

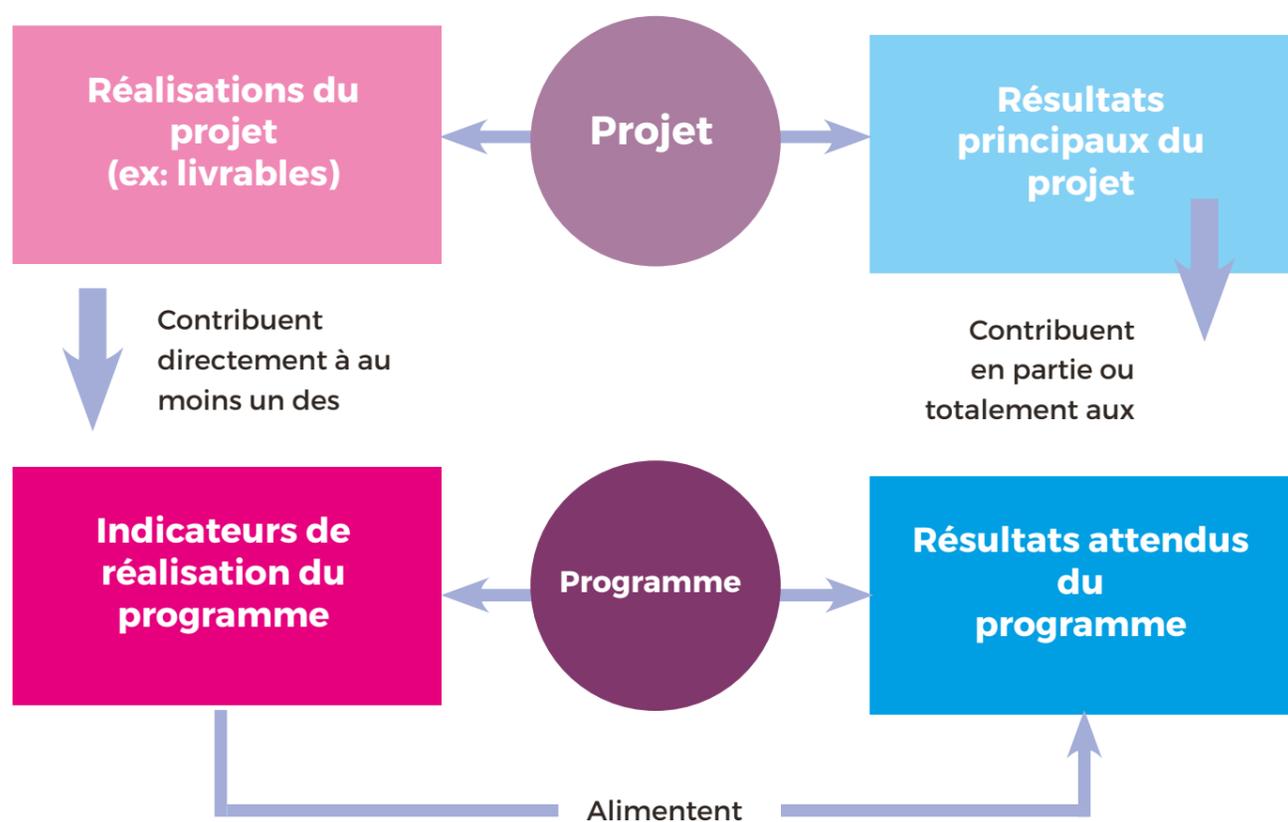
# COMMENT MESURER LA COMMUNICATION ?

