



eau  
seine  
NORMANDIE

# Stratégie territoriale de communication DTMSAv

Version du 1<sup>er</sup> mars 2019

ENSEMBLE  
DONNONS  
vie à l'eau

Agence de l'eau

# Sommaire

 La communication dans le 11<sup>e</sup> programme

 Stratégie de communication de la DT sur ses actions

 Stratégie normande sur les aides de communication

# La communication dans le 11<sup>e</sup>

## Programme Eau et Climat

### 1.7 Les opérations de communication

L'agence de l'eau Seine-Normandie accompagne les projets de communication dont l'objectif est de promouvoir la politique de l'eau approuvée par le comité de bassin et les priorités du programme d'intervention de l'agence de l'eau sur le bassin.








Les opérations de communication doivent contribuer à informer et mobiliser, en priorité, les maîtres d'ouvrage et les acteurs de l'eau :

sur un ou plusieurs thèmes d'intervention de l'agence de l'eau comme la qualité des rivières, le littoral, les eaux souterraines, la réduction des pollutions, le développement durable, la biodiversité, le changement climatique, la santé, l'assainissement... ;

sur une stratégie territoriale.

# Stratégie de communication de la DT sur ses actions

La stratégie de communication de la DT est définie pour ses actions en régie. Elle comprend pour 2019 :

-  1 COMITER le 22 mars avec conférence de presse
-  3 réunions départementales de présentation du 11<sup>ème</sup> programme et des primes pour épuration (26 mars Dreux, 27 mars Évreux, 2 avril Gruchet-le-Valasse)  
2020 proposition de retour des Matinales
-  3 réunions départementales de présentation des modalités d'attribution des primes pour épuration (date à programmer)
-  Présentations spécifiques du 11<sup>ème</sup> programme à des partenaires et ou relais de l'agence (ex : DREAL, UIC UIMM pour les aides aux activités économiques non agricoles)
-  1 forum commun aux COMITER Seine Aval et Bocages Normands (date à programmer à Caen)
-  1 conférence de presse à la rentrée de septembre avec Mme Blanc
-  Organisation de conférence de presse pour signatures de Contrats Territoriaux Eau et Climat



eau  
seine  
NORMANDIE

# Stratégie de communication de la DT sur ses actions

Valorisation des établissements industriels de la DTMSAv nouvellement agréés par l'agence au titre du suivi régulier des rejets (médias)



Participation :

- à la signature de chartes pour la stratégie d'adaptation aux changements climatiques,
- aux points presse,
- aux suivis des sollicitations médias,
- aux inaugurations,



Mise en œuvre de la RSE au sein de la DT (plan de déplacement, 50% de véhicules électriques, développement des circuits court, ...)



1 journée de la DT prévue en septembre 2019



Participation au 2ème évènement gratuit le plus important de France :  
**l'ARMADA du 6 au 16 juin.**





Exposition dans un stand de 100m<sup>2</sup> (Circuit pédagogique, salle de projection...)

Thématique retenue : (1989 -2019) le rôle de l'agence dans la reconquête de la Seine et les enjeux à venir liés aux changements climatiques

Présence des membres des COMITER Seine Aval et Bocages Normands et de la COLIMER

# Stratégie DSAV-DBN de communication sur les actions

Le forum de l'AESN (prévu à Caen date à programmer) pourrait comporter à son ordre du jour :

-  l'état des lieux : présentation des données mises à la consultation technique locale sur les pressions significatives, zoom par territoire (quantitatif Eure et Eure et Loir, ...)
-  les priorisations du 11<sup>e</sup> programme « eau et climat » et les stratégies de contractualisation locales pour répondre à l'EDL présenté
-  des résultats de recherche a priori avec le GIP Seine-aval
-  les aides sur le renouvellement du patrimoine issues des Assises 1<sup>ère</sup> phase, avec la Caisse des Dépôts et Consignation et en élargissant l'invitation aux entreprises et bureaux d'études concernés par les travaux de réseaux (FRTP, canalisateurs de France)

# Stratégie DSAV-DBN sur les aides communication

Le cadrage du 11<sup>e</sup> programme vise à concentrer les efforts de communication pour « mobiliser les maîtres d'ouvrage » sur les « priorités du programme d'intervention ».

