

Action  B.1.2

## Communiquer et informer autour des avancées du Projet de territoire Garon'Amont

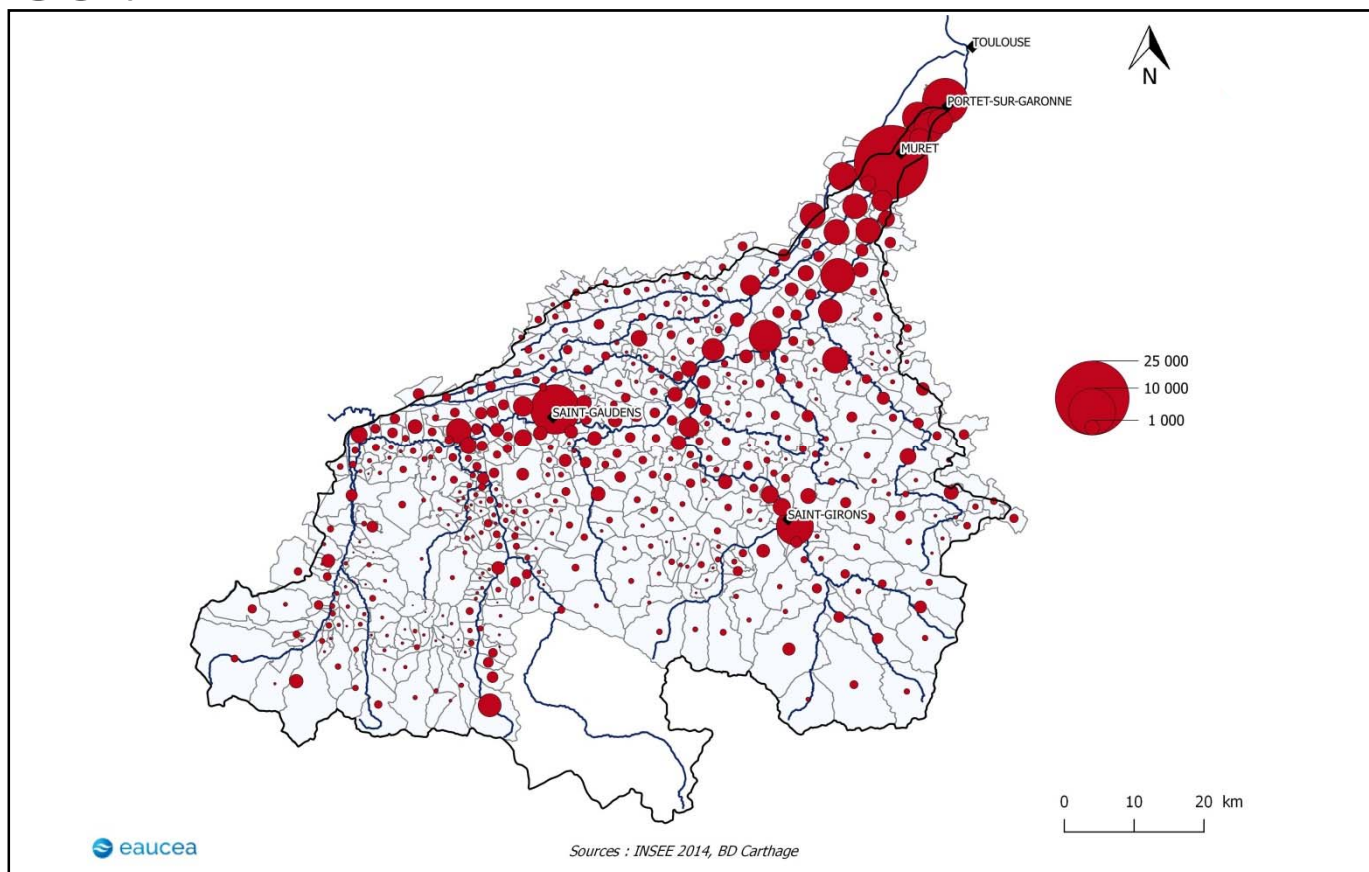
### RÉSUMÉ

Outils mobilisés pour pérenniser et renforcer la communication et l'information sur les actions du Projet de territoire Garonne Amont

### RÉPOND AUX RECOMMANDATIONS DU PANEL CITOYEN :

- EcoDom1 ;
- EcoDom2 ;
- EcoDom3 ;
- GestionPublique6.

### OÙ ?



## POURQUOI ?

### CONTEXTE

L'originalité du processus de construction du projet de territoire Garon'Amont a été de miser sur une large association des partenaires et des citoyens dès l'origine du projet, sur la transparence de la méthode de travail et sur la communication. Les garants de la concertation ont insisté sur l'enjeu de pérenniser ce mode de travail, ce qui passe par la réunion régulière du Comité de concertation, mais également par les bons outils et supports de communication. Ils permettront de faciliter l'accès aux documents, aux informations sur l'avancée des actions et à l'actualité de la gestion quantitative de la ressource en eau de manière générale. Le plan de communication détaillé ici sera déployé sur la durée de mise en œuvre du PTGA.



### OBJECTIF

**Communiquer et informer sur le projet de territoire Garonne amont et sur l'avancée et des actions mises en place pour restaurer le déséquilibre quantitatif de la ressource.**

**Répondre aux objectifs de transparence des politiques publiques de l'eau.**

### MESURE VISÉE DANS UNE POLITIQUE PUBLIQUE, PROGRAMMES LOCAUX EXISTANTS :

#### SDAGE

- Disposition A9: Informer et sensibiliser le public

#### SAGE

- II.1 - Faire émerger les projets de territoire
- IV.1 - Poursuivre et développer l'animation pour renouer avec le fleuve et la vallée et créer une identité Garonne
- IV.3 – Réaliser un plan de communication, de sensibilisation et de formation sur le partage de la ressource en eau et le changement climatique
- V.14 - Encourager le développement et la mise en réseau d'espaces de sensibilisation au fleuve et sa vallée type « Maisons du fleuve »
- IV.17 - Renouveler les grandes rencontres autour de la Garonne

#### AUTRES

Région Occitanie : budget participatif Climat ?

