

**Interreg**



Co-funded by  
the European Union

**Meuse – Rhine** (NL – BE – DE)

**Manuel de communication**

**pour le**

**Programme Interreg Meuse-Rhin**

**(NL-BE-DE)**

Version 1.2 publié le 02.04.2025

## Sommaire

Introduction .....	2
Obligations en matière d'information, de communication et de visibilité .....	3
Présentation et type de présentation du logo .....	3
Obligations générales .....	5
Plaques de projet.....	7
Affiches du projet .....	7
Événements et activités dans le cadre du projet.....	8
Relations avec les médias .....	8
Obligations en matière de communication numérique .....	8
Page du projet sur le site Web du programme.....	9
Réseaux sociaux des projets.....	9
Sites Web et réseaux sociaux des partenaires de projet .....	11
Obligation de fournir des preuves.....	12
Corrections financières .....	12
Projets stratégiques ou bénéficiant d'un financement de l'UE supérieur à 5 000 000 EUR.....	12
Recommandations .....	14
Acronyme du projet .....	14
Nomination d'un responsable de la communication pour le projet .....	14
Plan de communication .....	14
Groupes cibles.....	14
Cartographie des parties prenantes .....	15
Matrice de communication .....	16
Narration .....	17
Longueur des phrases.....	17
Style et vocabulaire .....	17
Jamais deux sans trois.....	18
En parlant de structure .....	18
Exemple de narration .....	18
Lien avec les (principales) mesures/campagnes de l'UE .....	19
Exemples d'événements importants au niveau européen auxquels les projets peuvent participer :.....	19

Liste de contrôle .....21

## Introduction

Nous tenons à ce que votre projet soit présenté de la meilleure façon possible et que ses résultats soient communiqués de manière transparente au monde extérieur. Pour vous aider dans la communication de votre projet, nous avons donc créé ce guide qui contient des lignes directrices à suivre pour en accroître la visibilité.

L'objectif d'un travail ciblé de relations publiques et de communication réside dans la transparence. Dans ce contexte, nous visons à ce que chacun sache où vont les fonds de l'UE et l'argent des autres contribuables et à ce que la valeur ajoutée de votre projet soit présentée au monde extérieur de manière compréhensible.

En ce sens, la communication autour de votre projet ne doit pas être considérée uniquement sous l'angle administratif. Une communication bien planifiée augmente la visibilité, ancre les résultats dans le long terme et vous permet de nouer des contacts avec d'autres acteurs de la région Meuse-Rhin.

C'est pourquoi les chefs de file et tous les autres partenaires du projet doivent respecter certaines lignes directrices dans le domaine de l'information et de la communication. Le manuel propose une traduction conviviale des lignes directrices de la Commission européenne. Les lignes directrices et les règles et règlements du programme ont force de loi. Nous avons évité autant que possible tout jargon juridique dans le présent manuel de communication. Aucun droit ne peut donc être tiré du contenu de ce manuel. Veillez à vérifier soigneusement tous les documents légaux.

Les chefs de file endossent l'entière responsabilité de la mise en œuvre correcte des spécifications de communication tout au long du projet. Ils ont pour mission d'évaluer si le matériel de communication créé et promu dans le cadre du projet remplit les critères définis.

Pour rappel, le non-respect des exigences en matière de publicité entraînera une réduction du soutien pouvant aller jusqu'à 2 %, en fonction de la nature et de la gravité de l'infraction et dans le respect du principe de proportionnalité, conformément aux dispositions de l'article 36, paragraphe 6, du règlement (UE) n° 2021/1059. Cette mesure peut de facto entraîner une réduction du cofinancement alloué au projet, voire le recouvrement des montants FEDER déjà versés.

Ce guide vous aidera à éviter ces réductions financières indésirables dans le domaine des frais de publicité et des relations publiques. Vous y trouverez également de nombreux conseils qui vous aideront à organiser efficacement les activités de relations publiques de votre projet.

Pour cette raison, transmettez également ce guide de communication à toutes les personnes impliquées dans la communication de votre projet (par exemple, tous les partenaires de projet, les éventuels prestataires de services externes (graphistes, etc.) et les personnes qui participent à l'administration de votre projet sur une base sélective (stagiaires, bénévoles, etc.)). Si vous avez des questions ou si vous avez besoin d'aide, n'hésitez pas à nous contacter. Nous sommes à votre disposition.

## **Obligations en matière d'information, de communication et de visibilité**

### ***Présentation et type de présentation du logo***

Après approbation, chaque projet reçoit son logo propre à son projet (composé du logo du programme et du nom du projet dans la couleur de la priorité correspondante).

En principe, vous ne pouvez plus créer et utiliser votre propre logo en plus de celui-ci. La création d'un logo de projet étant offerte par le programme, vous ne pouvez pas utiliser le financement Interreg à cette fin. Tout moyen de communication doit obligatoirement porter le logo du projet (composé du logo du programme et du nom du projet dans la couleur de la priorité correspondante).

### **Autres points d'attention :**

- **Taille :** Le logo du projet doit être d'une taille appropriée, c'est-à-dire que le texte de l'ensemble du logo doit être facilement lisible et que les autres logos ne doivent pas être plus grands, c'est-à-dire que le drapeau de l'UE dans le logo doit être au moins aussi haut ou large que le plus grand des autres logos.

### **Vérifiez toujours ce point pour tous les supports de communication, en particulier si vous avez fait appel à une agence de graphisme.**

- **Placement :** Le logo du projet doit être placé en évidence, par exemple sur le site Web (ou sur les réseaux sociaux), et apparaître directement après avoir accédé au site Web, dans la fenêtre de visualisation d'un appareil numérique, sans que l'utilisateur doive faire défiler la page vers le bas.
- **Représentation des couleurs :** Pour les publications imprimées et en ligne, il convient de veiller à utiliser correctement le logo dans les formats CMJN et RVB, faute de quoi des écarts de couleur peuvent se produire.

