



Schéma directeur de communication

Mai 2015

Guide de communication stratégique et opérationnel pour le
Contrat de Rivière de l'Herbasse



V2 au 20 mai 2015



Avant propos

Pourquoi une stratégie et un plan de communication sur l'Herbasse ?

Le Contrat de Rivière de l'Herbasse (2010-2016) permet de mettre en oeuvre des actions techniques dans différents domaines (qualité des eaux, restauration et entretien des milieux aquatiques, gestion des inondations, valorisation du patrimoine écologique...). Un volet communication est spécifiquement dédié au Contrat. Pour des raisons temporelles et techniques, ce volet a peu été mis en place durant les premières années du Contrat. La Communauté de communes du Pays de l'Herbasse a choisi, pour ces deux dernières années du Contrat de Rivière, d'élaborer une stratégie de communication et de mettre en oeuvre les outils de communication dédiés. Pour cela, elle est accompagnée du cabinet Autrement Dit spécialisé dans la communication sur les milieux aquatiques.

Que contient ce schéma directeur de communication ?

Le présent document issu de cette mission d'accompagnement est intitulé "Schéma Directeur de communication". Il est conçu comme un guide de communication stratégique et opérationnel pour le Contrat de Rivière de l'Herbasse.

Ce guide permet :

- de mettre en exergue les différents OBJECTIFS STRATÉGIQUES de communication ;
- de définir les besoins de communication, de savoir vers qui communiquer (cibles) et comment le faire (outils-supports),
- de donner de la lisibilité, de la cohérence à toutes les actions du Contrat ;
- de se doter d'un planning de communication calé sur les opérations techniques du Contrat pour instaurer un «réflexe» communication ;
- d'apporter des conseils à l'équipe technique du Contrat pour la mise en oeuvre de sa communication.

Comment ce Schéma Directeur de communication a-t-il été élaboré ?

Le Schéma Directeur de communication du Contrat n'est pas un document théorique. Il est conçu comme une réponse stratégique et pragmatique aux besoins de communication repérés sur le bassin versant de l'Herbasse.

Il a ainsi été construit :

- à partir d'un **diagnostic de terrain** auprès des acteurs du Contrat. **Élus, représentants du monde économique, représentants du monde agricole, associations, riverains, services techniques et communication des collectivités, acteurs du tourisme, monde de la pêche...** ont ainsi pu exprimer leur vision de la communication sur le Contrat et sur la gestion des rivières. Le travail sociologique conduit a permis :
 - de mesurer les perceptions et pratiques sur les cours d'eau du bassin : niveau de compréhension, d'information...
 - de faire émerger des solutions de communication possibles.

Ce guide a également été élaboré :

- à partir de l'analyse, sous l'angle de la communication, de toutes les actions techniques déjà conduites dans le Contrat de Rivière ;
- à partir d'un bilan des outils et de la communication menée ces 4 dernières années sur l'Herbasse ;
- à partir des retours d'expériences de la communication sur d'autres territoires.

Sommaire

Contrat de Rivière de l'Herbasse

1- Diagnostic et stratégie de communication

.....	page 4
1.1 - Les personnes consultées	page 5
1.2 - Le regard des acteurs locaux sur la communication associée à l'Herbasse	page 6
1.3 - Les cibles de communication sur l'Herbasse	page 9
1.1 - Les objectifs stratégiques	page 10
de communication sur l'Herbasse	

2- Les Outils de communication proposés pour le Contrat de Rivière de l'Herbasse

.....	page 14
2.1 - Fiches pratiques des outils	page 15
de communication sur l'Herbasse	
2.2 - Panorama : calendrier et coût des outils	page 28
de communication sur l'Herbasse	

3- Annexes

.....	page 31
-------	---------

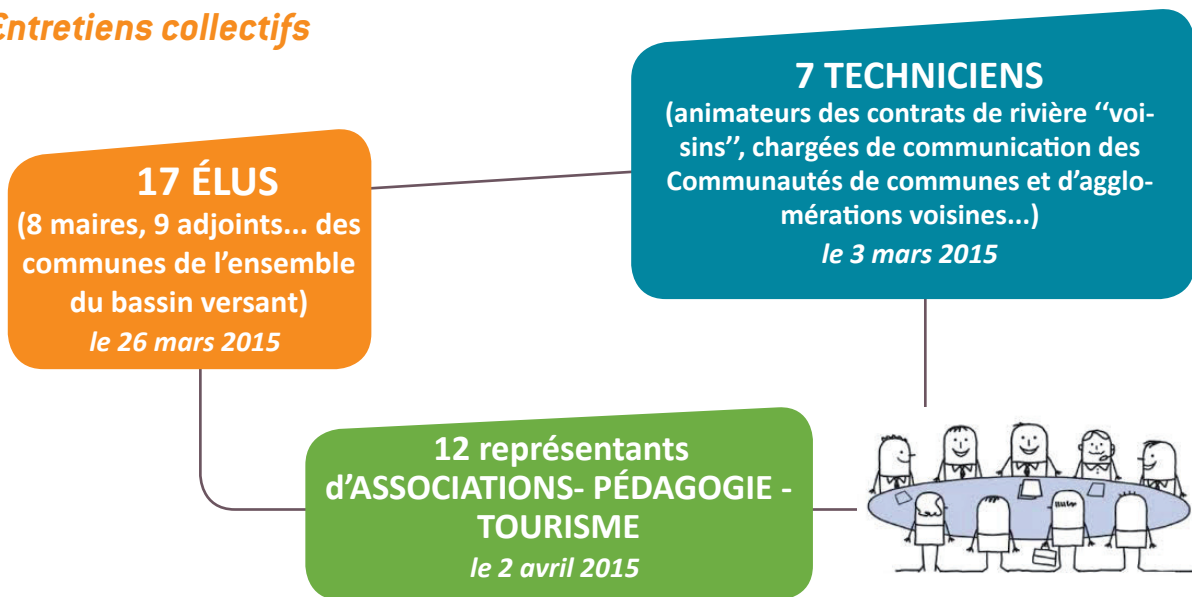
Contrat de Rivière de l'Herbasse

1- Diagnostic et stratégie de communication



1-1 -Les personnes consultées

► *Entretiens collectifs*



► *Entretiens individuels (physique, téléphonique...)*



► **Questionnaire** envoyé aux Présidents, Vice-présidents des Communautés de communes et d'agglomérations voisines en charge de l'environnement, de l'urbanisme, de l'aménagement du territoire et du SCOT (10 destinataires). Il s'agissait, à travers ce questionnaire, de recueillir leurs perceptions des cours d'eau, de connaître les politiques conduites en lien avec l'eau (intégration de la question de l'eau par exemple dans l'urbanisme) et de les interroger sur les besoins de communications et outils à développer sur les rivières.

NB : Les comptes-rendus des entretiens collectifs et individuels ainsi que le questionnaire sont disponibles en annexe de ce Schéma Directeur de communication.

1-2 - Le regard des acteurs locaux

sur la communication associée à l'Herbasse

Diagnostic de communication

● L'Herbasse fait partie du paysage local malgré son image parfois altérée.

De manière générale, pour les acteurs interrogés, l'Herbasse constitue un élément structurant du paysage local (*"On vit ici dans le pays de l'Herbasse"*). Cependant, selon où on se situe sur le territoire (à l'amont, à l'aval ou dans les zones de combes où la rivière est intermittente), l'Herbasse est plus ou moins bien connue ou *"aimée"*: elle est source d'inquiétudes et de désaffection en périodes d'inondation, elle manque pour certains de *"naturalité"* quand elle est canalisée, elle est vécue comme contraignante et impactante quand on subit les pertes des terres agricoles... L'image de la rivière peut donc être négative. Cependant, les acteurs s'accordent pour dire que cette image a évolué : véritable décharge autrefois, rivière de qualité médiocre par le passé, l'Herbasse est aujourd'hui beaucoup mieux perçue. Les acteurs interrogés soulignent en effet l'amélioration de sa qualité grâce à l'assainissement collectif réalisé par les collectivités. Elle présente aussi un potentiel d'attractivité (loisirs et promenade - *"la rivière tend à redevenir un espace de plaisir"*) qui, pour les acteurs interrogés, n'est malheureusement pas assez développé.

● L'éducation à l'environnement auprès des scolaires conduite depuis 2011 sur l'ensemble des communes (en moyenne 20 à 25 classes / an) remporte un franc succès et est reconnue par tous (élus, instituteurs, associations...).

Ces programmes pédagogiques permettent de développer une véritable culture de la rivière auprès des enfants, de *"déclencher"* une conscience environnementale et de sensibiliser indirectement les parents (les enfants jouant un rôle de prescripteurs dans leur entourage).

