

Interreg Caraïbes

Fonds européen de développement régional



Stratégie de communication 2014/2020

Version validée en comité de suivi le 30 mai 2017

Table des matières

I.-	INTRODUCTION.....	3
II.-	TEXTES DE REFERENCE.....	5
1.	Règlement CE 1301/2013 du 17 décembre 2013 (articles 115 à 117 & Annexe X II).....	5
2.	Règlement n°821/2014.....	5
3.	Evaluation du PO 2007/2013.....	5
III.-	LES OBJECTIFS GENERAUX.....	6
IV.-	LES MODALITES DE MISE EN OEUVRE.....	7
1.	Renforcer l'animation et l'accompagnement des porteurs de projet.....	7
2.	Axer le message sur la capitalisation des projets.....	7
3.	Mettre en place un plan de formation spécifique.....	8
4.	Adopter une nouvelle charte graphique.....	8
5.	Renforcer la présence du programme au sein des réseaux de communication.....	8
V.-	Les organismes en charge de la communication.....	10
1.	L'Autorité de Gestion (AG).....	10
2.	Le Secrétariat Conjoint.....	10
3.	Les Points de Contacts Régionaux communautaires et extracommunautaires.....	10
4.	Les bénéficiaires.....	11
VI.-	Les groupes cibles.....	12
1.	Le grand public.....	12
2.	Les bénéficiaires potentiels et les structures d'interface.....	12
3.	Les bénéficiaires agréés.....	12
4.	Les structures d'interface.....	12
5.	Les membres du comité de suivi.....	12
6.	Les médias.....	13
VII.-	Les phases de mise en œuvre.....	14
1.	Phase 1 : animer le programme pour susciter des projets de qualité (2016-2018).....	14

2. Phase 2 : accompagner les projets agréés (2017-2019)	14
3. Phase 3 : capitalisation (2020-2023).....	14
VIII.- Les principales actions de communication	15
1. Séminaire de lancement du programme	15
2. Appel à manifestation d'intérêt et dépôt au fil de l'eau	15
3. Séminaires d'information thématiques	15
5. Séminaires chef de file	16
6. Participation aux comités de suivi des projets	16
7. Journée de la Coopération Européenne	17
8. Séminaire de clôture	17
IX.- LES PRINCIPAUX OUTILS DE COMMUNICATION.....	18
1. Site Internet.....	18
2. Les objets promotionnels.....	18
3. Les guides et les manuels	18
4. La présence dans les médias.....	19
5. Une place importante accordée aux réseaux sociaux.....	19
1. Les indicateurs au niveau du programme	20
2. Les indicateurs au niveau des projets	20
3. Les sources d'information.....	21
XI. – Accessibilité.....	22
1 La disponibilité des documents stratégiques et opérationnels en anglais	22
2 L'accessibilité aux personnes en situation de handicap	22
XII.- BUDGET INDICATIF	23
ANNEXE I : Plan d'action annuel DE 2016 à 2023	25
ANNEXE 2 : Evaluation de la stratégie de communication.....	37

Liste des acronymes

AG	Autorité de Gestion
CARIFORUM	Pays et territoires du Forum Caraïbéen
CE	Commission Européenne
CTE	Coopération Territoriale Européenne
FED	Fonds Européen de Développement
FEDER	Fonds Européen de Développement Régional
JCE	Journées de la Coopération Européenne
OECS	Organisation des Etats de la Caraïbe Orientale
OIR	Organisation Internationale à vocation Régionale
PCR	Point de Contact Régional
PO	Programme Opérationnel
SC	Secrétariat Conjoint
RUP	Région Ultra-Périphérique
UE	Union Européenne

I.- INTRODUCTION

Ce document constitue la stratégie de communication du programme de Coopération Territoriale Européenne (CTE) INTERREG Caraïbes pour la période 2014/2020.

Le programme concerne les régions ultrapériphériques (RUP) de Guadeloupe, Guyane, Martinique et Saint-Martin ainsi qu'une quarantaine de pays et territoires du bassin caribéen.

Il a pour objectif de renforcer la compétitivité économique de la zone de coopération et de répondre à ses grands enjeux de développement.

INTERREG Caraïbes comporte deux volets de coopération :

- un volet transfrontalier pour la coopération de proximité entre la Guadeloupe, la Martinique et les pays de l'OECD ;
- un volet transnational pour la coopération à plus grande échelle entre la Guadeloupe, la Guyane, la Martinique et Saint-Martin avec l'ensemble des pays et territoires éligibles au programme.

Cette organisation particulière suppose une communication adaptée, notamment en ce qui concerne le volet transfrontalier qui représente environ 75% des crédits affectés au programme.

Ainsi, l'utilisation de l'anglais s'avère indispensable afin de sensibiliser, à conditions égales, les bénéficiaires issus des RUP et ceux venant des autres pays et territoires de l'espace de coopération.

Par ailleurs, la stratégie de communication cherchera à impliquer toutes les parties prenantes du programme de manière à créer des relais chargés de démultiplier les actions au plus près des groupes cibles. Ces relais seront d'abord les points de contacts régionaux (PCR) mais aussi les structures d'interface telles les chambres consulaires ou les clusters.

Le programme cherchera également à instaurer des espaces de concertation et d'échanges avec les autres programmes CTE des RUP (Océan Indien, Amazonie, Mayotte).

Conformément aux dispositions de la convention de délégation en cas de gestion indirecte (convention FED/2014/354-997), la gestion d'une enveloppe de FED a été déléguée à l'Autorité de gestion d'INTERREG Caraïbes. Elle vise à renforcer la coopération entre les pays et territoires du forum caribéen (CARIFORUM) et les régions ultrapériphériques (RUP) françaises de la Caraïbe en mettant en place une articulation FED/FEDER sur les projets déposés dans le cadre de ce programme. La présente stratégie de communication concernant le programme INTERREG Caraïbes, elle concernera les deux fonds tout en veillant à ce que les actions de communication prévues soient adaptées à chacun. Elle constitue en cela l'annexe VI à la convention de délégation précitée.

Le cadre réglementaire pour la période 2014/2020 met clairement en place une approche orientée vers les résultats. Ainsi la stratégie de communication du programme reposera principalement sur les projets et leurs réalisations concrètes. Elle sera également adaptée en fonction des retours d'expérience des porteurs de projet et des résultats des évaluations menées auprès du grand public, afin de gagner en efficacité.

