

WEBINAIRE
INTERREG ITALIE-FRANCE MARITIME
2014-2020
**« COMMUNIQUER ENSEMBLE, MIEUX
COMMUNIQUER »**

Rapport & follow-up
6 JUILLET 2021

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée



1) SYNTHÈSE DU DÉROULEMENT DU WEBINAIRE

Le premier webinaire dédié à la communication du Programme Maritime s'est tenu le 6 juillet 2021. Intitulé « Communiquer ensemble, communiquer mieux » ce webinaire visait à analyser les forces et les faiblesses des activités de communication du Programme et des projets, tant au niveau de la communication interne (entre le Programme et les projets mais également entre les projets) qu'au niveau de la communication externe. L'objectif ? Lancer la proposition de création d'un réseau de communicateurs du projet Maritime sur la base d'autres bonnes pratiques de « réseaux » multi-acteurs existants au niveau européen. Il est important de préciser que l'activité de communication est intrinsèquement liée à l'activité de capitalisation. C'est pourquoi le webinaire a également été l'occasion de présenter la campagne de communication des bonnes pratiques des projets financés par le programme 2014-2020, fruit d'un intense travail de capitalisation mené par l'AG et le SC.

Le webinaire a été couronné de succès et a attiré plus de 80 participants, majoritairement des représentants des différents partenaires des projets. Au total, 57 projets étaient représentés, principalement par leurs chargés de communication ou leurs chefs de file. Ce nombre peut être jugé satisfaisant compte tenu du fait que de nombreux projets sont désormais clôturés et que certains chargés de communication sont impliqués dans plus d'un projet.

La première partie de la réunion avait un ton plus institutionnel, avec des interventions de Germana di Falco (pour l'Agencia per la Coesione Territoriale) et Jean-Luc Frès (pour l'Agence nationale de la cohésion des territoires). Les deux orateurs ont présenté les perspectives des états membres en matière de capitalisation et de communication des programmes Interreg, en partant de l'évidence désormais établie qu'il est difficile de sortir de la « bulle Interreg » à savoir le cercle d'experts et de responsables des activités des programmes et projets Interreg au sein duquel les différents acteurs communiquent sans pourtant parvenir à se faire comprendre des personnes ne se trouvant pas dans le cercle. Travaillant en étroite collaboration avec Interact, les deux agences nationales font un énorme travail de capitalisation qui soutiendra le travail du Programme sur ces questions. La nécessité de se concentrer sur l'identification des meilleures pratiques et de repérer des critères communs afin de les identifier a été soulignée, sans oublier le besoin d'insister sur la diffusion et l'exploitation de ces résultats, en vue de leur permettre d'avoir un véritable impact sur la société, d'être réutilisés et d'éviter les doublons et donc le gaspillage.

Les réflexions présentées et débattues lors de ce webinaire sont parties de ce point, avec le problème de la difficile « *communicabilité* » des projets et la proposition, comme première étape pour un meilleur travail de capitalisation et de communication, de créer un réseau stable de « communicateurs » du projet Maritime. Afin de mieux explorer le potentiel de l'instrument du réseau, les orateurs sont partis d'une première analyse des problématiques rencontrées par les projets, notamment dans le cadre des activités de communication pour ensuite passer à une comparaison avec les projets sur l'utilité et les possibles activités des réseaux (voir ci-dessous).

La contribution d'Ivano Magazzù, pour Interact, a également été particulièrement intéressante. Il a souligné l'importance du « contact direct » des projets avec les territoires et les bénéficiaires directs de leurs activités, car ils sont le point de contact avec les citoyens. Pour cela, la création de réseaux stratégiques, mais surtout thématiques, peut s'avérer véritablement efficace.



