficiaires et bénéficiaires.

En ce sens, le Programme INTERREG V-A MAC 2014-2020 a établi divers destinataires de la Stratégie de communication :

Destinataires directs	Internes	Responsables du Programme
		Bénéficiaires finaux
	Externes (Bénéficiaires potentiels)	Administrations publiques régionales et locales et organismes de droit public et privé liés à celles-ci
		Universités, centres de recherche, instituts technologiques et fondations
		Chambres de Commerce, associations d'entreprises et professionnelles et autres organismes socioéconomiques
Autres entités publiques ou privées sans but lucratif		

Destinataires indirects	Public en général
	Moyens de communication

4. STRATEGIE ET CONTENU DES MESURES D'INFORMATION ET DE PUBLICITE

Les mesures que l'on souhaite mettre en œuvre pour atteindre les objectifs prévus et obtenir le plus fort impact possible sur les destinataires ont été établies en tenant compte de l'expérience acquise lors des périodes de Programmation précédentes (INTERREG IIIB 2000-2006 et PCT-MAC 2007-2013), ainsi que des ressources financières disponibles pour la présente période de programmation 2014-2020.

4.1. STRATEGIE

L'Annexe XII du Règlement (UE) N° 1303/2013 établit que l'Autorité de Gestion s'assurera que les mesures d'information et de communication sont appliquées conformément à la stratégie de communication et que ces mesures recherchent la plus grande couverture médiatique possible, en recourant à différentes formes et méthodes de communication au niveau approprié.

Les mesures qui sont développées dans le cadre de cette stratégie de communication ont été établies en tenant compte de la réglementation communautaire sur le sujet et de la dotation financière du Programme.

4.1.1. Phases

Les actions de communication mises en œuvres dans cette stratégie pourront avoir un caractère temporaire variable, certaines actions seront ainsi développées de manière continue durant toute la période 2014-2020 et d'autres le seront plus ponctuellement.

La stratégie de communication sera conduite en trois phases:

Première étape : *Mise en marche*. Au cours de cette étape il convient de faire connaître l'existence du Programme de Coopération, ses lignes d'action et sa dotation budgétaire.

Deuxième étape : *Exécution et suivi*. On y approfondira la connaissance et la diffusion du Programme de Coopération, on fournira en particulier des informations détaillées sur les différents appels à propositions des projets, des informations précises à destination des bénéficiaires finaux sur la gestion des projets, ainsi que des informations sur les principales activités et résultats des projets en cours d'exécution.

Troisième étape: *Exécution et clôture*. Cette dernière étape s'adressera fondamentalement au public en général via la diffusion des principales réalisations du Programme en général et des projets exécutés en particulier.



4.1.2. Niveaux d'action

Par ailleurs, les mesures de communication seront conduites à 2 niveaux :

- Au niveau du Programme : actions de communication conçues et programmées conjointement par les organes de gestion du Programme sous la responsabilité de l'Autorité de Gestion. Elles représentent le contenu des mesures décrites dans la présente Stratégie de Communication et s'adresseront aux groupes cibles définis dans cette stratégie de communication.

- Au niveau du Projet : actions de communication conçues et programmées conjointement par les partenariats des projets avec les conseils et le suivi des organes de gestion du Programme.

Pour soutenir les projets dans leurs activités de communication, le Secrétariat Conjoint (SC) prêtera un conseil continu aux entités bénéficiaires en matière d'Information et de communication.

Le SC élaborera les documents énoncés ci-après, lesquels seront à la disposition de tous les bénéficiaires du Programme :

- Manuel d'identité d'entreprise et logotypes.
- Manuel d'application de la réglementation en matière d'Information et de communication.

4.1.3. Accessibilité des informations

Toutes les informations sur le Programme, appels à propositions, projets, etc. seront disponibles sur le site Web du Programme dans un format accessible aux personnes handicapées.