Enfin, compte tenu de l'importance prise par les réseaux sociaux, leur utilisation constitue un enjeu important dans la déclinaison de la stratégie de communication.

II.- TEXTES DE REFERENCE

1. Règlement CE 1301/2013 du 17 décembre 2013 (articles 115 à 117 & Annexe X II)

La Commission Européenne y souligne l'importance 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 termes de procédure, la stratégie de communication doit être élaborée par l'autorité de gestion et soumise au comité de suivi pour approbation au plus tard six mois après l'adoption du programme.

Ce règlement indique également les éléments qui devront obligatoirement figurer dans le document.

2. Règlement n°821/2014

Ce règlement présente les caractéristiques techniques des actions d'information et de communication, notamment s'agissant de l'utilisation de l'emblème de l'Union européenne, des couleurs ainsi que des panneaux d'affichage temporaires ou permanents.

3. Evaluation du PO 2007/2013

L'évaluation du programme précédent a mis en lumière des pistes d'amélioration et s'est traduite par des recommandations qui sont reprises dans cette présente stratégie. Les retours d'expériences recensés par le Secrétariat Conjoint (SC) ont également été pris en considération.

III.- LES OBJECTIFS GENERAUX

La stratégie de communication du programme comporte trois objectifs prioritaires :

- structurer les relations de coopération au sein de la zone Caraïbes,
- faciliter l'accès des bénéficiaires aux crédits,
- valoriser les résultats des projets en soulignant la contribution de l'Union européenne.

a. Consolider la coopération régionale

L'objectif premier de la stratégie de communication est de structurer la coopération régionale en suscitant des opportunités de collaboration et en créant une culture de la coopération.

Ainsi, la valeur ajoutée d'INTERREG Caraïbes sera mise en avant en terme de mutualisation de moyens humains et financiers, d'échanges de savoirs faire et d'économies d'échelle. *In fine*, il s'agit de valoriser les réalisations des projets et ainsi de créer un effet d'émulation auprès d'autres acteurs. La communication s'attachera ainsi à souligner le caractère duplicable et durable des actions mises en œuvre.

b. Faciliter l'accès des bénéficiaires potentiels aux fonds européens

Le programme veillera ainsi à mettre à disposition de tous les bénéficiaires l'ensemble des informations relatives aux opportunités de financement. Une sensibilisation particulière sur les enjeux de l'espace de coopération et les types d'actions attendues sera réalisée afin de faire émerger des projets de qualité, c'est-à-dire gagnant/gagnant et structurants.

Ainsi, la communication du programme INTERREG Caraïbes 2014-2020 veillera à :

- garantir la transparence des procédures de soumission, d'exécution et de gestion,
- faciliter l'accès à des informations complètes, précises et actualisées sur le contenu du Programme,
- informer les potentiels bénéficiaires sur leurs responsabilités en matière d'information et de publicité,
- sensibiliser sur la bonne utilisation des crédits.

c. Accroître la notoriété de l'Union européenne

Il s'agit de valoriser l'image de l'Union européenne et montrer sa contribution au développement de la zone de coopération en mettant en avant les projets et leurs résultats concrets. Le programme veillera à ce que l'information soit véhiculée dans les RUP mais aussi dans les pays et territoires Caribéens.

Pour atteindre cet objectif, le SC et les PCR veilleront à créer une véritable relation de travail avec les chefs de file agréés afin de leur apporter l'appui nécessaire et les aider à respecter les obligations réglementaires. Le programme doit être ainsi identifié avant tout comme un partenaire solidaire de la réussite des projets, et non pas comme un guichet financier.

IV.- LES MODALITES DE MISE EN OEUVRE

Durant la période 2007/2013, le programme INTERREG Caraïbes a vu sa notoriété renforcée grâce aux actions d'information et de communication mises en place. Toutefois, l'évaluation à mi-parcours a identifié des possibilités d'amélioration qui vont constituer la base de la stratégie de mise en œuvre.

1. Renforcer l'animation et l'accompagnement des porteurs de projet

La réussite du programme est liée à la qualité des projets. Les gestionnaires mettront ainsi en place des actions d'animation en insistant sur deux aspects.

Il s'agira dans un premier temps de sensibiliser les bénéficiaires potentiels sur les enjeux de l'espace de coopération et de faire passer le message selon lequel les projets doivent faire écho à ces enjeux.

Ensuite, il conviendra de renforcer leurs capacités en mettant en place des formations pratiques sur le montage de projet et la formalisation du formulaire de candidature.

Cet accompagnement se fera de manière prospective, c'est-à-dire que le SC et les PCR iront à la rencontre des bénéficiaires potentiels lors de réunions qui se dérouleront dans toute la zone de coopération.

Afin de délivrer un message ciblé et spécifique aux acteurs d'un même secteur d'activité, ces réunions seront thématiques et reprendront la typologie des axes opérationnels du programme. Y seront associés les chefs de file des projets agréés au titre des programmes 2000/2006 et 2007/2013 de manière à capitaliser sur les bonnes pratiques et les enseignements tirés de leur expérience.

Des actions d'information sur le programme et d'accompagnement aux bénéficiaires potentiels et agréés de subvention FED seront en particulier organisées en territoire extra-communautaire, conjointement avec les Organisations Internationales Régionales (OIR).

2. Axer le message sur la capitalisation des projets

L'expérience a montré que c'est à partir d'une communication basée sur la valorisation des projets que le programme a accru sa visibilité.

La communication sera donc fondée sur la capitalisation en présentant les projets exemplaires, c'est-à-dire ceux à même de constituer la vitrine du programme vis-à-vis du grand public et de susciter l'envie des porteurs de projets potentiels de se lancer dans la coopération régionale.

Dans cette perspective, le site Internet offrira des espaces spécifiques de présentation des projets en mettant en avant les réalisations concrètes. Ce site comportera également des liens vers les sites internet des PCR afin que la visibilité et la portée du programme en soient accrues.

Par ailleurs, chaque année une grande manifestation de communication sera organisée. Comme lors de la programmation précédente, le programme s'associera aux Journées de la Coopération Européenne (JCE), événement coordonné par le réseau INTERACT.

Cet événement constituera un ancrage important du programme dans le paysage caribéen. Les actions se dérouleront sur l'ensemble de la zone de coopération afin de renforcer le sentiment d'appropriation du programme par tous les acteurs.

