

ANNEXE 6

Plan de communication

3. Communication

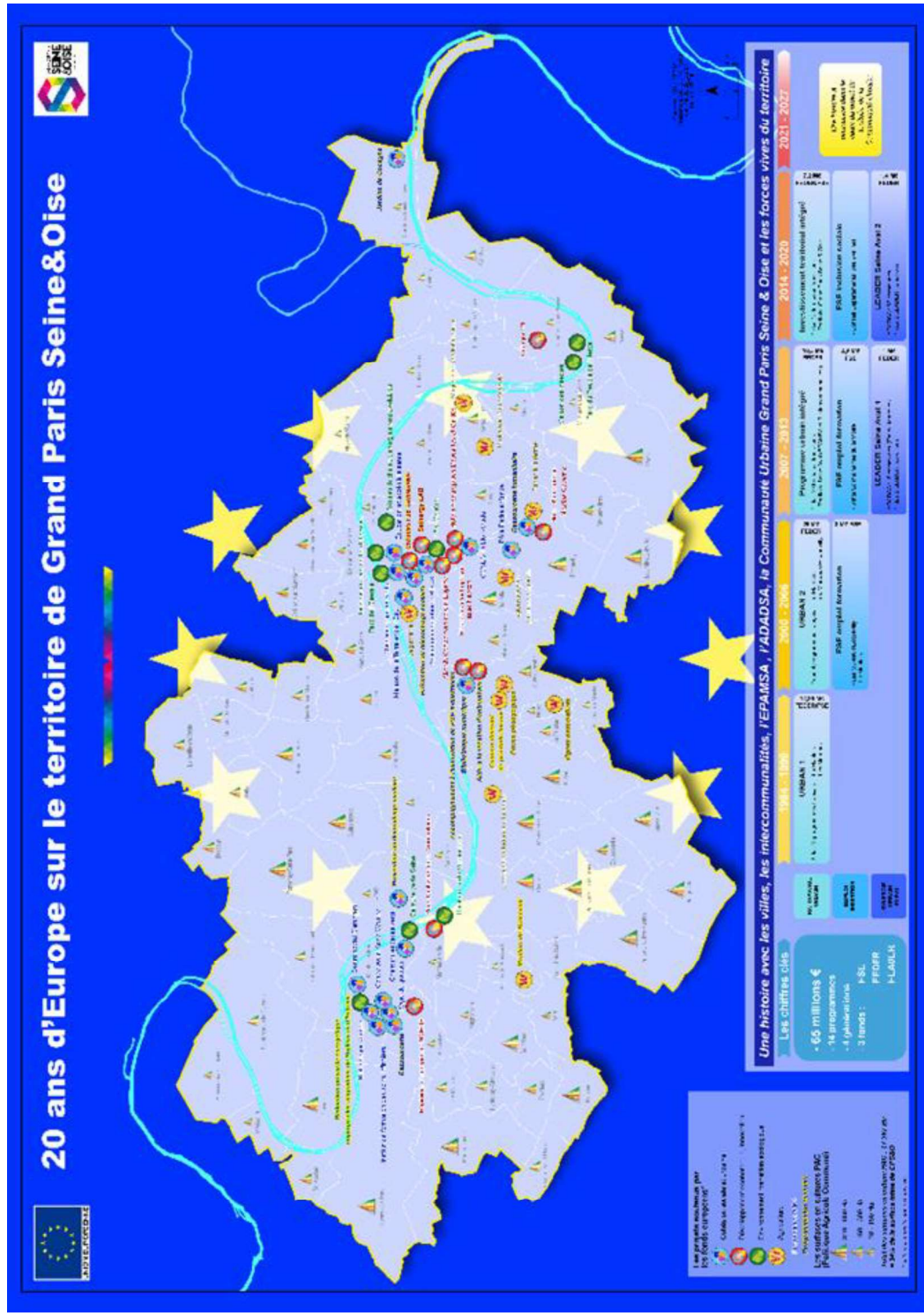
3.1 Préambule : historique sur la communication

Le territoire de Grand Paris Seine & Oise a mené un certain nombre d'actions de communication notamment dans la cadre du Joli mois de l'Europe avec l'organisation des événements « l'Europe près de chez vous » depuis 2017. Ces événements ont permis de communiquer auprès des habitants du territoire sur les projets concrets en partenariat avec la Maison de l'Europe des Yvelines et l'ADADSA.

Date	Evénement
30 mai 2017	Animations avec les élèves venant des Mureaux, de Mantes-la-Jolie ou encore de Jambville afin de découvrir les raisons de ce soutien européen, à travers des ateliers et balades autour des insectes et oiseaux du parc
30 mai 2017	Table ronde « Agriculture et innovation » en partenariat avec le master 2 Projets européens de l'Université Cergy-Pontoise
25 mai 2018	Actions sur la communication des réalisations concrètes de l'Europe sur le territoire et actions éducatives auprès des scolaires en partenariat avec la Maison de l'Europe à la médiathèque des Mureaux
Mai-juin 2019	Quizz autour de la culture et numérique ouvert à tout le public, rencontre avec les agriculteurs du territoire sur le marché d'Aubergenville et dans le cadre du bus de la création d'activité soutenu par l'Europe et organisé par la Communauté urbaine sur le marché de Poissy
2019	Carte des projets « 20 ans d'Europe sur le territoire »
Mai 2021	Edition 2 du quizz autour de la culture et numérique ouvert au grand public
Mai 2022	Edition 3 du quizz autour de l'Europe et projets du territoire ouvert au grand public



Une cartographie a été effectuée pour rendre lisible auprès des habitants les interventions des fonds européens, de façon à montrer leur proximité dans la vie des citoyens. Elle a été présentée lors des ateliers du territoire organisée par la CU en 2019, pour l'ensemble des conseillers municipaux du territoire.



