

2014 > 2020

GUIDE DE COMMUNICATION

Pour les bénéficiaires de Fonds
européens en Occitanie



Document cofinancé par les Fonds Européens Structurels et d'Investissement

L'EUROPE S'ENGAGE, L'OCCITANIE AGIT

Pour la période de programmation 2014-2020, la Région Occitanie a pour mission, d'animer, de piloter, de gérer des programmes opérationnels qui la concernent et de sélectionner des projets portés sur le territoire régional susceptibles de bénéficier d'une aide européenne. **A ce titre elle est autorité de gestion des Fonds européens FEDER, FSE, IEJ, FEAMP, FEADER*.**

La publicité de l'intervention de l'Union européenne est une obligation réglementaire destinée à assurer la notoriété et la transparence de l'intervention de l'Europe en région Occitanie. Véritables ambassadeurs des Fonds européens en région, les bénéficiaires ont pour engagement de promouvoir l'implication de l'Europe en Occitanie. **Le non-respect de cette obligation peut conduire à l'annulation ou au reversement de la subvention européenne.**

Ce guide a pour vocation première, de vous aider à mieux comprendre et **remplir cette obligation** conformément aux règlements communautaires**.

Il s'adresse aux bénéficiaires des programmes opérationnels (PO) régionaux FEDER-FSE-IEJ et des programmes de développement rural (PDR) des deux ex périmètres Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées.

En complément, la Région Occitanie et l'Europe vous accompagnent dans la mise en place de votre stratégie de communication en mettant à votre disposition :

- **une assistance technique** : site internet dédié, supports prêts à l'emploi et téléchargeables en ligne, conseils sur vos projets de communication,
- **une assistance financière**, une partie des dépenses de communication peut être prise en charge par l'Union européenne dès lors qu'elle est prévue dans le budget de votre projet.

GLOSSAIRE

(*) Les FESI en Occitanie / Pyrénées-Méditerranée : Fonds européen de développement régional (FEDER), Fonds social européen (FSE), Fonds européen agricole de développement rural (FEADER), Fonds européen pour les affaires maritimes et la pêche (FEAMP).

(**)

.Règlement général UE relatif aux FESI n° 1303/2013 du 17/12/2013 (chapitre II et annexe XII),
règlement d'exécution UE n° 821/2014 du 28/07/2014 (chapitre II et annexe II)

.Règlement UE n° 1304 du 17/12/2013 relatif au FSE

.Règlement UE d'exécution n° 808/2014 du 17/07/2014 sur les programmes de développement rural modifié par le règlement UE n° 2016/669 du 28/04/2016

SOMMAIRE

1

DES OBLIGATIONS DE PUBLICITÉ À RESPECTER 04

LES ÉLÉMENTS TEXTES ET VISUELS 04

VOS OBLIGATIONS PAR TYPE DE SUPPORT 05

1. Pour tout type de document
2. Pour votre site internet
3. Pour vos affichages



VOS OBLIGATIONS D’AFFICHAGE EN 1 COUP D’ŒIL 07

4. Pour les équipements financés..... 08
5. Et pour les autres moyens de communication
6. Les justificatifs 09

2

LES BONNES PRATIQUES & LES BONS GESTES 10

MIEUX VALORISER VOTRE PROJET 10

1. Créez ou enrichissez votre site internet
2. Profitez des avantages des réseaux sociaux
3. Appuyez vous sur les réseaux professionnels
4. Organisez un événement
5. Informez la région Occitanie

MIEUX COMMUNIQUER AVEC LA PRESSE 12

1. Des contacts intéressés par votre projet
2. Des outils et des contenus adaptés pour la presse
3. Des moments d’échanges avec vos cibles influentes
4. Des retombées presse



MÉMO 14

LES BONNES PRATIQUES 15

CONTACTS 16

DES OBLIGATIONS DE PUBLICITÉ À RESPECTER

LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES & TEXTES

Le bloc marque comprend 4 éléments indissociables : 3 logos et 1 mention.