Après ces interventions, les chargés de communication du Secrétariat conjoint ont présenté les points clé des activités de communication et de capitalisation sur lesquels le Programme concentre actuellement ses efforts :

- Le catalogue des bonnes pratiques
- La campagne de communication sur les résultats
- La proposition de stratégie du réseau des communicateurs

Ces brèves présentations ont été suivies d'échanges avec les participants, tant par des interventions directes que par des sondages en ligne à l'aide de la plateforme Slido. Les résultats préliminaires de cette partie du webinaire sont résumés dans le paragraphe suivant.

2) SYNTHÈSE DES SONDAGES ET DES ÉCHANGES

2.1. Récapitulatif et formulation des réponses aux sondages en ligne

Au cours du webinaire, de courts sondages en ligne ont été proposés pour collecter certaines informations utiles ou stimuler les échanges.

Avant que le Secrétariat ne présente les activités dans lesquelles les projets devraient être impliqués, une question pour briser la glace a été posée :

- **comment évaluez-vous les activités de communication et de capitalisation du projet Maritime (de 0 à 5)**
 - 7 % : 2
 - 57 % : 3
 - 27 % : 4
 - 9 % : 5

Bien que très générique, cette question a présenté une évaluation (attendue) moyenne/bonne des activités de communication du Programme. Le fait que les réponses sont anonymes laisse penser que cette évaluation est assez véridique. 57 % des participants (donc une large majorité) accordent la note de 3 sur 5 aux activités du Programme (bonnes), 27 % accordent la note de 4 sur 5 (très bonnes), 9 % accordent la note de 5 sur 5 (excellentes) et 7 % accordent la note de 2 sur 5 (médiocres). Il est raisonnable de penser que les activités de communication du programme sont relativement connues et comprises par la majorité des participants, qui représentent un très bon échantillon.

- **Quelles sont les principales difficultés que vous avez rencontrées en matière de gestion des activités de communication de votre projet ?**

Cette question a été posée dans le formulaire d'inscription et nous a permis de mieux articuler certaines parties du webinaire, en consacrant un instant au résumé des principales règles de communication. Néanmoins, au-delà des obligations et du respect des règles d'information et de communication du Programme qui, sans surprise, posent toujours problème aux projets, le plus



grand problème semble précisément être celui de pouvoir communiquer les résultats et les activités du projet en dehors du cercle, en impliquant un public plus large et en suscitant l'intérêt

des citoyens. Un autre élément mis en évidence est celui de la communication au sein du partenariat : en effet, les projets ont souvent du mal à mettre en œuvre une communication interne et à identifier des partenaires suffisamment compétents pour les activités de communication. Le tableau suivant propose une synthèse des principales suggestions ainsi qu'une première tentative de réponse.

FORMULATION DES RÉPONSES (via l'agrégation de réponses similaires)	COMMENTAIRE/PROPOSITION
<p>Respect des règles de développement et d'application du logo, notamment en ce qui concerne l'utilisation des différents formats du logo (intégré, programme uniquement, projet uniquement) et utilisation d'autres logos.</p>	<p>La règle générale veut que le logo Interreg, avec l'emblème de l'UE et une référence au FEDER doive apparaître sur chaque support de communication et d'information produit par le Programme et les projets. Les projets développent leur propre logo dans le respect des règles du manuel (http://interreg-maritime.eu/fr/comunicazione) et doivent par conséquent, lorsque cela est possible, utiliser ce « logo intégré ». Des exceptions sont prévues pour les supports de petites tailles, pour lesquels seul le logo du programme peut être utilisé, éventuellement en version « light » (sans FEDER) : Il serait préférable de ne pas afficher d'autres logos que celui du programme/intégré et éventuellement la bande de logos des régions partenaires (si possible en bas). Néanmoins, les logos des partenaires du projet ou d'autres organismes externes peuvent être utilisés à condition : i) qu'ils n'occupent pas une position et une place proéminentes par rapport au logo du Programme/intégré ii) que la raison de l'ajout d'un logo donné au logo du Programme soit explicite (dans la mesure où c'est le programme qui finance, cela peut prêter à confusion)</p>
<p>Participation de tous les partenaires aux activités de communication et, par conséquent, difficulté pour les partenaires ou les parties prenantes externes responsables des activités de communication d'identifier les contenus spécifiques aux projets adaptés aux activités de communication</p>	<p>Il semble que ce problème soit relevé par beaucoup de sondés, ce qui nécessitera une réflexion plus approfondie également au sein de l'AG</p>
<p>Veiller à ce que tous les partenaires appliquent</p>	<p>Pour cela, nous proposons quelques</p>