Des sous-titres seront utilisés dans les messages audiovisuels qui seront élaborés, ainsi que dans toutes les mesures qui pourront se baser sur l'émission d'images.

Par ailleurs, l'accès et la participation à tous les événements publics qui seront organisés seront garantis conformément aux règles d'accessibilité en vigueur.

4.2. CONTENU

Le paragraphe 2 de l'Annexe XII du Règlement (UE) N° 1303/2013 établit que l'Autorité de Gestion sera responsable de l'organisation à tout le moins des mesures d'information et de communication suivantes :

- a) organiser une activité d'information importante dans laquelle on fera la publicité du lancement du programme ou des programmes opérationnels, même avant l'approbation des stratégies de communication pertinentes ;
- b) organiser une activité d'information annuelle importante dans laquelle on fera la promotion des opportunités de financement et des stratégies suivies et dans laquelle on présentera les réalisations du programme ou des programmes opérationnels, tels que de grands projets, des plans d'action conjoints et d'autres exemples de projets;
- c) exposer l'emblème de l'Union dans les installations de chaque autorité de gestion ;
- d) réaliser une publication électronique de la liste des opérations conformément à la section 1 de la présente annexe ;
- e) donner des exemples d'opérations, par programme opérationnel, sur le site Internet du programme ; les exemples doivent être formulés dans une langue officielle de l'Union bénéficiant d'une large diffusion autre que la langue ou les langues officielles de l'Etat membre en question;

- f) actualiser les informations sur l'exécution du programme opérationnel, en incluant, le cas échéant, ses principales réalisations sur le site Internet du programme.

Les principales mesures qui seront développées dans la Stratégie de Communication du Programme et qui se conformeront aux obligations réglementaires correspondantes sont les suivantes :

4.2.1. Mesures s'adressant au public en général

a) Elaboration du logotype du Programme.-

On a utilisé le même symbole graphique que le PCT-MAC 2007-2013, il sera utilisé en combinaison avec le logotype d'INTERREG associé à l'emblème de l'UE et à la dénomination du Fonds.



b) Elaboration des matériels de communication du Programme.-

- matériel promotionnel (panneaux d'affichage, roll-up, merchandising, etc.).
- matériel de papeterie (chemises porte-documents, enveloppe, etc.).
- modèles pour supports électroniques (présentations Powerpoint, guides, site Web, etc.)

c) Site Web du Programme.-

Création et maintenance d'un site Web du Programme qui servira de principal outil d'information pour les bénéficiaires potentiels et finaux et le public en général. Les contenus du site seront publiés en espagnol et en portugais (certains contenus seront également disponibles en français) et seront actualisés pour pouvoir apporter des informations claires et précises sur le Programme, son état d'exécution et les résultats obtenus. Les contenus fondamentaux du site Web seront les suivants :

- **Informations sur le Programme**, résumé du citoyen, priorités d'investissement, organes de gestion, lien avec les règlements communautaires, etc.
- **Informations et documents relatifs aux appels à propositions** pour la présentation des projets :
 - Bases des appels à propositions
 - Guides pour la présentation des projets
 - Exemple pratique de renseignement des candidatures
 - Présentations réalisées dans les séminaires d'information
 - Données et statistiques des appels à propositions

