

Interreg

Caraïbes

Fonds européen de développement régional



UNION
EUROPÉENNE

Kit de publicité

Interreg Caraïbes

Sommaire

Interreg Caraïbes

Fonds européen de développement régional



.....	1
SOMMAIRE	2
I. INTRODUCTION.....	3
II. LES EXIGENCES EUROPEENNES EN MATIERE D'IMAGE ET DE VISIBILITE	3
A. LES EXIGENCES CONCERNANT LE LOGO	4
1. <i>Le logo de l'Europe</i>	4
2. <i>Le logo du programme (obligatoire)</i>	4
3. <i>Logo du projet</i>	7
a) Logo du projet standard	7
b) Logo de projet spécifique	7
4. <i>Logos des partenaires</i>	10
B. EXIGENCES ET REGLES CONCERNANT LES OUTILS DE COMMUNICATION SPECIFIQUES	11
1. <i>L'affiche</i>	11
2. <i>Panneaux temporaires et plaques permanentes</i>	13
3. <i>Équipements</i>	13
4. <i>Site internet de partenaires</i>	13
5. <i>Site internet du projet</i>	13
6. <i>Les évènements liés au projet</i>	14
7. <i>Les publications du projet</i>	14
III. POINTS DE VIGILANCE.....	15
A. COMMUNIQUER SUR SON PROJET	15
1. <i>Le plan de communication du projet</i>	15
2. <i>Communiquer avec les autorités du programme</i>	16
B. OUTILS POUR UNE MEILLEURE COMMUNICATION	17
1. <i>Les groupes cibles</i>	17
2. <i>Langage</i>	17
IV. ASSISTANCE DU PROGRAMME.....	18
A. LE SITE INTERNET DU PROGRAMME	18
B. L'ACTUALITE DU PROGRAMME SUR LES MEDIAS SOCIAUX	18
C. ASSISTANCE TECHNIQUE	18

I. Introduction

Ce document témoigne du rôle pilier de la communication dans la mise en œuvre de votre projet. Le volet communication dans la conduite des projets a une importance croissante dans la stratégie des programmes Interreg depuis les dix dernières années. Il s'agit d'un élément clé qui contribue à la soutenabilité et à la transférabilité des résultats des projets ; ce qui a pour effet de mettre en lumière l'efficacité du co-financement européen. La communication ne se limite pas à un ensemble d'actions. A des échelles différentes, vos projets seront facteurs de changements pour les habitants de votre zone d'activités, l'environnement économique et la façon dont les hommes travaillent ensemble. La communication permet aussi d'assurer la durabilité des projets et le caractère transférable des résultats. Il s'agit d'établir des relations avec les groupes-cibles et d'assurer un dialogue qui encourage la co-création pour votre projet et pour la viabilité du programme. Avec vos projets, vous êtes les ambassadeurs de l'action européenne dans les territoires de la zone Caraïbe.

Vos projets sont la vitrine du programme, la manifestation de l'action européenne et, par conséquent, des exemples pour de futurs bénéficiaires. Les résultats des projets participent de la promotion du programme. De plus, un bon plan de communication assurera le développement du projet, sa viabilité et la durabilité de ses résultats. La capitalisation des résultats du projet est une phase importante de la communication du programme. Afin d'assurer la cohérence du processus de communication et pour faciliter la compréhension pour les bénéficiaires, des règlements, des exigences et des indications doivent être pris en compte.

II. Les exigences européennes en matière d'image et de visibilité

Les activités de communications sont obligatoires pour tous les projets du programme Interreg Caraïbes en lien avec l'identité visuelle du projet et sa visibilité :

- le logo de l'Europe avec la référence à l'UE
- le logo du programme + la référence au financement du FEDER
- le logo du projet
- l'affiche du projet
- la plaque temporaire et permanente
- l'hyperlien vers les sites internet des institutions

Afin d'assurer la viabilité de votre projet, la communication ne doit pas être considérée comme secondaire ; l'autorité de gestion sera attentive aux dépenses de communication. En plus de la remise des rapports de dépenses, il est obligatoire de fournir la preuve des actions de publicité et de communication déjà réalisées.