<p>les règles du manuel d'image de marque lors de l'élaboration des supports de communication</p>	<p>hypothèses / a) développer une image de marque avec les différentes applications du logo intégré qui, une fois approuvé par le SC, peut être envoyé à chaque partenaire qui doit nécessairement y faire référence ; b) le partenaire responsable des activités de communication est le premier « filtre » entre le partenaire du projet et l'AG/SC et peut superviser les supports de communication/information et éventuellement les corriger. En cas de doutes, il est toujours possible de soumettre les supports à l'approbation du SC qui pourra apporter des modifications ;</p>
<p>Difficulté à communiquer avec le public tout en respectant les règles de communication, même le bilinguisme représente souvent un obstacle. Il est également difficile, dans le cadre de certains projets, de créer des messages simples qui parlent au grand public.</p>	<p>Cela semble également être un problème récurrent et nécessite un travail de réflexion et l'élaboration d'une stratégie plus approfondie. Ce problème est rencontré par la majorité des programmes/projets européens, comme en témoigne le fait que peu (bien qu'ils soient plus nombreux) de citoyens savent que certaines interventions/activités les concernant directement sont financées par des projets européens.</p>
<p>Problèmes de gestion du mini-site du projet</p>	<p>À cet égard, il est possible de proposer de brèves réunions de tutorat, incluant des formations/supports périodiques, à des petits groupes de 3/4 personnes peut-être. Cependant, on constate une amélioration de la capacité des bénéficiaires à utiliser les mini-sites bien que, malheureusement, de nombreux mini-sites du projet ne soient pas à jour.</p>
<p>Mise à jour du logo du Programme (en version bilingue) en mars 2020 Cela a été source de confusion entre les projets en ce qui concerne les obligations d'application.</p>	<p>Le logo de programme, réalisé en version bilingue, a été mis à jour en mars 2020. Cette mise à jour a permis de simplifier la production de supports de communication en favorisant l'utilisation, lorsque cela est possible, d'une unique version bilingue (comme un flyer, une brochure ou autre). L'utilisation de ce nouveau logo est toujours conseillée, mais cette obligation n'est évidemment par « rétroactive », ce qui veut dire que les projets dont les logos ont été approuvés avant mars 2020 ne sont PAS tenus de refaire le nouveau logo et de l'appliquer à l'ensemble des supports déjà produits. Néanmoins, dans la mesure où la</p>



	<p>mise à jour est très simple, l'utilisation du nouveau logo est conseillée pour les supports de communication après mars 2020. À l'inverse, les projets dont les logos n'ont pas été approuvés avant mars 2020 (certains projets du I Ve appel et ceux du Ve) DOIVENT nécessairement produire le logo intégré en version bilingue et l'utiliser pour l'ensemble des supports d'information/communication</p>
<p>Communication aux fins de la capitalisation : croise les problèmes de communication interne (identifier les contenus pertinents) avec les problèmes de communication externe.</p>	<p>Le problème de l'identification de synergies est sûrement un problème « en cascade » : même nous en tant que programme aurons besoin de renforcer l'aspect des synergies et des intégrations possibles (notamment en matière de communication) avec d'autres programmes. La création du réseau « maritime » devrait être un bon point de départ, sûrement pour augmenter la synergie entre les projets. Disons que si le réseau fonctionne, une partie de ce problème devrait être résolue.</p>

- **Comment pensez-vous que ce réseau pourrait être utile à votre projet ? Qu'attendez-vous de cet outil ?**

Cette question a été posée dans le formulaire d'inscription (avant le webinaire) et au cours de la rencontre, suite à la présentation de la stratégie.

