

# **XI.**

## **Promotion**

# PROJET DE BUDGET PRIMITIF 2006



## SOMMAIRE

1101	Valoriser la Bretagne et les innovations régionales .....	XI.5 à XI.8
1102	Fonds d'intervention régional .....	XI.9
Annexes budgétaires .....		XI.10 - XI.11

## **Programme n° 1101**

### **> Valoriser la Bretagne et les innovations régionales.**

Les objectifs de la politique de communication ont été définis dans le cadre de l'adoption du premier budget de la mandature en 2005. Les premières actions mises en œuvre répondent à ces objectifs qui restent inchangés et qui devront cette année encore guider la politique de communication de la Région : annoncer les projets, expliquer les actions, prendre en compte les attentes et rendre compte des résultats des politiques régionales, mais aussi contribuer à la promotion du territoire et à la valorisation de ses atouts.

#### **> Objectifs**

Ce programme se décline en 4 objectifs :

##### **I – Informer sur les projets de la Région et sur les actions qu'elle conduit dans le cadre du nouveau contrat pour la Bretagne.**

Informé le grand public en donnant du sens à l'action régionale dans le quotidien des Bretons mais aussi informer les publics concernés par les différentes politiques régionales.

##### **II – Ecouter et prendre en compte les acteurs locaux et la population.**

De fortes attentes s'expriment dans ce domaine et la Région s'efforce d'y répondre par la concertation avec l'ensemble des partenaires, associations, acteurs économiques et culturels... Nous devons également continuer d'interroger les Bretons sur des grandes questions d'intérêt régional comme nous l'avons fait cette année sur les grands enjeux de l'eau en Bretagne.

##### **III – Rendre compte de l'action conduite et de ses résultats**

A l'instar de ce qui est réalisé autour du bilan TER, il est important de communiquer sur les effets et résultats de l'action publique régionale. Nous veillerons à rendre compte des actions conduites dans nos différents supports de communication.

##### **IV – Valoriser l'image de la Bretagne et les principaux secteurs de l'économie**

En lien avec l'agence régionale de développement économique notamment, la Région doit contribuer à la promotion du territoire et veiller à rééquilibrer les représentations associées à la Bretagne en imposant une image plus actuelle, celle d'une région fidèle à son identité mais aussi solidaire, innovante, engagée dans un développement durable. Les pôles de compétitivité et la politique de développement des filières seront des leviers importants pour ce volet de notre politique de communication.

#### **> Actions**

Des premières actions de fond, engagées en 2005, permettent aujourd'hui d'appréhender les actions de communication de manière plus cohérente. Le lancement d'un nouveau logo associé à l'application d'une charte graphique sur l'ensemble des supports de communication est gage d'efficacité, de meilleure lisibilité et, à terme, d'une reconnaissance accrue de l'Institution.

La généralisation du bilinguisme (français breton), dans la communication de la Région doit se poursuivre et s'amplifier notamment par la signalisation bilingue pour la dénomination des gares TER au fur et à mesure de l'avancement du programme de rénovation et par l'apposition du logotype de la Région en français et en breton sur le matériel TER au fur et à mesure de la réalisation des travaux de maintenance sur les rames TER.

## **- Les publics cibles de la communication de la Région**

Cinq grandes catégories de publics sont concernées par les actions d'information et de communication de la Région :

- les élus locaux (parlementaires, conseillers généraux, maires, conseillers municipaux, élus des pays...)
- le grand public, c'est-à-dire la population bretonne dans son ensemble
- les partenaires de la Région (services de l'Etat, chambres consulaires, associations satellites, chefs d'établissement, organismes de formation, universités, milieux économiques, conseils de développement des pays....)
- les publics bénéficiaires des politiques régionales et usagers du service public (certains partenaires cités plus haut mais aussi les entreprises, les jeunes lycéens et apprentis, les associations, les agriculteurs, les usagers du TER, les bénéficiaires des aides individuelles à la formation...)
- les publics extérieurs à la Région, relais d'opinion, milieux économiques, investisseurs...