CAS PARTICULIERS DES PROJETS COFINANCÉS FEADER

. Pour les projets FEADER la mention à apposer est la suivante :

Projet cofinancé par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
L'Europe investit dans les zones rurales

. Pour les projets cofinancés au titre du dispositif LEADER, le logo spécifique LEADER est ajouté dans le bloc marque, comme dans l'exemple ci-dessous :



Si d'autres logos sont affichés en complément de l'emblème de l'Union européenne, celui-ci a au moins la même taille, en hauteur ou en largeur, que le plus grand des autres logos. Ils viendront systématiquement se positionner à droite du logo de la région Occitanie.

Pour aller plus loin : l'intégralité des règles d'utilisation de l'emblème européen figure dans le règlement n° 821/2014 du 28 juillet 2014 (chapitre II et annexe II).



BON À SAVOIR !

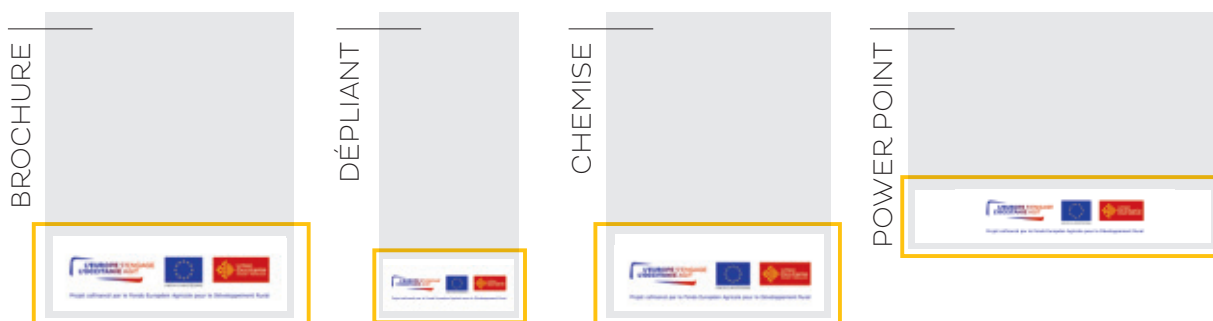
Le bénéficiaire veillera, sur l'ensemble de ses supports, à assurer une lisibilité optimale du bloc marque en respectant la taille minimum et la qualité de reproduction.

VOS OBLIGATIONS PAR TYPE DE SUPPORT

Tous vos supports d'information et de communication en lien avec le projet cofinancé doivent intégrer le bloc marque quel que soit le média utilisé.

1 POUR TOUT TYPE DE DOCUMENTS

- Vos documents administratifs : feuilles d'émergence, rapport, lettre ...
- Vos publications informatives : présentation, compte-rendu, signature électronique (pour un emploi subventionné), étude, réalisation technique, formation ...
- Vos supports de communication : brochure, dépliant, affiche, vidéo ...



2 POUR VOTRE SITE INTERNET

Vous disposez d'un site internet :

- **s'il est dédié** à la mise en œuvre de votre **projet** cofinancé, le bloc marque doit apparaître directement en page d'accueil,
- **si le projet cofinancé par l'Europe est un projet parmi d'autres**, il est nécessaire de créer une rubrique ou une page dédiée et d'y faire figurer le bloc marque.

Dans les deux cas, l'emblème et la mention de l'Union européenne doivent être **visibles immédiatement**, sans avoir besoin de faire défiler la page.



BON À SAVOIR !

Pour les dépenses susceptibles d'être éligibles et devant respecter la réglementation de la commande publique, l'avis d'appel public à la concurrence doit faire référence au soutien du Fonds européen concerné conformément à la directive UE/2014/24 du 26 février 2014. Sans respect de cette obligation, les dépenses concernées seront inéligibles.



BON À SAVOIR !

Vous pouvez aussi intégrer des liens vers le site de la Commission européenne et des institutions nationales en charge de la gestion de la subvention.