3. Mettre en place un plan de formation spécifique

Afin de garantir l'efficacité du plan de communication, un programme de renforcement des capacités sera mis en place à destination des acteurs en charge de sa mise en œuvre.

Ainsi, les porteurs de projet potentiels, les chefs de file agréés et les partenaires du projet seront sensibilisés sur les obligations en matière d'information et de communication.

Par ailleurs, pour le SC et les PCR, des formations réglementaires (éligibilité des dépenses, aides d'Etat, mise en concurrence...) seront dispensées afin d'assurer une réelle harmonisation des interprétations. La mise en place de ces actions formatrices contribuera à une meilleure appropriation des outils pour une efficacité optimale pour l'ensemble des acteurs du programme.

4. Adopter une nouvelle charte graphique

Le programme INTERACT, avec le soutien de la Commission européenne, a mis en place un processus d'harmonisation des logos et plus généralement des chartes graphiques pour l'ensemble des programmes CTE.

Le programme INTERREG Caraïbe dispose désormais d'un nouveau logo.



Une nouvelle charte graphique et un nouveau slogan seront également créés et cet ensemble constituera l'identité visuelle du programme. Ainsi, des prestataires seront sollicités pour décliner cette charte qui sera ensuite soumise au comité de suivi pour validation.

5. Renforcer la présence du PROGRAMME au sein des réseaux de communication

Le partage de connaissances permettra au programme d'échanger les bonnes pratiques et d'accroître sa visibilité. Il renforcera ainsi sa présence au sein de réseaux comme INTERACT et INFORM NETWORK.

Cette démarche contribuera à créer des effets d'entraînement et d'exportation des résultats des projets au-delà de la couverture géographique du programme.

Elle permettra également de bâtir un message commun et intelligible pour un large public en insistant sur la diversité et la richesse des projets.

V.- LES ORGANISMES EN CHARGE DE LA COMMUNICATION

1. L'Autorité de Gestion (AG)

Elle informe le Comité de suivi au moins une fois par an des progrès dans l'application de la stratégie de communication, de la mise en œuvre des actions ainsi que des activités prévues pour l'année suivante.

2. Le Secrétariat Conjoint

Il a en charge l'élaboration de la stratégie de Communication et son évaluation. Il coordonne les actions d'animation et de promotion. En outre, il apporte l'assistance nécessaire aux bénéficiaires.

Un agent du SC a été nommé référent communication du programme pour la période 2014-2020. Il assume ainsi les missions de « responsable de l'information et de la communication » pour le programme INTERREG Caraïbes, définies à l'article 117 du règlement (UE) 1303/2013. A cet effet, cette personne aura en particulier pour charge :

- d'élaborer, planifier, mettre en œuvre, suivre et évaluer la stratégie de communication du programme et les actions de communication afférentes ;
- de conseiller et accompagner les bénéficiaires dans leur démarche de communication sur leur projet ;
- de contribuer à valoriser les projets et actions soutenus dans le cadre du programme dans une démarche de capitalisation ;
- de concevoir, mettre en œuvre et suivre des outils et supports de communication ;
- le cas échéant, de rédiger le cahier des charges, d'analyser les offres et les commandes et de gérer les relations avec les prestataires sollicités dans la mise en œuvre des actions de communication et d'information ;
- d'assurer une bonne circulation de l'information sur le programme, et ainsi : d'informer les bénéficiaires potentiels sur les opportunités offertes par le programme et sur ses modalités de fonctionnement, ou encore d'informer les membres du comité de suivi, les structures d'interface du programme et les divers services et directions des collectivités partenaires sur ce dernier et sur les actions soutenues ;
- de conduire les actions d'évaluation des actions de communication – tant au niveau du programme qu'au niveau des projets soutenus ;
- de participer à des réseaux de communication sur la CTE et les fonds européens afin de recueillir et d'échanger des bonnes pratiques, de diffuser et visibiliser les réalisations concrètes soutenues par INTERREG Caraïbes, et de permettre une amélioration en continue de la communication sur le programme.

3. Les Points de Contacts Régionaux communautaires et extracommunautaires

En lien avec l'AG et le SC ils ont pour mission d'assurer la mise en œuvre des actions de communication sur leurs territoires respectifs en adaptant, le cas échéant, le message au contexte

régional et en utilisant le moyen de communication le plus adapté. Ils apportent également un soutien à l'organisation et à l'animation d'évènements liés au programme ou aux projets sur leur territoire.

4. Les bénéficiaires

Ils jouent un rôle fondamental dans la mesure où ils sont à la fois destinataires de la stratégie de communication et responsables de la promotion des projets. Leurs projets constituent une véritable vitrine du programme, ils sont donc des acteurs majeurs en matière de communication sur INTERREG Caraïbes.

VI.- LES GROUPES CIBLES

Les actions de communications seront destinées à un public large.

Cependant, le contexte spécifique de l'espace Caraïbes oblige à rechercher un impact maximum sur une zone géographiquement éclatée. Dès lors, il sera indispensable de parvenir à mobiliser tous les relais pertinents qui constituent des vecteurs de diffusion des informations et d'appropriation du programme. Ces acteurs sont aussi garants de la réussite du programme.

1. Le grand public

L'objectif est de faire connaître la contribution de l'Union européenne, de démontrer les bénéfices et les opportunités d'une coopération renforcée entre les partenaires de l'espace de coopération, et de concourir à la notoriété du programme. Cette communication sera de masse, répétitive et proche des citoyens.

2. Les bénéficiaires potentiels et les structures d'interface

Les bénéficiaires potentiels et les structures d'interface sont une cible prioritaire. Le message sera adapté et concentré durant les appels à manifestation d'intérêt. Ainsi, une animation spécifique sera mise en place pour les opérateurs privés qui éprouvent davantage de difficultés à bénéficier de subventions.

3. Les bénéficiaires agréés

La réglementation européenne prévoit que chaque bénéficiaire respecte les obligations de publicité des fonds perçus. A cette fin, un kit de communication sera mis à leur disposition et leur sera remis à l'occasion de la signature de la convention.

Au-delà de cette obligation réglementaire, les bénéficiaires devront également être des relais du programme en témoignant de la réussite de leur projet. A cet effet, ils pourront être sollicités lors de manifestations organisées par le programme.

4. Les structures d'interface

Les structures d'interface du paysage économique et social (chambres consulaires, clusters, organisations représentatives, associations de maires...) constituent aussi une cible importante.

