

Le SAGE se tient à votre disposition pour appuyer votre démarche d'économie d'eau, vous conseiller, vous transmettre des éléments techniques, accompagner votre communication et valoriser vos projets.

Sage du Bassin Versant de la Mayenne

Hôtel du département
39 rue Mazagran
BP 1429
53014 LAVAL CEDEX

(02 43 59 96 28
4 02 43 59 96 38
* sage.mayenne@cg53.fr

www.sagemayenne.org



Document réalisé par Doriès (www.dories.com)
et Médiaverbe (www.mediaverbe.fr)

Sage du bassin versant
aménagement et de Gestion des Eaux
de la **Mayenne**

**Guide pour la sensibilisation
aux économies d'eau**

L'eau est vitale mais elle est inégalement répartie sur notre planète. 97% de l'eau est salée et sur les 3% restant seul 0,7% est utilisable directement par l'homme.



Juin 2008



Région
PAYS DE LA LOIRE



LA MAYENNE
CONSEIL GÉNÉRAL

L'ORNE
Conseil Général

CONSEIL GÉNÉRAL
DEPARTEMENT DE
MAINE-ET-LOIRE



Préambule

Economiser l'eau : un enjeu majeur du SAGE

Le SAGE (Schéma d'Aménagement et de Gestion des Eaux) du bassin versant de la rivière la Mayenne, précise que les économies d'eau sont prioritaires car elles permettront de réduire les pressions de prélèvement sur la ressource en eau.

Elles concernent à la fois :

- ⇒ la diminution des consommations en eau,
- ⇒ l'amélioration du fonctionnement des réseaux d'adduction en eau potable afin de diminuer les pertes et volumes non-comptabilisés.

Économiser l'eau contribuera à atteindre l'objectif d'optimisation de la gestion quantitative de la ressource et, plus particulièrement, l'objectif de diminution des volumes mis en distribution.

Pourquoi un guide de sensibilisation ?

L'eau distribuée n'est pas un bien de consommation banal et l'ensemble des usagers (collectivités, grand public, scolaires, professionnels, ...) doit être sensibilisé à la valeur de l'eau et convaincu de la nécessité de l'économiser.

Ce guide de sensibilisation se veut un document d'appui aux différents acteurs (notamment collectivités, organismes publics et parapublics) qui souhaiteraient agir auprès de publics variés, pour diminuer la consommation en eau.

Il a pour objectif d'aider les acteurs à prendre ou à faire prendre conscience de la valeur de l'eau afin d'inciter les différentes catégories d'usagers à réduire leurs consommations. Il s'agit **d'informer, de sensibiliser et de convaincre de la nécessité de réaliser des économies d'eau.**

La conception de ce guide a été étudiée de façon à le rendre facile d'utilisation et réactualisable. Aussi n'hésitez pas à nous faire part de vos réactions et expériences.

Les économies d'eau doivent être envisagées comme une ressource à part entière. Néanmoins, ce gisement est éclaté sur de nombreux sites et dépend de nombreux acteurs de nature souvent différente. La mobilisation de ces acteurs nécessite de la pédagogie et des efforts continus de communication.

Les techniques d'économies d'eau sont simples, éprouvées et efficaces rapidement avec un temps de retour sur investissement court et ceci sans compter le bénéfice induit d'économie d'énergie.

Economiser l'eau est un geste citoyen, une prise de conscience que l'eau est une ressource épuisable.

Fiche pratique : Conseils pratiques pour sensibiliser les professionnels de l'eau et les prescripteurs**Les actions à conduire**

- ◆ Identifier les professionnels et les grandes surfaces qui proposent des appareils économes.
- ◆ Mobiliser l'ensemble de la filière : prescripteurs, industriels de la plomberie, distributeurs grossistes et détaillants, organisations professionnelles de la plomberie sanitaire et les artisans plombiers.
- ◆ S'associer aux lycées professionnels.
- ◆ Inciter les plombiers à suivre des formations « économies d'eau » afin de mieux conseiller leurs clients (formation CAPEB, Chambre des métiers).
- ◆ Informer les magasins vendant du matériel hydroéconome des campagnes de communication lancées à l'échelle locale auprès des habitants de façon à ce qu'ils puissent s'approvisionner en matériel hydroéconome.
- ◆ Communiquer sur le club des acteurs des économies d'eau.

Les outils

- ◆ Club des acteurs « économie d'eau »
- ◆ Affiches
- ◆ Brochure grand public

...

Conseils pour l'évaluation

L'évaluation dans le cadre de ces opérations portera sur le nombre d'actions menées et le nombre de professionnels touchés.

