

Kit de Communication

La Région
Nouvelle-Aquitaine
et l'Europe,
s'engagent pour votre projet.

Faites le savoir !

Votre rôle d'ambassadeur commence aujourd'hui

La Région Aquitaine Limousin Poitou-Charentes vient de sélectionner votre projet et vous faites partie des bénéficiaires du soutien de l'Union Européenne sur le territoire de Poitou-Charentes. Vous êtes désormais invité à informer tous les acteurs concernés par votre projet, du soutien accordé par l'un des fonds structurels européens : FEDER, FSE, FEADER ou FEAMP.

Dans ce kit de communication vous trouverez toutes les informations et les outils pour vous aider à communiquer sur votre projet :

le Kit de publicité : les informations réglementaires et les outils pour répondre aux obligations de publicité.

le Kit média : les clés pour la réalisation de vos communiqués ou dossiers de presse et les principaux médias sur votre territoire en région.



CONTACT

Régie des fonds européens Poitou-Charentes - Service Gestion des programmes européens

Tel : 05 17 84 30 23 ★ fonds.europeens@cr-poitou-charentes.fr - www.europe-en-poitou-charentes.eu

En contrepartie du soutien de l'Union européenne(*), les bénéficiaires de subvention européenne s'engagent à informer l'ensemble des acteurs locaux, régionaux et le grand public, de l'attribution d'une contribution européenne pendant et après la réalisation de leur projet et dès le premier euro de financement attribué. Ils acceptent également l'inscription et la publication de leur opération sur la liste des opérations accompagnées par l'Union Européenne.

		Fonds ou programme européens mobilisé (1)				
Outils de communication		FEDER	FSE	FEADER	LEADER	FEAMP
PENDANT LES TRAVAUX	Emblème UE Logo Région	Afficher l'emblème de l'Union européenne et citer le Fonds ayant soutenu l'opération, dès le 1 ^{er} euro sur tous les supports de communication relatifs à votre projet				
	Information	Informers les participants à l'opération, de son financement par les fonds européens				
	Affichage format A3 minimum	★	★	si soutien public total > à 50 000€		★
	Panneau de chantier	Dès chantier > 3 mois et dès le 1 ^{er} euro	/	Dès soutien public total > à 500 000€	Dès soutien public total > à 500 000€	★
	Site web (si vous en disposez)	Décrire l'opération accompagnée sur votre éventuel site web (nom, objectif, résultats attendus, soutien financier accordé, fonds européen mobilisé).				
APRÈS LES TRAVAUX	Plaque murale	Apposer une plaque dès le 1 ^{er} euro attribué	/	Apposer une plaque dès soutien public total > à 500 000€	Apposer une plaque explicative dans les bureaux du GAL (Grouped'Actions Locales)	★
	Emblème UE Logo Région	★	★	★	★	★
	Autres logos	Mentionner le fonds européen mobilisé	Mentionner le fonds européen mobilisé et apposer le logo Etat pour le FSE national	Mentionner le fonds européen mobilisé	Apposer le logo Leader	Mentionner le fonds européen mobilisé
	Documents et supports de communication (affiche, autocollant, plaquette, ...)	★	★	Chaque action d'information et de publicité doit afficher l'emblème de l'Union et la mention : « Fonds européens agricole pour le développement rural : l'Europe investit dans les zones rurales »	★	★

Une vérification sur la réalité de l'affichage est réalisée par l'autorité de gestion (vérification de service fait, contrôle sur place). Vous êtes invité à en conserver la preuve (photos...).

(1) Lorsqu'une action d'information ou de publicité a trait à une ou plusieurs opérations cofinancées par plusieurs fonds, il peut être fait simplement référence aux Fonds FESI (Fonds Structuraux et d'Investissement Européens), associé à l'emblème de l'Union européenne.

(*) Respect des obligations minimales en matière de publicité conformément aux règlements (UE) n° 1303/2013 et n° 1305/2013 du Parlement Européen et du Conseil du 17 décembre 2013 et du règlement d'exécution (UE) n° 808/2014 de la Commission du 17 juillet 2014.