3 POUR VOS AFFICHAGES

Selon la nature de l'opération et du Fonds européen concerné, vous êtes dans l'obligation de mettre en place un affichage pendant et à la suite de la réalisation de l'opération dans un lieu visible du public (hall d'accueil, entrée du bâtiment, site des travaux, entrée d'un chemin d'accès...), répondant à des critères précis, selon trois formats : affiche, panneau, plaque.

- **Affiche et plaque** : format A3 minimum (42 cm x 29,7 cm). La taille de ces supports est à adapter en fonction du contexte et de l'environnement physique où ils seront apposés.
- **Panneau** : de dimensions importantes en fonction de l'envergure du projet et du contexte.

AFFICHE

L'EUROPE S'ENGAGE L'OCCITANIE AGIT

UNION EUROPÉENNE

Projet cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional

Nom du projet : _____
Les objectifs du projet : _____

Bénéficiaire : _____
Montant total : _____
Dont financement européen : _____

PANNEAU

UNION EUROPÉENNE

La Région Occitanie Pyrénées - Méditerranée

Projet cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional

L'EUROPE S'ENGAGE L'OCCITANIE AGIT

Nom du projet : _____
Les objectifs du projet : _____

Bénéficiaire : _____
Raison sociale : _____
N° du permis : _____
Date d'affichage de l'autorisation en mairie : _____
Mairie de : _____
Nom de l'architecte : _____
Superficie du plancher : _____
Superficie du terrain : _____
Maître d'ouvrage : _____
Durée des travaux : _____
Date prévue de fin de travaux : ____/____/____

Coût total : _____ €
Dont part UE : _____ €
Dont participation partenaires : _____

CHANTIER INTERDIT AU PUBLIC
FOI DU CASQUE OBLIGATOIRE

PLAQUE

UNION EUROPÉENNE

La Région Occitanie Pyrénées - Méditerranée

Projet cofinancé par le Fonds Social Européen

L'EUROPE S'ENGAGE L'OCCITANIE AGIT

Nom du projet : _____
Les objectifs du projet : _____

Pour les plaques et les panneaux, il est indispensable de respecter

la règle des 25% MINIMUM

- 1 Le nom de l'opération
- 2 L'objectif principal de l'opération
- 3 L'emblème de l'Union européenne
- 4 La mention du Fonds européen cofinancier

Ces 4 mentions doivent occuper au moins un quart (25%) de la surface du support.



BON À SAVOIR !

Sur la surface restante, il est possible d'indiquer le maître d'œuvre, la durée et la fin des travaux ou de l'opération, son coût global, ses partenaires financiers, ... Les logos des partenaires du projet peuvent évidemment être ajoutés sur le support. Ils seront de même taille que l'emblème européen, en hauteur ou en largeur. Le choix du matériau utilisé pour ces supports est libre (plastique, bois, métal ...).

Retrouvez ces gabarits (affiche, plaque et panneau) prêts à l'emploi sur europe-en-occitanie.eu



VOS OBLIGATIONS D'AFFICHAGE EN 1 COUP D'ŒIL

VEILLEZ À RESPECTER LES FORMATS, CONTENUS ET PROPORTIONS ÉVOQUÉS CI-CONTRE.

PÉRIODE	TYPE D'OPÉRATION	RÈGLE
PENDANT la réalisation de l'opération	FEDER et FSE Toute opération d'un montant inférieur à 500 000 € d'aides publiques.	APPOSITION D'AU MOINS UNE AFFICHE OU D'UNE PLAQUE FORMAT A3 MINIMUM dans un lieu visible du public.
	FEADER Toute opération d'un montant compris entre 50 000 et 500 000 € d'aides publiques.	
SUITE à la réalisation de l'opération (au plus tard 3 mois après l'achèvement de l'opération)	FEDER et FEADER toute opération d'un montant supérieur à 500 000 € d'aides publiques portant sur le financement d'infrastructures, de construction ou de matériel.	APPOSITION D'UN PANNEAU D'AFFICHAGE DE DIMENSIONS IMPORTANTES à l'extérieur.
	FEDER et FSE toute opération portant sur le financement d'équipements.	APPOSITION D'AUTOCOLLANTS DE DIMENSIONS ADAPTÉES sur les matériels ou équipements.
	FEDER, FEADER et FSE toute opération d'un montant supérieur à 500 000 € d'aides publiques ou de financement de travaux d'infrastructures, de construction ou de matériel.	APPOSITION D'UN PANNEAU DE DIMENSIONS IMPORTANTES à l'extérieur. APPOSITION D'UNE PLAQUE FORMAT A3 MINIMUM à l'intérieur.

