AVIS

DE LA COMMISSION
« AFFAIRES GÉNÉRALES, FINANCIÈRES ET DES RELATIONS INTERNATIONALES »
DU CONSEIL ÉCONOMIQUE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL RÉGIONAL

SUR

LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION DU PO FEDER REUNION 2014-2020

Mercredi 8 juillet 2015

CONSEIL ÉCONOMIQUE SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL RÉGIONAL

10, rue du Béarn - B.P. 17191
97804 Saint-Denis Cedex 9

Tél. : 0262 97 96 30
Fax. : 0262 97 96 31

ceser-reunion@ceser-reunion.fr
www.ceser-reunion.fr

La Commission se félicite de la consultation lancée par le Conseil régional, en tant qu'autorité de gestion, sur le projet de stratégie de communication du PO FEDER[1] 2014-2020. Elle note que celle-ci s'inscrit en conformité avec les dispositions européennes[2] et dans la continuité du processus d'élaboration partenariale des programmes européens associant, entre autres, les Conseils consultatifs aux grandes étapes de la démarche (instance de concertation, réunions du CNS[3], diagnostic territorial, stratégie intégrée, fiches actions).

Remarques générales

Au préalable, au regard de la réglementation, la Commission relève que « *la stratégie de communication est soumise au comité de suivi pour approbation… au plus tard six mois après l'adoption du ou des programmes opérationnels concerné(s)*[2] ».

Sur la forme, le document présenté s'articule en six points :

- un état des lieux de la période 2007-2013,
- les objectifs de la stratégie,
- les catégories de cibles,
- le plan d'actions 2015,
- les moyens prévus,
- les modalités d'évaluation.

En cela, la Commission estime que cette structuration répond globalement aux obligations réglementaires des autorités de gestion. Figure au titre des éléments de la stratégie de communication : « *Une description de la démarche retenue, dont les principales actions d'information et de communication que l'État membre ou l'autorité de gestion doivent mener à l'intention des bénéficiaires potentiels, des bénéficiaires, des relais et du grand public, compte tenu des objectifs décrits*[2] ».

La Commission note avec intérêt que la Collectivité régionale s'engage à veiller à l'articulation de sa stratégie de communication à plusieurs niveaux, en particulier avec le PO INTERREG OI (dont elle est par ailleurs autorité de gestion) et les autres programmations (FSE[4], FEADER[5], FEAMP[6]). Il s'agira, effectivement, de prendre en compte l'ensemble des programmes européens qui impactent le développement régional mais aussi de s'assurer de la bonne articulation entre les stratégies de communication propres à chacun d'eux.

Dans le cadre de l'approche intégrée plurifonds à la Réunion, la Commission considère qu'il conviendra, afin de renforcer la synergie, de proposer l'élaboration, sur le mode partenarial, d'une stratégie de communication commune aux différents programmes ; possibilité, au demeurant offerte par la réglementation. Une démarche intégrée de la communication permettra de mutualiser les moyens et d'optimiser l'impact des actions.
La Commission réaffirme la mission transversale de l'AGILE[7] de « mise en cohérence », qui revêt ici toute son importance.

---

1 Programme Opérationnel Fonds Européen de DEveloppement Régional.
2 Règlement (UE) N°1303/2013 du Parlement européen et du Conseil du 17 décembre 2013 (articles 5, 110, 115 et 116, 117 et annexe XII).
3 Comité National de Suivi.
4 Fonds Social Européen.
5 Fonds Européen Agricole pour le DEveloppement Rural.
6 Fonds Européen pour les Affaires Maritimes et la Pêche.
7 Agence de Gestion des Initiatives Locales en matière Européenne.

L'autorité de gestion doit également prendre en compte les orientations de la stratégie de communication nationale. Pour la Commission, il s'agira de contribuer, aux réseaux tels que prévus au règlement communautaire, afin « *d'assurer l'échange d'informations sur les résultats de la mise en œuvre des stratégies de communication, l'échange d'expériences dans la réalisation des actions d'information et de communication et l'échange de bonnes pratiques*[2] ».

La Commission souligne que l'articulation de la présente stratégie est également recherchée avec les autres schémas ou plans pilotés par le Conseil régional. Les actions correspondantes devront donc s'intégrer (si possible) à celles développées par ailleurs. Aussi, pour une plus grande lisibilité et meilleure appréciation, il aurait été souhaitable que la stratégie de communication « générale » de la Collectivité soit annexée au document ou, à minima, que ses éléments essentiels y soient intégrés.