● Les élus délégués au syndicat sont des relais de communication sur les rivières auprès des habitants et des autres élus mais ils manquent d'éléments techniques simples pour expliquer/ communiquer.

Les élus interrogés soulignent en effet leur rôle en terme de communication.

Ils souhaiteraient pouvoir davantage jouer cette fonction de relais, d'interface (*"Nous sommes, nous les élus, de véritables agents de terrain"*) mais ils disent manquer de temps et devoir gérer des dossiers techniquement complexes et souvent difficiles à synthétiser auprès des autres élus et encore plus des habitants. A ce titre, les élus mentionnent leurs difficultés pour répondre aux sollicitations des habitants, notamment pendant et après les inondations : pas des solutions techniques immédiates à proposer, délais administratifs trop longs par rapport à l'urgence des populations...

Cette vision de l'élu relais de communication est également donnée par d'autres acteurs interrogés. Certains partenaires par exemple considèrent que les élus du syndicat se sont progressivement appropriés la culture de l'eau, n'opposant plus écologie et gestion des cours d'eau. Forts de cette connaissance, les élus pourraient plus facilement être des vecteurs de cette communication auprès des habitants.

● La rivière, son linéaire (source, embouchure, affluents) et son fonctionnement (mobilité, rôle de la ripisylve...) restent incompris des riverains et des habitants.

L'histoire hydromorphologique des cours d'eau est d'ailleurs difficilement appropriable car à l'échelle d'une vie humaine, l'évolution du profil de la rivière n'est pas perceptible.

● La communication sur les cours d'eau semble réservée à des initiés.

Pour les associations locales, la gestion des cours d'eau restent un *"sujet d'expert"* réservé à une minorité, notamment aux décideurs (élus). La rivière devrait être davantage valorisée et expliquée à tous les citoyens du territoire.

● L'accès aux informations sur les cours d'eau n'est pas son forcément "naturel" et spontané pour les élus.

Ces derniers ne viennent en effet pas spontanément vers le SIABH ou la CCPH pour se procurer des infos sur les études, travaux,....

● **L'entretien de l'Herbasse et de ses affluents est généralement vécu comme contraignant par les riverains.**

Les acteurs s'accordent pour dire que les règles et normes sur les cours d'eau découragent toute intervention sur les rivières. Les riverains ont souvent le sentiment que la réglementation est complexe et que l'entretien et les aménagements sont réalisés *"en dépit du bon sens paysan (...) puisqu'on ne peut plus gratter dans le lit de la rivière alors qu'on le faisait autrefois"*. Le monde agricole indique d'ailleurs entretenir sans avoir besoin de conseils du syndicat, ayant eu l'habitude depuis des générations de gérer *"avec bon sens"* justement cette rivière.

Les élus pensent cependant que les méthodes de gestion des cours d'eau ont évolué et que les pratiques ancrées sont difficiles à faire évoluer (acceptation des espaces de liberté des cours d'eau alors que finalement, c'est un phénomène naturel).

● **Les aménagements réalisés sont souvent incompris : les travaux étant jugés parfois peu utiles, contreproductifs, inadaptés** (*"On coupe les arbres au mauvais moment"*) **et coûteux. Le manque de communication sur les projets et travaux sur les cours d'eau peut générer des crispations et des incompréhensions.**

Les acteurs interrogés disent manquer d'explication pour mieux comprendre les travaux réalisés. Ils reconnaissent *"ne pas faire la démarche d'aller en mairie pour chercher l'information"*. Ils estiment cependant que cette information devrait *"arriver directement auprès des habitants et prioritairement des riverains"*. En l'absence d'information, les riverains s'interrogent : ils ne comprennent pas les objectifs des travaux, ont des doutes sur leur utilité, s'inquiètent de la périodicité des travaux (en période pluvieuse par exemple)... Ils auraient donc besoin d'une explication directe et simple pour éviter toutes mauvaises interprétations et critiques des travaux réalisés.

● **Méconnaissance du rôle exact du Syndicat de rivière (SIABH) et de ses actions.** Même si certains disent connaître le Syndicat via les travaux qu'il réalise, les acteurs interrogés semblent globalement mal appréhender le rôle et les actions du Syndicat de l'Herbasse.

Cette méconnaissance ne relève pas d'un manque de transparence mais plus de l'absence de communication régulière.

Quand il est connu, **le syndicat est parfois perçu négativement**. Il est en effet vu comme *"responsable de tout"* : responsable des inondations par manque d'entretien ou d'aménagements, responsable de la réglementation imposée : le syndicat étant perçu comme *"le gendarme qui impose les règles"*.

Il semblerait qu'il y ait une **perte de confiance des riverains dans le syndicat** mais également un manque de compréhension de sa fonction. Créé à l'origine comme une association de riverains pour réaliser collectivement l'entretien des rivières, le syndicat est encore perçu aujourd'hui comme l'outil au service des riverains qui se sont dépossédés de leur rivière et de leurs devoirs. Ils ne comprennent donc pas aujourd'hui pourquoi le syndicat leur demande de réaliser l'entretien par eux-mêmes ou de monter des dossiers de déclaration pour certains travaux.

● **Méfiance sur la communication qui risque de stigmatiser certains usagers** (les agriculteurs notamment). Le monde agricole estime en effet que la communication sur les cours d'eau a tendance à pointer du doigt les agriculteurs, les jugeant responsables par exemple de l'altération de la qualité des eaux. Ils se disent donc méfiants sur la communication qui sera réalisée dans le Contrat, à moins que cette dernière soit abordée plus positivement en valorisant les bonnes pratiques de tous.

● **Sentiment que les "gens du terrain" (riverains, anciens habitants) sont peu écoutés par le syndicat.** Les acteurs interrogés estiment que la parole et le retour d'expérience des *"gens du pays"* sont peu pris en compte dans la gestion des rivières alors qu'ils constituent de *"très bons observateurs de la rivière en cas d'inondation mais également pour la faune et la flore"*.

Pour eux, les gens de terrain devraient donc être davantage associés aux projets du syndicat.

● **La communication préventive sur les inondations et celle de crise** quand l'événement se produit **ne semblent pas prioritaires pour certains**. Certains acteurs interrogés indiquent en effet savoir gérer l'inondation quand elle se produit (*"On sait gérer la crise, on a l'habitude car on voit quand la rivière est en train de monter. On se débrouille donc par le système D"*). Pour eux, la mise en place d'un système d'information en amont de la crise n'est pas forcément pertinent car difficile à organiser pour les collectivités et risquant de minimiser ou au contraire de trop dramatiser l'événement.

Pour d'autres cependant, notamment les nouveaux habitants, l'exposition au risque mériterait d'être davantage expliquée (*"Quand on s'installe ici, on ne soupçonne pas qu'il peut y avoir un risque d'inondation, car la rivière est basse"*). Les personnes interrogées soulignent le rôle à jouer par les "anciens" dans la transmission de cette connaissance.

Certains acteurs estiment que le risque inondation est mieux pris en compte aujourd'hui dans l'urbanisation du territoire. Les collectivités sont aujourd'hui beaucoup plus vigilantes face au risque inondation (*"On fait plus attention aux risques inondation qu'autrefois"*).

A noter que si l'information de crise ne semble pas une priorité sur le bassin, **les populations sont en revanche demandeuses de protection** après l'événement pour que cela ne se reproduise plus.

● **La question de l'eau n'est pas encore suffisamment intégrée dans les politiques d'aménagement du territoire**. Pour certains élus interrogés, il est important que l'ensemble des élus du bassin acquièrent plus de connaissance et d'information sur la gestion de l'eau et des rivières car l'eau est devenue un élément central des politiques d'urbanisme, de voirie, de développement et d'aménagement du territoire. Cette approche est déjà prise en compte dans les SCOT mais des applications locales concrètes devront émerger *"pour ne pas être ni trop permissif ni trop contraignant"* et permettre d'harmoniser les règles sur tout le territoire. Les questionnaires transmis aux Présidents, Vice-présidents des Communautés de communes et d'agglomérations voisines en charge de l'environnement, de l'urbanisme, de l'aménagement du

territoire et du SCOT... témoignent de la difficulté à intégrer l'eau dans l'urbanisme : coût élevé de la gestion des inondations, échelle de bassins versant différents de l'échelle des SCOT et EPCI, complexité technique, multiplicité des intervenants, désintérêt de la question par les populations...

● **Il n'existe pas un outil de communication commun sur l'ensemble du bassin versant de l'Herbasse**. Toutes les communes du bassin de l'Herbasse n'ont pas accès au même niveau d'information. Le journal trimestriel "Les 4 saisons" de la Communauté de communes du Pays de l'Herbasse qui parle régulièrement du Contrat et de la rivière ne couvre que 9 communes sur les 20 que compte le bassin versant.