4 POUR VOS ÉQUIPEMENTS FINANCÉS

Si le projet porte sur des équipements, vous devez les identifier en y **apposant des autocollants du bloc marque**.

La Région tient à votre disposition des modèles téléchargeables en ligne, prêts à imprimer, à retrouver sur : <http://www.europe-en-occitanie.eu>



5 ET POUR VOS AUTRES MOYENS DE COMMUNICATION

Les objets promotionnels

Si vous souhaitez produire des objets promotionnels en lien avec le projet, vous vous devez d'apposer le bloc marque. Si le cofinancement porte sur des objets promotionnels de petite taille (stylos, clés USB, porte-clefs,...), il est possible de façon exceptionnelle de remplacer le bloc marque par le seul emblème européen de l'Union avec la mention « Union européenne ».

Les spots radios

Tout spot radio dédié au projet doit mentionner une adresse Internet où trouver des informations complémentaires. À partir de 30 secondes de durée, la mention de l'Union européenne et du Fonds européen cofinancier doit pouvoir être faite.

Par exemple : « Ce projet est cofinancé par le Fonds ... ».



6 LES JUSTIFICATIFS

Vous devez fournir la preuve du respect de votre engagement lors de la demande de paiement de la subvention, ou en cas de contrôle. Pensez à collecter au fur et à mesure le maximum de pièces justificatives :



- **copies** des brochures, des feuilles d'émargement, des courriers, des invitations, des attestations de participation, ... portant les logos obligatoires,



- **photos** de vos affichages qui attestent la publicité du soutien des Fonds européens ou des actions/événements de communication mis en œuvre,



- **copies d'écran** des rubriques, articles ou pages dédiées à votre projet sur votre site Internet,



- **articles de presse** consacrés au projet,



- **ordre du jour** d'un séminaire, d'une réunion où vous êtes intervenu pour présenter votre projet ...



LES OUTILS & DOCUMENTS À VOTRE DISPOSITION

L'ensemble des outils nécessaires au respect des obligations de communication à savoir les visuels, logos, bandeaux, charte graphique et documents pratiques ainsi que ce guide peuvent être consultés et téléchargés à l'adresse :



WWW.EUROPE-EN-OCCITANIE.EU

Les gabarits et outils prêts à l'emploi sont des exemples graphiques que vous pouvez adapter.

MIEUX VALORISER VOTRE PROJET

Pour donner une dimension régionale et européenne à votre projet, au-delà de vos obligations d'affichage, il vous est conseillé de communiquer sur votre action. En complément de vos supports de communication et des outils fournis par la Région Occitanie, élargissez la visibilité de votre projet grâce à différentes actions simples et efficaces.

1 CRÉEZ OU ENRICHISSEZ VOTRE SITE INTERNET

Quelques conseils pratiques à retenir :

- **Alimentez** votre site Internet avec des contenus attractifs pour susciter l'intérêt des internautes.
- **Identifiez** les besoins et attentes de votre cible pour mieux y répondre.
- **Créez** un contenu unique, simple, clair et aisément visible.
- **Communiquez** sur les avancées de votre projet de façon très visuelle avec des infographies et des images.
- **Soignez, variez et optimisez** les différents médias : en y ajoutant des images et vidéos de qualité et libres de droits ou avec l'accord de tiers en indiquant les crédits photos (nom du ou des photographes).

2 PROFITEZ DES AVANTAGES DES RÉSEAUX SOCIAUX

Indispensables pour faire connaître votre projet en ligne et interagir avec vos partenaires, vos prospects et vos clients, les réseaux sociaux Facebook, Twitter, LinkedIn et Instagram sont aujourd'hui des supports privilégiés, simples d'utilisation, rapides et directs.