En effet, de par leur capacité fédératrice, elles peuvent toucher les forces vives de la zone de coopération.

5. Les membres du comité de suivi

Ils seront régulièrement informés des projets financés à la fois pendant les rencontres du comité de suivi (qui se tiennent au minimum deux fois par an) et à travers le site internet du programme, qui est le principal moyen de communication sur les projets. Le Rapport Annuel de Mise en Œuvre du programme, présenté chaque année aux membres du comité de suivi, fournit également des informations détaillées sur la mise en œuvre des projets sélectionnés. De manière spécifique, le réseau

diplomatie français, les délégations de la Commission Européenne et les organisations internationales à vocation régionale pourront aider à la diffusion de l'information dans leur espace de compétence.

6. Les médias

Ils contribuent à assurer une large notoriété du programme. Dès le lancement, ils seront associés à la communication et seront destinataires d'informations simples mettant en évidence les résultats concrets des projets.

Etant donnée la taille et la diversité de l'espace de coopération, une attention particulière sera apportée à l'identification et à l'utilisation des médias locaux adaptés pour véhiculer les informations relatives au programme.

VII.- LES PHASES DE MISE EN ŒUVRE

La mise en œuvre de la stratégie de communication se fera en trois grandes phases :

1. Phase 1 : animer le programme pour susciter des projets de qualité (2016-2018)

Au cours de cette période, les activités de communication s'attacheront à identifier les bons projets, fournir l'assistance nécessaire aux chefs de file et informer sur les opportunités de financement.

Cette phase correspondra également à la création de l'identité visuelle du programme, l'élaboration des manuels de communication, ainsi qu'à la création du site Internet.

2. Phase 2 : accompagner les projets agréés (2017-2019)

Elle sera essentiellement consacrée à l'accompagnement des projets agréés dans la mise en œuvre de leurs actions de communication.

3. Phase 3 : capitalisation (2020-2023)

Elle concerne la diffusion des réalisations des projets en insistant sur leur rôle d'ambassadeur du programme.

Le programme développera ainsi des supports (brochures, films...) qui seront présentés lors des grands événements (comités de suivi, séminaires, JCE...).

Phases / années	2016	2017	2018	2019	2020	2021-2023
Phase 1 : Animation						
Phase 2 : Accompagnement						
Phase3 : Capitalisation						

VIII.- LES PRINCIPALES ACTIONS DE COMMUNICATION

1. Séminaire de lancement du programme

Il s'agit d'une manifestation d'envergure symbolisant le coup d'envoi du programme. Le public visé est très large. Les informations suivantes seront délivrées :

- les enjeux de l'espace de coopération,
- les opportunités de financement,
- les procédures et critères de sélection des projets,
- la présentation de l'équipe dédiée au programme (SC, PCR et AG notamment),
- la présentation de la stratégie de communication.

2. Appel à manifestation d'intérêt et dépôt au fil de l'eau

Le mode principal d'accès aux financements du programme est la participation aux appels à manifestation d'intérêt. Les dates de lancement et de réception de candidatures ainsi que les modalités particulières de chaque appel à projet seront communiquées sur le site Internet du programme et dans les médias.

L'appel à manifestation d'intérêt se fera en deux temps :

- une phase d'identification, dans un premier temps, des initiatives répondant aux enjeux du programme. Cette manifestation d'intérêt se fera sur la base d'un formulaire simplifié. Les projets feront l'objet d'un avis d'opportunité (positif ou négatif) par le comité de sélection du programme ;
- une phase d'aide à la formalisation du formulaire de candidature pour les pré-projets ayant reçu un avis positif. Les dossiers complets définitifs déposés en réponse à l'appel à projet seront instruits par le SC.

A cette occasion, une importante action de communication sera organisée afin de toucher un grand nombre de bénéficiaires potentiels. Des spots d'information radio et télé ainsi que des insertions dans la presse seront réalisés.

En parallèle, le dépôt de dossiers de candidature complets au fil de l'eau est possible tout au long de la programmation. Aussi, les actions de communication veilleront à informer les porteurs potentiels de la coexistence de ces deux procédures de soumission et de leurs modalités.

3. Séminaires d'information thématiques

Ces manifestations se dérouleront dans les RUP et les territoires extracommunautaires. Le public visé est constitué des bénéficiaires potentiels auxquels il conviendra de fournir une information pratique sur les modalités de soumission et les exigences relatives à leur participation.

Ces réunions seront organisées de manière thématique (économie, environnement, risques naturels, énergie, santé, renforcement du capital humain) avec un nombre resserré de participants (20 maximum).

4. Séminaires d'information FED / FEDER

Des réunions spécifiques sur l'articulation FED / FEDER seront mises en place conjointement avec les Organisations Internationales à vocation Régionale en territoire extra-communautaires. L'objectif sera de faire connaître le programme, d'informer sur les modalités de soumission et d'identifier des partenaires potentiels de projets INTERREG Caraïbes.

Pour les partenaires de projets INTERREG Caraïbes bénéficiaires d'une subvention FED, ces séminaires permettront d'être accompagnés sur :

- les dispositions de la convention FED ;
- la nécessaire coordination avec le chef de file du projet ;
- les modalités de remontées de dépenses et de contrôle de ces dernières ;
- les obligations en termes de communication.

5. Séminaires chef de file

Cette manifestation est destinée aux chefs de file de projets approuvés. L'objectif est de leur apporter de l'information et de l'assistance dans la mise en œuvre du projet.

Les thématiques suivantes seront abordées :

- les dispositions de la convention FEDER,
- l'éligibilité des dépenses,
- les modalités de présentation des dépenses,
- les modalités de rédaction du rapport d'exécution,
- l'animation du partenariat,
- la procédure de modification des projets,
- les obligations en matière de publicité et de communication,
- le circuit financier : dépenses et paiements,
- les dépenses FEDER dans les pays tiers,
- les conditions d'articulation FED/FEDER,
- les audits et contrôles.

6. Participation aux comités de suivi des projets

La participation du SC et des PCR aux comités de suivi et de pilotage des projets est un élément clé permettant de renforcer l'accompagnement des chefs de file.

Ce sera l'occasion de promouvoir le programme, d'apporter des éclairages aux participants sur les modalités de financement et de montrer l'importance de la contribution européenne dans la zone de coopération.