Pour les dépenses d'investissement

■ **Panneau de chantier**

25%
proportion minimum
à respecter

A l'issue des travaux, remplacez le panneaux par une plaque (ex. pour le FEADER).



Téléchargez le modèle de panneau adapté, dans la BOITE À OUTILS du site www.europe-en-poitou-charentes.eu

■ **Plaque murale**

25%
proportion minimum
à respecter

Apposez la plaque à l'entrée de votre établissement et de façon permanente et visible (ex. pour le FEADER).



Téléchargez le modèle de plaque adapté, dans la BOITE À OUTILS du site www.europe-en-poitou-charentes.eu

Les opérations pour lesquelles l'apposition d'une plaque s'avérerait physiquement impossible, un autocollant affichant l'emblème de l'Union européenne et mentionnant «Projet cofinancé par l'Union européenne» pourra suffire.

Pour les dépenses de fonctionnement (formation, accompagnement, étude, animation...), la visibilité des opérations correspondantes est parfois difficile à réaliser car elles ne laissent bien souvent aucune trace physique.

Dans ce cas, vous pouvez utiliser les outils suivants : **autocollant, affiche, dépliant, QRCode**



Les outils de communication sont disponibles dans la BOITE À OUTILS du site www.europe-en-poitou-charentes.eu

Les bons réflexes

Je peux aussi

★ **informer oralement les bénéficiaires de l'action cofinancée** (stagiaires de la formation professionnelle, salariés, comités d'entreprises, grand public, partenaires, etc.) en mentionnant la référence à l'Union européenne et aux fonds concernés, sur les feuilles d'émargement et les documents remis aux bénéficiaires lors du suivi de formations ;

★ **arborer le drapeau européen** pendant le mois de Mai, dit «mois de l'Europe», sur le site de mon opération ;

★ **associer les médias** (radio, presse, TV) et en informer les services de la Région ou de l'Etat, gestionnaires de mon dossier ;

★ **solliciter l'intervention de personnalités représentatives** (parlementaires européens,...) ;

★ **communiquer et créer des liens sur mon site web** vers les sites présentant l'action de l'Union Européenne en France : www.europe-en-france.gouv.fr et en Poitou-Charentes : www.europe-en-poitou-charentes.eu ;

★ **mentionner la participation de l'Union européenne dans mes communiqués** à destination de la presse ou lors d'émissions télé ou radio ;

★ **apposer dans mes locaux les affiches** mentionnant les fonds européens ;

★ **inclure les logos de la Région et de l'Union européenne dans mes supports communications** (courriers, plaquettes,...).

★ **INAUGURATION : l'occasion de communiquer**

Lorsque vous organisez une inauguration, informez le service gestionnaire de votre projet (la Région ou l'Etat), un mois avant la date prévue, pour organiser leur éventuelle participation.

LE RESPECT D'UNE IDENTITÉ GRAPHIQUE

Toutes les actions de publicité sur le cofinancement d'un projet par un Fonds européen nécessitent l'emploi de l'emblème européen et le logo de la Région Aquitaine Limousin Poitou-Charentes.

★ L'Emblème de l'Union européenne

Il est à apposer sur chacun des outils de communication
Règlement d'exécution (UE) N°821/2014 de la Commission du 28/07/2014

+ d'info sur l'utilisation du logotype :

http://europa.eu/about-eu/basic-information/symbols/flag/index_fr.htm



Les différents modèles de logos sont disponibles dans la BOITE À OUTILS du site www.europe-en-poitou-charentes.eu



★ Le logo spécifique au programme LEADER

Associer le au logo FEADER et à l'emblème de l'Union européenne accompagnée de la mention « Fonds européen agricole pour le développement rural : l'Europe investit dans les zones rurales »



★ Le logo de la Région Aquitaine Limouin Poitou-Charentes

Il est à apposer sur chacun de mes outils de communication, à côté du logo spécifique à chaque fond et de l'emblème de l'Union Européenne.

+ d'info sur l'utilisation du logotype :

www.poitou-charentes.fr/services-en-ligne/logotypes



★ Le logo de l'État, pour les projets financés par le FSE National



DIFFUSION

★ Quand ?