● **La communication est dépendante des actions techniques** (on ne peut communiquer que si on a des réalisations à montrer ou des résultats à valoriser).

● **Cette communication nécessite du temps et des compétences**. Les acteurs soulignent la faiblesse de communication dans les premières années du Contrat de Rivière de l'Herbasse où la priorité a été donnée aux actions techniques qui n'ont malheureusement pas été valorisées / médiatisées par les techniciens, faute de temps et de compétences en communication (les techniciens reconnaissent qu'ils ont *"tendance à vouloir tout dire"*, à expliquer les choses de manière trop technique...).

● **La communication est une démarche à répétition**. Les acteurs interrogés indiquent qu'à chaque mandat, il est nécessaire de refaire de la communication pour que les nouveaux élus s'approprient les sujets relatifs à la rivière. Cette communication doit également **s'inscrire dans la durée** (pas de communication au coup par coup, besoin d'un rituel, de rendez-vous réguliers de communication).

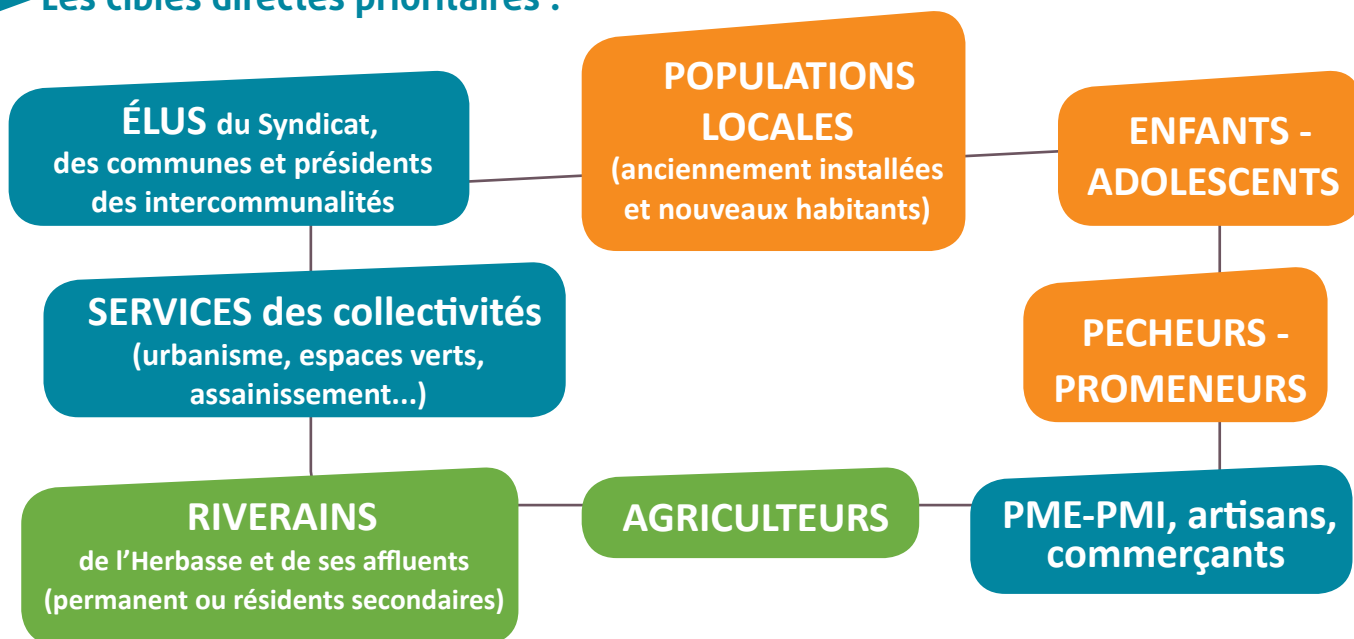




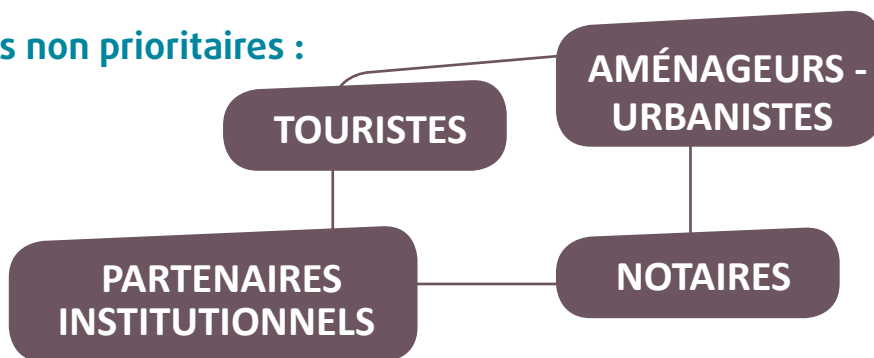
1-3 - Les cibles de communication sur l'Herbasse

Les cibles correspondent à l'ensemble des personnes visées dans la communication sur l'Herbasse et ses affluents. Certaines cibles sont communes à plusieurs opérations. Les cibles sont touchées à des moments distincts avec des messages différents car adaptés. Ces messages ne doivent cependant pas être divergents pour conserver une communication cohérente.

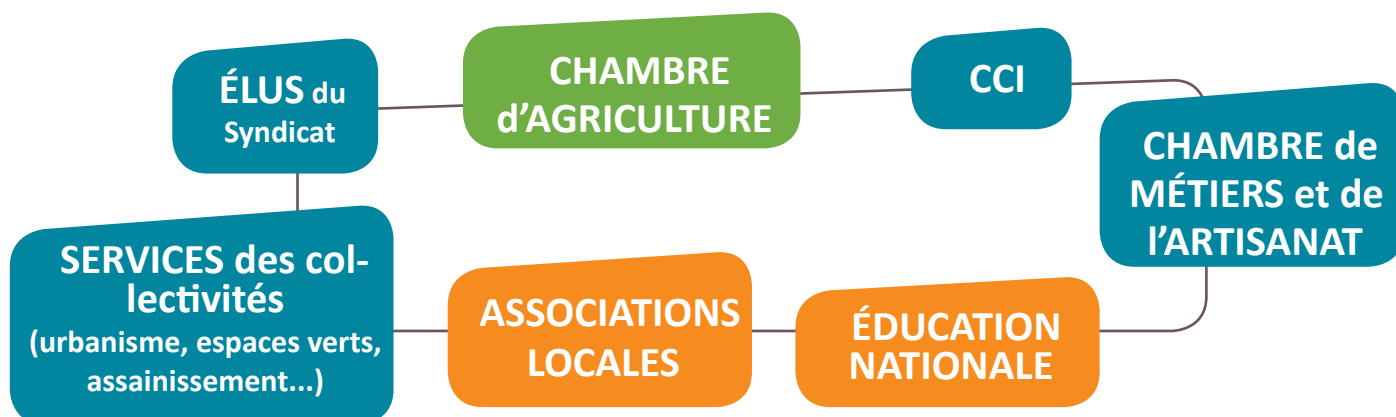
► Les cibles directes prioritaires :



► Les cibles secondaires non prioritaires :



► Les cibles indirectes en tant que relais de communication :





1-4 -Les objectifs stratégiques de communication sur l'Herbasse

Principes génériques de la communication sur l'Herbasse

Assurer une régularité et une répétition dans la communication (avoir des rendez-vous réguliers de communication - cf outil lettre d'information)

Communiquer dans un langage simple et accessible.

Ce n'est pas parce qu'on pense l'avoir déjà dit qu'il ne faut pas le redire ou ce n'est pas parce qu'on a communiqué, qu'on doit croire que l'information est forcément passée.

Développer une communication pédagogique facile à mémoriser (images, croquis, dessins, synthèses...). Pour s'appropriier plus facilement les sujets, la communication doit en effet être simple (mais pas simpliste), facile à retenir à partir des illustrations. La communication "par l'exemple" permet également de favoriser la mémorisation des informations, leur véracité et donc leur acceptabilité. Ce principe vaut autant pour les élus que pour les cibles externes (populations locales, jeunes, riverains...)

Créer un "réflexe" de sollicitation de la presse et mettre en place un "protocole" de travail avec les journalistes (leur demander par exemple d'avoir un droit de relecture de l'article rédigé).

S'appuyer sur les bulletins d'information communaux et intercommunaux pour faire passer de l'information. Les communes manquent parfois de sujets à traiter et pourront être intéressées par cette proposition. Proposer du "prêt à publier" (article rédigé avec photos).

Diversifier les supports de communication.

Le tout numérique n'est pas souhaitable car Internet ne touche pas l'ensemble de la population locale.