7. Journée de la Coopération Européenne

Cet événement représente la vitrine du programme. Les projets exemplaires sont présentés au public. C'est un moment fédérateur pour toutes les parties prenantes du programme qui se tiendra de manière annuelle.

8. Séminaire de clôture

Cet événement se déroulera en fin de programme. Il vise le grand public et a pour objectif de symboliser la fin de la programmation en capitalisant sur l'ensemble des projets retenus.

1. IX.- LES PRINCIPAUX OUTILS DE COMMUNICATION Site Internet

Le site internet sera refondu et constituera le principal outil d'information pour les bénéficiaires et le grand public.

Afin d'assurer un égal accès à l'information, notamment pour les territoires et pays caribéens, il sera disponible en anglais.

Il contiendra des informations classiques telles la présentation du programme, ses axes stratégiques, ses organes de gestion (AG, SC, PCR...) le calendrier et les événements ainsi qu'un espace documentaire (formulaire, guides et manuels).

Il comprendra également la liste des opérations approuvées avec les informations suivantes :

- le nom du bénéficiaire, le nom de l'opération, le résumé de l'opération,
- la date de début et de fin prévisionnelle de l'opération,
- le lieu de réalisation de l'opération,
- les dépenses totales éligibles affectées à l'opération,
- le pourcentage de cofinancement de l'Union (par axe prioritaire).

Il comportera aussi des espaces réservés aux chefs de file (mini sites) permettant de faire la promotion des projets et solliciter des partenariats nouveaux.

Par ailleurs, il permettra aussi l'édition d'une lettre d'information mensuelle qui sera envoyée à toutes les personnes intéressées. Des Emails spécialement ciblés seront adressés aux bénéficiaires et aux structures d'interface.

2. Les objets promotionnels

Afin d'assurer une communication claire et efficace le programme va développer les supports suivants :

- des posters,
- des banderoles,
- des brochures,
- des rolls-up,
- des petits objets promotionnels (stylos, autocollants, pochettes, clés USB, agendas, , T shirt...)

3. Les guides et les manuels

L'expérience de la programmation 2007/2013 a mis en lumière l'importance des manuels et guides pour les bénéficiaires potentiels ou agréés.

Ainsi les documents suivants, disponibles en français et en anglais, seront réalisés :

- guide au porteur de projet potentiel,
- guide au porteur de projet agréé,
- guide sur la communication des projets,

- guide des dépenses éligibles.

4. La présence dans les médias

Le programme s'évertuera à associer les médias français et caribéens à tous les événements afin de leur donner le maximum de résonance.

5. Une place importante accordée aux réseaux sociaux

Compte tenu de la place prise par les réseaux sociaux en tant que vecteurs de communication, le programme attachera une grande importance à leur utilisation. Les principaux supports seront les suivants :

- Facebook 

- Twitter 

- Youtube 

- LinkedIn 

X.- SUIVI ET EVALUATION DES MESURES D'INFORMATION ET DE PUBLICITE

Les rapports de mise en œuvre annuels contiendront un chapitre destiné à présenter les actions de communication. Les points suivants seront présentés :

- les manifestations réalisées,
- les dispositions relatives à la publication de la liste des bénéficiaires et 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 des indicateurs,
- les résultats des actions de communication.

Ce travail d'évaluation et d'unification implique la définition d'indicateurs pertinents et aisément mesurables.

1. Les indicateurs au niveau du programme

Les indicateurs de mesure au niveau du programme sont les suivants :

- nombre de visites sur le site Internet du programme,
- nombre de diffusion dans la presse,
- nombre de publications réalisées (brochures, newsletters, guides, messages audiovisuels, etc.),
- nombre d'événements de communication réalisés (séminaires, forums, journées, salons, expositions, etc.),
- nombre de participants aux événements de communication.

2. Les indicateurs au niveau des projets

Les indicateurs au niveau des projets sont les suivants :

- nombre de sites Internet ou pages créés par les projets,
- nombre de visites sur les sites Internet des projets,
- nombre de diffusion dans la presse, et média Web
- nombre de publications réalisées (brochures, newsletters, guides, messages audiovisuels, etc.),
- nombre d'événements de communication réalisés (séminaires, forums, journées, salons, expositions, etc.),
- nombre de participants aux événements de communication réalisés,
- nombre de territoires de diffusion de l'information,
- Participation aux événements européens (Joli Mois de l'Europe, l'Europe dans ma Région, Regio Stars, etc.).

3. Les sources d'information

Les informations seront recueillies par les moyens suivants :

- questionnaire d'évaluation des manifestations,
- les rapports d'exécution établis par les chefs de file,
- le rapport annuel de mise en œuvre du programme,
- des enquêtes électroniques,
- les évaluations du programme.

XI. – ACCESSIBILITE

Les autorités du programme attacheront une importance particulière à l'égalité d'accès aux informations relatives au programme.

1 La disponibilité des documents stratégiques et opérationnels en anglais

Ainsi que détaillé dans le programme opérationnel, la Caraïbe est caractérisée par sa grande diversité : la multiplicité des langues parlées est une des facettes de sa richesse culturelle. Afin d'assurer une appropriation du programme et de ses modalités de fonctionnement sur l'ensemble de l'espace de coopération, et en accord avec l'objectif de cette programmation qui est d'associer davantage les territoires extracommunautaires, les documents opérationnels et stratégiques du programme seront disponibles en français et en anglais.

Ceci permettra aux membres du comité de suivi et aux partenaires du programme de mieux s'approprier les différents outils d'INTERREG Caraïbes, dans un esprit de collaboration.

Ceci contribuera surtout à rapprocher le programme des bénéficiaires non-francophones et à simplifier leurs démarches.

2 L'accessibilité aux personnes en situation de handicap

Les autorités du programme souhaitent garantir un égal accès à l'information, et ce notamment aux personnes en situation de handicap. A cet effet, le site internet du programme (ainsi que la présence sur les réseaux sociaux) permettra un accès dématérialisé aux documents stratégiques et opérationnels pour l'ensemble des parties prenantes.

En parallèle, grâce à la multiplication des supports de communication prévue dans la présente stratégie (supports écrits, audio et vidéo), chacun pourra être informé des événements ponctuant la programmation (appels à manifestation d'intérêt, appels à projets, JCE, et autres événements et formations) et sera informé des relais à solliciter.

XII.- BUDGET INDICATIF

Pour la mise en œuvre de la stratégie de communication, le SC et les PCR utiliseront les ressources dédiées à l'assistance technique du programme.