Les opinions des participants sont reportées ci-après. Nous avons essayé de regrouper les réponses par « macro-domaines ».

« Réseau » comme opportunité de rencontre, d'apprentissage et d'échange de bonnes pratiques (entre projets et entre projets et acteurs externes)

Possibilité d'avoir des moments de rencontre ouverts également aux projets avec des experts en communication EU/Interact
Diffuser largement les bonnes pratiques et l'expertise acquises par les différents projets Interreg
Découvrir et échanger les pratiques innovantes permettant de toucher un public plus large et varié
Confrontation et échange constant avec les différents chargés de communication
Très utile pour développer le réseau de coopération et s'ouvrir aux autres Programmes UE, notamment avec INTERREG ADRION
Miser sur la possibilité d'interagir entre projets en exploitant les réalisations et les résultats
Entrer en contact avec des experts en communication des programmes EU
Se comparer avec d'autres projets, trouver des outils de communication communs
Favoriser des échanges sur la communication, notamment au sein des partenariats
Connaître les résultats des autres projets



Se comparer avec d'autres projets, trouver des outils de communication communs, développer le partage des informations sur les projets, mieux comprendre certaines règles basiques de communication

Réseau interactif et participatif

Consolider et développer l'expertise et les bonnes pratiques inhérentes aux projets Interreg

Élaborer des méthodologies partagées, échanger sur les bonnes pratiques

Miser sur la possibilité d'interagir entre projets en exploitant les réalisations et les résultats

Confrontation et échange constant avec les autres référents

Pour inciter tous les partenaires à participer activement à la Composante de communication. Qui puisse jouer le rôle de caisse de résonance pour développer la communication de chaque projet. En outre, cela pourrait s'avérer utile pour créer un calendrier commun des événements, créer des événements de capitalisation entre les différents projets et campagnes communes de communication pour les projets d'un même appel ayant les mêmes objectifs

« Réseau » comme moyen de disposer de davantage d'outils/d'outils plus efficaces pour une communication coordonnée, conjointe et stratégique, notamment en vue de la programmation future.

Utilisation d'outils simples et le plus standardisés possible

Campagnes de communication conjointes entre projets complémentaires

Page web dédiée rassemblant le matériel, les règles, les outils, les exemples de communications utiles et transversaux

Créer un calendrier commun des événements, créer des événements de capitalisation entre les différents projets et campagnes communes de communication pour des projets ayant des objectifs et des activités similaires.

Mieux comprendre les règles de communication

Pour valoriser les éléments de durabilité et de pérennité opérationnelle (formation et TIC pour le suivi de marchandises dangereuses) pouvant être poursuivis dans la prochaine programmation.

J'attends un lieu virtuel mettant à disposition des exemples, des règles et des outils de communication utiles et transversaux. Mais j'attends aussi un réseau interactif et participatif prenant en compte les exigences de communication mais également le fait que les chefs de projet sont souvent responsables de la communication, des comptes rendus et de la gestion des activités du projet.

Il serait utile et intéressant d'avoir une mise à jour professionnelle synchrone en amont des prochains projets afin de pouvoir partager et tester les directives les plus récentes lors de la prochaine programmation

Pour avoir une coordination technique (quels outils pour quelles fins), de contenu (quoi) et de style (comment)

La possibilité d'interagir facilement avec tous les supports de communication, en proposant par exemple une plateforme multimédia offrant les mêmes graphiques/icônes/templates pour tous.

Une formation appropriée coordonnée par le Programme est sûrement fondamentale.



J'attends de pouvoir appliquer mes connaissances et bénéficier d'un soutien précieux pour mes futurs projets. Avec, bien sûr, l'aide d'une formation continue grâce aux webinaires

Avoir des instructions plus claires et des outils plus faciles à utiliser

Proposer une structure commune aux activités de communication

Valoriser les éléments de durabilité et de pérennité opérationnelle pouvant être poursuivis dans la prochaine programmation.