La diffusion de votre communiqué peut revêtir un intérêt stratégique particulier (ex. : contribuer au lancement d'une saison touristique ou culturelle, inaugurer de nouveaux locaux...). Elle peut se réaliser pendant la réalisation de votre projet ou à l'issue de sa réalisation.

★ Comment ?

Adressez votre communiqué de préférence par mail, c'est le mode privilégié par la plupart des journalistes. Vous pouvez également l'adresser par courrier.

★ A qui ?

Ciblez votre média : quotidien local, presse spécialisée, régionale ou nationale, liée à votre activité, radios locales et nationale, télévision locale et régionale, web magazine ...?

Adressez votre communiqué :

- au rédacteur en chef. C'est lui qui sélectionne les sujets qui seront publiés ;
- au journaliste spécialisé, selon la thématique concernée (économie, culture, agriculture,...)

★ Où trouver les coordonnées de mon contact dans les médias sélectionnés ?

Sous le sommaire ou l'édito du magazine, au bas de certains articles, sur le site internet du média concerné, en téléphonant directement au standard de votre média pour récupérer les coordonnées du rédacteur en chef ou journaliste spécialisé concerné.

CONTACTS PRESSE LOCALE

★ PRESSE QUOTIDIENNE

Vienne

Centre Presse
redaction@nr-cp.fr
tel. 05 49 55 55 70

Deux-Sèvres

La Nouvelle République Niort
nr.niort@nrco.fr
tel. 05 49 77 27 77

Charente

La Charente Libre
charente@charentelibre.fr
tel. 05 45 94 16 00

NR Poitiers

nr.poitiers@nrco.fr
tel. 05 49 60 36 36

Le Courrier de L'Ouest
redac.niort@courrier-ouest.com
tel. 05 49 28 06 14

Sud Ouest Angoulême
angouleme@sudouest.fr
tel. 05 45 39 95 95

Charente-Maritime

Sud Ouest La Rochelle
lrochelle@sudouest.fr
tel. 05 16 19 47 40

★ PRESSE SPECIALISEE

Région

Journal des Pros
journaldespros@wanadoo.fr
tel. 05 46 00 09 19

Info Eco

info@publicmedia.fr
tel. 05 49 42 74 30

Le petit Economiste

contact@lepetiteconomiste.com
tel. 05 49 63 00 08

★ AUTRE PRESSE SPECIALISEE

Vienne

Vienne Rurale
vienne.rurale@wanadoo.fr
tel. 05 49 52 33 77

Deux-Sèvres

Agri79
agri79@wanadoo.fr
tel. 05 49 77 16 40

Charente

Agri charentais
agri17@orange.fr
tel. 05 46 34 12 61

Charente-Maritime

Le littoral
contact@le-littoral.com
tel. 05 46 85 15 42

Journal de Civray

infojournal86@gmail.com
tel. 05 45 31 06 05

Concorde
laconcorde.79@wanadoo.fr
tel. 05 49 29 40 07

La Vie Charentaise
vie.charentaise@reussir.fr
tel. 05 45 61 46 47

Hebdo 17
redaction@lhebdo17.com
tel. 05 16 19 43 05

★ TV

France 3

redaction.poitiers@francetv.fr
tel. 05 49 38 03 03

★ RADIO

France Bleu Poitou

redac.bleupoitiers@radiofrance.com
tel. 05 49 60 50 00

France Bleu La Rochelle

bleularochelle@radiofrance.com
tel. 05 46 35 17 17

Accords

rfaaccordspoitou@rcf.fr
tel. 05 49 60 63 63

Informers la presse, c'est communiquer sur mon projet, mon image, ma notoriété et répondre en même temps à une partie de mes obligations européennes en matière de publicité.

Quelques principes et outils de base pour solliciter les médias:

★ LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Texte court, il est adressé aux journalistes. Il est destiné à les informer d'un événement, d'une action et doit permettre la compréhension et l'appropriation immédiate du sujet.