## **- Les moyens d'actions**

### **- L'élaboration d'un plan d'actions par politique régionale**

Après une série de rencontres avec les directions en charge des politiques sectorielles le service communication poursuit l'objectif annoncé d'un plan de communication par politique régionale. Celui-ci devrait voir le jour dans le courant du premier trimestre 2006.

Pour assurer l'information et la communication sur les projets, les politiques régionales et leurs dispositifs, les différents supports et outils sont mobilisés avec le souci de la cohérence des messages et d'une couverture optimale. Ainsi, la communication doit elle-même veiller à assurer la transversalité autour de ses propres outils de communication que sont les éditions, l'Internet, les événements, la communication publicitaire...

### **- Les éditions**

\* Avec le lancement fin 2005 du premier numéro de « Bretagne ensemble », la Région dispose, comme de nombreuses collectivités, d'un outil d'information grand public. Des ajustements seront apportés au prochain numéro au vu des résultats de l'évaluation réalisée auprès d'un échantillon de lecteurs fin décembre et début janvier. A noter, à la suite d'une première table ronde de lecteurs qui s'est déroulée en décembre, que l'attente d'information est forte et que la légitimité du Conseil régional à communiquer sur ses projets et ses actions est totalement reconnue. Deux à trois parutions de « Bretagne Ensemble » sont prévues en 2006 (mai, septembre, décembre).

\* « Région Bretagne Info », journal d'information à destination des publics relais (élus locaux, partenaires de la Région...) paraît tous les deux mois depuis mai 2005. Une évaluation de la publication est prévue courant 2006.

\* Le pôle publication du service communication interviendra également sur la réalisation d'autres éditions en lien avec les directions chargées des politiques sectorielles ; il s'agit là de publications plus ponctuelles d'informations sur des politiques ou des dispositifs, à destination des publics concernés.

\* Enfin, il est envisagé de publier les différents schémas qui seront adoptés cette année sous une forme commune (collection) qui reste à déterminer.

## **- Le site Internet : [www.region-bretagne.fr](http://www.region-bretagne.fr)**

Le site Internet de la Région est riche en contenu et connaît une fréquentation assez élevée (environ 2500 à 3000 visiteurs uniques par jour).

Il doit aujourd'hui évoluer pour apporter plus d'espaces d'interactivité permettant aux internautes de participer au site, de donner des avis, d'émettre des propositions... Le développement de « chats », forums de discussion, sondages en ligne, blogs est à envisager. Il doit aussi pouvoir intégrer des contenus multimédia et notamment des sujets vidéo.

Le service communication enregistre aussi une demande croissante de développement de mini sites « événementiels » pour une mise en valeur des contenus et services associés aux événements (Biennale de l'égalité femme-homme, Assises de la pêche et de l'aquaculture...).

Plus globalement, le site de la Région doit évoluer vers un modèle de type « portail » avec un site majeur [www.region-bretagne.fr](http://www.region-bretagne.fr), des sites événementiels et ponctuels, des sites ciblés (jeunes), des extranets à caractère plus ou moins professionnel. Ces évolutions seront initiées en 2006 en concertation avec les services concernés par le développement de l'Internet pour une meilleure cohérence et mutualisation des contenus et des services.

## **- Les événements.**

### **\* Les événements organisés à l'initiative de la Région.**

Colloques, journées de rencontres et de concertation avec les partenaires, remises de prix... la Région organise ses propres événements autour de ses domaines d'intervention. Parmi ceux qui seront organisés en 2006, notons, le prix Bretagne jeune chercheur, la première biennale de l'égalité femme-homme, les Assises de la pêche, l'université d'été de l'eau, les trophées du sport et, en fin d'année, les troisièmes Assises des territoires...

La Région poursuit ses rencontres régulières avec les élus locaux et ses principaux partenaires.