« Réseau » comme moyen d'accroître la visibilité des résultats et de sortir de la « bulle Interreg » en parvenant à toucher un public plus large ou mieux ciblé

Outils pour diffuser les résultats en dehors du projet, notamment en utilisant la langue anglaise

Impliquer dans certaines activités du réseau un public externe afin de « tester » la facilité d'utilisation du contenu pour un public plus large

Élaborer des messages ciblés intégrés entre plusieurs projets (dans le même domaine) et élargir ainsi le public avec lequel communiquer

Communiquer sur des temps très techniques est difficile car les spécialistes de la communication éprouvent des difficultés. Il convient de trouver des méthodes de simplification, notamment pour certains projets.

Échanger/découvrir des pratiques innovantes pouvant toucher un public plus large et diversifié

Aider les projets à partager des informations/appels d'offres etc. avec les destinataires finaux

Mettre en lumière les innovations à l'échelle territoriale

Transférabilité des résultats en dehors du projet, éventuellement en utilisant la langue anglaise qui n'est PAS une langue officielle du programme

Sensibilisation accrue des citoyens et des parties prenantes au projet

Amplifier les résultats du projet et accorder plus de visibilité au projet. Campagne de communication conjointe en cas de projets complémentaires

La création d'un réseau entre chargés de communication et donc entre projets et projets/programme peut sûrement optimiser la communication actuelle en créant également des messages ciblés intégrés entre plusieurs projets (dans le même domaine) et donc élargir le public avec lequel communiquer.

Plus grande implication dans la communication. Plus grande visibilité du projet à l'extérieur.

Amplifier la voix et les résultats des projets ; accorder de la visibilité aux actions des partenaires, mettre en lumière les innovations à l'échelle territoriale

Renforcer les informations et la communication relative aux différentes phases des projets et de leurs réalisations

J'attends que l'outil soit utile et pratique pour relier et communiquer les résultats des projets avec d'éventuels utilisateurs ou développeurs.



- **Quels outils fournis par le Programme sont les plus utiles dans la gestion de la communication de votre projet ?**

Cette question visait à obtenir un retour général sur l'efficacité des outils de communication proposés par le Programme. Il est plutôt surprenant que 46 % des participants aient mentionné les manuels : outils souvent critiqués, ils restent manifestement une base valable, et certainement à améliorer et à valoriser, pour structurer les activités de communication des projets. Le score des webinaires est intéressant, indiquant l'utilité d'une initiative telle que celle déployée à cette occasion. La newsletter est un outil qu'il faut toutefois sûrement renforcer.

Manuali // Manuels	46 %
Newsletter	16 %
Sito web / Site web	59 %
Assistenza mail/tel // Assistance mail/tél	35 %
Seminari ed eventi // Webinaires et événements	51 %
Social network // réseaux sociaux	43 %

2.2. Contribution des participants : des éléments de réflexion à partager et à prendre en compte pour les prochaines initiatives

Quelques points de réflexion, qui sont également utiles pour structurer les travaux futurs en vue de la nouvelle programmation 21-27, ressortent des contributions de certains des participants qui ont pris la parole après la présentation de l'état des activités et des propositions pour l'avenir.

Les points principaux sont :

- Il existe des difficultés de communication « intra-partenariat » bien connues qui se répercutent sur la capacité du projet de créer, traduire et communiquer le contenu et les actions. Les partenaires devraient non seulement renforcer la communication entre eux, mais également confier la composante de communication à des professionnels en communication capables de soutenir la communication « interne » du projet et de créer un contenu approprié à communiquer à l'extérieur.
- Il serait utile de garder une trace minutieuse des « échecs » (liés aux activités de communication) afin de les communiquer aux acteurs concernés (Autorité de gestion, États membres, Commission). Comprendre où se situent les lacunes peut stimuler une réflexion plus approfondie chez les gestionnaires des fonds afin de faciliter les actions futures.
- Il existe des problèmes de « ciblage » des flux de communication qui doivent être soigneusement pris en compte par le programme et les projets. Parler au public ne veut pas dire parler « à tout le monde ». Une action de plus grande envergure sans stratégie risque de n'être qu'une perte de temps et de ne produire aucun résultat concret, surtout pour certains projets plus « techniques ». Le problème de l'identification précise des cibles de la communication doit être abordé en phase de conception, éventuellement avec un soutien accru de la part de l'AG pour fournir les directives à cet égard.
- Il y a parfois un manque de coopération des institutions (notamment celles impliquées dans les projets) dans les activités de communication des résultats/activités des projets. Celles-ci devraient, selon certaines, inclure les initiatives des projets dans leur activité de



