
ANNEXE 6

Plan de communication

STRATEGIE DE COMMUNICATION DE LA CARPF AU TITRE DE L'ITI 2021-2027 (OBJECTIFS, ACTIONS PREVUES, MOYENS DE COMMUNICATION ET CIBLES)

1.1 Rôle et périmètre de la stratégie de communication

Le plan de communication défini pour les fonds européens et en particulier pour le dispositif l'ITI vise à mettre en place, en fonction des cibles, des outils et des actions qui permettront, dans le cadre d'une démarche globale d'expliquer et de valoriser les financements européens et leurs impacts sur la vie quotidienne des habitants du territoire. Les financements européens ne doivent pas être seulement une réalité pour les bénéficiaires de ces fonds. Ils doivent être aussi une réalité pour les habitants au travers des équipements et des actions qui voient le jour grâce au soutien de l'Union européenne. Chaque opportunité contextuelle doit être l'occasion de mettre en place un outil ou une action dans le but d'atteindre les objectifs d'explication et de valorisation.

Le périmètre géographique de ce plan de communication couvre l'ensemble du territoire de la CARPF. Le périmètre d'action concernera essentiellement les compétences communautaires. Toutefois, l'ensemble des porteurs de projets seront impliqués dans la mise en œuvre du plan de communication.

1.2 Cibles et objectifs de la communication

La cible principale correspond aux habitants du territoire de la communauté d'agglomération, concernés dans leur quotidien par les opérations d'aménagement, de valorisation de l'environnement, d'amélioration du cadre de vie, etc. La cible secondaire correspond aux relais d'opinions : les élus communautaires et municipaux, les porteurs de projets, les partenaires institutionnels et la presse locale.

Trois types d'objectifs caractérisent la stratégie de communication à déployer au titre de l'ITI :

- ✓ Les objectifs ayant un impact sur la notoriété / « faire connaître » ;
- ✓ Les objectifs ayant un impact sur l'image / « faire aimer » ;
- ✓ Les objectifs ayant un impact sur le comportement des cibles / « faire agir ».

1.3 Plan d'actions proposé pour 2021-2027 en matière de communication

Pour répondre à l'objectif de « faire connaître » :

- ✓ Rubrique dédiée aux fonds européens sur le site officiel de la CARPF ;
- ✓ Contenu pédagogique sur les fonds européens adapté au grand public dans le magazine communautaire distribué en boîtes aux lettres des habitants ;
- ✓ Newsletter thématique présentant les projets présélectionnés en CSS ITI et des opportunités de financements européens à destination des villes membres et des directions opérationnelles de la CARPF ;
- ✓ Rubrique dédiée aux fonds européens dans le rapport d'activité de la CARPF ;

- ✓ Communication relative aux projets présélectionnés en CSS ITI sur les réseaux sociaux la CARPF ;
 - ✓ Vidéo de présentation des orientations stratégiques de l'ITI 2021-2027 et du processus de pré-sélection pour faire connaître le dispositif aux publics cibles. Il s'agit de produire une version actualisée de la vidéo suivante : <https://www.youtube.com/watch?v=uwc5xcryOI> ;
 - ✓ Dépliant de présentation des opportunités de financements européens 2021-2027 avec un focus sur l'ITI à destination des villes membres de la CARPF (il pourra être envisagé de réaliser une plaquette à destination des acteurs locaux de manière plus générale).
- Pour répondre à l'objectif de « faire aimer » :
- ✓ Inaugurations ou portes ouvertes d'équipements - les moments privilégiés d'appropriation par les habitants pour valoriser le soutien des fonds européens ;
 - ✓ Cycle d'évènements dans le cadre de la manifestation « Joli mois de l'Europe » : tables rondes, visites de projets soutenus par les fonds européens, expositions thématiques ...
 - ✓ Distribution des goodies (Ex. totebag, bloc note, stylo, sticker ...) durant les événements du « Joli Mois de l'Europe ».
- Pour répondre à l'objectif de « faire agir », la Cellule Europe sera en particulier mobilisée pour apporter information et conseil aux potentiels porteurs de projets :
- ✓ Organisation de séminaires/ateliers sur les opportunités de financements européens
 - ✓ Production et/ou diffusion des supports pédagogiques sur les modalités et conditions de financement par les fonds européens.

Concernant spécifiquement la communication sur le soutien de l'ITI, le public et les participants de projets cofinancés sont informés sur le soutien de l'Union européenne au projet. L'emblème de l'Union européenne et le logo de l'Autorité de Gestion sont apposés sur tous les supports administratifs et de communication qui traitent des opérations cofinancées par l'ITI. Ces éléments sont également présents sur les affiches, les panneaux de chantier et les plaques permanentes aux locaux des projets soutenus. En outre, un paragraphe explicatif qui indique le niveau de soutien européen, la finalité et les résultats du projet soutenu figure sur le site internet des porteurs de projets ITI. Le soutien de l'ITI aux projets est également mis en avant sur les réseaux sociaux des porteurs de projets.

1.4 Budget annuel consacré au plan de communication

Sur la base d'un budget prévisionnel évalué par la Cellule Europe pour la communication axée sur les fonds européens pour l'année 2020, le budget annuel alloué au plan de communication pourrait être de l'ordre de 10 000 à 15 000 €.

1.5 Pilotage et suivi de la stratégie de communication

Le plan de communication est soumis au circuit de gouvernance de l'ITI conformément au plan de gouvernance. Il sera soumis au Comité de Sélection et de Suivi.