Le non-respect des exigences en matière de publicité expose le porteur de projet à une décision déclarant l'inéligibilité des dépenses et par conséquent, une réduction de la subvention. Dans le cas d'une visite directe, cela impliquerait un recouvrement des fonds indûment perçus.

A. Les exigences concernant le logo

1. Le logo de l'Europe



Le logo de l'Europe avec sa référence à l'Union doit être utilisé sur tous les supports de communication avec le logo du programme Interreg Caraïbes. Des précisions sur les modalités d'utilisation seront apportées dans les chapitres suivants de ce document. La référence « Union européenne » est en police Arial comme décrit dans l'article 4 §4 de la Commission sous le règlement d'application (UE) No 821 / 2014.

Les couleurs du logo de l'Europe ne doivent pas être changées.

	Colour	Pantone	CMYK	HEX	RGB
	Reflex Blue	Reflex Blue	100/80/0/0	003399	0/51/153
	Light Blue	2716	41/30/0/0	9FAEE5	159/174/229
	Yellow	Yellow	0/0/100/0	FFCC00	255/204/0

Téléchargez le logo vectorisé à l'adresse suivante : https://europa.eu/european-union/about-eu/symbols/flag_fr

2. Le logo du programme (obligatoire)

En accord avec la majorité des autres programmes de coopération européenne de Coopération Territoriale Européenne (CTE), Interreg Caraïbes a décidé de participer à la mise en action d'une

stratégie commune concernant l'identité visuelle des programmes Interreg. Le nouveau logo du programme est en accord avec cette stratégie.

Le programme Interreg Caraïbes prend déjà en compte les trois éléments de cette stratégie, à savoir l'emblème de l'Union Européenne et la référence à l'Union Européenne en dessous. Ainsi, tous les outils de communication développés par les projets d'Interreg Caraïbes devront comporter le logo du programme en plus d'une référence du Fonds Européen de Développement Régional (FEDER) selon la phrase-exemple : « Le projet xxx est cofinancé par le programme Interreg Caraïbes au titre du Fonds Européen de Développement Régional » et (le cas échéant) du FED (Fonds Européen de Développement). La référence au FEDER doit suivre la typographie de la police Montserrat. Ce type de police peut être téléchargé gratuitement via <http://www.fontsquirrel.com/fonts/montserrat>.

Les projets doivent suivre ces quelques règles au moment de l'apposition du logo du programme sur leurs activités de communication.

Nota bene : La référence au fonds FEDER est recommandée et non obligatoire sous le logo programme. Si vous choisissez cette option, dans ce cas la taille de la police ne doit pas être inférieure à 7.5 point et il doit être lisible et visible.

Intégrer le logo sans la référence

- Taille

Largeur minimum de 38,1 mm. Aucune taille maximale n'est définie.



38,1mm

- Proportions

Maintenir les espaces au moment de la mise en forme du logo. Il ne faut pas étirer ou comprimer le logo.



- Zone protégée

Maintenir une zone protégée équivalente à la largeur de la lettre “e” présente sur le logo du programme autour de toutes les versions du logo. Aucun texte ou autre visuel ne doit apparaître dans cette zone.

Cette aire protégée prohibe toute addition de caractère ou image qui viendrait, par effet combiné, créer un autre logo.



3. Logo du projet

a) *Logo du projet standard*

Pour créer votre logo, vous rajouterez le nom du projet sous le logo du programme. La taille de la police ne doit pas excéder celle du nom du programme « Caraïbes). La couleur de la police correspond à celle définie pour l'axe prioritaire du programme dans laquelle s'inscrit votre projet.



b) *Logo de projet spécifique*

Selon l'objectif poursuivi, un propre logo projet peut être porteur de valeur ajouté ou non. En complément du logo standard, si un porteur de projet souhaite tout de même développer un logo spécifique, il doit suivre les règles suivantes :

- **Taille**

Si le logo du projet est en format portrait, la largeur maximale équivaut à la largeur du drapeau européen ; et la hauteur maximale au double de la hauteur du drapeau européen.