Objectif stratégique

Poursuivre les programmes d'éducation à l'environnement auprès des scolaires. Élargir ponctuellement au public adultes.

Valoriser les richesses (biodiversité, patrimoine culturel et bâti) **et ses potentialités d'attractivité** (sentiers de promenades...).

Les associations locales rencontrées soulignent l'importance de travailler avec elles sur cette question. Ce partenariat a d'ailleurs été amorcé, entre autres, pour le projet de liaison douce le long des cours d'eau (cheminement de 21 km dans la vallée de l'Herbasse de Crépol à Clérieux, en cours d'étude). A noter également le travail en cours de l'association "Patrimoine du Pays de l'Herbasse" avec la Communauté de communes du Pays de l'Herbasse, les partenaires touristiques et la conservation départementale du patrimoine (département de la Drôme) sur la mise en place d'une signalétique de plusieurs panneaux durables présentant le patrimoine paysager, bâti, historique, culturel... La dimension écologique des cours d'eau pourrait y être valorisée. Le projet devrait voir le jour à l'été 2016.

Objectif stratégique

Communiquer sur la rivière et non sur l'outil Contrat de Rivière même si parfois, la procédure devra être valorisée pour qu'au moment du bilan par exemple, les différentes catégories d'utilisateurs soient capables de parler du Contrat.

Objectif stratégique général

Développer une culture de l'eau et de la rivière auprès des habitants

- Rapprocher les habitants de leur cours d'eau : mieux la comprendre pour mieux l'apprécier
- Développer une conscience environnementale citoyenne
- Favoriser les changements de pratiques

Objectif stratégique

Développer une conscience du risque inondation (valoriser le savoir des anciens, les techniques préventives..)

Objectif stratégique

Développer une communication de terrain qui valorise les efforts réalisés par tous (= communication ascendante positive).

Objectif stratégique

Permettre à chacun d'acquérir un "bagage de connaissances" sur les cours d'eau

Sujets de communication pressentis :

- **Qualité de l'eau** : vulgariser les données sur la qualité de l'eau des rivières (et non sur la qualité de l'eau potable car cette communication sur la potabilité est déjà faite par les syndicats des eaux). Cibles intéressées : les agriculteurs, les pêcheurs, les collectivités. Attention cependant à la communication sur la qualité : il sera essentiel d'apporter une lecture vulgarisée et objective des résultats d'analyse, en se basant sur des méthodes récurrentes et identiques d'une année sur l'autre. Communiquer également sur la gestion / réduction des produits phytosanitaires.
- **Entretien et travaux réalisés** sur les cours d'eau. (cf page suivante)
- **Gestion des inondations** (communication sur le fonctionnement naturel des cours d'eau, argumentaire sur les espaces de liberté pour favoriser la négociation sur l'acquisition foncière,...)
- **Ressource en eau** (sensibiliser toutes les cibles aux économies d'eau domestique, agricole, dans les col-

lectivités...). A noter que pour les élus interrogés, le projet d'implantation d'un complexe touristique dans la forêt des Chambarans est jugé impactant d'un point de vue écologique mais également décredibilisant pour la communication. En effet, le projet très consommateur d'eau s'oppose à la communication sur les économies d'eau que les élus souhaitent développer sur le bassin versant.

A noter également que la question de la ressource en eau, peu traitée dans le Contrat de Rivière de l'Herbasse, constitue aujourd'hui un thème essentiel.

- **Biodiversité** : sujet qui peut toucher tous les publics (cf valoriser les richesses (biodiversité, patrimoine culturel et bâti) et ses potentialités d'attractivité).

• La question de la **continuité écologique** ne semble pas être un sujet de communication "attrayant" pour les élus et les populations locales, car ils n'en perçoivent pas forcément les enjeux, qui peuvent d'ailleurs leur sembler moindres au regard de la problématique inondation. Cependant ce sujet méritera d'être développé pour expliciter les objectifs et l'intérêt des opérations conduites par le Syndicat sur la continuité écologique.

Objectif stratégique

Aider les élus à être des relais locaux de communication sur l'Herbasse.

Leur donner les moyens de mieux comprendre les problématiques techniques pour mieux les expliquer aux élus non délégués. Exemples d'outils possibles : formation sur le terrain, fiches mémo rapides à lire, intervention de l'équipe technique du Syndicat dans les conseils municipaux ou communautaires pour présenter les actions et projets en cours, réflexion sur l'amélioration des commissions de travail (synthèse technique...)... (cf détail dans les pages suivantes : outils de communication).



Objectif stratégique général

Renforcer la communication INTERNE (élus / syndicat) pour faciliter la communication externe

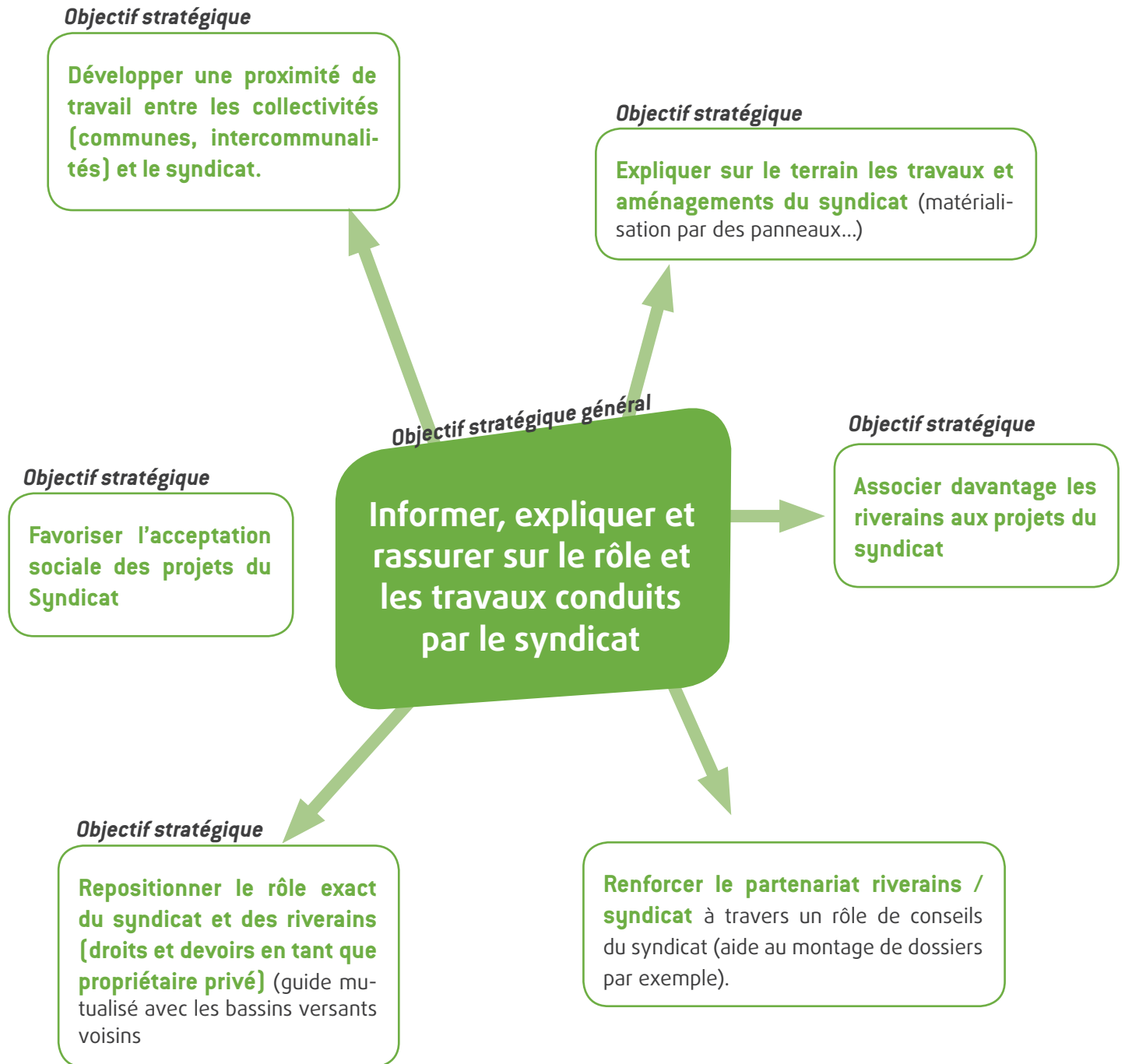
Objectif stratégique

Rendre les informations et données facilement accessibles pour une meilleure appropriation par les élus locaux (plateforme de stockage de donnée, pour que l'information soit disponible (compte-rendus de réunion, rendus d'études, compte-rendu de suivi de chantier, dates et calendrier, point régulier sur l'avancement du contrat). Cette plateforme pourrait également intéresser les partenaires extra-locaux.