CD31 : Mise en place d'une « Rencontre Garonne » à la maison de la Garonne à Cazères



## CONTENU : POURSUIVRE LA COMMUNICATION AUTOUR DU PROJET DE TERRITOIRE GARONNE AMONT

### 1. COMMUNIQUER SUR LA RÉALISATION DU PROGRAMME D'ACTIONS :

#### Information des partenaires du PTGA (Comité de concertation) :

- Un portail d'information accessible, collaboratif et repérable dans l'espace public : évolution du site web dédié au PTGA (<https://www.garonne-amont.fr/>) pour consolidation. Il sera au fur et à mesure enrichi des actualités concernant l'état d'avancement des actions. Les premiers résultats obtenus, puis les résultats progressifs seront partagés via ce site internet, pour partager le retour d'expérience, l'efficacité des actions et alimenter les réunions qui se tiendront d'années en années.
- Un espace dédié aux partenaires sera mis en place (accès aux présentations, comptes-rendus de réunions, notes techniques, tableau de bord....).
- Utilisation du site web pour communiquer sur tout autre sujet en lien avec le PTGA (autres programmes en cours, bonnes pratiques existantes, ...) et pour favoriser la coopération et la mise en réseau des acteurs aux préoccupations similaires.
- Relais de communication par les différents partenaires territoriaux via leurs propres outils.
- Publier les présentations et les compte-rendu du comité de l'eau sur internet.

#### Information Grand Public

- Espace dédié sur le site web.
- Appui sur des relais de communication « Grand Public » ou de terrain : les partenaires, les acteurs associatifs qui constitueront des relais d'information et de pédagogie privilégiés.
- Autres canaux de communication possibles : réseau sociaux, achat d'espaces publicitaires pour informer lorsqu'une action est finalisée.

### 2. SENSIBILISER SUR LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET LES BONNES PRATIQUES À ADOPTER

- Affichage de panneaux de sensibilisation dans les rues sur ces thèmes. L'affichage peut être déterminé en fonction de la géographie, de la cible, et du message.
- Envoi de newsletter et communication sur les réseaux sociaux.
- Sensibilisation dans la presse et à la radio.
- Mise en place d'événements sur les thèmes des économies d'eau.



### 3. FORMER LE PUBLIC JEUNE

- Interventions dans les écoles/collèges/lycées avec éventuellement l'appui d'acteurs du territoire.

### 4. ORGANISER DES EVENEMENTS FEDERATEURS ET FESTIFS

- Organisation d'une Fête annuelle de la Garonne pour une meilleure implication et appropriation du projet de territoire Garonne amont, et pour promouvoir une réappropriation citoyenne du fleuve.
- Organisation d'événements annuels ouverts au grand public pour parler de l'eau, expliquer le qui-fait-quoi, avec notamment la gestion de crise mise en œuvre par l'État.



## COMMENT CONCRETISER ?

### CLÉS DE RÉUSSITE

- prendre en compte le contexte socio-économique des mesures ;
- communication adaptée aux citoyens ciblées ;
- volonté générale de transparence des prises de décisions et de prise en compte des attentes citoyennes ;
- pédagogie pour expliquer les enjeux et les politiques de l'eau et de l'aménagement du territoire ;
- implication des DGA de la culture et des sports, de la communication des trois départements ;
- implication du syndicat Haute Garonne Environnement.

### MAÎTRE D'OUVRAGE

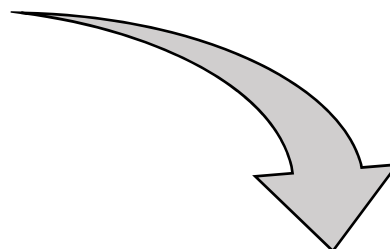
Conseil Départemental 31

### PARTENAIRES TECHNIQUES

L'ensemble des membres du Comité de Concertation

### COÛTS

Vie du site web et Fête annuelle de la Garonne :  
310 000 € HT sur 5 ans



### FINANCEMENTS POTENTIELS

*(Taux maximum potentiels recensés, dont la somme ne devra pas in fine dépasser 80% pour les investissements des collectivités locales)*

- AEAG : 70%
- Région Occitanie : 20%

### BÉNÉFICES, RETOMBÉES ATTENDUES

- Conditions de dialogue facilitées entre les partenaires du PTGA
- Implication des citoyens et des acteurs dans les politiques de l'eau
- prise de conscience collective sur l'importance de préserver la ressource en eau.



## Indicateurs de suivi

- nombre d'opérations de communication réalisées
- nombre de concertation thématiques ou territoriales en lien avec le PTGA
- évolution de nombre de participants aux évènements relatifs à l'eau ainsi que le nombre de manifestations organisées ;
- nombre de téléchargements des documents mis en ligne.

## Synergies

- B.1.1. Mettre en place une instance de concertation
- A.1.1 Sensibiliser la population aux économies d'eau potable domestique au travers d'une campagne de communication

## Pistes pour prolonger l'action

- élargir la communication à l'ensemble des enjeux de la ressource en eau ;
- rendre public de plus en plus de réunions stratégiques sur les enjeux de l'eau et l'aménagement du territoire.