En corrélant les actions de communication sur le FEDER avec d'une part, celles du Conseil régional et d'autre part, celles des partenaires, l'objectif est de gagner en efficacité et d'éviter de multiplier des outils ou opérations déjà existants. Selon la Commission, une communication propre à chaque fonds européen, de nature à renforcer leur visibilité, est à considérer comme une première étape. En proposant une approche multi-programmes, l'idée est de montrer la complémentarité entre les dispositifs régionaux et européens, mais aussi les logiques d'intervention des financements (cf. supra).

Remarques particulières

I. *État des lieux*

La Commission constate qu'un bilan du plan de communication de la période écoulée (2007-2013) sera réalisé au second semestre 2015 et soumis au CNS. Afin d'apprécier les axes à conforter ou à initier, une évaluation au préalable des actions antérieures aurait permis d'apprécier, de façon plus circonstanciée, le nouveau plan de communication prévu.

La Commission prend note de l'engagement de l'autorité de gestion d'informer « *au moins une fois par an le ou les comités de suivi responsables sur les progrès réalisés dans la mise en œuvre de la stratégie de communication … et sur son analyse des résultats, ainsi que sur les activités d'information et de communication prévues pour l'année suivante*[2] ».
La stratégie devra comporter « *Une mise à jour annuelle détaillant les mesures d'information et de communication qui seront menées au cours de l'exercice suivant* [2] ».

II. *Objectifs*

La Commission partage largement les objectifs de la stratégie de communication.
Elle insiste sur la nécessité de :

- démystifier l'accès aux programmes européens en facilitant les démarches des porteurs de projets ;
- de rendre concrète l'action de l'UE au service du territoire ;
- d'assurer la transparence, quant à l'utilisation des financements.

De même, il est essentiel d'améliorer la synergie entre les programmes européens et de renforcer la complémentarité des différentes sources de soutien, communautaire, nationale et régionale (cf. supra).

III. ***Cibles***

La Commission relève que les objectifs sont déclinés en fonction de quatre catégories de cibles. Pour ces dernières, il aurait été judicieux que les acteurs institutionnels considérés comme des relais soient listés et qu'une distinction soit clairement opérée entre bénéficiaires potentiels et bénéficiaires réels. En effet, le contexte réglementaire fait référence aux *bénéficiaires potentiels, bénéficiaires réels, relais et grand public.*

Pour la Commission, il s'avère indispensable que les publics soient précisément ciblés afin que les actions de communication soient appropriées. Etant rappelé que les opérateurs subventionnés doivent jouer un rôle important en tant qu'ambassadeurs des programmes européens ; ce qui requiert un accompagnement dans leurs obligations de communication.

Il s'agit d'adopter autant que faire se peut une approche différenciée afin de répondre également à l'objectif d'appropriation des programmes européens.
Ainsi, les actions offertes aux bénéficiaires potentiels doivent répondre à leurs besoins spécifiques. Elles passent par une communication multi-programmes et thématique, en fonction des domaines d'activités (cf. guichets uniques thématiques).
Pour viser une audience aussi large que possible et rendre audible le message européen, la Commission partage le choix d'affiner les actions de communication en segmentant les cibles (exemple : entreprises, collectivités, …).

Une étude conduite en 2013 auprès du grand public[8] fait apparaître que les résidents des Régions d'Outre-Mer (la Réunion en tête) se disent les mieux informés de l'intervention de l'UE sur leur territoire et estiment que les fonds européens financent des actions pouvant avoir un impact sur leur vie quotidienne. En revanche, dans l'ensemble des Régions, l'Europe souffre d'une image « désincarnée » et est perçue « comme trop éloignée des citoyens ».
Ce dispositif d'étude poursuivait, notamment, l'objectif d'outiller les Régions dans l'élaboration de leur stratégie de communication 2014-2020.

En référence au mode de gouvernance des programmes européens à la Réunion, la Commission du CESER propose d'associer les partenaires régionaux à la mise en œuvre des actions. Une stratégie de communication partagée, élaborée en concertation, engendrerait un effet multiplicateur. Le développement du partenariat d'information devrait permettre, d'identifier les actions à privilégier, mais aussi de couvrir l'ensemble du territoire. Le rôle des acteurs et des organismes gestionnaires est à valoriser ; responsables économiques, services de l'autorité de gestion et des collectivités, élus et institutionnels, Chambres consulaires, … constituent autant de relais potentiels.
Le Centre d'Informations Europe Direct (CIED) de la Réunion ainsi que « *les établissements d'enseignement et de recherche* » peuvent également contribuer à une large diffusion des informations[2].

En outre, il est important de renforcer l'axe de communication entre les diverses instances régionales et les institutions européennes afin que les problématiques de la Réunion soient mieux appréhendées.