- **Fond :**

- **Fond blanc/clair :** Le logo ne devrait idéalement être utilisé que sur des fonds blancs ou clairs. Conformément au règlement (UE) 2021/1060, Annexe IX : « Au cas où il serait impossible d'éviter un fond de couleur, entourer le rectangle [drapeau] d'un bord blanc, d'une épaisseur égale à un vingt-cinquième de la hauteur du rectangle. » En voici deux exemples.



- **Fond sombre :** Si le logo Interreg doit être placé sur un fond sombre, il doit être placé dans un rectangle blanc en respectant les marges de sécurité.

Si l'utilisation d'un rectangle avec fond blanc n'est pas possible pour des raisons d'espace ou de contexte, ou parce qu'il masquerait un élément important de l'image de fond, vous pouvez utiliser une version de couleur blanche. Dans ce cas, le logo, la bordure de l'emblème de l'UE et le lettrage doivent être blancs.

La méthode du rectangle blanc est toujours préférable à la version du logo coloré en blanc.



- **Version monochrome** : Le recours à une version monochrome ne doit être envisagé qu'en cas d'absolue nécessité liée à des contraintes d'impression ou à des fins particulières, c'est-à-dire uniquement si aucune couleur n'est disponible. Les règles d'utilisation du logo restent les mêmes, à savoir qu'il doit être placé de préférence sur un rectangle blanc, sur un fond sombre ou clair. L'emblème de l'UE doit être entouré d'un bord noir ou blanc d'une épaisseur égale à un vingt-cinquième de la hauteur du rectangle.

**Aide :**

**Si vous rencontrez un problème technique d'affichage, ne modifiez jamais le logo vous-même, mais informez-en votre représentant de projet, qui s'efforcera de trouver une solution adéquate dans le respect des règles de communication.**



### ***Obligations générales***

Tout projet financé doit indiquer qu'il est soutenu par des fonds européens dans le cadre du programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE). Autrement dit, **tous les supports** élaborés dans le cadre du projet doivent porter le logo du programme et indiquer clairement que le projet est financé par Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE), un fonds de l'Union européenne pour la coopération transfrontalière.

Voici quelques exemples de documents élaborés dans le cadre des relations publiques :

- Brochures
- Dépliants
- Bulletin d'information
- Présentations
- Lettres commerciales
- Invitations
- Vidéos
- Communiqués de presse
- Interviews (la mention du financement du projet par Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE) et l'Union européenne est suffisante ici)
- Équipement
- Articles promotionnels
- ...

Si vous ne savez pas si un média relève des règles énumérées ici, nous vous conseillons de contacter votre responsable de projet et de clarifier ce point de manière concluante.

Vous pouvez reformuler la phrase, mais il est important que vous fassiez explicitement référence au financement Interreg de l'Union européenne. Pour plus d'informations sur la présentation du logo, consultez le chapitre « Présentation et type de présentation du logo ».

**Important :**

**La référence au financement peut être textuelle ou, dans le cas de contributions orales, audible, par exemple par la phrase suivante : « Le projet XYZ est réalisé dans le cadre du programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE) et cofinancé à hauteur de XYZ euros par l'Union européenne ([le cas échéant :] et à hauteur de XYZ euros par [nommer les cofinanceurs ici]). » S'il s'agit d'un texte plus court, par exemple sur un dépliant, vous pouvez indiquer : « Avec le soutien de l'Union européenne et du programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE). »**



En outre, les partenaires de projet doivent :

- alimenter un site Web ou une page portail (voir ci-dessous) concernant le projet sur le site Web d'Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE) (<https://www.interregmeuserhine.eu/>). Chaque projet a sa propre page portail. Le site Web d'Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE) héberge une page portail pour tous les projets. Les pages portail sont affichées sous l'élément de menu « Projets » avec les pages portail d'autres projets. Vous avez la possibilité de saisir vous-même les informations ou de profiter du service que le programme offre.
- ajouter une description de leur projet, y compris les références nécessaires au programme et au financement de l'UE, sur les sites Web de leur organisation ainsi que sur tous les canaux de réseaux sociaux des partenaires (le cas échéant).

Pour plus d'informations, consultez le chapitre « Sites Web et réseaux sociaux des partenaires de projet ».

**Important :**

**Veillez consulter le catalogue des dépenses pour connaître l'éligibilité des activités et des outils de communication. En cas de doute, contactez votre Antenne régionale (au cours de la procédure de demande) ou votre responsable de projet (au cours de la phase de mise en œuvre) avant d'engager des frais afin de lever le doute sur l'éligibilité.**



- exposer de manière visible dans les locaux de chaque partenaire de projet l'affiche A3 que vous recevez du programme ou un support électronique équivalent, contenant des informations sur le projet et mettant en évidence le soutien apporté par le programme Interreg. Par affichage visible, on entend que l'affiche doit être placée dans la zone d'entrée de l'institution, car elle doit être accessible au public. Par conséquent, il ne suffit pas d'apposer une affiche dans le bureau de l'équipe du projet.
- Les projets dont les coûts sont supérieurs à 100 000 EUR et qui comportent des investissements physiques ou l'achat d'équipements doivent afficher des plaques permanentes ou des panneaux d'affichage clairement visibles par le public et comportant l'emblème de l'Union européenne. Dans ce cas, le programme peut également vous fournir une plaque ou un panneau d'affichage. Contactez vos responsables de projet du programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE).

#### *Plaques de projet*

Le règlement de l'UE stipule que chaque partenaire (y compris les sous-partenaires) doit afficher une plaque bien visible et durable ou des panneaux d'affichage avec des informations sur le projet et le logo du projet pour chaque projet dépassant 100 000 EUR et réalisant des investissements en nature ou achetant des équipements dès que la mise en œuvre effective d'un projet Interreg avec des investissements en nature ou l'achat d'équipements a commencé ou que les équipements achetés ont été installés.