Postes de dépenses	Montant	% communication	% AT
Manifestations/réunions	400 000€	61,5%	7.9%
Formation	40 000 €	6.15 %	0.7%
Site internet (création et maintenance)	40 000 €	6.15%	0.7%
Objets de promotion	120 000 €	18.5%	2.3%
Déplacements	50 000	7.7 %	1%
Total	650 000 €	100%	13%

Le montant global n'inclut pas la rémunération du chargé de communication ni les frais de traduction qui sont pris en charge sur d'autres lignes du budget de l'assistance technique. Ces dépenses seront couvertes par l'AT FEDER et l'AT FED.

La présente stratégie de communication est élaborée pour toute la durée du programme. Elle pourra faire l'objet de modifications en cours de programmation afin d'évoluer en accord avec les besoins du programme et de s'adapter aux publics cibles identifiés. Le cas échéant, elle sera soumise aux membres du comité de suivi pour approbation.

LISTE DES ANNEXES

ANNEXE I : PLAN D'ACTION ANNUEL DE 2016 À 2023

Actions prévues :

- Action n°1 : Redéfinition de la charte graphique du programme
- Action n°2 : Lancement du premier appel à manifestation d'intérêt
- Action n°3 : Elaboration de supports pédagogiques pour les bénéficiaires potentiels
- Action n°4 : Evènement de lancement du programme
- Action n°5 : Recrutement d'un prestataire pour la réalisation du nouveau site internet
- Action n°6 : Création et diffusion d'une newsletter bilingue sur le programme et ses activités
- Action n°7 : Séminaire chefs de file
- Action n°8 Séminaire d'information thématique
- Action n°9 : Journée de la Coopération Européenne
- Action n°10 : Communication auprès des acteurs extracommunautaires
- Action n°11 : Clôture du programme Interreg Caraïbes

ANNEXE II : EVALUATION DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

ACTION 1 : Redéfinition de la charte graphique du programme

Objectifs :

- Définir la nouvelle identité visuelle du programme pour 2014-2020
- Elaborer une charte graphique dont la symbolique reflèterait l'espace de coopération et les objectifs du programme

Cible :

- Grand public
- Bénéficiaires potentiels et bénéficiaires du programme
- Partenaires du programme
- Structures d'interface
- Médias

Description :

- Marquer le changement de période de programmation, ainsi que les changements dans les objectifs et les modalités de fonctionnement du programme qui en découlent, en adoptant une nouvelle identité visuelle pour le programme
- Rajeunir la charte graphique d'INTERREG Caraïbes pour que l'image du programme soit davantage en adéquation avec les références et la symbolique actuelles au sein de l'espace de coopération
- Adopter une charte graphique reflétant l'objectif de ce programme de coopération territoriale européenne et la réalité de l'espace de coopération sur lequel il se décline.

Calendrier de réalisation :

Deuxième trimestre 2017

Modalités de réalisation :

- Définition en interne d'une proposition de charte graphique
- Recrutement d'un prestataire chargé de l'améliorer et de la décliner
- Validation par le Comité de suivi du programme

ACTION 2 : Lancement du premier appel à manifestation d'intérêt

Objectifs :

- Lancer la programmation 2014-2020
- Recueillir les idées de projet des candidats potentiels

Cible :

- Grand public
- Bénéficiaires potentiels
- Partenaires du programme
- Structures d'interface
- Médias

Description :

- Lancer la nouvelle période de programmation.
- Décrire les objectifs et le fonctionnement du programme, les bénéficiaires potentiels, les modalités de participation au programme.
- Recueillir les idées de projet des candidats potentiels en vue de les soumettre à l'avis du comité de sélection sur leur opportunité. Les porteurs dont le pré-projet a reçu un avis positif seront accompagnés par le SC pour développer leur projet et soumettre une candidature complète.
- Animer le programme sur les territoires de Guadeloupe, Guyane, Martinique et Saint-Martin autour d'ateliers d'information et de formation.

Calendrier de réalisation :

Septembre – Octobre 2016 pour la campagne médiatique

Septembre – Décembre pour l'animation

Modalités de réalisation :

- Description de l'AMI en interne
- Diffusion dans les médias : insertions presse, spots radio et interviews téléés
- Communication via le site internet du programme (en attendant que le nouveau site soit opérationnel, le site relatif à la programmation 2007-2013 sera utilisé).
- Mission d'information / formation en étroite collaboration avec les Points de Contacts Régionaux comprenant 2 à 3 agents du Secrétariat Conjoint (directeur, chargé d'opérations, référent communication) et 1 agent du PCR concerné.

Modalités d'évaluation :

- Nombre d'insertion presse, de spots audiovisuels, nombre d'interviews
- Nombre d'idées de projets recueillis

ACTION 3 : Elaboration de supports pédagogiques pour les bénéficiaires potentiels

Objectifs :

- Faciliter la compréhension et l'appropriation du programme par les bénéficiaires potentiels
- Rendre le programme et son fonctionnement plus transparents

Cible :

- Bénéficiaires potentiels
- Partenaires du programme
- Structures d'interface

Description :

- Elaboration de supports pédagogiques bilingues à destination des bénéficiaires potentiels (guide du candidat INTERREG Caraïbes, brochures d'informations) afin de sensibiliser les organisations de l'espace de coopération à l'existence de ce programme et leur expliquer les modalités de candidature.

Calendrier de réalisation :

Deuxième trimestre 2017

Modalités de réalisation :

- Rédaction du contenu des documents en interne
- Edition réalisée par un prestataire (mise en forme et impression)
- Consultation d'un prestataire pour la traduction

Modalités d'évaluation :

- Nombre de documents distribués
- Nombre de documents téléchargés depuis le site internet du programme

ACTION 4 : Evènement de lancement du programme

Objectifs :

- Lancer la programmation 2014-2020

Cible :

- Grand public
- Bénéficiaires potentiels
- Partenaires du programme
- Structures d'interface
- Médias

Description :

- Lancer officiellement la nouvelle période de programmation.
- Organiser un évènement marquant le début de cette nouvelle programmation. Celui-ci serait réalisé sur le territoire de l'Autorité de gestion du programme et diffusé sur l'espace de coopération afin de symboliser la dimension partenariale du programme et de favoriser l'appropriation de ce dernier sur les différents territoires.
- Décrire les objectifs de ce « nouveau » programme, ses modalités de fonctionnement et les conditions de participation.
- Distribuer des outils d'information sur le programme pour en faciliter la compréhension.
- Illustrer concrètement les traductions possibles de ce programme en mettant en avant des projets exemplaires déjà soutenus et des témoignages de porteurs de projets.
- Présenter les contacts et les personnes ressources sur le programme, en particulier sur les territoires sur lesquels se tient cet évènement de lancement.

