



## La communication des projets

### Sommaire

1. La communication comme clé de la réussite d'un projet .....	2
2. La stratégie de communication du projet .....	2
3. Le rôle de la personne chargée de la communication du projet .....	3
4. <i>Branding</i> (marque) et visibilité .....	4
4.1 Les logos des projets .....	4
4.2 Visibilité sur les bâtiments et infrastructures .....	5
5. Hébergement de la page Internet des projets sur le site Internet interreg-sudoe.eu .....	5
6. Matériel de communication vs objets promotionnels .....	6
7. Conséquences financières liées au non-respect des normes .....	7
8. Le support du secrétariat conjoint.....	7

## 1. La communication comme clé de la réussite d'un projet

Une communication efficace est définie comme un mode de transmission grâce auquel toutes les parties concernées (l'émetteur et le destinataire) sont gagnantes.


La communication est donc l'un des éléments clés d'un projet. Ce n'est pas seulement un moyen pour faire connaître les résultats obtenus. Elle apporte une valeur ajoutée aux solutions mises en œuvre par le projet et permet d'accroître leur impact.

Au-delà de la diffusion des réalisations obtenues, les activités de communication des projets Interreg visent à promouvoir une plus grande visibilité et une plus grande transparence de l'utilisation des fonds FEDER de l'Union européenne mais aussi à démontrer la valeur ajoutée de la coopération européenne pour les citoyens et les territoires.

C'est pourquoi les bénéficiaires des projets Interreg Sudoe, le chef de file comme le reste du partenariat, doivent prendre en considération l'importance de la communication en établissant une stratégie de communication qui sera mise en œuvre en même temps que les autres activités du projet.

## 2. La stratégie de communication du projet

Le point 7.2.2 de la fiche 4 du guide Sudoe présente la manière dont la communication prévue par partenariat du projet doit être décrite dans le formulaire de candidature (lors de la deuxième phase pour les appels à projets en deux phases et dès le dépôt de la candidature pour les appels en une seule phase). Au regard de l'importance qu'elle revêt dans la mise en œuvre du projet et son rôle dans l'obtention et la diffusion des résultats, la communication est évaluée en deuxième phase (pour les appels à projets en deux phases et dès l'instruction de la candidature pour les appels en une seule phase) grâce au critère d'évaluation n°5 (plan de travail et communication) à partir la question évaluative suivante :

 Dans quelle mesure les activités de communication sont-elles appropriées pour atteindre les groupes cibles et les parties prenantes concernés ?

- L'évaluation déterminera si les objectifs de communication sont pertinents et devraient contribuer aux objectifs spécifiques du projet
- L'évaluation déterminera si les activités de communication (et les livrables) sont appropriées pour atteindre les groupes cibles et les parties prenantes concernés

Une fois le projet approuvé, la description des actions de communication devra être consolidée par la rédaction d'une stratégie de communication. Ce document sera élaboré par l'ensemble du partenariat du projet, sous la direction de la personne chargée de la communication du projet.

Cette stratégie de communication sera conçue pour apporter de la cohérence entre les objectifs de la communication, les publics cibles auxquels elle va s'adresser et le message à diffuser. Une fois ces trois éléments clés définis, le partenariat devra confirmer les supports et les canaux de communication les plus adaptés en tenant compte des contraintes à respecter : planification, budget, ressources, etc.

De plus amples précisions sur l'élaboration de la stratégie de communication figurent dans le guide de la communication qui sera fourni aux personnes en charge de la communication une fois le projet approuvé.











La stratégie de communication devra être communiquée au secrétariat conjoint dans les 6 mois suivant l'approbation du projet. Elle sera également révisée dans le cadre des activités de suivi et d'évaluation annuelles des projets menées par le secrétariat conjoint décrites dans la fiche 10.

### 3. Le rôle de la personne chargée de la communication du projet

Pour tout ce qui précède, la communication nécessite des moyens humains et un budget adéquat. Pour cela, la désignation d'une personne chargée de la communication au sein de chaque partenariat de projet est nécessaire, dès le début du projet. Elle doit être impliquée dans la phase de préparation du projet puisque les activités de communication sont décrites dans chaque groupe de tâches du formulaire de candidature et qu'elles sont l'objet d'une question évaluative spécifique (critère d'évaluation n°5, voir texte officiel de chaque appel à projets). Cette personne, désignée dans le formulaire de candidature (lors de la deuxième phase pour les appels à projets en deux phases et dès le dépôt de la candidature pour les appels en une seule phase) peut appartenir au personnel de l'entité chef de file ou bien d'une autre entité bénéficiaire du projet.