Ils vous permettront notamment **d'accroître votre notoriété**, votre visibilité et votre référencement naturel **et d'avoir des retombées** sur votre projet ou votre entité (e-réputation).



BON À SAVOIR !

Abonnez-vous aux comptes des réseaux sociaux de la Région Occitanie.

3 APPUYEZ-VOUS SUR LES RÉSEAUX PROFESSIONNELS

Pour valoriser votre projet, identifiez des partenaires pertinents, ils seront d'excellents relais de vos actions.

Les réseaux sociaux professionnels et les relais (technopoles, chambres consulaires, agences de développement, collectivités ...) représentent des interlocuteurs de proximité pour valoriser l'intervention de l'Union européenne à travers des projets de territoire.

4 ORGANISEZ UN ÉVÉNEMENT

Pour donner de la visibilité à votre projet, **pensez à communiquer lors d'événements du type** : inauguration d'un bâtiment, visite de chantier, interview, salon en y invitant des partenaires tels que les parlementaires européens, les élus régionaux ...

5 INFORMEZ LA RÉGION OCCITANIE

Pour **renforcer** l'impact de **votre communication** il est important **d'informer le service gestionnaire de votre dossier** des étapes clés du projet telles que l'inauguration, le lancement, la participation à un salon ou à un événement à mi-parcours, ou encore des portes ouvertes ..., afin qu'il ait une bonne connaissance des actions de **valorisation de votre projet**, et de **bénéficier de retombées efficaces**.



BON À SAVOIR !

Donnez encore plus de visibilité à votre projet !

N'hésitez pas à profiter d'événements officiels récurrents tels que la Fête de l'Europe (9 mai) qui s'inscrit dans le cadre du « Joli mois de l'Europe », action coordonnée par la Région. Cet événement pour tous est largement suivi par de nombreux partenaires, organisateurs de manifestations comme le réseau des centres d'information et l'Union européenne « Europe Direct » : spectacles, balades, café-débats, concerts, expositions, rencontres professionnelles, dégustations, villages européens, ... autant d'occasions de faire connaître et valoriser votre projet !



MIEUX COMMUNIQUER AVEC LA PRESSE

La presse est une cible spécifique qui permet d'obtenir le meilleur taux de retour sur investissement en terme de couverture, de crédibilité et de visibilité de votre communication.

1 DES CONTACTS INTÉRESSÉS PAR VOTRE PROJET

Identifiez précisément les médias à contacter, les journalistes, correspondants locaux, influenceurs ou blogueurs susceptibles de relayer votre action auprès d'un public précis à travers différents médias.

2 DES OUTILS ET DES CONTENUS ADAPTÉS POUR LA PRESSE

En fonction de la nature et de l'ampleur de votre projet, et en fonction de l'information à partager, le contenu prendra la forme d'un communiqué de presse, d'un dossier de presse ou des deux.

Le communiqué de presse est un document synthétisant vos informations à envoyer aux journalistes. **Le dossier de presse**, plus complet, leur est remis à l'occasion d'une rencontre ou d'un événement.

LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Les journalistes ne publient que les communiqués qu'ils jugent intéressants et pertinents pour leurs lecteurs. L'information que vous leur communiquez doit donc être claire, concise et susciter leur curiosité.

→ Quelques recommandations pour la composition et la rédaction :

- **Spécifiez** « Communiqué de presse » en début de page.
- **Apposez** le bloc marque et le logo de l'émetteur, et/ou du porteur de projet si ce dernier est différent et pertinent.
- **Un titre court et accrocheur** et un résumé en quatre lignes (s'inspirer des newsletters), avec des paragraphes courts, qui répondent à six questions :
 - QUI ?** Le sujet de l'information, le porteur de projet : vous !
 - QUOI ?** L'information : votre projet : lancement, achèvement, ouverture ...
 - QUAND ?** Les dates significatives de vie de votre projet.
 - OÙ ?** Le lieu : emplacement de la réalisation, champ d'action ...
 - COMMENT ?** Les modalités, l'organisation ...
 - POURQUOI ?** Les explications : le contexte, vos objectifs, ...
- **Placez** vos informations les plus larges au début et les indications plus précises à la fin.
- **Regroupez-les** sur une seule page si possible.
- **Soyez factuel**, pas de point de vue, utilisez un ton neutre et une formulation simple.
- **Présentez** la source/l'émetteur du communiqué en bas de page en deux lignes.
- **Indiquer** clairement le contact presse (identité, coordonnées).
- **Des photos** (de qualité) peuvent accompagner le communiqué.