Objectif stratégique

Aider tous les élus à acquérir une culture de l'eau et à l'intégrer dans leurs politiques d'aménagement du territoire et d'urbanisme (apport d'une veille juridique sur les cours d'eau...)





2- Les **Outils** de communication

proposés pour le Contrat de Rivière de l'Herbasse



Cette partie rassemble sous forme de fiches pratiques détaillées les outils de communication issus de la stratégie de communication du Contrat de Rivière de l'Herbasse. Certaines fiches sont encore provisoires car en attente de certains coûts, de précisions sur la faisabilité technique de l'outil et surtout de la validation par le Comité de Pilotage le 21 mai 2015.

2-1 - Fiches pratiques des outils de communication sur l'Herbasse

Outil de communication		► Charte graphique "Vallée de l'Herbasse"																							
Objectifs stratégiques		Cibles	Cibles prioritaires : <ul style="list-style-type: none"> ► Riverains ► Populations locales ► Acteurs économiques ► Élus ► Enfants / adolescents ► Associations locales Cibles secondaires : <ul style="list-style-type: none"> ► Touristes 																						
<ul style="list-style-type: none"> • Donner de la cohérence à toutes les opérations de communication sur la rivière mais aussi à toute la politique de gestion menée sur les cours d'eau. • Résoudre la complexité du portage (CCPH, SIABH et autres maîtres d'ouvrage) en développant une identité fédératrice et non institutionnelle "La Vallée de l'Herbasse" • Créer une charte graphique pour favoriser la reconnaissance et la fidélisation à tous les supports + pour ancrer la culture de la rivière 																									
Messages à faire passer / contenus																									
► Charte créée en donnant une belle image de la rivière																									
Étapes de réalisation		Intervenants																							
1- Proposition par Autrement Dit de plusieurs projets d'identité graphique pour l'Herbasse 2- Remise des fichiers pour une adaptation sur tous les outils de communication		Autrement Dit																							
Coûts																									
► Proposition de 3 projets graphiques : 900 € HT																									
Calendrier																									
Juin 2015	Juil 2015	Août 2015	Sept 2015	Oct 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Janv 2016	Fev 2016	Mars 2016	Avril 2016	Mai 2016	Juin 2016	Juil 2016	Août 2016	Sept 2016	Oct 2016	Nov 2016	Dec 2016	Janv 2017	Fév. 2017	Mars 2017	Avril 2017	Mai 2017	Juin 2017	
Maîtrise d'ouvrage et partenariat																									
► Maître d'ouvrage : CCPH ► Partenaires : SIABH et tous les autres acteurs du Contrat de Rivière (communes, intercommunalités..)																									

Objectifs stratégiques

- Montrer les opérations en cours sur la rivière
- Apporter des éléments pédagogiques pour faire comprendre la philosophie d'intervention du Syndicat sur les cours d'eau.
- Développer des messages de bonnes pratiques
- Fidéliser le lecteur par ce rendez trimestriel
- Inviter le lecteur à mieux connaître le syndicat et à s'en rapprocher pour des conseils
- ...

Commentaires / contenus

- ▶ Trouver un nom "accrocheur" à cette lettre d'information
- ▶ Proposition de dossier à traiter :
N° 1 : L'entretien de la ripisylve (droits et devoirs des riverains ; entretien réalisé par le SIABH), **N° 2 : Inondation**, **N° 3 : La gestion d'un bassin versant** (espace de liberté, recharge sédimentaire, restauration physique, continuité écologique), **N° 4 : Qualité des eaux** (actions nitrates et pesticides, travaux STEP et réseaux, étude de qualité des eaux), **N° 5 : Patrimoine écologique** (les nouvelles connaissances (inventaire des zones humides, ...), valorisation des zones humides liaison douce, actions de sensibilisation), **N°6 : Bilan du Contrat de rivière.**

Cibles

Cibles prioritaires :

- ▶ Riverains
- ▶ Populations locales
- ▶ Acteurs économiques
- ▶ Élus
- ▶ Enfants / adolescents
- ▶ Associations locales

Étapes de réalisation

- 1- Proposition d'une maquette 4 pages A4 fermé / A3 ouvert avec rubricage (informations brèves, dossier page intérieure...)
- 2- Rédaction des contenus par **Autrement Dit** à partir des éléments techniques remis par les chargés de mission
- 3- Mise en forme selon la charte graphique préalablement définie
- 3- Impression en 5 000 exemplaires chez un imprimeur local
- 4- Diffusion par voie postale

Coûts

TOTAL = 3 500 € HT le numéro soit pour 6 numéros = 21 000 € HT

- Rédaction des contenus = 1 000 € HT.

Si besoin de déplacement sur le terrain pour des interviews auprès d'acteurs de bonnes pratiques : prévoir un coût supplémentaire de 1500 € HT (déplacement + interview + rédaction articles)

- Mise en forme = 650 € HT

- Impression en 5 000 exemplaires = 650 € HT

- Diffusion par voie postale dans les boîtes aux lettres = 1200 € HT par numéro

Calendrier

Juin 2015	Juil 2015	Août 2015	Sept 2015	Oct 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Janv 2016	Fev 2016	Mars 2016	Avril 2016	Mai 2016	Juin 2016	Juil 2016	Août 2016	Sept 2016	Oct 2016	Nov 2016	Dec 2016	Janv 2017	Fév. 2017	Mars 2017	Avril 2017	Mai 2017	Juin 2017
			n°1			n°2			n°3				n°4				n°5				n°6			

Maîtrise d'ouvrage et partenariat

- ▶ Maître d'ouvrage : CCPH
- ▶ Partenaires : SIABH et tous les autres acteurs du Contrat de Rivière (communes, intercommunalités...)

Outil de communication

► Rédaction presse régulière (articles, dossier de presse...)

Objectifs stratégiques

• Communiquer sur les projets locaux en cours : expliquer, rassurer et valoriser les avancées.

Commentaires / contenus

Utilisation de tous les médias presse : presse locale, magazines municipaux et intercommunaux, sites internet des collectivités...

Cibles

Cibles prioritaires :

- Riverains
- Populations locales
- Acteurs économiques
- Élus
- Enfants / adolescents
- Associations locales

Étapes de réalisation

Proposition d'une AMO par Autrement Dit :

- 1- Point presse mensuel Autrement Dit / techniciens du SIABH sur les sujets à communiquer.
- 2- Tour d'horizon de la périodicité des magazines municipaux et intercommunaux + points avec les responsables de communication sur la possibilité de proposer un article "clé en mains"
- 2- Rédaction des articles ou dossier de presse
- 2- Gestion du suivi de la parution.

Coûts

- **Rédaction article** intégrant le temps de travail avec l'équipe du SIABH, les contacts presse, la rédaction de l'article et son suivi de parution = **350 € HT l'article**

- **Rédaction dossier de presse** intégrant le temps de travail avec l'équipe du SIABH, les contacts presse, la rédaction du dossier de presse (10^{aine} de pages) = **600 € HT**

Moyenne d'un article / mois soit 8400 € HT sur les 2 ans + 2 dossiers de presse par an soit 2400€ HT soit TOTAL sur 2 ans = 10 800 € HT

Calendrier

Juin 2015	Juil 2015	Août 2015	Sept 2015	Oct 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Janv 2016	Fev 2016	Mars 2016	Avril 2016	Mai 2016	Juin 2016	Juil 2016	Août 2016	Sept 2016	Oct 2016	Nov 2016	Dec 2016	Janv 2017	Fév. 2017	Mars 2017	Avril 2017	Mai 2017	Juin 2017

Maîtrise d'ouvrage et partenariat

- Maître d'ouvrage : CCPH
- Partenaires : SIABH et tous les autres acteurs du Contrat de Rivière (communes, intercommunalités...)

Objectifs stratégiques

- Faire savoir et montrer les travaux en cours par le Syndicat.
- Faire connaître ainsi concrètement le syndicat
- Utiliser ces panneaux pour faire passer des messages pédagogiques : types de travaux, objectifs, techniques utilisées (enrochement, génie végétal...), coûts, maître d'ouvrage, partenaires...

Cibles

Cibles prioritaires :

- Riverains
- Populations locales
- Acteurs économiques
- Élus
- Associations locales

Commentaires / contenus

- Relier dans cette communication Syndicat et communes pour faire comprendre que les 2 travaillent ensemble.

Étapes de réalisation

Ces panneaux sont destinés à vivre le temps des travaux. Ils n'ont pas pour vocation à rester plusieurs années sur sites (à l'inverse de panneaux pédagogiques durables (totems) proposés page suivante).