La personne chargée de la communication doit maîtriser les outils de communication actuels ainsi que disposer des aptitudes requises pour mener à bien toutes les tâches inhérentes à cette fonction. La personne chargée de la communication doit connaître parfaitement les objectifs spécifiques du projet et les résultats espérés pour garantir une correcte mise en œuvre de la stratégie de communication tenant compte de l'ensemble des activités prévues.

Parmi ses fonctions, la personne chargée de la communication du projet devra :

-  Concevoir la stratégie de communication du projet en concertation avec les partenaires du projet,
-  Coordonner et mettre en œuvre toutes les activités de communication du projet prévues dans la stratégie,
-  Veiller à ce que les bénéficiaires du projet respectent les exigences en matière de visibilité (voir point 4 de la présente fiche),
-  Veiller à ce que les informations partagées sur les différents canaux de diffusion du projet soient cohérentes avec la stratégie de communication,
-  Superviser et mettre à jour le contenu de la page du projet sur le site Internet du programme Sudoe (plus de précisions au point 5),
-  Superviser et mettre à jour le contenu des comptes des réseaux sociaux du projet s'ils existent,
-  Appuyer et coordonner les autres responsables de la communication des différents partenaires, le cas échéant,
-  S'assurer que le secrétariat conjoint Sudoe est destinataire de toutes les informations et résultats du projet afin que ce dernier puisse à son tour les partager dans ses canaux de diffusion,
-  Participer aux activités et aux formations du secrétariat conjoint mises en œuvre pour les personnes en charge de la communication des projets approuvés,
-  Participer et collaborer aux activités de communication du programme Sudoe.

## 4. Branding (marque) et visibilité

Le *branding* est le processus par lequel une marque est construite, c'est-à-dire l'ensemble des éléments qui créent le message représentatif et par lesquels la marque est reconnue graphiquement par son public cible. Il décrit toutes les mesures prises pour augmenter sa valeur de reconnaissance.

Jusqu'à présent, les principaux éléments de l'image de marque dans les projets Interreg ont été le logo, les icônes des priorités du programme, les couleurs ou le style utilisé dans les textes promotionnels. Dans le but de poursuivre cette homogénéisation des programmes et projets Interreg afin d'offrir une plus grande visibilité aux programmes auprès du public le plus large, l'harmonisation de la marque Interreg est poursuivie durant la période 2021-2027. Elle contribue à accroître la reconnaissance des programmes Interreg, la valeur ajoutée de la coopération et les résultats obtenus grâce aux fonds FEDER.

Les mesures définies par le programme Sudoe, et conformément à la réglementation en vigueur (annexe IX du règlement (UE) 2021/1060), devront être suivies par tous les projets cofinancés par le programme.

### 4.1 Les logos des projets



Les logos des projets sont basés sur le logo du programme Interreg Sudoe. Le secrétariat conjoint fournira à chaque projet, une fois l'accord d'octroi FEDER signé, son logo personnalisé du projet en fichier numérique à utiliser durant toute la durée d'exécution. Ce logo respecte les exigences définies en matière de communication et de visibilité dans les règlements (UE) 2021/1059 (art.36) et (UE) 2021/1060 (art. 47 et annexe IX). Le manuel d'identité visuelle fourni avec le logo détaille toutes les normes à suivre pour son utilisation correcte.




Les lignes directrices du programme en matière d'harmonisation ne permettent donc pas la création de logos propres aux projets. Les dépenses inhérentes à la création d'un logo propre au projet ne sont en conséquence pas éligibles.

Toutefois, la création d'un logo spécifique pourra être considérée opportune dans certains cas particuliers. A cet égard, si un projet développe une réalisation qui, par sa nature, ou son caractère pérenne à l'issue du projet, requiert la création d'un logo, le partenariat peut prévoir la création d'un logo spécifique pour cette réalisation issue du projet. Dans ce cas, celui-ci doit être prévu dans le formulaire de candidature et figurer dans la justification du plan financier. Toutefois, avant de lancer sa création et afin que les dépenses inhérentes soient éligibles, il conviendra de faire confirmer son acceptation par l'autorité de gestion via le secrétariat conjoint.