- **Liste des opérations approuvées et Fiches techniques desdits projets approuvés** qui, conformément à la réglementation communautaire, contiendront les champs de données suivants :
 - le nom du bénéficiaire.
 - le nom de l'opération.
 - le résumé de l'opération.
 - la date de début de l'opération.
 - la date de fin de l'opération (date prévue pour l'achèvement matériel ou la réalisation complète de l'opération).
 - les dépenses totales éligibles affectées à l'opération.
 - le pourcentage de cofinancement de l'Union par axe prioritaire.
 - le code postal de l'opération ou autre indicateur permettant sa localisation.
 - le pays.
 - le nom de la catégorie d'intervention pour l'opération conformément à l'article 96, alinéa 2, premier paragraphe, lettre b), point vi).
 - la date de la dernière actualisation de la liste d'opérations.
- **Nouvelles** avec des informations actualisées sur les dernières nouveautés liées au Programme, avec la possibilité de s'enregistrer pour recevoir par e-mail chaque nouvelle publiée.
- **Calendrier des événements** que réaliseront les projets avec une description de l'évènement, lieu de tenue, personne de contact, brochure ou dépliant de l'évènement, etc.
- **Newsletters périodiques** : on élaborera au moins une publication numérique annuelle dans laquelle on présentera les réalisations du programme et les projets les plus importants.
- **Accès au SIMAC 2020** (Système Informatique de gestion du Programme MAC à l'usage exclusif des organes de gestion et des bénéficiaires).

e) Présence sur les réseaux sociaux.-

L'une des recommandations de l'Évaluation Intermédiaire du Plan de Communication du PCT-MAC 2007-2013 soulignait une amélioration qui rapprocherait le Programme de la population : la création sur le site Web d'une page dédiée à Facebook ou à un forum qui permettrait à toutes les personnes intéressées d'interagir. En ce sens, le Programme INTERREG V-A MAC 2014-2020 créera son propre profil sur Facebook en permettant ainsi aux projets et au programme d'échanger de manière dynamique des informations sur la réalisation de tout type d'évènements et activités.



f) Exemples de bonnes pratiques.-

On publiera chaque année tant sur le site Web que sur le profil Facebook du Programme les exemples les plus pertinents de bonnes pratiques des projets en cours de réalisation, ainsi que les plus importantes réalisations du programme en matière de coopération territoriale et/ou concertation FED-FEDER.

g) Réalisation d'un message audiovisuel.-

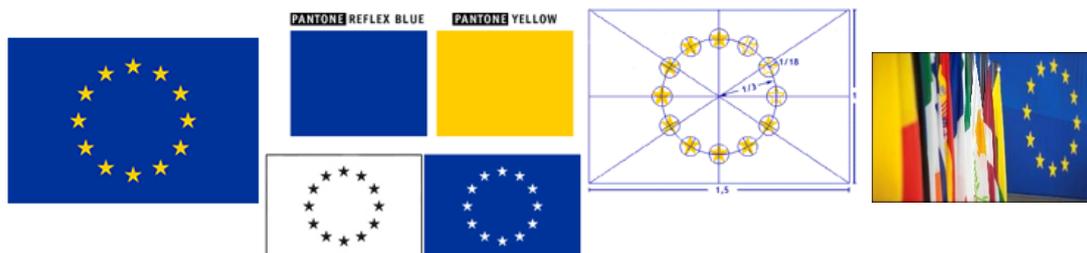
On réalisera une vidéo dévoilant les principaux résultats et réalisations du Programme MAC 2014-2020 dans le cadre de la Coopération Territoriale Européenne. Elle pourra inclure des informations générales sur l'exécution du Programme, des exemples d'actions mises en œuvre, témoignages de bénéficiaires, etc. La vidéo sera de courte durée et sera disponible en espagnol, portugais et français ; elle pourra être sous-titrée pour faciliter l'accès aux informations des personnes malentendantes. Elle sera présentée lors du séminaire de clôture du Programme et pourra être téléchargée sur le site Web du Programme, sur la page Facebook et sur YouTube, elle sera ainsi disponible pour le public en général.



h) Exposition de l'emblème de l'Union.-

L'Autorité de Gestion et les autres organes de gestion du Programme exposeront dans leurs installations une plaque (ou élément similaire) comportant le logotype du programme, le logotype d'INTERREG et l'emblème de l'Union Européenne.

En outre, le drapeau de l'Union Européenne sera présent à l'endroit où se tiendront toutes les réunions des Comités de Suivi et de Gestion du Programme.