communication institutionnelle. Toutefois, en parallèle, la communication institutionnelle est soumise à des règles et des contrôles assez stricts de sorte qu'il n'est ni immédiat ni facile de faire passer rapidement certains contenus sur les canaux institutionnels.

- Il convient de considérer la communication comme une activité à deux visages : d'une part, la communication institutionnelle et tout ce qui concerne la communication comme obligation, de l'autre la communication avec les citoyens, avec un public qui doit être soigneusement sélectionné et étudié, en adaptant les messages préparés. Dans ce dernier cas, la communication doit être configurée comme un outil au service de la capitalisation, permettant à certaines cibles, éventuellement des sujets « multiplicateurs », de donner une véritable résonance aux résultats.
- Il est particulièrement important de créer un espace permettant de repérer facilement les informations sur les résultats des projets, une véritable bibliothèque de bonnes pratiques qui peut servir de point de départ pour développer des projets existants sans dupliquer le travail d'autres projets. La centralisation de tous les portails web des projets sur le site du Programme représente déjà un excellent pas en avant à cet égard, mais l'idée d'un référentiel de tous les résultats avec des critères précis et thématiques sur lesquels les futures idées de projet peuvent s'appuyer pour maximiser l'impact de leurs activités doit être développée davantage.

Ces suggestions, commentaires et critiques font actuellement l'objet d'une attention et d'une réflexion de la part de l'AG/SC. Ils serviront de stimulus pour ajuster les activités et les stratégies de communication dans un avenir immédiat, mais surtout pour mieux structurer et définir la stratégie, les outils et les actions de communication du programme 2021-2027.

3) INDICATIONS POUR L'AVENIR

Le webinaire dédié à la communication visait à proposer l'idée du « réseau des communicateurs » du programme Maritime, un groupe de coordination composé des référents du Programme et des référents des projets pour une meilleure gestion des activités de communication et de capitalisation. Compte tenu du déroulement du webinaire et de l'implication des participants, l'idée d'un réseau est considérée viable, du moins en ce qui concerne la définition de réunions régulières et d'outils de travail communs. La campagne de communication sur les résultats des projets Maritime 2014-2020 sera donc un premier « test » pour ce réseau.

Pour le futur, nous proposons de :

- Prévoir un deuxième webinaire/living lab avec les chargés de communication des projets dans lequel encore plus d'espace sera donné à la discussion et aux idées des projets pour le bon fonctionnement du réseau (novembre/décembre 2021).
- Mettre en place un moment fixe dédié au « helpdesk de communication » (fréquence à définir). Il s'agit d'un moment fixe dans le calendrier au cours duquel les chargés de communication des projets, même en petits groupes, discutent des doutes/problèmes/propositions.
- Les chargés de communication du Programme perfectionneront la page sur le site web du Programme dédiée à la diffusion des bonnes pratiques (<http://interreg-maritime.eu/fr/risultati-e-buone-pratiche-2014-2020>) en cherchant de développer ses fonctionnalités et son contenu, afin de disposer d'une véritable bibliothèque sur le site du Programme 2021-2027.



- Des activités pour l'implication active des bénéficiaires sur la capitalisation et la communication seront proposées, telles que des campagnes conjointes, des petits concours, des initiatives de narration et autres qui peuvent stimuler une plus grande implication des projets sur la communication partagée.