Vous pouvez commander cette plaque de projet auprès du programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE).

#### *Affiches du projet*

Pour les projets Interreg d'un montant inférieur à 100 000 EUR, chaque partenaire doit exposer au moins une affiche (format minimum A3 ou plus grand) ou un dispositif électronique

équivalent contenant des informations sur le projet et soulignant le soutien apporté par Interreg, à un endroit clairement visible, par exemple dans l'entrée d'un bâtiment.

Le programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE) met à la disposition des partenaires de projet ces affiches de projet.

### *Événements et activités dans le cadre du projet*

Si une mesure cofinancée implique des participants autres que les partenaires de projet (par exemple, un événement, une formation, etc.), le chef de file du projet s'assure que les participants ont été informés du financement européen de la mesure et du projet. Le chef de file précise que l'action qu'il mène bénéficie du soutien de l'Union européenne dans le cadre du programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE).

Tout document (invitation, communiqué de presse, présentations, etc.), y compris les certificats de participation ou autres, relatif à un tel projet contient le logo du projet combiné et la mention de son cofinancement par l'UE dans le cadre du programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE).

Ces éléments doivent également être pris en compte lors de la préparation d'événements ou de réunions (présentations PowerPoint, invitations, ordres du jour, documents de conférence, etc.).

### *Relations avec les médias*

Lorsque vous travaillez avec la presse et les médias (par exemple lors d'interviews, de communiqués de presse, etc.), veillez à mentionner clairement le financement du projet par l'UE dans le cadre du programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE). En particulier, veillez à souligner la qualité transfrontalière du projet et à distinguer clairement le projet (votre démarche spécifique) du programme Interreg (le cadre dans lequel vous mettez en œuvre votre projet).

Pour les communiqués de presse et les contributions éditoriales, une référence au financement dans le corps du texte est suffisante. Un logo supplémentaire du programme n'est pas obligatoire.

### *Obligations en matière de communication numérique*

Du point de vue de la communication, une communication numérique par le biais de canaux spécifiques, tels que le site Web du projet ou les réseaux sociaux, est vivement recommandée pour les projets. Ces moyens de communication doivent non seulement être mis en place, mais aussi entretenus, ce qui nécessite évidemment du temps et des ressources.

Le responsable de la communication du projet est chargé de l'entretien et de la mise à jour du contenu. Nous recommandons que le personnel du projet, entre autres, apporte sa contribution.

### *Page du projet sur le site Web du programme*

Chaque projet Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE) aura sa propre page sur le site Web du programme. Cette page de projet contient des informations déjà préremplies pour votre projet.

#### **Conseil :**

Le programme recommande à tous les projets d'ajouter des mises à jour au moins deux fois par an sur le site Web. Lors de la première réunion avec votre chef de projet, il/elle demande donc également quels employés doivent avoir accès au site Web du projet.



#### **Important :**

Le projet concerné est responsable des informations qu'il publie sur le site Web du programme. Cette responsabilité couvre les textes que vous publiez en ligne ainsi que les illustrations, les photos, etc. Si les informations relatives au projet donnent lieu à un avertissement, le programme le transmet au projet concerné.



### *Réseaux sociaux des projets*

Outre le site Web, les réseaux sociaux constituent des outils en ligne intéressants pour la communication sur les projets. Si votre projet décide qu'un compte sur l'un des réseaux sociaux vous permet d'atteindre votre groupe cible de manière particulièrement efficace, le matériel que vous y téléchargez doit toujours mettre l'accent sur le soutien de l'UE. La mise en avant du soutien sur les réseaux sociaux peut se faire de différentes manières :

#### **Les points suivants s'appliquent au profil/à la biographie :**

Sur les profils de réseaux sociaux, le logo du projet (y compris l'emblème de l'UE et la mention du financement) doit être placé sur l'image du profil ou la bannière, si la plateforme de réseaux

#### **Important :**

Le projet doit afficher le logo dans son intégralité, même si la plateforme recadre l'image. N'oubliez pas non plus de mentionner le financement de l'UE dans la description du profil.



sociaux offre une option de bannière. La bannière offre un plus grand espace pour l'intégration du logo et est donc recommandée.

Vous trouverez ci-dessous un exemple de profil :



### Vous devez utiliser les éléments suivants pour les publications individuelles :

- Informations/actualités sur le projet ou des sujets pertinents pour le projet (y compris des photos, des infographies, des vidéos ou autres). Les témoignages d'utilisateurs finaux des résultats de votre projet se prêtent également à cette utilisation.
- Le matériel visuel (y compris les vidéos) que vous téléchargez sur le canal doit toujours porter le logo du projet (y compris l'emblème de l'UE et la mention du financement), et vous devez également fournir des informations sur le financement de l'UE dans le cadre de la description de votre profil ou de vos publications individuelles.
- Mentionnez les partenaires, les participants et le programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE) (@Mentions). En les identifiant, tous les participants peuvent réagir rapidement et facilement à la publication, l'aimer et/ou la partager. Cette démarche permet également d'augmenter la visibilité de la publication.
- Nous recommandons également d'utiliser des hashtags tels que #interregmeuserhine #interreg, #madewithinterreg, #euinmyregion et tout autre hashtag correspondant au projet.

## *Sites Web et réseaux sociaux des partenaires de projet*

### **Important :**

**Tous les bénéficiaires sont tenus de publier une brève description du projet sur le site Web officiel de leur organisation et sur les réseaux sociaux (le cas échéant), en fonction du niveau de soutien.**



Outre les canaux propres au projet, de nombreux partenaires de projet disposent également de leurs propres sites Web et profils sur divers réseaux sociaux. Ils doivent également y partager régulièrement des informations sur le projet.