LE DOSSIER DE PRESSE

Soyez original et cohérent avec le sujet, tout autant que clair et attractif.

Votre dossier de presse est un outil de travail destiné aux journalistes. Il va plus loin que le communiqué de presse, en choisissant un ou plusieurs angles de traitement de l'information.

→ Quelques recommandations pour sa composition :

- **Il peut :**
 - se présenter sous forme de fiches (3 à 5 maxi) ou de livret,
 - être édité sur papier, mais doit toujours être disponible aux formats électroniques.
- **Et surtout :**
 - soignez la mise en page, la présentation et le support sur lequel vous imprimerez votre dossier ...
 - et n'hésitez pas à faire preuve de créativité !



BON À SAVOIR !

Envoyez votre communiqué et dossier de presse par mail aux formats Word et PDF et veillez à ce que vos fichiers, y compris les photos jointes, ne dépassent pas les 2 Mo.

3

DES MOMENTS D'ÉCHANGES AVEC VOS CIBLES INFLUENTES

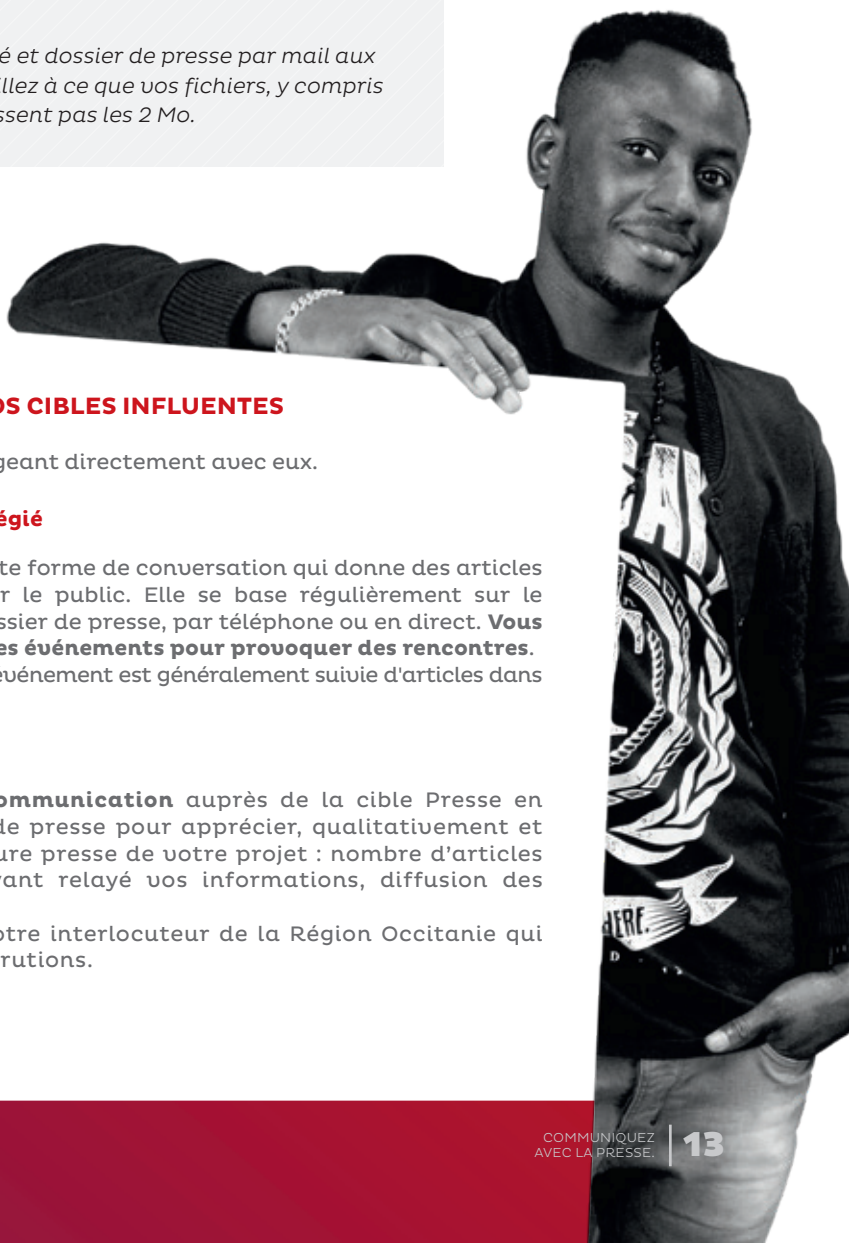
Créez du lien avec les journalistes en échangeant directement avec eux.