3.2 Objectif de la communication

Dans le cadre de la mise en œuvre de projets cofinancés par les fonds européens, assurer la publicité et la communication sur l'aide de l'Union européenne est obligatoire. La communication doit permettre d'informer le grand public du soutien apporté par l'Union européenne au développement de leur territoire et de son rôle.

Les porteurs de projets doivent communiquer sur les projets, leurs objectifs et les résultats obtenus en fournissant sur leur site internet et les réseaux sociaux les informations demandées qui mettront en lumière le soutien financier de l'UE. Ils seront également incités à communiquer plus largement sur la contribution des fonds européens.

Le plan de communication proposé par la Communauté urbaine sera cohérent avec la stratégie de communication définie par l'Autorité de gestion. La CU s'engage à utiliser et relayer les outils développés par la Région Ile-de-France et à informer et à impliquer l'Autorité de gestion en amont de la mise en œuvre d'actions d'animation et communication et de valorisation de l'Union européenne sur le territoire.

3.3 Plan de communication

La stratégie est définie et validée en amont par le CSS, les actions sont, quant à elles, définies et décidées sur un plan annuel et communiquées à l'Autorité de gestion. La mise à jour est rendue possible ainsi que les nouvelles actions au regard de l'état d'avancement du programme.

Des actions de communication plus globales sur la participation des fonds européens aux opérations sont mises en œuvre sous la coordination de l'équipe technique de l'ITI, en partenariat avec les services communication concernés. La communication bénéficie, comme la gouvernance, d'un circuit construit alliant les engagements stratégiques et les actions opérationnelles.

3.4 Acteurs de la communication

La stratégie de communication sera réalisée principalement par la direction de la communication de la Communauté urbaine. Pour ce faire, il est envisagé de s'appuyer sur les supports et outils de communication existants, comme la presse locale, les sites web de la CU et des porteurs de projet, ainsi que les réseaux sociaux etc...

Chaque année, les actions de communication seront élaborées en amont, puis discutées lors des Comités techniques et validées par le CSS.

3.5 Cibles de la communication

Deux cibles principales sont visées par la communication mise en œuvre sur le territoire de GPS&O :

- Une cible qualifiée, les bénéficiaires des projets FEDER,
- Une cible grand public, les habitants de la Communauté urbaine.

Les habitants directement concernés par les projets soutenus par les fonds européens constituent la cible première du plan de communication. Mais il est aussi envisagé de communiquer auprès de l'ensemble des habitants du territoire.

Les élus, l'équipe technique et la communauté des porteurs de projets constituent, quant à eux, les cibles secondaires. Au travers des sessions d'information sur les fonds européens et leur utilisation sur le territoire de GPS&O, ils seront ainsi sensibilisés sur les subventions attribuées au territoire et pourront ensuite communiquer eux-mêmes sur les projets et les bénéficiaires FEDER.

3.6 Actions de la communication et budget

La communication sur les réseaux sociaux est un moyen efficace de générer de la visibilité auprès du grand public et de publics cibles spécifiques. Elle va donc faire partie intégrante de la stratégie de communication relative à tout projet et compléter toutes les autres actions de visibilité prévues.

La Communauté urbaine a pour objectif de réaliser un livret de projets faisant état des réalisations de la programmation précédente 2014-2020 grâce au FEDER, au FSE et au FEADER.

Afin d'informer la population et de faciliter l'appropriation du programme, des opérations de communication et de publicité relatives aux projets soutenus par le FEDER au titre de l'ITI seront mises en œuvre tout au long de la période de programmation :

- En mai, lors de la Journée de l'Europe, des animations, des focus/édito/articles. Il s'agit en effet d'une occasion tout à fait particulière pour faire écho et résonance auprès des publics les plus larges de la bonne utilisation et de l'effet levier des fonds européens sur le territoire.
- Des fiches synthétiques détaillant chaque projet soutenu par les fonds européens diffusées auprès du public via les différents sites web ;
- Des supports de communication édités à destination des bénéficiaires finaux (habitants, entreprises etc...).

Le budget annuel sera compris entre 5 000 et 20000 €, en fonction des activités de communication.

La communauté urbaine Grand Paris Seine&Oise a initié un portail dédié aux subventions destiné à ses directions métiers et aux 73 communes de son territoire. Il va faciliter la connaissance des financements et intégrer des outils méthodologiques pour solliciter les subventions, il comprendra :

- Une veille à jour des appels à projets (renvoi vers les liens adaptés)
- Un moteur de recherche thématique et une présentation des financeurs (renvoi vers les sites de références)
- Une photothèque inspirante des projets communaux et communautaires ;
- Un pas à pas pour constituer les dossiers de subventions ;
- Des ressources d'accompagnement

Dans ce cadre, la CU pourra communiquer sur la mobilisation de l'ensemble des fonds européens mobilisable sur son territoire.

Recommandations de l'autorité de gestion

Une fois par an minimum, il conviendra de mettre à l'ordre du jour du CSS un point relatif à la mise en œuvre du plan de communication et à l'appui des porteurs des projets dans la réalisation de leurs actions de communication.