4.2.2. Mesures s'adressant aux bénéficiaires potentiels

a) Séminaires d'information.-

On réalisera des séminaires publics de présentation du Programme et de lancement des appels à propositions pour la présentation des projets. Lesdits séminaires s'adresseront à tous les intéressés, on y fournira aux bénéficiaires potentiels, tel que l'établit le paragraphe 3.1.2 de l'Annexe XII du Règlement (UE) N° 1303/2013, des informations claires et détaillées à tout le moins sur les aspects suivants :

- a) les opportunités de financement et le début des appels à propositions pour la présentation des candidatures ;
- b) les conditions d'éligibilité des dépenses pour pouvoir obtenir un financement dans le cadre du Programme ;
- c) la description des procédures utilisées pour examiner les demandes de financement et les délais correspondants ;
- d) les critères de sélection des opérations qui seront financées ;
- e) les contacts au niveau national, régional ou local qui peuvent fournir des informations sur les programmes opérationnels ;
- f) la responsabilité incombant aux bénéficiaires potentiels d'informer le public de la finalité de l'opération et du soutien apporté par les Fonds à l'opération.

Toutes ces informations seront également disponibles sur le site Web pour toute personne intéressée.



b) Elaboration d'un registre des bénéficiaires potentiels.-

L'une des recommandations de l'Évaluation Intermédiaire du Plan de Communication du PCT-MAC2007-2013 concernait le renforcement des actions destinées à la recherche de partenaires dans la zone de coopération, en suggérant à cet effet la création d'une bourse de projets ou de

partenaires intéressés par une participation à de futurs appels à propositions qui pourrait être intégrée sur le site Web du programme.

En ce sens, le Programme INTERREG V-A MAC 2014-2020 créera sur le site Web du Programme un registre des entités intéressées par une participation à des projets de coopération dans l'espace du Programme dans lequel figureront au moins les champs suivants :

- Nom de l'entité
- Adresse complète
- Champ d'action
- Informations de contact

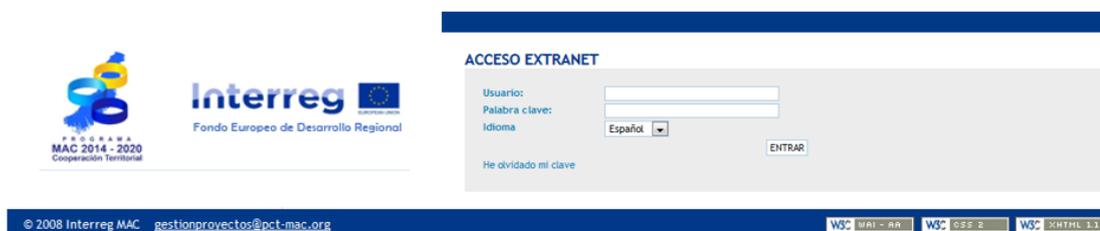
4.2.3. Mesures s'adressant aux bénéficiaires finaux

a) Système Informatique de gestion du Programme MAC (SIMAC 2020).-

On élaborera le SIMAC 2020 (Système Informatique MAC 2014-2020) sur la base de l'application informatique de gestion du PCT-MAC 2007-2013. Cet outil informatique permettra de réaliser toutes les tâches de gestion du Programme et des Projets.

Le SIMAC 2020 hébergera, entre autres documents, tous les **Guides et Manuels** servant à la gestion des projets approuvés :

- Guide financier
- Guide des modifications
- Manuels de communication
- Guide des rapports d'exécution



b) Journées techniques.-

On organisera des journées techniques sur la gestion des projets approuvés. Elles s'adresseront aux entités bénéficiaires dont les projets auront été approuvés par le Comité de Gestion. Au cours desdites journées, des informations claires et détaillées seront fournies à tout le moins sur les aspects suivants :

- Informations de base pour la mise en marche des projets :
 - Le contrat d'attribution du soutien du FEDER.
 - Fonctionnement du partenariat.
 - Modifications des projets.
 - Rapports d'exécution.
 - Obligations en matière de publicité et de communication.