Calendrier de réalisation :

Troisième trimestre 2016

Modalités de réalisation :

- Recrutement de prestataires chargés d'organiser logistiquement cet évènement commun à plusieurs territoires

Modalités d'évaluation :

- Nombre de participants au total aux évènements de lancement
- Nombre de diffusion presse
- Evolution du nombre de connexion au site Internet pendant 4 mois après le lancement
- Evolution du nombre d'idées de projets déposées pendant 4 mois après le lancement

ACTION 5 : Réalisation du nouveau site internet du programme

Objectifs :

- Rendre visible le programme
- Créer un espace dématérialisé mettant à disposition l'ensemble des informations relatives au programme, et qui serait également un outil de travail pour les bénéficiaires et les partenaires
- Faciliter la compréhension et l'appropriation du programme par les bénéficiaires potentiels

Cible :

- Grand public
- Bénéficiaires et bénéficiaires potentiels
- Partenaires du programme
- Structures d'interface
- Médias

Description :

- Création d'un nouveau site internet pour la période de programmation 2014-2020.
- Ce site bilingue, source complète d'informations sur le programme, garantira un égal accès à l'information à travers un accès dématérialisé aux ressources. Les documents décrivant le fonctionnement de ce dernier y seront téléchargeables, tout comme les supports d'information et les supports pédagogiques à destination des bénéficiaires potentiels. On pourra également y télécharger la fiche pré-projet ainsi que le formulaire de candidature.
- Il sera également un outil de travail pour les bénéficiaires et les partenaires du programme, à travers les divers espaces collaboratifs ou « mini-sites » qu'il contiendra.
- Il permettra de mettre en lumière les actions soutenues par INTERREG Caraïbes. En particulier, la liste des opérations sélectionnées y sera publiée et actualisée.
- Il sera enfin un outil permettant l'évaluation de la visibilité du programme, à travers le suivi du nombre de connexions ou du nombre de téléchargements effectués.

Calendrier de réalisation :

- Recrutement du prestataire au cours du troisième trimestre 2016
- Réalisation du site internet lors du premier semestre 2017

Modalités de réalisation :

- Appel à un prestataire pour la réalisation du site
- Une fois le site réalisé, actualisation par le référent communication du programme

Modalités d'évaluation :

- Nombre de connexions au site

ACTION 6 : Création et diffusion d'une newsletter bilingue sur le programme et ses activités

Objectifs :

- Faciliter la compréhension et l'appropriation du programme par les bénéficiaires potentiels
- Informer sur la vie du programme et les événements clés, ainsi que sur les actions soutenues

Cible :

- Grand public
- Bénéficiaires potentiels
- Bénéficiaires
- Partenaires du programme
- Structures d'interface
- Adhérents à la newsletter

Description :

- Une lettre d'information bilingue français/anglais sera envoyée bimestriellement aux personnes en ayant fait la demande via le site internet du programme.
- Cette newsletter sera l'occasion de revenir sur les principales informations relatives à la vie du programme et des projets, d'informer sur les événements à venir et de valoriser les actions soutenues.

Calendrier de réalisation :

Troisième trimestre 2017

Modalités de réalisation :

- Réalisation par le référent communication du programme

Modalités d'évaluation :

- Nombre d'inscrits à la newsletter

ACTION 7 : Séminaires chefs de file

Objectifs :

- Faciliter la compréhension et l'appropriation du programme par les bénéficiaires potentiels
- Informer sur la vie du programme et les événements clés, ainsi que sur les actions soutenues
- Former à l'utilisation des outils de gestion et de communication du programme

Cible :

- Bénéficiaires
- Partenaires du programme
- Structures d'interface

Description :

Les séminaires seront organisés par thématique et couvriront l'ensemble des items décrits ci-dessous pendant la durée du programme. Un prestataire pourra être également sollicité en fonction des thématiques abordées.

- les dispositions de la convention FEDER,
- l'éligibilité des dépenses,
- les modalités de présentation des dépenses,
- les modalités de rédaction du rapport d'exécution,
- l'animation du partenariat,
- la procédure de modification des projets,
- les obligations en matière de publicité et de communication,
- le circuit financier : dépenses et paiements,
- les dépenses FEDER dans les pays tiers,
- les conditions d'articulation FED/FEDER,
- les audits et contrôles.

Calendrier de réalisation :

- Une à deux fois par annuité jusqu'au dernier appel à manifestation d'intérêt.

Modalités de réalisation :

- Animation par le SC et les PCR
- Recrutement d'un prestataire pour certaines thématiques

Modalités d'évaluation :

- Nombre de participants au séminaire
- Enquête de satisfaction auprès des participants

ACTION 8 : Séminaires d'information thématique

Objectifs :

- Faciliter la compréhension et l'appropriation du programme par les bénéficiaires potentiels
- Informer sur la vie du programme et les événements clés, ainsi que sur les actions soutenues
- Former à l'utilisation des outils de gestion et de communication du programme

Cible :

- Bénéficiaires potentiels
- Bénéficiaires
- Partenaires du programme
- Structures d'interface

Description :

Les séminaires seront organisés par thématique et couvriront l'ensemble des items décrits ci-dessous pendant la durée du programme. Un prestataire pourra être également sollicité en fonction des thématiques abordées.

- Economie,
- Environnement,
- Risques naturels
- Energie,
- Santé,
- Renforcement du capital humain.