*Exemple : si un projet dédié à la prévention des catastrophes climatiques dans le Sudoe devait lancer une application numérique à destination de la population et des autorités, la création du logo serait permise afin que la réalisation puisse être reconnue.*

Enfin, il est rappelé que le logo du projet doit apparaître sur tous les documents et supports réalisés par le projet, destinés au public ou aux participants, à savoir (liste non exhaustive) :

-  Les publications et documents divers du projet,
-  Les vidéos,

-  Les sites Internet et les pages Internet,
-  Les réseaux sociaux,
-  Les affiches, posters, etc.

## 4.2 Visibilité sur les bâtiments et infrastructures


Plusieurs normes de visibilité des projets financés sur les installations physiques et bâtiments doivent être appliquées, notamment en fonction du montant des projets.

-  Obligation pour toutes les entités bénéficiaires, indépendamment du montant du projet

Chaque entité bénéficiaire d'un projet Interreg Sudoe devra apposer une affiche de format A3 au minimum ou une affiche électronique équivalent à un endroit facilement visible par le public (à l'entrée du bâtiment par exemple). Cette affiche doit présenter les informations sur le projet en mettant en avant le soutien octroyé par le FEDER.

Le secrétariat conjoint fournira aux projets en format digital un modèle d'affiche contenant les informations nécessaires à mentionner une fois la signature de l'accord d'octroi FEDER réalisée.

Une preuve de l'affichage (photo et image de l'affiche) devra être apportée lors de la présentation de la première déclaration de dépenses de l'entité. De plus amples spécifications à cet égard sont disponibles dans la tâche prévue à cet effet dans eSudoe.

-  Obligation d'apposer des plaques ou panneaux d'affichage durables pour une réalisation physique comprenant des investissements matériels, l'achat d'équipement ou l'installation d'équipement acheté dont le coût dépasse 100 000 euros

La plaque ou panneau contenant les informations relatives au projet doit être installée dès le début de l'investissement ou l'achat de l'équipement. La plaque ou le panneau doit être visible par le public sur le site.

Une preuve de la présence du panneau ou de la plaque (photo et image de la plaque ou du panneau) devra être apportée lors de la présentation des dépenses inhérentes.

Cette même règle s'applique pour les opérations dont une réalisation physique comprenant des investissements matériels, l'achat d'équipement ou l'installation d'équipement acheté dont le coût dépasse 500 000 euros. Dans ce cas, la plaque ou le panneau d'affichage doit être permanent.

## 5. Hébergement de la page Internet des projets sur le site Internet [interreg-sudoe.eu](https://interreg-sudoe.eu)

Une fois l'accord d'octroi FEDER signé, chaque projet recevra ses identifiants pour accéder au gestionnaire des contenus hébergée sur le site Internet du programme Interreg Sudoe 2021-2027 afin de pouvoir administrer et actualiser la page relative à son projet. Cette page du projet, tout comme le site Internet du programme Sudoe, sera disponible en espagnol, français, portugais et anglais.

Chaque page sera dotée d'une architecture harmonisée et présentera les informations essentielles du projet (partenariat, budget, calendrier, objectifs, activités et résultats). Plusieurs modules complémentaires seront disponibles pour que les événements, réalisations et résultats du projet puissent être publiés au fur et à mesure de leur obtention.

La page Internet de chaque projet devra être publiée dans les 3 mois suivant la remise des identifiants et actualisée régulièrement. Chaque partenariat doit prévoir les ressources nécessaires pour l'actualisation de la page Internet du projet (ex. : ressources humaines, traduction). La personne chargée de la communication du projet peut être la personne désignée pour la réalisation de cette tâche ou tout autre personne d'une entité bénéficiaire du projet.

Les projets n'ont donc pas à prévoir de coûts pour la création, l'hébergement et la maintenance de leur site Internet car ces services sont couverts par le programme Interreg Sudoe. La création d'un site Internet propre au projet n'est donc pas éligible.



Toutefois, si le projet nécessite le développement d'un site Internet comme étant une partie de la solution ou réalisation du projet pour la construction de réseaux, d'une base de données, d'une plateforme, d'une application, etc. dont la durée de vie s'étend au-delà de la durée du projet, la création de cet outil, son hébergement, etc. doit être prévu dans le formulaire de candidature et dans la justification du plan financier le cas échéant. Toutefois, avant de lancer sa création et afin que les dépenses inhérentes soient éligibles à titre exceptionnel, il conviendra de faire confirmer son acceptation par l'autorité de gestion via le secrétariat conjoint.