- 1 à 2 pages maximum (format A4).
- Une information et une seule, pour être certain que votre message sera bien compris et repris.
- Un ton neutre, informatif : il ne s'agit pas de « vendre » mais de présenter. Un apport sous forme de témoignage peut éventuellement accompagner votre communiqué en citant votre source (ex : commentaire d'un client/usager...).
- Une illustration du contenu par des photos, pour donner à comprendre rapidement et envie d'aller plus loin. Sans en abuser, de bonnes illustrations peuvent conduire à la réalisation d'un reportage et contribuer à valoriser encore plus votre projet (portrait, produit, site, plans...).
- Un support lisible par tous (format word, open document et PDF). Le format PDF est lisible par tous, indépendamment de la version de votre logiciel d'écriture. Il permet également de réduire la taille de votre fichier pour pouvoir l'envoyer rapidement sous format électronique.
- Une mise en page sobre, claire et attractive pour faciliter sa lecture

Vous pouvez adresser à la presse plusieurs communiqués, transmis à des moments différents.

★ LE DOSSIER DE PRESSE

Petit dossier, il peut accompagner votre communiqué de presse. Il est destiné à présenter globalement votre entreprise, votre structure et peut être accompagné d'illustrations.

- Hiérarchiser vos idées de la plus importante à la moins importante : le journaliste doit pouvoir réorganiser les idées.
- Débuter en précisant le lieu puis en décrivant le porteur de projet et les objectifs du projet.
- Présenter le projet en valorisant ce qui le distingue : caractère innovant, impact sur le territoire, l'environnement, l'emploi, public concerné... ?
- Calendrier de réalisation.
- Modalités de mise en œuvre, financement : cette information correspond à votre obligation de communication et permet de mentionner notamment la participation financière de l'Union Européenne à votre projet. Préciser le montant de l'investissement global réalisé, la part du co-financement européen et le fonds européen concerné (FEDER-FSE-FEADER-FEAMP), ainsi que ceux des autres partenaires financiers.
- Insérer un témoignage : le dossier de presse est l'occasion d'aller plus loin pour témoigner de la qualité et/ou de l'intérêt de votre projet en permettant à ceux à qui il est destiné (ou à ceux qui vous ont accompagné) d'en témoigner.
- Communiquer des chiffres clés (ex. : nombre de salariés, chiffre d'affaires).

★ L'INTERVIEW

Le journaliste peut vous contacter et convenir d'un rendez-vous pour vous inviter à préparer votre interview.

Il peut également vous proposer une interview téléphonique, pour une retransmission radio en direct ou différée de votre échange. Vous pouvez alors lui indiquer votre préférence pour une interview enregistrée et ainsi vous permettre de bien préparer le contenu du message que vous souhaitez transmettre.

- Reprenez les éléments de votre communiqué ou de votre dossier de presse.
- Repérez les éléments clés et servez vous-en de guide lors de votre interview.

Exemple de présentation :

- > Logo, coordonnées du porteur de projet et date
- > Mentionner « Communiqué de presse »
- > Écriture avec une police de type Arial (lisible sur PC et Macintosh)
- > Titre rédigé sous forme « d'accroche » (maximum 2 lignes)
- > Texte mettant en évidence les points clés (texte en gras)
- > Communiqué organisé sous forme de paragraphes introduits par un titre

Suggestion de contenu :

- > Privilégier la rédaction d'un document répondant aux questions : Qui, Quoi, Quand, Où, Comment, Pourquoi, et ensuite ?
- > Rester **simple et concis** (idée clé, chiffres clés...) et ne pas hésiter à **faire ressortir les particularités** de votre projet (caractère innovant...).
- > Enfin penser à communiquer vos coordonnées où celle du correspondant chargé du suivi médiatique de l'opération.

Conseils pratiques :

- > **Ne lisez pas votre communiqué ou dossier** : la relecture d'un document écrit se prête difficilement au jeu de l'échange verbal qui doit rester naturel.
- > **Restez simple et mettez-vous à la place de votre auditeur** qui cherchera avant tout à comprendre votre projet, son contexte, son intérêt.