

# Programme Opérationnel Conjoint

## Italie – Tunisie 2014-2020

Instrument Européen de Voisinage

*Coopération transfrontalière*

# ITALIETUNISIE

2014 - 2020

## ANNEXE B

### PLAN DE COMMUNICATION

Version Juin 2015



<b>1</b>	<b>STRATÉGIE DE COMMUNICATION.....</b>	<b>3</b>
1.1	A NIVEAU DU PROGRAMME :.....	4
1.2	A NIVEAU DES PROJETS : .....	5
<b>2</b>	<b>PLAN DE COMMUNICATION POUR LA PREMIÈRE ANNÉE.....</b>	<b>5</b>
2.1	OBJECTIFS POUR 2016.....	5
2.2	GROUPES CIBLES .....	6
2.3	ACTIVITES.....	6

## 1 STRATÉGIE DE COMMUNICATION

---

L'Autorité de Gestion s'engage à rendre public le contenu du Programme par des actions en matière d'information et de publicité. Compte tenu de la nature et des finalités du Programme, la participation active des acteurs locaux est un élément crucial. Il doit donc être accompagné par un plan de communication annuel ambitieux et efficace dont les objectifs sont les suivants :

- **faire connaître** aux bénéficiaires potentiels les finalités et les opportunités offertes par le Programme et les modalités pour y accéder ;
- **garantir la transparence** dans l'utilisation des ressources communautaires à travers la diffusion régulière des informations et l'utilisation de procédures et instruments de participation directe simples et efficaces ;
- **communiquer efficacement** à l'opinion publique les finalités politiques et stratégiques que l'Union Européenne se propose d'atteindre, en partenariat avec les pays impliqués, à travers les actions financées par le Programme et plus largement par la Politique Européenne de Voisinage ;
- promouvoir et donner de la **visibilité aux résultats** du programme au moment qu'ils deviennent disponibles.

Ce plan sera adapté en fonction des cultures des pays participants, en prenant en compte leurs différentes sensibilités, pour arriver à une perception partagée de l'importance du Programme. Pour cela le plan de communication :

- prévoira des **actions ciblées favorisant la participation directe** des acteurs locaux à la construction d'une coopération approfondie entre les pays participant au Programme ;
- utilisera les **instruments et les techniques de communication** les plus adaptés à la spécificité des pays intéressés et à l'exigence d'impliquer largement tous les niveaux de l'opinion publique ;
- répondra à la **double exigence de disposer des bons canaux de communication internes et d'assurer vis-à-vis de l'extérieur un accès permanent** à une information de qualité ;
- le **plan de communication** accompagne toute la mise en œuvre du programme. Il passe d'une première phase, où la priorité est donnée à l'information des bénéficiaires potentiels sur les opportunités offertes par le Programme, à une deuxième phase, où la priorité est donnée à la diffusion des résultats obtenus.

Le plan de communication annuel est préparé par l'AG qui le soumet au CMS pour approbation. Il comprend :

- les objectifs des actions d'information, de publicité et visibilité et les groupes cibles ;
- les modalités de mise en œuvre des projets ;
- le bilan prévisionnel ;
- les organismes chargés de la mise en œuvre du plan ;
- les critères utilisés pour l'évaluation des projets ;

- le budget et le plan des couts.

Parmi les outils de communication le plan prévoira un développement du site Internet [www.italietunisie.eu](http://www.italietunisie.eu) multi langues – Français, Italien et Arabe– qui, par une phase d'adaptation, assurera encore plus la diffusion des informations relatives au programme et aux projets, ainsi que celles relatives aux manifestations, aux conférences et aux séminaires. En particulier, et afin de renforcer la capacité des bénéficiaires à élaborer des projets, le site Internet mettra à leur disposition les archives et les données utiles pour profiter au mieux des opportunités offertes par le Programme. A l'intérieur du site Internet sera prévue une zone réservée (intranet), où sera disponible une série d'instruments et outils opérationnels permettant de vérifier et de mettre à jour les informations sur les projets et leurs activités.

L'Autorité de Gestion sera responsable :

- de l'organisation de campagnes d'information appropriées et ciblées,
- de la périodicité de l'information,
- de l'organisation de la diffusion des informations sur le programme et les projets ainsi que sur les résultats obtenus,
- de la définition des activités de l'antenne en matière de communication.

L'AG sera appuyée dans la préparation et la mise en œuvre du plan de communication par le STC et l'antenne. Au cours des réunions du CMS, L'AG avec l'appui du STC présentera un rapport sur l'état de mise en œuvre du plan, en soulignant les résultats atteints et les difficultés éventuellement relevées.

Le budget du programme pour les activités de communication est euro 420.000 correspondant au 11,4% du budget de l'AT.