Avec le soutien du Fonds Européen de Développement Régional

Met steun van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling

## 1. Interreg V et sa logique d'intervention

Dans les règlements pour la programmation 2014-2020, la Commission européenne met l'accent sur la logique d'intervention des programmes et sur l'importance de la sélection des indicateurs de résultat et de réalisation afin de mesurer et assurer le suivi des changements prévus sur le territoire de coopération. La logique d'intervention des programmes telle que décrite par la Commission est présentée dans le schéma suivant :



Afin d'être en phase avec les exigences des nouveaux règlements, le changement d'approche dans la logique d'intervention se traduit dans le programme France-Wallonie-Vlaanderen par un renforcement des liens entre les réalisations des **projets** et les indicateurs de réalisation et de résultat du **programme**.

Le tableau ci-dessous décrit la logique d'intervention du programme et le lien entre indicateurs projet et indicateurs programme en ce qui concerne la communication.

INDICATEURS

Indicateurs et réalisations du projet		Indicateurs de réalisation du programme		Indicateur de résultat du programme
<b>Réalisations principales attendues du projet</b>  Elles doivent être exprimées de façon quantifiable dans les modules de travail	Les indicateurs de réalisation du projet contribuent à au moins un indicateur de réalisation du programme	Nombre d'actions de presse réalisées	Le projet doit viser à contribuer à l'indicateur de résultat du programme par l'intermédiaire des réalisations du projet	<b>Enquête Eurobaromètre :</b>  Augmentation du taux de connaissance des activités de coopération transfrontalière Belgique-France: de 22% à 25%
		Nombre d'articles de presse publiés au sujet du projet		
		Nombre de reportages TV ou radio		
		Nombre de publications, destinées au public, conçues (brochure,...)		
		Nombres de tirages par publication		
		Nombre de visiteurs sur le site web du projet		
		Taux de satisfaction des internautes		
		Nombre d'interactions sur les médias sociaux (Twitter, LinkedIn, Facebook, Youtube)		
		Nombre d'événements organisés		
		Nombre de participants aux événements		
	Taux de satisfaction des participants			

INDICATEURS

## 2. Les indicateurs de communication

Deux objectifs de communication principaux ont été définis pour le programme :

- I - Faire connaître le programme
- II - Diffuser les résultats du programme

À ces deux objectifs principaux s'ajoute un objectif plus transversal qui devra être développé en fin de programmation :

- III - Assurer la capitalisation sur les résultats des projets soutenus par le programme

Pour atteindre ces objectifs, la communication autour des projets est un élément primordial qu'il ne faut pas négliger. Des indicateurs développés par le programme permettront de mesurer l'impact des actions de communication des projets.

Ces indicateurs seront à mettre à jour lors de chaque rapport d'activités.

Intitulé de l'indicateur		Valeur cible	Réalisations du semestre	Réalisations cumulées depuis le début du projet
Presse	Nombre d'actions de presse réalisées			
	Nombre d'articles de presse publiés au sujet du projet			
	Nombre de reportages TV ou radio			
Grand public	Nombre de publications, destinées au public, conçues (brochure,...)			
	Nombre de tirages par publication			
	Nombre de visiteurs sur le site web du projet			
	Taux de satisfaction des internautes			
	Nombre d'interactions sur les médias sociaux (Twitter, LinkedIn, Facebook, Youtube)	T:		
L:				
F:				
Y:				

Evéne-ment	Nombre d'événements organisés			
	Nombre de participants aux événements			
	Taux de satisfaction des participants			

## 3. Tableau explicatif des indicateurs de communication

	Intitulé de l'indicateur	Définition	Précisions méthodologiques
Presse	Nombre d'actions de presse réalisées	Nombre d'actions de communication effectivement réalisées s'adressant à la presse écrite et orale, dans le but de renforcer auprès du grand public la notoriété du projet et l'engagement de l'UE.	Il s'agit de comptabiliser le nombre de conférences de presse, de communiqués de presse...
	Nombre d'articles de presse publiés au sujet du projet	Nombre d'articles dans la presse écrite effectivement parus suite à une action de presse du projet financé dans le cadre du programme.	Un article publié dans plusieurs journaux est compté autant de fois que le nombre de publications. Les articles de presse en ligne sont également comptabilisés.
	Nombre de reportages TV ou radio	Nombre de reportages diffusés à la radio ou à la télévision dans le cadre du projet.	Toute diffusion d'un même reportage (en néerlandais et en français) est compté comme un seul reportage diffusé.