1- Proposition par Autrement Dit d'une maquette pour le panneau (titre, sous-titre, types d'information à transmettre...).

Montage pour permettre une autonomie de conception par les techniciens.

2- Les techniciens du SIABH intègrent leur rédaction + photos

3- Relecture par Autrement Dit

4- Gestion de la fabrication par Autrement Dit.

- Panneau Alu DIBOND® - épaisseur de 3 mm. Utilisation : Intérieur / Extérieur (résiste au soleil et intempérie). Le DIBOND est un panneau multicouche composé de 2 tôles d'aluminium prélaquées et thermo-collées de part et d'autre d'une lame en polyéthylène.

- Panneau AQUILUX® (polypropylène alvéolaire). Épaisseur 3.5 mm. Format : 80 X 120 cm.

5- Implantation sur sites par les techniciens du SIABH

Coûts

► Panneaux Alu DIBOND® 1 m x 1 m = 65 € HT. Si 10 panneaux / an = 650€ HT soit 1300 € HT sur 2 ans

► Panneaux AQUILUX® 0.8x 1.2 m = 15 € HT. Si 10 panneaux = 150 € HT

Calendrier

Jun 2015	Juil 2015	Août 2015	Sept 2015	Oct 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Janv 2016	Fev 2016	Mars 2016	Avril 2016	Mai 2016	Juin 2016	Juil 2016	Août 2016	Sept 2016	Oct 2016	Nov 2016	Dec 2016	Janv 2017	Fév. 2017	Mars 2017	Avril 2017	Mai 2017	Juin 2017	

Calendrier à voir avec vous selon travaux prévus

Maîtrise d'ouvrage et partenariat

- Maître d'ouvrage : SIABH
- Partenaires : communes + intercommunalités

Outil de communication

► **Panneaux pédagogiques (totems) sur les parcours aménagés**

Objectifs stratégiques

- Mieux faire connaître et valoriser les richesses écologiques, paysagères, patrimoniales et culturelles des milieux aquatiques.

Commentaires / contenus

Création de panneaux signalétiques pédagogiques en bord de cours d'eau empruntés par les habitants et permettant de valoriser les richesses écologiques (faune/flore).

Cibles

Cibles prioritaires :

- Populations locales
- Enfants - adolescents

Cibles secondaire :

- Touristes

Étapes de réalisation

- 1- Définition des sites d'implantation
- 2- Travail en partenariat avec les communes, communautés de communes, associations, direction du patrimoine, acteurs du tourisme...
- 3- Rédaction des textes par **Autrement Dit** avec comité de relecture partenarial
- 4- Conception graphique des panneaux
- 5- Fabrication chez un spécialiste des stands d'exposition extérieurs. Suivi de la fabrication par **Autrement Dit**

Coûts

Difficile à chiffrer car nombre de panneaux difficile à estimer à ce jour.

Coût unitaire d'un panneau totem = 2000 euros HT (rédaction + conception graphique + fabrication) mais à affiner car cela dépend du type de totem choisi (bois traité, alu, PVC...)

Calendrier

Juin 2015	Juil 2015	Août 2015	Sept 2015	Oct 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Janv 2016	Fev 2016	Mars 2016	Avril 2016	Mai 2016	Juin 2016	Juil 2016	Août 2016	Sept 2016	Oct 2016	Nov 2016	Dec 2016	Janv 2017	Fév. 2017	Mars 2017	Avril 2017	Mai 2017	Juin 2017	

Maîtrise d'ouvrage et partenariat

- Maître d'ouvrage : CCPH ? Ou associations
- Partenaires : SIABH, les associations locales, les acteurs du tourisme, les services du Département 26 (tourisme, culture)

Outil de communication

► Panneaux "Noms de rivières" sur les ouvrages de franchissement des cours d'eau

Objectifs stratégiques

- Faire connaître les cours d'eau : interpeller les piétons, automobilistes, cyclistes... sur la présence des cours d'eau.
- Redonner une présence matérialisée aux cours d'eau
- Donner une unité entre tous les cours d'eau du bassin versant (identité visuelle) pour permettre d'avoir une vision d'ensemble et de faire le lien entre tous les cours d'eau du bassin.

Commentaires / contenus

36 points de franchissement sur l'Herbasse et les principaux affluents. 5 routes départementales sont déjà équipées de panneaux.

Il resterait donc 31 points à aménager :

- 15 points sur route départementale
- 16 points sur route communale.

A raison de 2 panneaux par site, on aurait 62 panneaux à réaliser.

Contraintes techniques à résoudre au préalable : (en attente de réponses)

- Existe-t-il une normalisation des panneaux "cours d'eau" qui empêcherait de réaliser des panneaux spécifiques sur le bassin versant ?
- Quelle est la procédure d'autorisation sur les voies départementales et communales

Cibles

Cibles prioritaires :

- Populations locales

Cibles secondaires :

- Touristes

Étapes de réalisation

1- Utilisation de la charte graphique "Vallée de l'Herbasse" pour donner de la cohérence et de l'homogénéité à tous les panneaux.

2- Deux options possibles :

- **Soit une conception (dessin) par les écoles / collèges** avec symbole visuel caractéristique du lieu (cf besoin préalable de recherche historique sur la toponymie, les événements/ représentations associés au cours d'eau en question...).

- **Soit conception par Autrement Dit** car crainte d'une manque d'homogénéité entre les différents panneaux s'ils sont conçus solément par les écoles.

3- Fabrication chez des spécialistes de panneaux de signalisation. Gestion par Autrement Dit.

5- Implantation sur sites par les services techniques des communes.

Coûts

► En attente de devis et surtout de la faisabilité technique du projet

► **Coût conception d'un panneau par Autrement Dit = 300 € HT maquette + 200 € HT** pour dupliquer la maquette sur les autres panneaux.

Calendrier

Juin 2015	Juil 2015	Août 2015	Sept 2015	Oct 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Janv 2016	Fev 2016	Mars 2016	Avril 2016	Mai 2016	Juin 2016	Juil 2016	Août 2016	Sept 2016	Oct 2016	Nov 2016	Dec 2016	Janv 2017	Fév. 2017	Mars 2017	Avril 2017	Mai 2017	Juin 2017	

Maîtrise d'ouvrage et partenariat

► Maître d'ouvrage : SIABH

► Partenaires : communes + intercommunalités + écoles

Outil de communication

► Guide pédagogique sur les inondations de l'Herbasse et ses affluents

Objectifs stratégiques

- Développer une conscience du risque inondation
- Sensibiliser aux bons réflexes préventifs
- Expliquer les phénomènes d'inondations

Commentaires / contenus

Guide d'une vingtaine de pages (format livret A5) à remettre aux personnes exposées aux inondations sur l'ensemble du bassin versant (définir le nombre de foyers concernés pour pouvoir évaluer le nombre d'exemplaires et donc coût d'impression).

Ce guide pourrait contenir :

- Rappel des inondations historiques (photos, témoignages et savoirs des "anciens")
- Zoom sur les bonnes pratiques et retours d'expérience
- Vision du fonctionnement d'un cours d'eau
- Montrer que l'inondation ne s'arrête pas aux limites communales
- Expliquer les outils/ mesures pour réduire les risques

Cibles

Cibles prioritaires :

- Riverains exposés aux inondations

Étapes de réalisation

- 1- Fourniture des textes par le SIABH
- 2- Recherches historiques (photos, textes) et recueil des témoignages par les techniciens (appui sur els élus locaux)
- 3- Rédaction par Autrement Dit
- 4- Montage graphique par Autrement Dit : 20 page recto verso quadri format A5 fermé / A4 ouvert
- 2- Gestion de l'impression par Autrement Dit

Coûts

TOTAL = 4 500 € HT le guide (hors impression)

- Rédaction des contenus = 1 500 € HT.
- Mise en forme = 3 000 € HT
- Impression en X exemplaires = € HT
- Diffusion dans les mairies avec information presse préalable (presse locale + journal municipal + site internet) pour inviter les personnes concernées à venir chercher le guide.

Calendrier

Jun 2015	Juil 2015	Août 2015	Sept 2015	Oct 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Janv 2016	Fev 2016	Mars 2016	Avril 2016	Mai 2016	Juin 2016	Juil 2016	Août 2016	Sept 2016	Oct 2016	Nov 2016	Dec 2016	Janv 2017	Fév. 2017	Mars 2017	Avril 2017	Mai 2017	Juin 2017

Maîtrise d'ouvrage et partenariat

- Maître d'ouvrage : CCPH ou SIABH ?
- Partenaires : Communes, intercommunalités...

Outil de communication

► Organisation de sorties terrains ("visites vivantes" avec élus, techniciens, habitants...)