Les partenaires de projet doivent publier une description du projet qui comprend au moins les éléments suivants :

- une brève description du projet correspondant au niveau de soutien ;
- les objectifs et les résultats du projet ;
- le soutien financier de l'Union européenne ;
- une référence au site Web du programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE).

Dans le cadre des réseaux sociaux, vous devez également utiliser les éléments suivants :

- Mentionnez les partenaires, les participants et le programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE) (@Mentions). En les identifiant, les partenaires impliqués et le programme Interreg peuvent réagir rapidement et facilement à la publication, l'aimer et/ou la partager.
- Nous recommandons également d'utiliser des hashtags tels que #interregmeuserhine #interreg, #madewithinterreg, #euinmyregion et tout autre hashtag correspondant au projet.

La mise en avant du soutien sur les réseaux sociaux peut se faire de différentes manières ! Les partenaires de projet doivent communiquer régulièrement sur leur projet. En ce qui concerne les publications, le logo du projet (y compris l'emblème de l'UE et la mention de cofinancement) doit figurer sur le matériel visuel, y compris les vidéos, et/ou le soutien doit être mentionné dans le texte. Le bénéficiaire peut adopter différentes approches dans les diverses publications. La description du profil peut également contenir des informations sur le financement de l'UE.

### ***Obligation de fournir des preuves***

Le programme vérifie régulièrement le respect des lignes directrices en matière de communication, mais pas tous les documents. C'est pourquoi vous devez toujours conserver des preuves appropriées de vos activités de communication, telles que :

- échantillons de brochures, de dépliants, de cadeaux publicitaires ;
- copies de communiqués de presse, publications, publicités, certificats de participation, invitations à des événements ;
- photos d'affiches accrochées, de panneaux et d'enseignes installés ;
- photos de cadeaux promotionnels avec impression du logo ;
- liens vers les rapports sur le site Web ;
- captures d'écran de publications sur les réseaux sociaux ;
- publications de toutes sortes ;
- etc.

Ces preuves peuvent également être demandées en cas d'éventuels audits ultérieurs. Par conséquent, conservez-les même après la fin du projet. Nous recommandons d'archiver au moins trois copies par activité de communication et, si possible, de sauvegarder également une version en ligne sur un disque dur externe.

### ***Corrections financières***

Les projets risquent de subir des conséquences financières s'ils ne respectent pas les exigences de l'UE et du programme en matière d'image de marque. Le programme peut annuler jusqu'à 2 % du cofinancement du FEDER si la modification du matériel n'est pas possible pour répondre aux exigences de l'UE, c'est-à-dire si une brochure a déjà été distribuée. Les réductions financières seront appliquées au(x) partenaire(s) concerné(s) et tiendront compte du principe de proportionnalité au regard de l'infraction. Le manuel du programme général contient également de plus amples informations à ce sujet.

### ***Projets stratégiques ou bénéficiant d'un financement de l'UE supérieur à 5 000 000 EUR***

Outre les exigences susmentionnées, les projets stratégiques sont soumis à des obligations supplémentaires. Les projets stratégiques **ou** les projets bénéficiant d'un financement de l'UE supérieur à 5 000 000 EUR nécessitent l'organisation d'un événement ou d'une activité de communication.

Ces événements et activités peuvent prendre de nombreuses formes, telles que :

- campagnes de projets spéciales ;

- événements qui favorisent un plus grand engagement et impliquent les utilisateurs finaux ou les groupes cibles, tels que les concours, les visites guidées, les ateliers, etc. ;
- événements de lancement ou de clôture, tels que l'ouverture d'un centre, une cérémonie marquant l'achèvement de travaux de construction, etc. ;
- événements spéciaux qui offrent une expérience unique dans le cadre du projet, tels que les expositions, les spectacles, les pièces de théâtre, les défilés de mode, etc. ;
- événements qui assurent une forte couverture médiatique, tels que des conférences de presse, des visites de journalistes au projet et d'autres formats ;
- tout autre format d'événement ou d'activité de communication mettant en avant le soutien du programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE) et du Fonds européen de développement régional et impliquant la Commission européenne et l'Autorité de gestion ;
- activités au cours desquelles les résultats du projet sont présentés, par exemple visites de laboratoires et d'installations rénovées, excursions, journées portes ouvertes, foires, etc.

Assurez-vous d'informer et d'inviter la Commission européenne et l'Autorité de gestion au moins deux mois avant votre activité/événement. L'invitation doit contenir des informations de base sur le projet, l'heure, le lieu, le type d'événement ou d'activité, le format, le rôle attendu des représentants lors de l'événement/activité (un rôle actif est encouragé, par exemple en prenant la parole) et les contributions attendues.

L'événement ou l'activité doit permettre de présenter le travail du projet au public et de démontrer les changements positifs pour le pays et la région, c'est-à-dire l'importance du projet pour la réalisation de l'objectif spécifique du programme.

C'est également une excellente occasion de démontrer le lien entre l'objectif du projet, sa pertinence pour le développement national et sa contribution aux priorités de l'UE. En fin de compte, l'organisation d'événements ou d'activités de communication donne aux citoyens un aperçu de la manière dont les projets sur le terrain rendent l'Europe plus compétitive, plus verte, plus connectée, plus sociale et plus proche des citoyens.

De plus amples informations sont également disponibles dans le guide de la Commission européenne pour les projets stratégiques, que vous trouverez dans la section de téléchargement du site Web : <https://www.interregmeuserhine.eu/fr/telechargements/>

## **Recommandations**

### ***Acronyme du projet***

L'acronyme constitue un élément clé de l'image de marque d'un projet. Vous devez donc choisir un acronyme court, facile à prononcer et en rapport avec le thème du projet. Les acronymes des projets ne doivent pas dépasser 18 caractères.