- La gestion financière des projets :
 - Circuit financier : dépenses et paiements.
 - L'éligibilité des dépenses.
 - Les dépenses FEDER dans les pays tiers.

- L'utilisation du Système Informatique du Programme (SIMAC) pour la gestion des projets.

En outre, conformément au paragraphe 3.2 de l'Annexe XII du Règlement (UE) N° 1303/2013, les bénéficiaires seront informés que l'acceptation du financement implique l'acceptation de leur inclusion dans la liste d'opérations.



c) Elaboration de manuels de communication.-

On élaborera les guides de communication du Programme, lesquels seront disponibles dans le Système Informatique de gestion du Programme (SIMAC 2020):

- Manuel d'identité d'entreprise et logotypes du Programme.
- Manuel d'application de la réglementation en matière d'information et de communication.



Ces manuels intégreront les guides des logotypes et graphisme élaborés par la Commission Européenne et énonceront toutes les responsabilités des bénéficiaires qui sont détaillées dans le paragraphe 2.2. de l'Annexe XII du Règlement (UE) N° 1303/2013 relatives à la reconnaissance du soutien du FEDER dans toutes les mesures d'information et de communication que conduiront les projets, à l'information publique du cofinancement reçu, à la déclaration d'information sur le soutien du Fonds sur tout document lié à l'exécution du projet, aux panneaux d'information nécessaires en cas de réalisation d'infrastructures, acquisition d'équipements ou travaux de construction, etc.

5. ORGANISMES RESPONSABLES EN MATIERE D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION

L'article 117 du Règlement (UE) N° 1303/2013 détermine les responsables en matière d'information et de communication et leurs réseaux :

1. Chaque Etat membre désignera un responsable en matière d'information et de communication qui coordonnera ces activités en relation avec un ou plusieurs Fonds, incluant les programmes concernés basés sur l'objectif de coopération territoriale européenne et informera la Commission en conséquence.
2. Le responsable en matière d'information et de communication sera chargé de la coordination du réseau national de communicants des Fonds, lorsqu'il existera, de la création et de la maintenance du site ou portail Internet et de la présentation d'un résumé des mesures de communication appliquées au niveau de l'Etat membre.
3. L'autorité de gestion désignera une personne chargée de l'information et de la communication au niveau du programme opérationnel et notifiera à la Commission les personnes désignées.
4. La Commission créera des réseaux au sein de l'Union qui comprendront les membres désignés par les Etats membres afin de garantir l'échange d'informations sur les résultats de l'application des stratégies de communication, l'échange d'expérience dans l'application des mesures d'information et de communication et l'échange de bonnes pratiques.

5.1 AUTORITE DE GESTION

L'Autorité de Gestion doit garantir, conformément à la stratégie de communication, que la stratégie et les objectifs du Programme MAC et les opportunités de financement à travers le soutien conjoint de l'Union et de l'Etat membre sont largement diffusés vers les bénéficiaires potentiels et toutes les parties intéressées, avec des informations détaillées du soutien financier provenant du FEDER.

L'Autorité de Gestion du Programme informera le Comité de Suivi au moins une fois par an des progrès dans l'application de la stratégie de communication et de l'analyse qu'elle fera des résultats, ainsi que des activités d'information et de communication qu'elle prévoira d'effectuer l'année suivante. Le Comité de Suivi rendra, s'il le juge opportun, un rapport sur les activités prévues l'année suivante.

En outre, l'Autorité de Gestion veillera à la participation dans les mesures d'information et de communication, lorsqu'il y aura lieu et conformément à la législation et aux pratiques nationales, des organismes figurant dans le paragraphe 2.1.3 de l'annexe XII du Règlement (UE) N° 1303/2013.

