

# Stratégie locale de communication BN

Version du 8 février 2019  
présentée en COMITER



# Sommaire

Rappel du 11<sup>e</sup> programme

Stratégie de com de la DT sur ses actions  
en régie

Stratégie de com de la DT sur ses aides



# Rappel du 11<sup>e</sup> Programme

## « I.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.

### a- Actions aidées

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 com de la DT sur ses actions en régie

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

- un forum normand,
- la participation à des inaugurations et réponses aux journalistes pour les projets financés par l'agence et l'organisation avec les signataires de Contrats Territoriaux Eau et Climat de conférences de presse,
- une journée d'équipe prévue au printemps avec le Service Littoral et Mer,
- des actions ciblées sur le 11<sup>e</sup> programme : vu le succès du forum du 12/12/2018, plutôt que d'organiser de nouvelles réunions générales à l'échelle de chaque département, il est retenu le principe d'organiser des opérations de com ciblées par domaine, opérations à piloter par le référent du domaine (avec l'appui de la chargée de projets), cf liste issue de la réunion avec les COP spécialisés du 18/12/2018.

# Stratégie de com de la DT sur ses actions en régie

Domaine	Réf.	Cible	Moyen	Echéance
Rivières	TL	Techniciens des collectivités et fédés pêche	Participer à la réunion semestrielle organisée par la CATER	Fait le 27/11/2108
Captages AEP	GG	Animateurs BAC	Réunion annuelle organisée par le siège de l'AESN (présence SDEau50 et RESEAU mais pas autres comme SDE61... ; d'où ligne suivante)	Fait à Paris en 2018
AEP, nouvelles conditionnalités	GG	Elus, techniciens, délégataires et animateurs BAC	Organiser une demi-journée dédiée	2019 mais dès que les règles sur les conditionnalités sont claires
Erosion-ruissellement en rural	FB	Techniciens bocage, correspondants des EPCI compétents sur urbanisme et PLUI, co-financeurs CR et CD, chambres agriculture, fédés de chasse et Ademe	Organiser une demi-journée dédiée avec exemples concrets	2019 ou 2020 si la préfète de l'Orne organise une réunion sur ce sujet en 2019, réunion à laquelle il faudrait contribuer activement
Erosion-ruissellement en ville	FB	Aménageurs, CAUE, grosses collectivités qui ont la compétence urbanisme et aménagement (compétence obligatoire au 1/01/2020), BET et MOE du secteur de l'aménagement	Organiser une demi-journée dédiée avec exemples concrets de ce qui peut être fait (noues, rues, parkings, centres bourgs, centres villes, question des ilots de chaleur...) et point sur les zonages pluviaux	Automne 2019
Agriculture	CR L	Nouveaux élus des chambres d'agriculture et coopératives et industriels potentiellement concernés par les filières BNI	Organiser une demi-journée dédiée	Mai 2019 après avoir tout de même clarifié notre « définition » locale des « territoires à enjeu agricole »

# Stratégie de com de la DT sur ses actions en régie

Domaine	Réf.	Cible	Moyen	Echéance
Biodiversité	ILG	Associations environnementales	Organiser une réunion commune avec l'OFB	Sur la base du calage clair avec l'OFB
Zones humides	ILG	Vu leur disparition progressive, enjeu de sensibilisation hyper locale : cible = les maires	Sujet à présenter à une réunion de chaque association des maires (en se calant avec AELB pour le 61)	3 réunions des associations de maires en 2019 (14, 50 et 61)
Contrats territoriaux	AG	D'une part la population concernée par le contrat signé (sensibilisation aux enjeux prioritaires) D'autre part les élus des autres territoires susceptibles de signer des contrats	Com dans la presse locale et com sur les réseaux sociaux	A chaque signature de contrat
Industrie	BB	Les industriels qui ne connaissent même pas les aides de l'agence	Moyen 1 = contacts réguliers avec les inspecteurs de la DREAL pour qu'ils diffusent l'info aux entreprises contrôlées et informent aussi l'AESN des industriels à démarcher en direct. Moyen 2 = faire connaître l'agence et ses aides à des réunions organisées par les CCI	1 réunion par CCI en 2019
Assainissement	MA	Sur le 11 <sup>ème</sup> programme, besoin de bien communiquer sur le ciblage ANC	Faire passer le message par le relais dédié = les Satèse	Vérifier que les Satèses font bien passer l'info.
Stratégie d'adaptation au changement climatique	TL	D'une part sensibilisation de la population D'autre part les élus des autres collectivités susceptibles de signer la charte	Com à l'occasion des signatures de contrats territoriaux, voire avec les structures qui ont des subventions pour animation	A chaque signature de contrat

# Stratégie de com de la DT sur ses aides : 1 logique

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

La stratégie de com de la DT consiste à n'aider sur les lignes com et pédagogie (hors classes d'eau scolaires) que des projets qui permettent à des actions prioritaires du programme de voir le jour :

→ **la com au service de l'action.**

# Stratégie de com de la DT sur ses aides : 3 cibles sur 4

Il est identifié 4 types de maîtres d'ouvrage dans nos domaines d'intervention :

- **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 intervenant sur le thème de l'eau de par leurs propres missions (associations de protection de l'environnement...)

Les derniers étant naturellement mobilisés sur le sujet, la communication doit viser à mobiliser les 3 premiers.

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

La stratégie de com de la DBN est donc focalisée sur les collectivités et en cible principale les EPCI.

# Stratégie de com de la DT sur ses aides : 3 thèmes pour la cible EPCI

Pour cette cible que sont les EPCI, la stratégie de la DT consiste à retenir les thématiques qui ont un effet majeur sur l'atteinte de nos objectifs (bon état des eaux) et qui ne se « vendent » pas facilement à nos interlocuteurs (les maîtres d'ouvrage). L'objectif est donc de réussir à mobiliser les maîtres d'ouvrage sur les 3 thématiques retenues.

- 1) **érosion-temps de pluie** : érosion-ruissellement en rural et en ville, désimperméabilisation et réhabilitation des réseaux assainissement
- 2) **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

# Stratégie de com de la DT sur ses aides : 3 principes

Si le maître d'ouvrage de l'opération de com qui demande l'aide n'est pas la collectivité susceptible de porter l'action, le programme prévoit : « 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).

Dernier principe : définir des résultats mesurables (pour argumenter un refus pour une 2<sup>ème</sup> demande d'aide s'il n'y a pas eu de résultat à la 1<sup>ère</sup>).

# Stratégie de com de la DT sur ses aides : des formes diverses

Sur la forme, priorité aux retours d'expériences pour montrer ce qui marche sur des exemples concrets.

Rappel du 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