L'abréviation du projet étant également utilisée pour créer l'URL du site Web du projet, elle ne doit pas contenir de caractères spéciaux (& ! . \* @, etc.).

### ***Nomination d'un responsable de la communication pour le projet***

Bien que cela ne soit pas obligatoire, nous recommandons vivement que le projet désigne un responsable de la communication chargé de superviser et de mettre en œuvre les mesures de communication sur la base de ces lignes directrices, du soutien du programme et des recommandations contenues dans le présent guide. Ces ressources sont destinées à minimiser la charge de travail tout en la rendant efficace. Nous vous conseillons vivement de veiller à ce que les créateurs de projets individuels transmettent les informations au responsable de la communication de manière fluide.

### ***Plan de communication***

Le programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE) accorde une grande importance aux relations publiques et au travail de relations publiques. Les partenaires de projet doivent donc se pencher sur la communication du projet dès qu'ils travaillent sur leur demande et nous leur recommandons d'élaborer un plan de communication correspondant comprenant des activités de communication planifiées au début de la période de projet. Ce plan de communication doit également correspondre à la demande de projet présentée.

### ***Groupes cibles***

Les besoins et les moyens de communication varient en fonction du groupe cible. Nous présentons ci-dessous une vue d'ensemble des (groupes de) groupes cibles et des parties prenantes possibles.

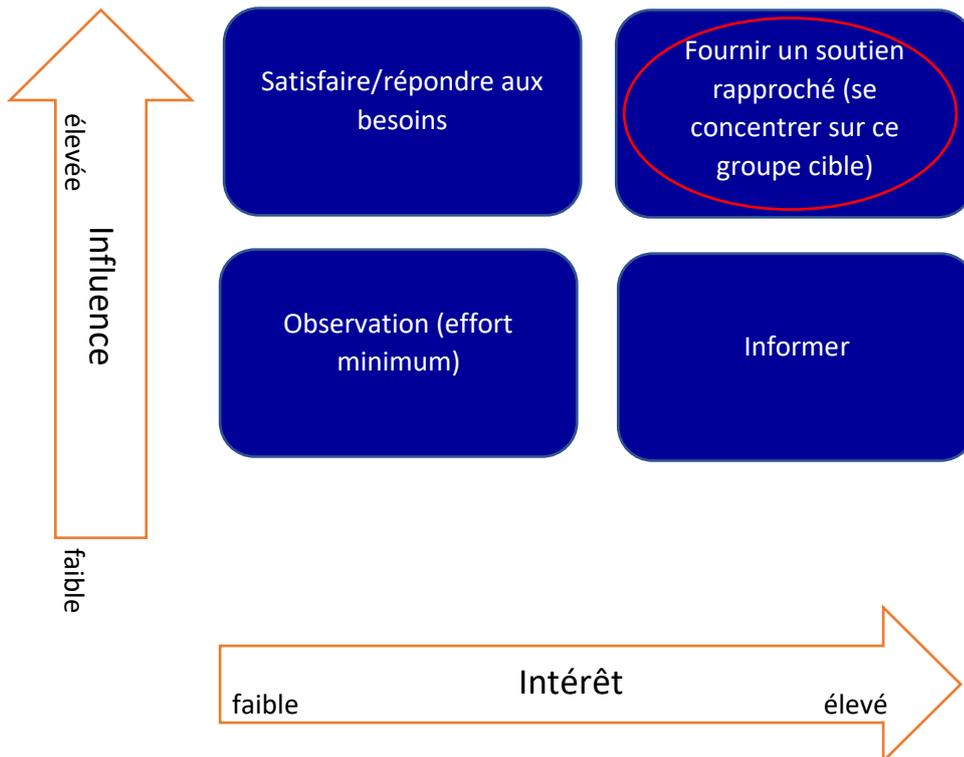
Cet aperçu sert de guide et n'est pas exhaustif. En fonction du projet, d'autres parties prenantes peuvent également intervenir.

- Opinion publique et citoyens de la région
- Acteurs et décideurs politiques (y compris les partenaires du programme)
- Parties prenantes du projet (groupes cibles, partenaires)
- Autorités nationales et régionales

- Institutions de l'UE
- ...

### **Cartographie des parties prenantes**

Les ressources du projet étant limitées, vous devez donner la priorité aux parties prenantes qui contribuent à ce que le projet atteigne ses objectifs rapidement et efficacement. La cartographie des parties prenantes vous aide dans cette démarche.



Réunissez votre équipe de projet et consultez la liste des parties prenantes que vous avez créée précédemment. Classez les groupes de parties prenantes en fonction de leur degré d'intérêt et de leur influence sur la carte. Vous devriez obtenir environ 5 groupes dans chaque quadrant. Dans le coin supérieur droit, vous trouverez vos principaux groupes cibles.

Ne perdez pas de vue que le grand public peut avoir une plus grande influence sur les thèmes de votre projet que vous ne l'imaginez au premier abord. Le programme recommande donc vivement que les résultats des projets soient également destinés au grand public. Cette démarche influence naturellement sur la forme et le contenu du projet. À cet égard, vous devez démontrer la pertinence du contenu pour ce groupe cible (voir également la section consacrée à la narration).

### Matrice de communication

Le programme recommande vivement d'élaborer chaque année une matrice de communication claire, contenant les informations suivantes : les objectifs par groupe cible, les mesures prévues pour atteindre ces objectifs et le calendrier de ces mesures, ainsi que les ressources nécessaires et le calendrier.

Le responsable de la communication du projet et les autres membres de l'équipe du projet peuvent créer cette matrice dans un délai très court. Elle offre notamment une ligne directrice au personnel du projet chargé de la communication et permet en même temps aux responsables du projet de suivre les mesures de communication.