### **\* La Région partenaire d'événements.**

L'année 2006 sera encore riche en événements porteurs pour l'image de la Bretagne. Pour la Région il s'agit de se positionner comme partenaire d'événements à fort caractère de modernité, de dynamisme, de popularité, d'innovation bénéficiant d'une audience régionale ou nationale, voire internationale pour certains d'entre eux.

Trois rendez-vous importants cette année dans le domaine de la course au large avec la transat AG2R et la Solitaire Afflelou -le Figaro qui partiront de Concarneau et, en octobre, le départ de la Route du Rhum à Saint-Malo.

2006 sera aussi une année riche pour le cyclisme en Bretagne avec, notamment, la première édition du Tour de Bretagne cycliste et le passage du Tour de France en Ille-et-Vilaine et dans le Morbihan.

Le Défi des ports de pêche qui se déroulera en Bretagne en juin, et les fêtes de Douarnenez en juillet seront l'occasion pour la Région de promouvoir les actions qu'elle conduit dans le domaine de la mer et de la sécurité maritime, notamment.

Enfin, la Région sera partenaire des initiatives qui s'annoncent pour promouvoir la Bretagne à Paris, qu'il s'agisse du Concert de la Saint Patrick à Bercy en mars ou des manifestations qui seront programmées en mai.

**\* Une présence régulière sur des salons régionaux ou nationaux.**

La Région est présente sur des salons régionaux pour sensibiliser le public aux politiques conduites dans le domaine concerné par la manifestation (salons de la formation, Space...). Elle assure aussi la représentation de la Bretagne sur des salons nationaux spécialisés sur des filières économiques, comme le Midem à Cannes, le salon de l'agriculture, le salon du livre, le SIAL et le salon nautique à Paris.

Après une première expérience en 2005, la Bretagne sera à nouveau présente au « China international aquatic sports and boat show » de Qingdao (shandong), en mai prochain, sur un espace commun avec les Régions Pays de la Loire et Poitou-Charentes.

**- La communication publicitaire.**

Le recours à la communication publicitaire est souvent utile pour toucher les différents publics visés par une action ou campagne de communication.

Des opérations d'envergure comme la semaine de l'apprentissage, les olympiades des métiers, l'annonce de nouvelles dessertes sur le réseau TER...nécessitent la mobilisation des médias régionaux (presse quotidienne, hebdomadaire, magazine, radio, affichage, internet...) qui offrent des audiences intéressantes et souvent complémentaires. La politique d'achat d'espaces publicitaires tient compte de la capacité de chaque support à répondre aux objectifs de communication et à toucher les publics visés.

**\* La communication TER**

Financée sur les crédits de la politique sectorielle, la communication TER fait l'objet d'une étroite collaboration entre le service communication et la direction des transports. En 2006 un appel d'offres sera lancé en vue de conclure un marché de trois ans avec une agence de communication. Cela nous permettra de travailler de manière plus cohérente sur la communication autour du transport régional de voyageurs et d'affirmer plus encore le rôle de la Région dans ce domaine. Parmi les actions phares à conduire en 2006, notons le programme de rénovation des gares et la signalétique à installer dans l'ensemble des gares TER, la nouvelle gamme tarifaire, le déploiement de Korrigo sur le réseau TER (périurbain de Rennes) et la promotion des nouvelles dessertes.

---

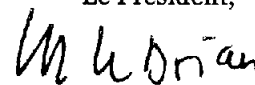
**En conclusion, le Conseil régional décide au titre du programme 1101 « Valoriser la Bretagne et les innovations régionales » :**

- > d'ouvrir une autorisation d'engagement de 4 838 000 € au titre de l'exercice 2006 ;
- > d'inscrire un crédit de paiement de fonctionnement de 4 500 000 € ;

La ventilation de ces crédits par chapitre budgétaire figure conformément au cadre comptable en annexes 1 et 2.