Grand public	Nombre de publications, destinées au public, conçues (brochure,...)	Nombre de brochures conçues dans le cadre du projet dans le but de renforcer auprès du grand public la notoriété du projet.	Il peut s'agir de brochures, de revues, de magazines mais ils doivent être transfrontaliers. Ne sont repris dans cet indicateur que les brochures de présentation d'un projet et non pas les brochures touristiques ou environnementales déjà comptabilisées sous d'autres indicateurs.
	Nombre de tirages par publication	Nombre de brochures imprimées dans le cadre du projet dans le but de renforcer auprès du grand public la notoriété du projet.	Il peut s'agir de brochures, de revues, de magazines mais ils doivent être transfrontaliers. Ne sont repris dans cet indicateur que les brochures de présentation d'un projet et non pas les brochures touristiques ou environnementales déjà comptabilisées sous d'autres indicateurs.
	Nombre de visiteurs sur le site web du projet	Nombre de visiteurs sur le site web du projet dans le cadre du programme FWVL.	Il s'agit du site internet créé spécialement pour le projet pendant la période de programmation. Il s'agit du nombre de visiteurs sur la page d'accueil du site.
	Taux de satisfaction des internautes	Taux de satisfaction des internautes surfant sur les sites internet des projets dans le cadre du programme FWVL.	Ce taux de satisfaction pourra être mesuré à l'aide de questionnaires de satisfaction (enquêtes qualitatives) mis en ligne sur les sites internet des projets.
	Nombre d'interactions sur les médias sociaux (Twitter, LinkedIn, Facebook, Youtube)	Nombre d'interaction sur les médias sociaux Twitter et LinkedIn, dans le but de renforcer auprès du grand public la notoriété du projet et l'engagement de l'UE.	Il s'agit par exemple : Pour Twitter : l'évolution du nombre d'abonnés en un an au compte du projet, de « like », de « retweet »,... Utilisation de Twitter Analytics ( <a href="https://analytics.twitter.com">https://analytics.twitter.com</a> ).

Evé- nement	Nombre d'événements organisés	Nombre de manifestations destinées au public et ayant pour but de renforcer la notoriété du projet et l'engagement de l'UE.	Pour LinkedIn : l'évolution du nombre de relations, du taux d'engagement, du nombre d'abonnés à la page du projet, de « like », de partage des articles publiés,... Utilisation des statistiques LinkedIn sur la page entreprise > Statistiques.  Pour Facebook : l'évolution du nombre de « fans » de la page du projet, de « like », de partage des articles publiés, d'engagement des fans,... Utilisation des statistiques Facebook sur votre page > Statistiques.  Pour Youtube : l'évolution du nombre d'abonnés, le nombre de vues des vidéos publiées, de « like », de partage,... Utilisation de Youtube Analytics ( <a href="https://www.youtube.com/analytics">https://www.youtube.com/analytics</a> ).
	Nombre de participants aux événements	Nombre de personnes assistant aux événements organisés par les opérateurs, destinés au public et ayant pour but de renforcer la notoriété du projet et l'engagement de l'UE.	Il s'agit de toute manifestation relative à la communication sur le projet : conférence de presse, séminaire d'information, événement,....
	Taux de satisfaction des participants	Taux de satisfaction des participants aux événements organisés par les opérateurs et destinés au public et ayant pour but de renforcer la notoriété du projet et l'engagement de l'UE.	Celui-ci est déduit à l'aide de questionnaires de satisfaction (enquêtes qualitatives) distribués lors des événements, téléchargeable dans la boîte à outils communication sur le site internet du programme.