## 6. Matériel de communication vs objets promotionnels

Pour mener à bien ses activités de diffusion et communication, chaque projet pourra se doter de matériel de communication et éventuellement d'objets promotionnels. Par matériel de communication, le programme considère les produits tels que les roll-ups, affiches, etc. ou tout autre document présentant les informations du projet (dépliants, brochures, etc.). Ce matériel est nécessaire pour permettre une correcte diffusion et présentation du projet lors d'événements ou d'activités à destination du public cible du projet et ses coûts sont éligibles au programme. Toutefois, le partenariat doit veiller à ce que ce matériel soit respectueux de l'environnement, que la production ou tirage de ce matériel soit calculée au plus juste et que les coûts soient raisonnables. Ce matériel doit bien évidemment respecter les normes de l'image visuelle du logo du projet, il doit comporter la mention du co-financement de l'Union européenne, etc. conformément à ce indiqué au point 4.1 de la présente fiche.

Les objets promotionnels (appelés également « goodies ») les plus courants sont les stylos, blocs-notes, sacs, clés USB, porte-document mais aussi des tasses, bouteilles, tee-shirts, etc. Ces objets ou gadgets sont souvent offerts aux participants des événements organisés dans le cadre du projet.

Ces objets promotionnels peuvent être produits seulement s'ils sont vraiment nécessaires pour les activités de communication du projet et s'ils servent la stratégie de communication du projet. Pour cela, sont exclusivement acceptés les objets suivants :

-  Crayons à papier, stylos,
-  Blocs-notes, cahiers,

-  Sacs (élaborés en matière recyclable comme le coton ou papier),
-  USB contenant les fichiers numériques de présentation du projet,
-  Objets indispensables pour la tenue d'une réunion ou d'un événement du projet (badges, chevalets, articles de restauration, etc.)

Ces objets devront être fabriqués à partir de matériaux respectueux de l'environnement, durables et pouvant être réutilisés. De plus, leur production devra se faire en quantité modérée et à un coût acceptable.

Si le projet souhaite produire des objets promotionnels qui ne figurent pas dans la liste ci-dessus, le partenariat doit solliciter l'accord préalable de l'autorité de gestion via le secrétariat conjoint avant de lancer une commande. Dans ce cas exceptionnel, les dépenses inhérentes à ces objets promotionnels pourront être éligibles une fois l'accord obtenu.

Ces objets promotionnels doivent obligatoirement respecter les normes de l'image visuelle du logo du projet, ils doivent comporter la mention du co-financement de l'Union européenne, etc. conformément à ce indiqué au point 4.1 de la présente fiche.

## 7. Conséquences financières liées au non-respect des normes



Les bénéficiaires doivent veiller à respecter l'ensemble des normes décrites dans la présente fiche et dans les règlements (UE) 2021/1059 (art.36) et (UE) 2021/1060 (art. 47 et annexe IX). Dans le cas contraire, l'autorité de gestion peut annuler jusqu'à 2% de l'aide FEDER octroyée au bénéficiaire n'ayant pas respecté ces normes, conformément à ce prévu à l'article 36.6 du Règlement (UE) 2021/1059.

Ces normes figurent également dans les articles 4, 5, 16 et 17 de l'accord de collaboration ainsi que dans les articles 6 et 14 de l'accord d'octroi FEDER.

## 8. Le support du secrétariat conjoint

Le chef de file du projet et la personne chargée de la communication du projet pourront compter sur le soutien du responsable de communication du secrétariat conjoint dans la mise en œuvre de la communication du projet. Ils pourront faire part de leurs questions afin d'obtenir un avis ou des conseils éclairés pour le respect des exigences décrites dans cette fiche. Ils devront également adresser systématiquement toutes les informations et livrables (via eSudoe) obtenus dans le cadre du projet.

Comme indiqué antérieurement, le secrétariat conjoint mettra à disposition des personnes en charge de la communication :

-  Le logo du projet et son manuel d'utilisation,
-  Un accès au gestionnaire de contenu de la page Internet du projet hébergée sur le site Internet du programme,

- 📌 Un guide de communication dans lequel figureront des conseils et recommandations pour accomplir les activités de communication.

Par ailleurs, les personnes en charge de la communication seront conviées à participer à plusieurs activités spécifiques : groupes de travail, de discussion et d'échange entre les personnes en charge de la communication des projets, formations sur des questions spécifiques, etc.