- > d'autoriser la prise en charge par la Région des frais de déplacement, d'hébergement et de restauration de délégations étrangères ainsi que de journalistes, animateurs, experts ou personnalités invités à participer à des manifestations organisées, co-organisées ou soutenues par le Conseil régional en France ou à l'étranger.
- > de donner délégation à la Commission permanente pour :
  - décider du choix des opérations à financer.
  - affecter l'autorisation d'engagement ouverte au budget.

Le Président,



Jean-Yves LE DRIAN

## **Programme n° 1102**

### **Fonds d'intervention régional**

#### **> Objectifs**

Un Fonds d'Intervention Régional (F.I.R.) a été mis en place pour permettre de financer des opérations ponctuelles, non programmées ou imprévisibles, n'entrant pas dans le domaine des politiques régionales mais présentant un intérêt marqué ou une urgence particulière.

Depuis 2005, ce programme intègre le dispositif antérieur du « Fonds d'Intervention Régional de la Formation Professionnelle Continue et de l'Apprentissage » destiné notamment à accorder une aide exceptionnelle à des personnes au titre d'un accompagnement social, compte tenu des difficultés particulières qu'elles rencontrent pour la réalisation de leur formation.

#### **> Modalités générales d'intervention**

Les demandes seront examinées au coup par coup en fonction de l'intérêt des projets, des budgets et des plans de financement présentés, dans la limite des crédits disponibles.

La contribution régionale, attribuée forfaitairement, prendra la forme de subventions et, s'agissant des dossiers de formation professionnelle continue et d'apprentissage, des aides individuelles pourront être directement allouées aux personnes pour leur permettre de mener à bien leur projet de formation afin de faciliter leur insertion professionnelle.

Le Fonds d'Intervention Régional n'a pas vocation à venir en complément des participations régionales accordées au titre des politiques existantes.

---

#### **En conclusion, le Conseil régional décide au titre du programme 1102 « Fonds d'intervention régional » :**

- > d'ouvrir une autorisation de programme de 800 000 € au titre de l'exercice 2006 ;
- > d'ouvrir une autorisation d'engagement de 1 200 000 € au titre de l'exercice 2006 ;
- > d'inscrire un crédit de paiement d'investissement de 1 000 000 € ;
- > d'inscrire un crédit de paiement de fonctionnement de 1 200 000 € ;

La ventilation de ces crédits par chapitre budgétaire figure conformément au cadre comptable en annexes 1 et 2.

- > d'adopter les modalités générales d'intervention ;
- > de donner délégation à la Commission permanente pour affecter l'autorisation de programme et l'autorisation d'engagement ouvertes au budget.

Le Président,



Jean-Yves LE DRIAN

# Projet de Budget primitif pour 2006

## *Répartition des autorisations de programme et d'engagement*

### XI - Promotion

	AP	AE	Total
	900	930	
P01101 Valoriser la Bretagne et les innovations régionales		4 838 000	4 838 000
P01102 Fonds d'intervention régional	800 000	1 200 000	2 000 000
<b>Total</b>	<b>800 000</b>	<b>6 038 000</b>	<b>6 838 000</b>

	AP	AE	Total
<b>Total</b>	<b>800 000</b>	<b>6 038 000</b>	<b>6 838 000</b>

**Projet de Budget primitif pour 2006**  
*Répartition des crédits de paiement - Investissement et Fonctionnement*

**XI - Promotion**

	Inv. 900	Fonct. 930	Total
P01101 Valoriser la Bretagne et les innovations régionales		4 500 000	4 500 000
P01102 Fonds d'intervention régional	1 000 000	1 200 000	2 200 000
<b>Total</b>	<b>1 000 000</b>	<b>5 700 000</b>	<b>6 700 000</b>

	Investissement	Fonctionnement	Total
<b>Total</b>	<b>1 000 000</b>	<b>5 700 000</b>	<b>6 700 000</b>