5.2 SECRETARIAT CONJOINT

Par ailleurs, comme l'établit l'art. 117.3 du Règlement (UE) N° 1303/2013, l'Autorité de Gestion désignera une personne chargée de l'information et de la communication au niveau du programme opérationnel et notifiera à la Commission les personnes désignées. Dans le cas

du Programme MAC 2014-2020, on désignera une personne responsable de la communication dans l'équipe du Secrétariat Conjoint.

En ce sens et conformément aux dispositions établies dans le Programme, le Secrétariat Conjoint doit réaliser, entre autres, les tâches suivantes :

- Coordonner les actions et initiatives d'animation, promotion, divulgation du programme et d'information aux bénéficiaires.
- Assurer l'élaboration du Plan de Communication et du Plan d'Évaluation, de même que leur respect par le Programme.

En outre, il veillera à ce que les entités bénéficiaires assument leurs responsabilités en matière de communication et de publicité en vertu des dispositions établies dans le paragraphe 2.2 de l'Annexe XII du Règlement (UE) N° 1303/2013.

5.3 AUTRES ORGANES DE GESTION DU PROGRAMME

Chaque organisme en charge de l'exécution du Programme est responsable, eu égard aux activités relevant de sa compétence, de l'application et du respect de la réglementation en matière d'information et de publicité.

Les Correspondants Régionaux doivent assurer le contrôle de la gestion et de l'exécution des projets de leurs régions respectives et réaliser les tâches de vérification des dépenses effectuées par les bénéficiaires de chaque région en vérifiant le respect des règles applicables en matière de communication. Ils pourront réaliser des actions de diffusion et de communication en adaptant, le cas échéant, les mesures d'information au contexte régional.

Dans tous les cas, on veillera à insister, lorsque ce sera pertinent et en présence de représentants de l'administration dans les moyens de communication, sur l'importance du cofinancement des fonds européens en complément de l'effort d'investissement régional et national.

5.4 BENEFCIAIRES

Les entités bénéficiaires du cofinancement FEDER dans le cadre du Programme MAC 2014-2020 jouent un rôle fondamental en matière d'information et de communication, dans la mesure où elles sont à la fois destinataires de la stratégie de communication du Programme et responsables de la réalisation des actions de promotion et de diffusion des projets auxquels elles participent.

En ce sens, il est prévu dans le formulaire de candidature que tous les projets devront développer, décrire et budgéter des "activités de communication". Tous les projets mèneront dès lors des actions dans ce domaine et devront respecter la réglementation en vigueur en suivant les indications des manuels de Communication du Programme.

6. SUIVI ET EVALUATION DES MESURES D'INFORMATION ET DE PUBLICITE

6.1 SUIVI

L'art. 110 du Règlement (UE) N° 1303/2013 établit qu'il incombe au Comité de Suivi d'examiner l'application de la stratégie de communication. A cet effet, l'Autorité de Gestion informera le Comité de Suivi au moins une fois par an des progrès dans l'application de la stratégie de communication et de l'analyse qu'elle fera des résultats, ainsi que des activités d'information et de communication qu'elle prévoira d'effectuer l'année suivante.

En outre, l'art. 111 du Règlement (UE) N° 1303/2013 établit que les rapports d'exécution annuels contiendront des informations sur les résultats des mesures en matière d'information et de publicité des Fonds appliquées conformément à la stratégie de communication.

Par conséquent, le système de suivi de la stratégie de communication du Programme visera à garantir que l'on disposera à tout moment des informations nécessaires pour répondre aux exigences de la réglementation communautaire. Il se traduira par :

- *Communication des informations aux Comités de Suivi.*

Le Comité de Suivi recevra des informations annuelles de l'Autorité de Gestion sur :

- La stratégie de communication et les progrès dans son application ;
- les mesures menées à bien en matière de communication ;
- le degré d'exécution physique et financière ;
- le contenu de toute modification importante de la stratégie.