Bien entendu, certaines mesures de communication se prêtent à plusieurs groupes cibles. La matrice de communication ci-dessous donne un aperçu des différentes mesures pour les différents groupes cibles.

### Matrice modèle

	Public	Politique	Partie prenante	Aut. Nat.	UE
Logo	X	X	X	X	X
Bannière	X	X	X	X	X
Affiche	X	X	X	X	X
Papeterie	X	X	X	X	X
Histoire/texte	X	X	X	X	X
Site Internet	X	X	X	X	X
Rapport final	X	X	X	X	X
Communiqué de presse	X	X	X		
Bulletin d'information		X	X		
Vidéo du projet	X	X	X		X
Dépliant		X	X		
Manifestation		X	X		
Réseaux sociaux	X	X	X	X	X

## **Narration**

La narration (ou storytelling) désigne une technique ou une forme de communication qui est souvent employée aujourd'hui pour transmettre des informations. Lorsque vous intégrez des informations dans un récit, vous captez non seulement l'attention de vos lecteurs, mais vous générez également une impression plus forte sur eux et vous augmentez la probabilité qu'ils se souviennent de vos informations. La narration donne à votre projet une touche humaine. Si vous voulez attirer l'attention de la presse, privilégiez la narration.

Pour les projets méconnus du grand public, cette méthode s'avère utile pour transmettre un message simple et accroître ainsi le niveau de sensibilisation.

## *Longueur des phrases*

Il est préférable d'écrire dans un langage clair et simple afin que le grand public puisse vous comprendre facilement. Cependant, ces mesures ne sont pas toujours faciles à décrire de manière compréhensible. La règle est la suivante : si des jeunes de 15 ans vous comprennent, vous êtes normalement sur la bonne voie.

- Les phrases ne doivent pas dépasser 15 à 20 mots (et certainement pas 30 mots).
- Alternez les phrases longues et les phrases courtes. Les phrases courtes peuvent être très percutantes.
- Chaque phrase ne contient qu'un seul message.

## *Style et vocabulaire*

- Privilégiez les textes courts (en particulier sur les réseaux sociaux). Des outils en ligne pour les résumés de texte, tels que Resoomer, peuvent être utiles à cet égard (disponibles dans plusieurs langues).
- Choisissez un style plus informel plutôt qu'un style scientifique ou trop formel.
- Évitez d'utiliser un dialecte. Votre style d'écriture doit être professionnel et correct, mais aussi attrayant et sans être ennuyeux.
- Utilisez des formulations actives plutôt que passives :
  - Actif : *La Commission européenne a publié ce document en janvier.*
  - Passif : *Ce document a été publié par la Commission européenne en janvier.*
- Utilisez les pronoms de la première et de la deuxième personne (« nous » et « vous ») pour vous désigner et désigner vos lecteurs.
- Utilisez des mots que vous employez également à la maison ou dans la vie de tous les jours.

- Évitez autant que possible le jargon technique et les abréviations. Si les termes techniques et les abréviations sont inévitables, commencez votre texte par une liste de termes/abréviations.

### *Jamais deux sans trois*

Pour les histoires et la communication en général, trois est un chiffre magique.

Aristote avait déjà compris la magie du chiffre trois avec son triangle rhétorique qui nous enseigne la structure idéale d'un récit : introduction, partie centrale, conclusion. La psychologie montre également que le chiffre trois joue un rôle majeur dans la mémoire. Selon la « règle de trois », les gens retiennent mieux les informations qui sont divisées en trois parties. Ce principe explique pourquoi les histoires sont souvent racontées en trois actes et pourquoi le fait d'utiliser trois arguments plutôt qu'un nombre inférieur ou supérieur est souvent plus convaincant.

La meilleure façon de commencer à raconter une histoire consiste à décomposer chaque idée en trois parties. Toute communication a un début, un milieu et une fin. Si aucune formule n'est à suivre, l'histoire que vous racontez doit toujours respecter une structure, faute de quoi votre lecteur s'y perdra. Elle permet de clarifier la complexité du sujet.

### *En parlant de structure*

- Énoncez les informations principales au début du texte afin que vos lecteurs puissent les retrouver facilement. Ne les placez pas au milieu du texte, car elles ne retiendront guère l'attention.
- Limitez-vous à quelques points pertinents et évitez les longs paragraphes.
- Ajoutez une touche personnelle et intégrez une anecdote sur un bénéficiaire final pour rendre votre projet tangible. Par exemple, pensez à un patient qui a été diagnostiqué et traité à un stade précoce grâce au projet.
- Faites appel à tous les sens de votre public. Ainsi, vous pouvez par exemple combiner des éléments textuels avec des éléments visuels (photos, infographies, vidéos, etc.).

### *Exemple de narration*

Le texte suivant ne vous concerne peut-être pas, mais il peut servir de point de départ à votre histoire. Comme dans le texte, vous pouvez construire votre histoire autour d'une personne (qui a bénéficié d'un projet) et ajouter des faits et des chiffres pour étayer votre récit. Attention toutefois à ne pas surcharger le public d'informations.