→ L'interview, un moment d'échange privilégié

Le journaliste peut solliciter cette forme de conversation qui donne des articles souvent plus accrocheurs pour le public. Elle se base régulièrement sur le communiqué de presse ou le dossier de presse, par téléphone ou en direct. **Vous pouvez également organiser des événements pour provoquer des rencontres.** La présence de journalistes à un événement est généralement suivie d'articles dans les médias.

→ Vos retombées presse

Évaluez l'impact de votre communication auprès de la cible Presse en mettant en place une revue de presse pour apprécier, qualitativement et quantitativement, la couverture presse de votre projet : nombre d'articles et de reportages, médias ayant relayé vos informations, diffusion des supports, ...
Et n'oubliez pas d'informer votre interlocuteur de la Région Occitanie qui pourra lui aussi relayer vos parutions.





MÉMO

JE RESTE ACTIF SUR MA COMMUNICATION PENDANT TOUTE LA DURÉE DE MON PROJET :

- Je veille à la bonne application dans le temps du bloc marque.
- J'actualise la page Internet ou la rubrique dédiée au projet, pour mettre en valeur les résultats.
- Je veille à maintenir en place les affichages (affiches, panneaux, plaques).
- Je saisis les opportunités (séminaire, interview, inauguration, ...) pour informer sur le projet.
- Je peux aussi saisir l'opportunité du projet pour faire une journée « Europe ».



LES BONNES PRATIQUES

Pour mieux développer et valoriser votre projet, l'Union européenne et la Région Occitanie vous invitent à prendre en considération quelques bonnes pratiques afin de mieux intégrer la dimension environnementale du développement durable et d'égalité des chances.

POUR VOS SUPPORTS DE COMMUNICATION :



· Privilégiez les fournisseurs ou prestataires locaux afin de limiter le transport et les émissions de CO₂ pour vos impressions.



· Préférez le papier recyclé et recyclable (éco labellisé).



· Choisissez des objets promotionnels utiles et réutilisables, fabriqués dans des matériaux plus respectueux de l'environnement.



· Limitez les impressions en privilégiant la dématérialisation des supports.



· Adaptez les contenus et la mise en page pour assurer un confort de lecture (déficients visuels).



· Préférez des outils presse dématérialisés.



· Concevez un site "responsive design" pour optimiser la navigation sur tout type de support (smartphone, tablette).



· Veillez à trier et recycler les déchets et à limiter le gaspillage.

CONTACTS

RÉGION OCCITANIE / PYRÉNÉES-MÉDITERRANÉE

- La Région et l'Europe : www.europe-en-occitanie.eu
- Contact mail : programmes.europeens@laregion.fr
- Contact mail pour les questions spécifiques à l'agriculture :
 - > pour le périmètre ex Midi-Pyrénées :
service-feader-pdrmp@laregion.fr
 - > pour le périmètre ex Languedoc-Roussillon :
feader-pdrlr@laregion.fr