- *Inclusion des informations dans les rapports d'exécution annuels et finaux.*

Ces rapports contiendront un chapitre destiné à présenter les progrès dans l'application de la stratégie de communication, en offrant des informations qualitatives et quantitatives sur :

- les mesures menées à bien en matière de communication et de publicité ;
- les dispositions relatives à la publication de la liste des opérations ;
- le degré d'exécution physique et financière des mesures en matière de communication ;
- le contenu de toute modification importante du Plan de Communication ;
- le degré de conformité de certains indicateurs de communication :

Au niveau du programme :

- Nombre de visites sur le site Web du Programme.
- Nombre d'actes de diffusion dans les moyens de communication (communiqués de presse, articles, etc.)
- Nombre de publications réalisées (brochures, newsletters, guides, messages audiovisuels, etc.)
- Nombre d'évènements de communication réalisés (séminaires, forums, journées, salons, expositions, etc.)
- Nombre de participants aux évènements de communication réalisés (hommes/femmes).

Au niveau des projets :

- Nombre de sites Web créés par les projets.
- Nombre de visites sur les sites Web des projets.
- Nombre d'actes de diffusion dans les moyens de communication (communiqués de presse, articles, campagnes, etc.).
- Nombre de publications réalisées (brochures, newsletters, guides, messages audiovisuels, etc.)
- Nombre d'évènements de communication réalisés (séminaires, forums, journées, salons, expositions, etc.)
- Nombre de participants aux évènements de communication réalisés (hommes/femmes).

6.2 EVALUATION

L'évaluation de la stratégie de communication visera à évaluer le degré de réalisation de ses objectifs, à savoir mesurer l'efficacité des mesures entreprises en matière de communication.

Le degré de visibilité et de sensibilisation du Programme chez les destinataires (directs et indirects) sera évalué au travers des actions suivantes :

- Evaluation des informations obtenues au moyen de questionnaires qui seront remis durant les séminaires, lesquels seront destinés à évaluer le degré de pertinence, d'efficacité et de clarté des informations communiquées durant les séminaires.
- Quantification du nombre de visites sur le site Web du Programme, ainsi que du nombre de téléchargements réalisés des divers documents disponibles.
- Quantification des indicateurs de communication établis.
- Evaluation des résultats du suivi et du contrôle des projets relativement au respect des obligations de publicité.

7. BUDGET INDICATIF

On estime que le montant de toutes les actions à mettre en œuvre dans le présent Plan de Communication s'élève à la somme de **436.000 €** pour toute la période.

Ce budget est indicatif et est soumis aux actualisations annuelles qu'approuvera le Comité de Suivi, tant en ce qui concerne la stratégie de communication que le budget d'Assistance Technique.

8. PLAN ANNUEL DE COMMUNICATION

La stratégie de communication s'adaptera à chaque étape d'implémentation du Programme à court, moyen et long terme.

Durant la *phase initiale de mise en marche*, on mettra en œuvre les mesures prévues pour la création de l'image d'entreprise du programme, l'élaboration des manuels de communication,

la création du site Web, la mise en marche du SIMAC, le registre des bénéficiaires potentiels et le Séminaire de présentation du Programme.

Durant la *phase d'exécution et de suivi*, on réalisera la maintenance et les actualisations du site Web, les améliorations et actualisations du SIMAC, les séminaires de lancement des appels à propositions, les journées techniques pour les projets approuvés et on encouragera la présence sur les réseaux sociaux et les moyens de communication. Durant cette phase, la stratégie de communication favorisera parmi les projets la bonne implémentation de leurs activités de communication et diffusera les premiers résultats.

Durant la *phase d'exécution et de clôture*, on réalisera le message audiovisuel résumé du programme, ainsi que le séminaire final de clôture. La stratégie de communication sera centrée sur la diffusion des principaux résultats et réalisations des projets et du Programme.

Phases/années	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021-23
Phase 1. Mise en marche							
Phase 2. Exécution et suivi							
Phase 3. Exécution et clôture							