Si le logo du projet a une forme paysage, le logo du projet ne pourra pas être plus haut que le drapeau européen (il s'agit d'une hauteur maximale, le logo du projet peut être moins haut). De plus, le logo du projet ne pourra pas être plus large que le mot Interreg du logo du programme.



- **Typographies**

Si des lettres sont utilisées dans le logo, la police Montserrat sera utilisée dans l'objectif de maintenir une cohérence pour la visibilité du programme Interreg. Cette police est téléchargeable gratuitement via <http://www.fontsquirrel.com/fonts/montserrat>.

- **Couleur**

La couleur du logo projet doit correspondre à celle de l'axe prioritaire du programme comme couleur principale. Cette même couleur doit être utilisée pour les affiches du projet.

			CMYK	RGB	PANTONE
	Emploi & Innovation		C 0 M 20 Y 100 K 0	R 255 G 204 B 0	Pantone + Solid Coated 116 C
	Risques		C 0 M 100 Y 100 K 0	R 227 G 6 B 19	Pantone + Solid Coated Red 032 C
	Environnement Naturel & Culturel		C 35 M 0 Y 100 K 0	R 188 G 207 B 0	Pantone + Solid Coated 382 C
	Santé Publique		C 100 M 35 Y 0 K 0	R 0 G 123 B 196	Pantone + Solid Coated 3005 C
	Energies Renouvelables		C 90 M 0 Y 100 K 0	R 0 G 158 B 61	Pantone + Solid Coated 354 C
	Capital Humain		C 0 M 70 Y 100 K 0	R 236 G 102 B 8	Pantone + Solid Coated 1505 C

Les icônes seront téléchargeables à partir du site interreg-caraibes.fr ou transmis à la demande par le Secrétariat Conjoint.

4. Logos des partenaires

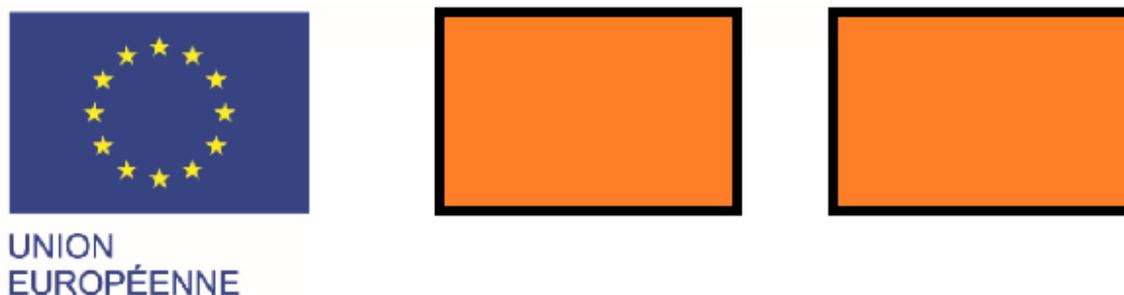
En accord avec la stratégie visant à harmoniser les identités visuelles, le logo de l'Union Européenne doit être le plus grand logo sur la page. Les logos des partenaires ne doivent pas dépasser les proportions du logo de l'UE en hauteur et en largeur.



Ou encore :



Dans le cas où le logo Interreg Caraïbes ne peut pas apparaître avec les logos des partenaires, la référence reste le logo de l'Union Européenne. Les mêmes règles de proportions s'appliquent.