L'activité de communication quotidienne envisagée aura comme principal objectif celui d'augmenter la visibilité du Programme et de faire connaitre en même temps les projets financés et leurs résultats. Cette activité sera assurée soit grâce à :

- la **diffusion des différents contenus** relatifs au programme et aux projets
- la **publication des actualités** du programme et des projets
- **l'implémentation des instruments** et nouvelles "utilities" comme le calendrier des évènements, la section Offre d'emploi des projets.

Parmi les services fournis on va faire une distinction, le niveau du programme et le niveau des projets. La même distinction sera suivie dans le site du programme en distinguant des sections spécifiques pour le programme et les projets financés.

Pour mieux définir et réaliser chaque détail des activités ci-dessus indiquées, ont été particulièrement soignés les aspects liés aux : participants, à leur discours, à la logistique et aux rapports avec les media.

### 1.1 A niveau du Programme :

---

Le Programme a utilisera principalement son propre site [www.italietunisie.eu](http://www.italietunisie.eu) pour y communiquer ses propres activités. Grace à la publication périodique d'informations, de documents et d'info concernant tous les projets réalisés, le contenu du site aura une augmentation physiologique de volume.

Au niveau des événements plus significatifs du programme, des activités spécifiques supporteront une meilleure dissémination via le site web et les communiqués de presse.

## 1.2 A niveau des projets :

---

Dans le site du programme, un espace majeur sera attribué aux Projets, accroissant ainsi l'importance du site web qui lui est consacré. La section dédiée aux projets sera une section très vive et dynamique avec une mise à jour des sections « Actualités » et « Offre d'emploi des projets » presque quotidienne.

En ce qui concerne la communication et à la visibilité auprès de bénéficiaires des projets, un service d'assistance sera assuré. L'objectif de ce service est celui de transférer un know how spécifique dans la gestion des actions relatives à la communication et visibilité conformément aux règles prévues. En particulier, le service sera fourni grâce à plusieurs actions :

- Activation d'une adresse électronique dédiée pour une immédiate assistance aux bénéficiaires : [communication@italietunisie.eu](mailto:communication@italietunisie.eu)
- Screening sur les sites des projets financés et recommandations afin de résoudre les faiblesses ou les erreurs présentes dans les mêmes sites.
- Sections dédié à la visibilité selon la normative européenne au sein des séminaires de formation pour les bénéficiaires et les partenaires des projets
- Avis et recommandations conformes aux règles européennes sur les matériels promotionnels/publications des projets

## 2 PLAN DE COMMUNICATION POUR LA PREMIÈRE ANNÉE

---

La stratégie de communication du programme se concrétise annuellement à travers des Plans Annuels de Communication. L'information sur la mise en œuvre de chaque plan et le respect des règles de visibilité sera incluse dans le rapport annuel du programme à présenter à la Commission européenne avant le 15 février de chaque année, ensemble avec le plan pour l'année successif.

Tel que demandé par l'article 4 du Règlement d'Exécution, ce document intègre un avancement du Plan pour 2016.

### 2.1 Objectifs pour 2016

---

La désignation de l'AG est prévue avant juin 2016 et le premier appel à propositions sera lancé dans le deuxième semestre 2016. Par conséquent, les objectifs du plan de 2016 sont :

- assurer une **formation** adéquate aux représentants des autorités et organes du programme pour leur permettre de mener à bien leurs fonctions ;
- mener des **actions de sensibilisation** sur le programme de coopération transfrontalière dans les régions éligibles, notamment dans les nouvelles zones intégrés pour la période 2014-2020 et assurer une connaissance suffisante aux parties prenants ;
- fournir **information** et appui aux potentiels demandeurs pour encourager une large participation dans le premier appel à propositions et construire des partenariats solides;

- 

## 2.2 Groupes cibles

---

Les activités d'information et communication seront adressées de façon prioritaire aux groupes cibles identifiés dans les pays participants au programme, en particulier, dans les régions éligibles.

Ces groupes incluses dans le Plan de 2016 sont :

- le grand public en général dans les pays participants ;
- les demandeurs potentiels dans les régions éligibles ;
- les institutions avec des initiatives dans la région, les autres programmes de coopération transfrontalière ou des autorités nationales.
- les autorités et structures du programme
- les organes de l'UE : CE - Directorate General for Neighbourhood and Enlargement Negotiations (DG Near) - Unité C2 (responsable pour les programmes IEV-CT) ; Délégation de l'UE en Tunisie.

## 2.3 Activités

---

Les principales activités en 2016 seront :

- la formation aux autorités et structures de gestion du programme ;
- l'actualisation de l'identité visuelle et charte graphique du site web ;
- la conférence de lancement du programme 2014-2020 ;
- des événements d'information dans les deux pays ;
- un forum de partenariat.