- La stratégie de communication de la DT consiste à aider, sur les lignes communication et de pédagogie (hors classes d'eau scolaires), des projets qui ont pour objectif de faire émerger à des actions prioritaires du programme :

— **→ la Communication de la DT au service de l'Action**

# Stratégie DSAV-DBN sur les aides communication : 3 cibles sur 4

Il est identifié 4 types de maîtres d'ouvrage dans les domaines d'intervention de l'AESN :

- **Les collectivités** (EPCI en priorité, mais aussi syndicats en cours de restructuration et communes encore compétentes jusqu'au transfert aux EPCI)
- **Les agriculteurs**
- **Les artisans et industriels**
- **Les organismes autres** intervenant sur le thème de l'eau de par leurs propres missions (associations de protection de l'environnement, chambres consulaires...)

Les derniers étant naturellement mobilisés sur le sujet, la communication doit viser prioritairement à mobiliser les 3 premiers (des actions de communication ne sont pas exclus pour nos partenaires comme les chambres consulaires, ...)

Pour les agriculteurs et artisans/industriels, l'action se traduisant par un choix personnel et réfléchi du dirigeant, il est retenu comme outil principal de les mobiliser au travers des classes d'eau adultes (par lycées agricoles, chambres consulaires, association, SIDESA...).

→ **La Communication de la DT cible les collectivités et particulièrement les EPCI**



# Stratégie DSAV-DBN sur les aides communication : 6 thèmes pour la cible EPCI

Pour les EPCI, la stratégie de la DT consiste à retenir les thématiques à effet majeur pour l'atteinte des objectifs du bon état des eaux,  
L'objectif est de mobiliser les maîtres d'ouvrage sur les 6 thématiques suivantes :

- 1) **Solutions pour la gestion du pluvial (urbain et érosion ruissellement rural):** érosion-ruissellement en rural et en ville, désimperméabilisation et réhabilitation des réseaux assainissement,
- 2) **Solutions pour la restauration de la continuité écologique (RCE)** sur les cours d'eau,
- 3) **Solutions par la nature sur le littoral** : milieux naturels côtiers comme outils d'adaptation au changement climatique,
- 4) **Solutions par la nature en général**, en particulier sous l'angle de leur moindre coût en fonctionnement et des solutions innovantes,
- 5) **Solutions pour la préservation de la ressource en eau** (en qualité et quantité)
- 6) **Incitation pour le développement de solutions** pour la gestion des EU et DD des PME TPE

➔ **La Communication de la DT au service du Bon État des Eaux**

# Stratégie DSAV-DBN les aides communication : 3 principes

Dans le cas où le maître d'ouvrage de l'opération de communication est une organisme (associations ou autres) le programme prévoit :

Association systématique d'une collectivité locale : « *Les projets locaux portés par des associations doivent impliquer au moins une collectivité ou une intercommunalité, ou bien une structure professionnelle, ou bien encore une structure départementale ou régionale.* »

Taux de subvention : jusqu'à 50 % de l'assiette retenue (Compte Programme 3404).

Définition de résultats mesurables pour qualifier l'efficacité de l'opération, en vue ou non, de sa reconduite ou de sa requalification

# Stratégie DSAV-DBN sur les aides communication : des formes diverses

Les modalités pour l'application de la stratégie proposée est de prioriser les retours d'expériences d'opérations concrètes à succès :

Pour le programme « *Les opérations de communication éligibles peuvent inclure :*

- ❖ *les événements, colloques, journées d'information, opérations presse ;*
- ❖ *la production et la diffusion d'outils d'information : lettres d'information, brochures, plaquettes, ouvrages, outils interactifs ;*
- ❖ *les expositions, panneaux de sentiers d'interprétation, sites internet spécifiques à l'action de communication (événementiel, pédagogique) ;*
- ❖ *les films et outils audiovisuels ;*
- ❖ *les jurys citoyens, conférences de consensus, débats publics, conférences citoyennes, focus groupes, sondages ;*
- ❖ *les plans de communication des contrats, SAGE ;*
- ❖ *la coédition d'ouvrages.*

*Les opérations de communication avec supports numériques seront favorisées. »*



**eau  
seine**  
NORMANDIE

# Merci pour votre attention !

Retrouvez-nous sur [www.eau-seine-normandie.fr](http://www.eau-seine-normandie.fr)



**ENSEMBLE  
DONNONS  
vie à l'eau**

Agence de l'eau