Calendrier de réalisation :

- Une à deux fois par annuité jusqu'au dernier appel à projet

Modalités de réalisation :

- Réalisation par les chargés d'opérations
- Recrutement d'un prestataire pour certaines thématiques

Modalités d'évaluation :

- Nombre de participants au séminaire

ACTION 9 : Journée de la coopération Européenne

Objectifs :

- Capitaliser sur les projets du programme Interreg Caraïbes
- Faire connaître les projets de coopération territoriale soutenus par les fonds structurels européens
- Rassembler les bénéficiaires et attirer de nouveaux bénéficiaires potentiels
- Valoriser la coopération dans la Caraïbe à travers les projets
- Découvrir l'apport de la coopération territoriale dans les économies des Régions Ultrapéripériques Françaises
- Permettre une meilleure intégration des RUP dans la Caraïbe

Cible :

- Grand public
- Bénéficiaires potentiels
- Partenaires du programme
- Structures d'interface
- Médias

Description :

- Animer le programme sur les territoires de l'espace de coopération Caraïbe
- Valoriser les projets exemplaires à travers leurs réalisations et le témoignage des bénéficiaires

Calendrier de réalisation :

Chaque année en Octobre de 2017 à 2022

Modalités de réalisation :

- Sur un ou plusieurs territoires de l'espace de coopération
- Diffusion dans les médias : insertions presse, spots radio et interviews télé
- Communication via le site internet du programme et les médias sociaux
- Recrutement de prestataires
- Réalisation de prestations artistiques pour l'animation
- Mobilisation de l'équipe de SC et de l'AG
- Collaboration étroite avec les Points de Contacts Régionaux

Modalités d'évaluation :

- Nombre d'insertion presse, de spots audiovisuels, nombre d'interviews
- Nombre de participants
- Nombre de visites sur le site Internet du programme dans les semaines suivant la JCE

ACTION 10 : Communication auprès des acteurs extracommunautaires

Objectifs :

- Faire connaître le programme INTERREG Caraïbes au grand public et aux bénéficiaires potentiels
- Informer sur l'accès au fonds FED et FEDER et les modalités de soumission Rassembler les opérateurs et identifier des partenaires potentiels de projets INTERREG
- Valoriser la coopération dans la Caraïbe à travers les projets

Cible :

- Grand public
- Partenaires potentiels des projets
- Partenaires du programme, en particulier les Organisations Internationales à vocation Régionale (OIR)
- Médias

Description :

- Organiser, conjointement avec les partenaires du programme, des rencontres thématiques en territoire extracommunautaire
- Participer aux événements des Organisations Internationales à vocation régionale (OIR) en vue d'informer sur le programme et ses réalisations

Calendrier de réalisation :

Année 2017-2019

Modalités de réalisation :

- Sur plusieurs territoires de l'espace de coopération
- Diffusion dans les médias : communiqué de presse et interviews
- Création d'une page Web Interreg Caraïbes sur les sites Internet des partenaires du programme, et communication via cette page
- Communication via le site internet du programme et les médias sociaux

Modalités d'évaluation :

- Nombre de rencontres thématiques organisées
- Nombre de participants
- Nombre de partenaires de projets potentiels identifiés
- Nombre de partenaires extra-communautaires ayant sollicité le FED
- Nombre de partenaires extra-communautaires bénéficié de FED
- Nombre de communiqués de presse diffusés et d'interviews
- Nombre de visites sur le site Internet du programme ou les médias sociaux
- Nombre de visite de la page Internet du programme sur le site des partenaires

ACTION 11 : Clôture du programme

Objectifs :

- Officialise la fin du programme en capitalisant sur l'ensemble des projets retenus

Cible :

- Grand public
- Bénéficiaires potentiels
- Partenaires du programme
- Structures d'interface
- Médias

Description :

- Valoriser et capitaliser sur les projets exemplaires de la programmation 2014-2020

Calendrier de réalisation :

Année 2023

Modalités de réalisation :

- Sur un ou plusieurs territoires de l'espace de coopération
- Diffusion dans les médias : insertions presse, spots radio et interviews télé
- Communication via le site internet du programme et les médias sociaux
- Recrutement de prestataires
- Réalisation de prestations artistiques pour l'animation

Modalités d'évaluation :

- Nombre d'insertion presse, de spots audiovisuels, nombre d'interviews
- Nombre de participants
- Nombre de visites sur le site Internet du programme

ANNEXE 2 : EVALUATION DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

	Objectifs de Communication	Indicateur de résultats	Origine des données
OC 1	Consolider la coopération régionale en soulignant les bénéfices de la coopération à travers le programme	Nombre de pré-projets et de projets déposés	Données collectées annuellement par le SC
		Nombre de projets soutenus	Données collectées annuellement par le SC
		Evaluation de l'appropriation du programme par les partenaires et le grand public	Evaluation du programme menée en fin de programmation dans le cadre du plan d'évaluation du programme
		Evaluation de l'impact du programme au développement de relations de coopération pérennes entre les territoires et sur le degré d'intégration de la zone	Evaluation du programme menée en fin de programmation dans le cadre du plan d'évaluation du programme
OC 2	Faciliter l'accès des bénéficiaires potentiels aux fonds européens	Nombre d'événements réalisés à destination des bénéficiaires	Données collectées annuellement par le SC
		Nombre d'idées de projets reçus	Données collectées annuellement par le SC
		Nombre de projets déposés	Données collectées annuellement par le SC
		Pourcentage de projets agréés en comité de sélection	Données collectées annuellement par le SC
OC 3	Accroître la visibilité du programme et de l'Union Européenne dans l'espace de coopération	Nombre de visites sur la page du programme Interreg Caraïbes	Données collectées par le SC
		Nombre de visites sur la page Interreg Caraïbes sur les sites des partenaires	Données fournies par les partenaires
		Nombre de visites de la page Interreg sur les sites des projets agréés	Données fournies par les porteurs de projet
		Niveau de connaissance du programme par le grand public	2 Enquêtes réalisées dans le cadre du plan d'évaluation

OC 4	Soutenir les bénéficiaires dans leurs activités de communication	Enquête de satisfaction des bénéficiaires envers les animateurs du programme	Données récoltées par le SC à la fin des projets (rapport final d'exécution) et de manière ponctuelle lors d'évènements
OC5	Assurer une information fluide des parties prenantes du programme pour un fonctionnement efficace d'INTERREG Caraïbes	Qualité et régularité de la communication avec les bénéficiaires	2 enquêtes réalisées dans le cadre du plan d'évaluation du programme
		Satisfaction des partenaires institutionnels du programme sur la communication menée	Enquête qualitative annuelle réalisée par le SC
OC6	Accroître la visibilité du programme auprès de l'Union Européenne	Nombre de participation des gestionnaires du programme aux événements européens (réunions INTERACT, INFORM, rencontres annuelles des AG etc)	Liste de participation fournie par le SC
		Nombre de participation aux initiatives européennes (JCE, Joli mois de l'Europe, Regio Stars...)	Données collectées par le SC