*« Erik, Belge, crise cardiaque, hôpital néerlandais »*

*Erik, un jeune Belge, adore le football. En 2009, il est victime d'une crise cardiaque brutale alors qu'il joue au football à la frontière belgo-néerlandaise. Or, l'hôpital le plus proche se trouve à Maastricht, aux Pays-Bas. Quel dommage que des vies soient mises en danger alors qu'elles pourraient être sauvées à quelques kilomètres de là, à l'étranger !*

*Grâce à notre projet XXX, financé par le programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE), Erik a pu être pris en charge par les services d'urgence néerlandais sans difficultés financières ou administratives.*

*Le projet de coopération transfrontalière a ainsi permis de gagner de précieuses minutes dans l'ambulance et de sauver la vie d'Erik. Sans cette initiative financée par l'Union européenne, les organisateurs du match de football auraient été obligés d'appeler le service de secours belge dont l'ambulance aurait mis beaucoup plus de temps à arriver sur les lieux.*

### ***Lien avec les (principales) mesures/campagnes de l'UE***

En vue de sensibiliser les personnes extérieures au projet, la participation à des campagnes existantes peut se révéler utile. Plusieurs journées et semaines d'action se tiennent dans l'UE, chacune avec ses propres flux de communication et ses propres campagnes. En outre, cherchez à établir des contacts avec d'autres projets de l'UE dans votre région et évaluez dans quelle mesure vous pouvez réaliser des synergies dans le domaine de la communication et des campagnes avec ces projets, afin de gagner en efficacité.

*Exemples d'événements importants au niveau européen auxquels les projets peuvent participer :*

- **Journée de la coopération européenne** - une campagne à l'échelle européenne appelée Interreg Cooperation Day dont l'objectif est de présenter au public les résultats de la coopération européenne transfrontalière. Vous trouverez de plus amples informations sur le site Web de la Journée CE qui a lieu en septembre. Vous trouverez de plus amples informations à l'adresse suivante : <https://www.interact-eu.net/communication-and-visibility/visibility/interreg-day/>
- **Semaine européenne des régions et des villes (EU Regions Week)** - La Semaine européenne des régions et des villes (#EURegionsWeek) est la plus grande manifestation annuelle consacrée à la politique régionale. Au cours de cette manifestation annuelle de quatre jours, les régions et les villes mettent en valeur leur capacité à créer de la croissance et des emplois et mettre en œuvre la politique de cohésion de l'Union européenne, et démontrent ce faisant l'importance de l'échelon local et régional pour une bonne gouvernance européenne. Depuis sa première édition en 2003, cette manifestation s'est

muée en une plateforme unique de communication et de mise en réseau rassemblant des régions et des villes de toute l'Europe, y compris leurs représentants politiques, leurs fonctionnaires, leurs experts et leurs universitaires. La Semaine européenne des régions et des villes a généralement lieu en octobre. Vous trouverez de plus amples informations à l'adresse suivante : <https://cor.europa.eu/fr/events/Pages/European-week-of-regions-and-cities-EWRC.aspx#:~:text=La%20EE%80%80Semaine%20europ%C3%A9enne>

- **Semaine verte européenne (EU Green Week)** - La Semaine verte européenne est la plus grande manifestation européenne consacrée à la politique environnementale. Cet événement annuel attire des décideurs politiques, des responsables environnementaux, des parties prenantes et d'autres parties intéressées de toute l'Europe et du monde entier. Les projets peuvent créer leurs propres événements sur le sujet et s'inscrire en tant que partenaire événement. Vous trouverez de plus amples informations en ligne. Vous trouverez de plus amples informations à l'adresse suivante : [https://green-week.event.europa.eu/index\\_en](https://green-week.event.europa.eu/index_en)
- **Semaine européenne de l'énergie durable** - le plus grand événement annuel sur les énergies renouvelables et l'utilisation efficace de l'énergie en Europe. La semaine est ponctuée d'une série d'activités visant à créer un avenir énergétique sûr pour l'Europe. Parmi les activités proposées, nous trouvons des possibilités de mise en réseau, des événements régionaux et des concours pour des projets. Elle réunit des autorités publiques, des entreprises privées, des organisations non gouvernementales, des chercheurs et des consommateurs afin de promouvoir des initiatives en faveur d'une transition énergétique verte et numérique en Europe. Vous trouverez plus d'informations en ligne à l'adresse suivante : [https://sustainable-energy-week.ec.europa.eu/about-sustainable-energy-week\\_en](https://sustainable-energy-week.ec.europa.eu/about-sustainable-energy-week_en)
- Vous pourriez également vous intéresser à d'autres événements organisés par l'Union européenne. Vous trouverez un aperçu actualisé des événements des prochains mois à l'adresse suivante : [https://research-and-innovation.ec.europa.eu/events/upcoming-events\\_en](https://research-and-innovation.ec.europa.eu/events/upcoming-events_en).

Autres ressources Si vous avez d'autres questions ou des doutes, n'hésitez pas à contacter le responsable de projet de votre programme. Nous vous recommandons vivement de clarifier tout doute avec les personnes de contact responsables avant la publication afin d'éviter des corrections financières.

Consultez également les exigences légales des règlements et les exigences spécifiques de votre lettre de subvention. Vous trouverez des ressources supplémentaires ici :

- Manuel du programme sur le site d'Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE)  
<https://www.interregmeuserhine.eu/fr/telechargements/>
- Recommandations et manuels de la Commission européenne pour les projets :  
[https://ec.europa.eu/regional\\_policy/policy/communication/how-to-communicate\\_en](https://ec.europa.eu/regional_policy/policy/communication/how-to-communicate_en)
- Règlement 2021/1060  
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:32021R1060>

*Ce document reprend l'ensemble des règles harmonisées pour les fonds de l'UE alloués conjointement avec les États membres et les régions. Nous recommandons aux chefs de file de lire l'article 50 (sur les responsabilités des bénéficiaires) dans le chapitre III. Consultez également l'article 47 du chapitre III et l'Annexe IX, qui expliquent comment utiliser correctement l'emblème de l'UE.*

### Liste de contrôle

La liste de contrôle suivante peut vous aider à mettre en œuvre les lignes directrices et les recommandations ci-dessus.