8 « Étude auprès du grand public sur l'Europe et les Fonds européens – Note de synthèse de l'étude qualitative et de l'étude quantitative » – Réalisée par l'Institut LH2 en partenariat avec l'ASP (Agence de Services et de Paiement) et la Délégation interministérielle à l'aménagement du territoire et à l'attractivité régionale – Décembre 2013.

IV. ***Plan d'actions***

La Commission rappelle que l'organisation mise en place par la Collectivité régionale, offrant un accueil mutualisé et un accompagnement aux porteurs de projets tout au long de leur parcours administratif, est de nature à améliorer leur information, à simplifier les procédures et donc à faciliter l'accès aux aides européennes. Elle avait noté, que les actions de communication prévues avaient pour objectif une plus grande efficience des interventions (séminaire de lancement du FEDER, programme d'animation sur le territoire, actions en direction des opérateurs publics et bénéficiaires privés, guide pour les porteurs de projets)[9].

En écho à la logique de guichets uniques, il s'agit de développer une approche thématique de la communication et de proposer des événements et supports d'information en conséquence, déclinant les opportunités proposées par les programmes européens reposant sur des dynamiques territoriales (cf. supra).

La Commission note avec satisfaction l'obligation « *d'assurer auprès des citoyens … la publicité des réalisations des fonds à travers des actions d'information et de communication sur les résultats et incidences des programmes opérationnels et des opérations* [2]».
Elle relève également que la publication de la liste des opérations financées par le programme (en accessibilité sur le site dédié) milite en faveur de la transparence en accord avec la réglementation[2].
En effet, il s'agit de délivrer une information régulière sur les résultats de la politique régionale européenne. Aussi, la Commission est en accord avec la volonté du Conseil régional de dispenser « *l'information en continu* ».

Il paraît également crucial d'inscrire l'Europe dans le cadre de vie et l'environnement des Réunionnais. Il convient donc de favoriser une approche par l'exemple en témoignant concrètement de son action et en valorisant les réalisations visibles, ancrées dans le quotidien des citoyens. En effet, la communication à propos de projets en lien avec les préoccupations majeures des Français, et en premier lieu l'emploi est identifié comme un axe pouvant améliorer l'image de l'UE[8].

L'autorité de gestion est chargée d'organiser « *une grande action d'information par an mettant en avant les possibilités de financement et les stratégies poursuivies et présentant les réalisations du ou des programmes opérationnels y compris, le cas échéant, les grands projets, les plans d'action communs et d'autres exemples de projets*[2]».
La Commission souligne que les principaux vecteurs de notoriété des fonds européens restent les médias, dont la télévision en est le principal ; le grand public étant en attente d'informations « venant directement à lui »[8].

V. ***Moyens***

Dans le cadre d'une programmation pluriannuelle, il aurait été appréciable que le budget prévisionnel, indicatif pour la mise en en œuvre de la stratégie de communication, pour chacune des années et pour l'ensemble de la période (soit de 2014 à 2020), soit mentionné au présent document.

9 Avis des Commissions du CESER sur les Orientations budgétaires du Conseil régional pour l'exercice 2015 – Assemblée plénière du 15 octobre 2014 – Avis du CESER sur les fiches actions du PO FEDER 2014-2020 du mars 2015.

VI. ***Évaluation***

En ce domaine, la Commission réitère ses préconisations relatives au renforcement de l'approche qualitative, conformément aux recommandations de l'Union européenne, et à la définition d'indicateurs en conséquence. Elle invite la Collectivité à veiller à l'harmonisation des indicateurs avec l'ensemble des Régions françaises pour favoriser les échanges d'informations et de bonnes pratiques (cf. supra).
La Commission rappelle l'utilité de réaliser, de façon systématique, des évaluations a priori (ex ante) et a posteriori (ex post) de chaque action et outil de communication entrepris. Des évaluations ponctuelles en fonction des objectifs sont également nécessaires. Il s'agit de mettre en œuvre une politique d'évaluation permanente (in itinere) pour faciliter l'adaptation des outils et procéder à des réajustements, en tant que de besoin.
La méthodologie est à adapter en fonction de la nature des actions conduites et doit s'appuyer également sur le retour des partenaires associés (cf. supra).
La Commission souligne, une nouvelle fois, le rôle du CRE[10] qui a toute sa place à prendre en ce domaine.

VII. ***Annexe***

Enfin, la Commission note l'intérêt de la présentation synthétique du plan d'actions 2015 (figurant en annexe, sous forme de tableau), déclinant les objectifs stratégiques et spécifiques, les cibles, actions et indicateurs. Pour une meilleure visibilité, il aurait été souhaitable, pour chaque action, de mentionner le calendrier ou la périodicité de réalisation.

10 Comité Régional d'Évaluation.