B. Exigences et règles concernant les outils de communication spécifiques

1. L'affiche

En accord avec les règlements européens, tous les partenaires du projet doivent placer une affiche à un endroit central de leur lieu d'activités, endroit accessible au public. L'affiche doit délivrer des informations sur le projet de même que la référence au Fonds Européen de Développement Régional (FEDER) et du Fonds Européen de Développement (FED) s'il en est bénéficiaire. Le logo utilisé dans l'affiche est celui du logo standardisé. Il s'applique à tous les projets y compris à ceux qui ont un logo spécifique. Il est fortement recommandé de produire et d'apposer l'affiche dans les 6 mois suivant l'approbation du projet.

Afin de soutenir les projets dans le respect de ces obligations, des outils modèles seront disponibles sur le site du programme. Interreg Caraïbes dispose d'icônes et de photographies pour chaque axe prioritaire. Les projets doivent sélectionner le modèle correspondant à l'axe et suivre les règles indiquées dans ce document. Notez qu'une photo du projet plutôt que celle de l'axe prioritaire du programme peut être utilisée sur l'affiche en respectant les mêmes proportions. La création de l'affiche doit être réalisée par un designer professionnel. Les projets peuvent s'appuyer sur des ressources internes ou externaliser cette tâche.

2. Panneaux temporaires et plaques permanentes

Les infrastructures et sites de construction co-financés par Interreg Caraïbes doivent porter la trace de ce co-financement pendant et après la réalisation. Cette obligation s'applique à tous les projets ayant fait l'objet d'une contribution publique (comprenant les fonds du FEDER reçus par le biais d'Interreg) d'au moins 500 000€. De plus, afin d'assurer la transparence, le programme Interreg Caraïbes encourage vivement les projets de moins de 500 000€ à appliquer les mêmes règles.

Pendant que les travaux s'effectuent, les bénéficiaires doivent installer un panneau temporaire pour chaque projet concernant le financement d'infrastructure ou de construction dont le montant de la subvention excède 500 000€. Ce panneau temporaire doit être remplacé par une plaque permanente trois mois maximum après la réalisation des travaux.

Les panneaux, plaques doivent être d'une taille significative (minimum 1x1m) et disposés à des endroits immédiatement visibles par le public.

Pour aider les projets à respecter cette obligation, un modèle est disponible sur le site internet du programme. Ce modèle correspond aux caractéristiques techniques inscrites dans l'Article 5 du Règlement No 821/2014 de la Commission. Les projets devront ajouter leur nom, l'axe spécifique et le texte en fonction de leur projet.

3. Équipements

Le logo de l'Union Européenne et celui d'Interreg Caraïbes doivent apparaître sur les équipements achetés grâce aux fonds européens dans le cadre du projet à l'aide d'autocollants.

4. Site internet de partenaires

Dans l'éventualité où des partenaires de projet ont un site internet pour leur organisation, ils doivent fournir, en accord avec la réglementation européenne, une courte description du projet et de leurs actions spécifiques dans le projet, ses objectifs et résultats et mettre en avant le soutien financier de l'Union Européenne. Ils doivent, par ailleurs, inclure l'emblème de l'Union Européenne avec la référence à l'Union, et le logo d'Interreg Caraïbes. Un lien du site du programme Interreg Caraïbes doit aussi apparaître (www.interreg-caraibes.fr). Cela peut être réalisé par la création d'une page Web dédiée sur ce site. Si une telle page n'existe pas, la référence à l'Union, au programme et au co-financement doit apparaître sur la page d'accueil. Dans les deux cas, la référence doit être visible directement sans avoir besoin de faire descendre la page.

5. Site internet du projet

Chaque projet doit créer une page Web spécifique au projet afin de valoriser ses outils, ses résultats dans le but de mettre en avant ses participants et afin de perpétuer des résultats sur le long terme, au-delà de la temporalité du projet. Le développement d'une telle page doit être signalée dans le plan de communication et envisagée dans le budget prévisionnel de façon à la rendre visible par tous les partenaires.