<b>Quand ?</b>	<b>Quoi ?</b>	<b>Statut</b>
<i>Dans la phase de demande</i>	Nous vous recommandons de bien réfléchir à l'acronyme du projet. Vous trouverez des recommandations à ce sujet dans la section « Acronyme du projet ».	<input type="checkbox"/>
	Nous vous recommandons de bien réfléchir à la communication de votre projet pendant la phase de demande. Nous vous conseillons, entre autres, de définir vos futurs groupes de parties prenantes et de réfléchir à la meilleure façon de les aborder. Pour en savoir plus, consultez les sections « groupes cibles », « cartographie des parties prenantes » et « matrice de communication ».	<input type="checkbox"/>
	Le programme Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE) vous offre la possibilité de discuter de votre demande avec un expert. Vous trouverez les coordonnées de ces Antennes régionales <a href="#">sur notre site Web.</a>	<input type="checkbox"/>
	Nous recommandons à tous les membres des consortiums de lire attentivement ce manuel, le manuel du programme, le catalogue des dépenses et les lignes directrices de l'UE pendant la phase de	<input type="checkbox"/>

	<p>demande. Ces documents vous aideront à évaluer de manière réaliste les exigences des projets Interreg et à concevoir votre plan de projet et votre budget en conséquence.</p>	
<i>Avant le début du projet</i>	<p>Réunion avec tous les partenaires du projet et les responsables de projet du programme.</p>	<input type="checkbox"/>
	<p>Nous recommandons aux projets de nommer au moins un responsable des relations publiques et de le communiquer aux responsables de projet du programme. Vous trouverez de plus amples informations à ce sujet dans le chapitre « Nomination d'un responsable de la communication pour le projet ».</p>	<input type="checkbox"/>
	<p>Nous recommandons à nos projets d'élaborer un plan de communication. Pour ce faire, vous devez examiner en détail les documents de demande. En outre, le travail préparatoire que vous avez idéalement déjà entrepris lors de la phase de demande peut également vous aider. Consultez également les chapitres suivants : « Plan de communication », « Groupes cibles », « Cartographie des parties prenantes » et « Matrice de communication ».</p>	<input type="checkbox"/>
<i>Phase initiale du projet</i>	<p>Sélectionnez une photo de projet et envoyez-la au responsable de projet du programme. La photo est nécessaire pour la création de l'affiche du projet, du site Web et, le cas échéant, de la plaque du projet. Si vous ne disposez pas d'une photo appropriée, le service de communication du programme peut trouver une photo libre de droits pour vous.</p>	<input type="checkbox"/>
	<p>Prenez des dispositions au sein de votre consortium pour que le personnel du projet ait accès au site Web du projet. Si vous communiquez leurs noms et leurs coordonnées à vos responsables de projet, ceux-ci leur donneront accès au site Web du futur projet. Vous trouverez de plus amples informations sur le site Web dans la section « Page du projet sur le site Web du programme ».</p>	<input type="checkbox"/>
	<p>Si vous souhaitez mettre en place vos canaux de réseaux sociaux, nous vous conseillons de le faire dès le début du projet. Consultez les informations de la section « Réseaux sociaux pour les projets ».</p>	<input type="checkbox"/>

<p>Nous vous recommandons de planifier à un stade précoce les actualités et les articles que vous souhaitez publier sur le site Web du projet et, le cas échéant, sur les canaux de réseaux sociaux du projet.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Après avoir fourni les coordonnées du responsable de la communication, cette personne sera ajoutée au site Web du projet en tant qu'administrateur.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Exposez au moins une affiche du projet dans les zones d'entrée des différentes organisations partenaires du projet. Vous pouvez également décider d'utiliser un affichage électronique équivalent. Vous trouverez de plus amples informations à ce sujet dans la section « Affiches de projet ».</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Le cas échéant, n'oubliez pas d'accrocher la plaque du projet. Vous trouverez de plus amples informations dans la section « Plaque de projet » ici.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Nous vous conseillons de créer des modèles Word/PowerPoint/Excel/etc., au début du projet qui contiennent au moins le logo du projet et une indication claire que le projet est financé par Interreg Meuse-Rhin (NL-BE-DE), un fonds de l'UE pour la coopération transfrontalière. Vous trouverez également de plus amples informations dans le manuel, en particulier dans les chapitres « Présentation et type de présentation du logo » et « Obligations générales ».</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Partagez le logo de votre projet et d'autres modèles avec vos partenaires de projet.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Veillez à ce que chaque partenaire de projet publie des informations relatives au projet sur son site Web institutionnel respectif. Veillez également à ce que les partenaires de projet partagent des informations sur le projet par le biais de leurs propres réseaux sociaux, s'ils existent. Pour plus d'informations, consultez la section « Sites Web et réseaux sociaux des partenaires du projet ».</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Mettez à jour les informations sur le site Web du projet si nécessaire. Ajoutez vos articles et actualités dès que vous avez de nouvelles informations sur votre projet.</p>	<input type="checkbox"/>

	Remarque : Nous recommandons d'effectuer cette opération au moins tous les 6 mois.	
<i>Pendant la durée du projet</i>	<p>Veillez à ce que les activités de communication prévues aient lieu, en particulier si elles sont mentionnées dans les documents de demande.</p> <p>Tenez également compte des lignes directrices générales que vous trouverez dans le chapitre « Obligations en matière d'information, de communication et de visibilité ».</p>	<input type="checkbox"/>
	Assurez-vous chaque fois que les communications relatives à votre projet respectent les lignes directrices du manuel.	<input type="checkbox"/>
	Nous attirons votre attention sur le fait que vous devez conserver des preuves concernant les activités de communication du projet. Vous trouverez de plus amples informations à ce sujet dans la section « Obligation de fournir des preuves ».	<input type="checkbox"/>

*Remarque : Cette liste de contrôle ne prétend pas être exhaustive et ne fournit que des conseils généraux. Votre situation particulière peut appeler d'autres recommandations et lignes directrices (par exemple, si vous travaillez sur un projet stratégique ou sur un projet dont le coût total dépasse 5 000 000 EUR).*