Objectifs stratégiques

- Renforcer la communication de proximité
- Mieux faire connaître le syndicat, son rôle et ses actions sur le terrain.
- Permettre à chacun de mieux comprendre in situ le fonctionnement des cours d'eau

Commentaires / contenus

- Visite organisée sur site avec la présence des élus, des techniciens des collectivités et des habitants. Sortie animée par les techniciens du syndicat qui expliqueraient et montreraient in situ les aménagements.
- Accompagner la visite d'un petit dépliant de communication (A3 ouvert / A4 fermé) de présentation du cours d'eau et des aménagements à remettre aux participants puis à laisser en mairie et en version numérique sur les sites Internet.

Cibles

Cibles prioritaires :

- Élus
- Techniciens des collectivités
- Riverains
- Populations locales
- Associations locales

Étapes de réalisation

- 1- Préparation de la sortie** (à prévoir un samedi matin) : définition du lieu de visite, du contenu, réaction d'invitation personnalisée et rédaction d'un article presse pour informer de la tenue de la sortie
- 2- Conception d'une plaquette de présentation des travaux sur le site visité. Rédaction du contenu et conception graphique sous la charte retenue** (format A3 ouvert / A4 plié)
- 3- Impression en 200 exemplaires** (suivi d'impression par Autrement Dit)

Coûts

TOTAL = 1 600 € HT

- **Organisation = coûts internes + travail presse (cf action dédiée).** Cette prestation n'intègre pas le coût de location d'un bus (ou mini-bus) pour le déplacement sur site. Nous partons du principe que le déplacement peut se faire par co-voiturage avec les véhicules privés des participants.
- **Rédaction et mise en forme graphique du dépliant = 1 200 € HT**
- **Impression en 200 exemplaires du dépliant = 400 € HT**

Calendrier

Juin 2015	Juil 2015	Août 2015	Sept 2015	Oct 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Janv 2016	Fev 2016	Mars 2016	Avril 2016	Mai 2016	Juin 2016	Juil 2016	Août 2016	Sept 2016	Oct 2016	Nov 2016	Dec 2016	Janv 2017	Fév. 2017	Mars 2017	Avril 2017	Mai 2017	Juin 2017	

Sorties terrain à programmer en fonction de l'état d'avancement des travaux du Syndicat.
Se fixer cependant 1 sortie terrain a minima / an

Maîtrise d'ouvrage et partenariat

- Maître d'ouvrage : SIABH
- Partenaires : communes + intercommunalités

Outil de communication

► Événementiels “Journée de l’Herbasse” à greffer aux événements existants

Objectifs stratégiques

- Mieux faire connaître l’Herbasse à l’ensemble de la population locale : expliquer son fonctionnement, ses richesses patrimoniales et écologiques.
- Impliquer les habitants dans la gestion de leur rivière

Commentaires / contenus

Les journées de l’Herbasse organisées en 2012 et juin 2014 ont été appréciées mais n’ont pas recueilli la participation escomptée. Ce sont essentiellement les parents ou familles des enfants ayant suivi les programmes d’éducation à l’environnement qui sont venus à ces journées. Pour élargir la cible à l’ensemble des habitants du territoire et avoir davantage de résonance locale, il est proposé de greffer cet événement aux autres manifestations locales (journée nature, journée de la science ou journée du patrimoine, opération “Rivière propre” organisée par le monde de la pêche...).

Il est donc suggéré d’organiser cet événement en travaillant en réseau avec les associations locales.

Cibles

Cibles prioritaires :

- Populations locales
- Enfants - adolescents

Cibles secondaires :

- Touristes

Cibles indirectes (relais de communication) :

- Associations locales
- Éducation Nationale

Étapes de réalisation

- 1- Préparation en amont avec les associations** (qui dit quoi et sur quels supports afin d’avoir un événement coordonné et non redondant)
- 2- Définition stratégique de l’événement (supports + contenus de la manifestation)** : proposer des supports panneaux mais également des jeux ou opérations impliquant les populations. Il peut s’agir d’une opération invitant adultes et enfants à planter un arbre en bord de cours d’eau, à lui donner son nom et à s’engager à le suivre dans son évolution (venir le voir pousser) et à le respecter.
- 3- Conception graphique par Autrement Dit des supports dédiés** (panneaux, plaquettes...)
- 4- Impression et suivi par Autrement Dit.**

Coûts

Le contenu exact de l’organisation de l’événement sera affiné en amont de l’événement. Prévoir un budget de **4 000 € HT** pour l’ensemble de l’événement (animation, conception et impression des supports).

Calendrier

Juin 2015	Juil 2015	Août 2015	Sept 2015	Oct 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Janv 2016	Fev 2016	Mars 2016	Avril 2016	Mai 2016	Juin 2016	Juil 2016	Août 2016	Sept 2016	Oct 2016	Nov 2016	Dec 2016	Janv 2017	Fév. 2017	Mars 2017	Avril 2017	Mai 2017	Juin 2017	

Calendrier à repreciser en fonction des autres manifestations locales prévues. A priori elles ont souvent lieu au printemps (mai - juin) ou à l’automne (septembre - octobre). Prévoir d’organiser cet événement sur l’année 2016.

Maîtrise d’ouvrage et partenariat

- Maître d’ouvrage : CCPH
- Partenaires : SIABH, associations, communes...

Outil de communication

► Poster sur l'Herbasse et son bassin versant

Objectifs stratégiques

- Instaurer un début de culture de l'eau en faisant connaître les rivières du bassin versant à tous les habitants (source, embouchure, affluents et communes traversées...).
- Faire prendre conscience de la présence des rivières et de leur rôle

Cibles

Cibles prioritaires :

- Populations locales
- Enfants - adolescents
- Associations locales
- Elus
- ...

Commentaires / contenus

- Poster à afficher dans toutes les mairies et à mettre à disposition de tous dans les mairies et lieux publics.
- Distribuer également ces affiches à tous les enfants bénéficiant de programmes d'éducation à l'environnement

Étapes de réalisation

- 1- Conception graphique par Autrement Dit avec un illustrateur spécialisé. Format : 50 x 70 cm
- 2- Impression en 5 000 exemplaires (suivi d'impression par Autrement Dit)

Coûts

TOTAL = 3 500 € HT

- Conception du poster au format = 1000 € HT
- Impression 5000 exemplaires = 2 500 € HT

Calendrier

Juin 2015	Juil 2015	Août 2015	Sept 2015	Oct 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Janv 2016	Fev 2016	Mars 2016	Avril 2016	Mai 2016	Juin 2016	Juil 2016	Août 2016	Sept 2016	Oct 2016	Nov 2016	Dec 2016	Janv 2017	Fév. 2017	Mars 2017	Avril 2017	Mai 2017	Juin 2017	

Maîtrise d'ouvrage et partenariat

- Maître d'ouvrage : SIABH ou CCPH ?
- Partenaires : communes + intercommunalités

Objectifs stratégiques

- Aider les élus locaux dans leur communication interne (avec les autres élus) et dans leur communication externe auprès des populations.
- Leur fournir des éléments techniques rapidement appropriables et vulgarisables
- Leur permettre d'être tenus régulièrement informés des avancées des projets et de l'actualité.

Commentaires / contenus

- Concevoir des fiches pratiques rapides à lire sur des sujets intéressants les élus, les services techniques des collectivités mais également les riverains.
- Fonctionnalité de l'outil : les données pourront être actualisées fiche par fiche, ce qui évitera de rendre l'ensemble du document obsolète trop vite.
- La pochette sera remise à l'ensemble des élus du syndicat et élargie à l'ensemble des élus en charge de l'urbanisme. La pochette sera incrémentée au fur et à mesure de nouvelles fiches.
- Les fiches seront également mises en ligne sur les sites internet des collectivités pour que les riverains puissent y avoir accès.
- En complément de ces fiches, une newsletter "Flash infos" pourra être réalisée (périodicité en moyenne bimestrielle) pour apporter des informations flash de veille réglementaire sur les cours d'eau, pour informer sur les projets en cours par le syndicat. Cette newsletter (à ne pas confondre avec la Lettre de la vallée de l'Herbasse) sera principalement à usage interne (techniciens du SIABH et élus) mais pourra également être élargie aux riverains qui en feront la demande (ce sera en quelque sorte un moyen de tester leur motivation à recevoir de l'information). Cette newsletter flash sera uniquement diffusée par voie numérique.