Le projet peut également créer un site pour le projet. Cette possibilité n'est pas obligatoire. Dans le cas de la création d'une page Web ou d'un site Internet, le projet doit faire apparaître le logo du programme, le logo de l'Union européenne avec la référence de l'UE ainsi que la référence au FEDER. Le logo de l'Union avec sa référence et le logo du programme doivent être accessibles depuis la page d'accueil sans nécessité de faire descendre la page.

6. Les événements liés au projet

Le logo du programme, la référence claire au FEDER et à l'Union Européenne doivent apparaître sur tous les agendas, les polycopiés et présentations (Régulation (EU) No 1303/2013).

Nous encourageons les projets à placer un drapeau de l'UE et à afficher le poster du projet à un endroit immédiatement repérable, assurant la visibilité de l'UE et du programme.

7. Les publications du projet

Toutes les publications qui concernent le projet (brochures, newsletters, études, articles, etc.) doivent contenir le logo du programme en position proéminente en première page à minima. Les projets doivent aussi mentionner la contribution venant du Fonds Européen de Développement Régional et du Fonds Européen de Développement FED le cas échéant.

Aucune présentation spécifique n'est demandée, les exigences concernant le logo du programme s'appliquent aux publications liées au projet.

Concernant les articles scientifiques, la tenue de conférences et autres publications pour lesquels l'usage du logo du programme est impossible, les projets devront mentionner explicitement la contribution du Fonds Européen de Développement Régional (FEDER) et du Fonds Européen de Développement (FED) le cas échéant. Il est possible d'utiliser cette phrase ou toute autre phrase similaire :

« Le projet xxxx est cofinancé par le programme Interreg Caraïbes au titre du Fonds Européen de Développement Régional ».

III. Points de vigilance

A. Communiquer sur son projet

1. Le plan de communication du projet

Le plan de communication du projet doit être remis à l'autorité de gestion dans les 6 mois après signature de la convention.

Ce plan doit décrire les actions de publicité correspondant aux exigences européennes. De plus, les actions doivent viser la valorisation du projet et ses réalisations.

Avec la description des actions de publicité, des indicateurs facilement mesurables doivent être définis. Ces indicateurs doivent apparaître sur le plan de communication. Dans cette phase prévisionnelle, des valeurs cibles doivent être établies lesquelles pourront être ensuite comparées avec les valeurs effectivement réalisées. Les valeurs cibles doivent être respectées, dans le cas contraire, l'autorité de gestion se réserve le droit d'imposer des sanctions financières.

La structure doit suivre le même modèle :

- **Communiquer sur le contexte du projet**

Introduction sur le projet

Partenaires

Groupes-cibles

- **Communiquer sur les temps forts du projet**

L'annonce de l'agrément

Le lancement du projet

Les réunions de travail (comité de pilotage)

Les réalisations et les résultats

La clôture du projet

Ces communications doivent faire l'objet de communication médiatique (conférence de presse, point presse, medias sociaux)

- **Communiquer sur votre participation aux événements européens et caribéens**

Février Rendez-vous compte (Europ'Act) concours photos et vidéos projet

Mars Régio Stars (CE) concours de projets novateurs

Mai Le Joli mois de l'Europe

Juin L'Europe dans ma Région (CE) concours photos

Septembre Journée de la Coopération Européenne (Interact) valorisation, capitalisation projets

Et autres événements caribéens ou européens

- **Les supports**

Réaliser une page web spécifique au projet sur votre site ou un site

Une ou plusieurs vidéos de 1 à 3 minutes pour présenter votre projet et montrer le développement de votre projet. Mettre l'accent sur l'aspect coopération

Visibilité du programme interreg Caraïbes sur tous les supports visuels, audio et écrits

- **Le choix des langues**

Toutes les actions de communication doivent être réalisées dans les Rup (Régions ultrapériphériques) et dans les territoires caribéens autrement dit à destination des bénéficiaires de la zone de coopération. Les langues du programme sont le français et l'anglais et les documents doivent être rédigés dans ces langues.

- **Budget**

Les actions de communication devront être prises en compte dans le budget prévisionnel.

- **Les indicateurs**

Les indicateurs au niveau des projets sont à minima 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 media 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, Régio stars, etc.).

Cette liste n'est pas exhaustive. Les indicateurs doivent être adaptés au projet.

2. Communiquer avec les autorités du programme

Toutes les actions et activités de communication dans le cadre du projet doivent être rapportées au Secrétariat Conjoint et aux Points de Contact Régionaux. Communiquer sur les temps forts du projet, comme le lancement officiel, les réunions avec les partenaires, la clôture... est aussi obligatoire.

Le Secrétariat Conjoint et l'Autorité de gestion peuvent vous solliciter pour participer à des actions de communication qui concernent le programme notamment la Journée de la Coopération Européenne, Regio Stars, Joli Moi de Mai, les rencontres avec les chefs de file, et autres manifestations.

B. Outils pour une meilleure communication

Dans l'objectif d'assurer une meilleure visibilité et une action plus cohérente, quelques éléments doivent être pris en compte. Votre projet est spécifique, ainsi certains relais seront plus utiles que d'autres. L'identification des partenaires et des relais pertinents sont une phase décisive. Vous devez considérer les meilleures options pour valoriser votre projet.

1. Les groupes cibles

Votre projet étant très spécifique, des groupes cibles doivent être identifiés (un groupe cible est un public clairement identifié qui a un intérêt direct ou indirect à votre projet). Ils peuvent soit connaître les activités qui concernent votre projet, soit bénéficier des résultats de votre action ou leur engagement peut même être nécessaire pour assurer la durabilité de vos résultats. Un projet peut viser plusieurs groupes cibles qui vont chacun nécessiter une approche, des outils et une fréquence de communication différents. Ainsi, les outils de communication doivent s'adapter à ces différents groupes. Par exemple, si l'on considère un projet scientifique, des articles académiques, des publications scientifiques peuvent être des outils pertinents. Autre exemple, un projet artistique peut communiquer davantage à partir de supports visuels comme des vidéos et des publications photos.

2. Langage

Un langage clair peut améliorer l'efficacité de vos actions de communication. La longueur des phrases est un élément à prendre en compte. Une taille moyenne de 15-20 mots est suffisante. Dire une seule chose par phrase en utilisant la voie active est un moyen efficace. Le lecteur doit être engagé dans sa lecture et comprendre ce qu'il lit. Un vocabulaire simple et facilement compréhensible plutôt qu'un jargon, un ton conversationnel ou un ton académique peut s'avérer être plus efficace. Il est donc important d'adapter son discours en fonction de son interlocuteur.

Il faut penser à une structure : 1) Qui ? 2) Quoi ? 3) Quand ? 4) Où ? 5) Pourquoi ? Cette structure est un cadre qui rend la compréhension de son chemin de pensée plus évidente.

IV. Assistance du programme

A. Le site internet du programme

La principale source d'information est le site internet du programme. Cette plateforme comporte tous les documents utiles à la mise en œuvre des activités de communication du projet. Ce site ne donne pas seulement des informations sur le programme, mais est aussi un appui et une plateforme de communication pour votre projet et ses bénéficiaires.

B. L'actualité du programme sur les medias sociaux

L'actualité du programme est régulièrement mise à jour sur la page Facebook et dans une newsletter. Vous pourrez bénéficier d'un retour sur vos projets de la part du public sur ces médias sociaux.

C. Assistance technique

Nous conseillons aux porteurs de projet de lire attentivement ce kit de publicité. Les Points de Contact Régionaux (PCR) sont aussi là pour vous soutenir dans le développement de votre action de communication et pour répondre aux questions concernant la communication.

Vous pouvez retrouver les détails des contacts des Points de Contact Régionaux dans votre région dans la section contact du site internet du programme.

Pendant la phase de mise en œuvre, les projets doivent prendre contact avec le chargé de Communication au Secrétariat Conjoint. Les détails du contact sont aussi disponibles sur le site internet du programme.