Cibles

Cibles prioritaires

- Élus
- Techniciens des collectivités
- Riverains volontaires

Étapes de réalisation

Pochette + fiches techniques

- 1- Proposition de thèmes des fiches :** - les acteurs de l'eau (qui fait quoi dans la gestion de l'eau et des milieux aquatiques), - Que faire en cas de pollution des eaux ? - Prendre en compte l'eau dans l'urbanisme - Lexique - Comment économiser l'eau dans les collectivités territoriales du bassin ? - La biodiversité sur le bassin de l'Herbasse... (Proposition financière sur la base de 8 fiches avec coût unitaire)
- 2- Rédaction par Autrement Dit** à partir des données fournies par les techniciens et **conception graphique** par Autrement Dit de la pochette et des fiches selon charte définie préalablement. Les fiches seront au format A4 cartonnées en recto verso. Si le contenu des informations est plus dense, elle pourront être réalisées sous un A3 ouvert / A4 plié.
- 3- Impression de la pochette + des fiches au fur et à mesure de leur conception.**

Newsletter Flash info :

- 1- Fournir des infos par les techniciens et rédaction courte par Autrement Dit**
- 2- Mise en forme sous format PDF A4 recto verso**
- 3- Diffusion et suivi diffusion par Autrement Dit ou par le SIABH ?**

Coûts

Coût pochette + 8 fiches techniques = 5 600 € HT

- Rédaction des contenus + mise en forme d'une fiche = 500 € HT soit 4 000 € HT pour 8 fiches
- Conception de la pochette = 300 € HT
- Impression en 60 exemplaires (2 élus par commune sur le bassin versant soit 40 élus + 20 supplémentaires) = 1 300 € HT

Coût newsletter = 250 € / bimestriel soit 1500 € annuel et 3000 € HT sur les 2 ans

Calendrier

Jun 2015	Juil 2015	Août 2015	Sept 2015	Oct 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Janv 2016	Fev 2016	Mars 2016	Avril 2016	Mai 2016	Juin 2016	Juil 2016	Août 2016	Sept 2016	Oct 2016	Nov 2016	Dec 2016	Janv 2017	Fév. 2017	Mars 2017	Avril 2017	Mai 2017	Juin 2017	
					1 ^{ères} Fiches et pochette						Poursuite et actualisation														
				Flash info				Flash info			Flash info				Flash info				Flash info			Flash info			

Maîtrise d'ouvrage et partenariat

- Maître d'ouvrage : CCPH ou SIABH ?
- Partenaires : communes, intercommunalités...

Outil de communication

► Sondage "micro-trottoir" pour mesurer les perceptions des habitants sur l'Herbasse

Objectifs stratégiques

- Mieux appréhender le degré de connaissance et compréhension des populations locales sur l'Herbasse.
- Connaître la perception de l'image du Syndicat et des travaux / aménagement ainsi que l'outil Contrat de Rivière.

Cibles

Cibles prioritaires :

- Populations locales

Commentaires / contenus

- S'appuyer sur des étudiants en BTS marketing ou action commerciale pour réaliser un micro-trottoir sur les marchés locaux du bassin versant.

Étapes de réalisation

1- Identifier les structures d'enseignements pouvant réaliser ce sondage dans le cadre d'un projet d'établissement (BTS action commerciale, marketing).

2- Définir le projet, le questionnaire, l'échantillon représentatif et la méthode de traitement des résultats.

Coûts

Prévoir un budget d'indemnisation des étudiants (frais de déplacements et autres frais annexes)
= 1 000 € HT

Calendrier

Juin 2015	Juil 2015	Août 2015	Sept 2015	Oct 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Janv 2016	Fev 2016	Mars 2016	Avril 2016	Mai 2016	Juin 2016	Juil 2016	Août 2016	Sept 2016	Oct 2016	Nov 2016	Dec 2016	Janv 2017	Fév. 2017	Mars 2017	Avril 2017	Mai 2017	Juin 2017	

Maîtrise d'ouvrage et partenariat

- Maître d'ouvrage : SIABH / CCPH ?
- Partenaires : communes + intercommunalités

On le propose pour le tester mais a priori "coup parti" ou financement possible par ailleurs

Outil de communication	▶ Guide compostage agricole																							
Objectifs stratégiques <ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser les agriculteurs aux techniques de compostage 	Cibles	Cibles prioritaires : ▶ Riverains agriculteurs																						
Commentaires / contenus																								
La rédaction du document est déjà faite. Il s'agira de mettre en forme le document sous la charte graphique de l'Herbasse.																								
Étapes de réalisation		Intervenants																						
<ul style="list-style-type: none"> 1- Fourniture des textes déjà rédigés par le SIABH 2- Montage graphique par Autrement Dit : 12 page recto verso quadri format A5 fermé / A4 ouvert 2- Gestion de l'impression par Autrement Dit : 20-30 exemplaires 																								
Coûts																								
<p>TOTAL = 1 800 € HT le guide (hors impression)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en forme = 1 450 € HT - Impression 30 exemplaires = 350€ HT 																								
Calendrier																								
Juin 2015	Juil 2015	Août 2015	Sept 2015	Oct 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Janv 2016	Fev 2016	Mars 2016	Avril 2016	Mai 2016	Juin 2016	Juil 2016	Août 2016	Sept 2016	Oct 2016	Nov 2016	Dec 2016	Janv 2017	Fév. 2017	Mars 2017	Avril 2017	Mai 2017	Juin 2017
Maîtrise d'ouvrage et partenariat																								
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Maître d'ouvrage : SIABH ▶ Partenaires : Communes, intercommunalités... 																								

2-2 -Panorama : calendrier et coût des outils de communication

Année 2015							Année 2016						
Jun 2015	Jul 2015	Août 2015	Sept 2015	Oct 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Janv 2016	Fev 2016	Mars 2016	Avril 2016	Mai 2016	Jun 2016	Ju 2016
▶ Charte graphique "Vallée de l'Herbasse"													
▶ Lettre d'information trimestrielle "Vallée de l'Herbasse" (3 500 € HT le numéro - rédaction)													
n°1			n°2				n°3			n°4			
▶ Rédaction presse régulière (articles, dossier de presse...) (moyenne d'un article / n°)													
▶ Panneaux de chantiers pédagogiques du SIABH (moyenne de 10 panneaux / an)													
▶ Panneaux pédagogiques (totems) sur les parcours aménagés (Nombre de panneaux ? Coût à affiner car cela dépend du type de totem choisi (bois traité, alu, PVC...))													
▶ Panneaux "Noms de rivières" sur les ouvrages de franchissement des cours d'eau													
▶ Guide pédagogique sur les inondations de l'Herbasse et ses affluents													
▶ Organisation de sorties terrains ("visites vivantes" avec élus, techniciens, habitants)													
▶ Événementiels "Journée de l'Herbasse" à greffer aux événements existants													
▶ Poster sur l'Herbasse et son bassin versant													
▶ Pochette de fiches techniques "mémo"													
▶ Newsletter flash info													
▶ Sondage "micro-trottoir" pour mesurer les perceptions des habitants sur l'Herbasse													
▶ Guide compostage agricole													

						Année 2017						Coût sur les 2 années restantes du Contrat de rivière
Jul 2016	Août 2016	Sept 2016	Oct 2016	Nov 2016	Dec 2016	Janv 2017	Fév. 2017	Mars 2017	Avril 2017	Mai 2017	Juin	
												900 € HT
action/conception/impression (5 000 ex)/ diffusion par poste												21 000 € HT
4				n°5				n°6				
mois et 2 dossiers de presse / an)												10 800 € HT
												1 300 € HT
t unitaire d'un panneau totem = 2000 euros HT (rédaction + conception graphique + fabrication) mais à												
U En attente de devis et surtout de la faisabilité technique du projet												
												4 500 € HT (hors impression)
nts...) (coût unitaire = 1600 € HT)												4 800 € HT
												4 000 € HT
												3 500 € HT
												5 600 € HT
												3 000 € HT
sse												1 000 € HT
												1 800 € HT
TOTAL € HT											62 200 € HT	

Stéphanie : voici les règles de financement que je rencontre habituellement mais plutôt en PACA . Mais à adapter et surtout demander confirmation par les financeurs. A voir si en Rhône-Alpes ce sont les mêmes règles.

Financement : règles générales mais à adapter à chaque opération de communication

- ▶ **Minimum 20 % par le maître d'ouvrage**
- ▶ **30 % Agence de l'Eau sur l'EEDD (éducation à l'environnement)**
50 % Agence de l'Eau sur le reste de la communication en lien avec le SDAGE
- ▶ **0 % État sur les actions de communication (sauf sur PAPI)**
- ▶ **30 % Région Rhône-Alpes**
- ▶ **10-15 % Département de la Drôme (à vérifier)**



Rhône-Alpes



3- Annexes

3-1 -Questionnaire

3-2 -Compte-rendus des entretiens avec les acteurs locaux