En savoir plus

<http://www.capeb-pays-de-la-loire.fr/CAPEB/fich/qualieau.htm>

Table des matières

La méthodologie d'élaboration du guide	4
La stratégie de sensibilisation aux économies d'eau développée par le SAGE	5
Les outils propres au SAGE	7
La boîte à outils économies d'eau	15
Les fiches actions pratiques « sensibiliser aux économies d'eau, mode d'emploi » :	21
- Structure et contenus type d'une fiche pratique	22
- 1 : Conseils pratiques pour les collectivités territoriales	24
- 2 : Conseils pratiques pour sensibiliser le grand public	27
- 3 : Conseils pratiques pour sensibiliser les scolaires	29
- 4 : Conseils pratiques pour sensibiliser les professionnels	31
- 5 : Conseils pratiques pour sensibiliser les professionnels de l'eau et les prescripteurs	33

La méthodologie

Une recherche des bonnes pratiques

Les recherches inhérentes à la constitution de ce guide ont été effectuées avec le parti pris suivant : pourquoi réinventer ce qui se fait de bien ailleurs ?

Un inventaire des stratégies de communication et des outils associés mis en place par diverses structures a donc été réalisé dans le but de capitaliser sur des expériences antérieures et de recenser des bonnes pratiques. Un certains nombres de structures ayant travaillé sur le sujet ont d'abord été identifiées (recherche internet, échange avec des spécialistes,...). Elles ont ensuite été sollicitées et interviewées pour échanger sur leurs actions et outils.

Ces derniers ont été analysés, puis choisis selon l'intérêt et l'efficacité qu'ils présentaient par rapport aux objectifs définis par le SAGE.

Enfin, ils ont été amendés, contextualisés, adaptés aux caractéristiques du bassin versant de la rivière la Mayenne.

Ce travail de recherche s'est effectué à l'échelle du territoire national sans oublier le bassin versant. Bien entendu, il ne se veut pas exhaustif, et de bonnes idées ont sans doute été oubliées. Ce guide est un document évolutif, il sera susceptible de les intégrer dans de nouvelles versions.

NB : Liste des structures contactées directement : Agence de l'eau Loire Bretagne, CAPEB Pays de la Loire, Conseil Régional de Bretagne, Mayenne Nature Environnement, SMEGREG de Gironde, Vendée Eau, Sival Odet et les mairies de Commer, de Lannion, de Quimper, de Pontivy, de Genest ST Isle, ...

Nous remercions vivement toutes les personnes qui ont contribué par leurs échanges à la construction de ce guide et notamment le SMEGREG et leur site « j'économise l'eau » (<http://www.jeconomiseleau.org>) pour leurs informations fort utiles.

5 : Conseils pratiques pour sensibiliser les professionnels de l'eau et prescripteurs

Acteur : Sage , chambre des métiers, syndicats professionnels

Public concerné : Professionnels secteurs de l'eau (plombiers, magasins vendant du matériel,..) architectes , maîtres d'oeuvre

Enjeux :

De nombreux acteurs professionnels ont un impact direct sur les économies d'eau.

C'est le cas des fermiers qui peuvent jouer un rôle capital en étant force de propositions pour les collectivités.

C'est aussi le cas des plombiers qui peuvent conseiller leurs clients sur les installations les plus adaptées. En effet, ils sont à la fois des relais d'information et de sensibilisation de leur clientèle (particuliers, entreprises et administrations) mais également ceux qui mettent en application les choix de leurs clients et en assurent l'entretien.

C'est encore celui des architectes et maîtres d'œuvre qui ont aussi un rôle de conseil (emplacement du chauffe eau, ...) auprès de leurs clients.

La stratégie

Sensibiliser et former les professionnels de l'eau pour qu'ils deviennent de véritables prescripteurs des économies d'eau.

Le message

Vous avez un rôle de conseil en économie d'eau capital auprès de vos clients.

Illustrations

La ville de Lorient dans le cadre de sa politique d'économies d'eau a mis en place des contacts suivis avec les grossistes et les artisans plombiers et proposé en premier lieu un partenariat.

Les résultats sont probants. Les grossistes locaux partenaires ainsi que les artisans plombiers ont observé une augmentation de leur activité. Les particuliers ont compris que l'investissement dans l'achat de matériel économique sera rentabilisé à court ou moyen terme

Fiche pratique : Conseils pratiques pour sensibiliser les professionnels**Les actions à conduire**

- ◆ Suivre régulièrement la consommation et analyser les variations
- ◆ Pour une utilisation de l'eau assimilable à un usage domestique (hôtellerie, restauration, tertiaire, artisans, etc.), mettre en oeuvre les actions proposées pour les collectivités et le grand public (cf fiche 1 et 2).
- ◆ Inciter les professionnels à se rapprocher des organismes professionnels pour les eaux de process.

Les outils

- ◆ Affiches
- ◆ Brochure grand public
- ◆ Club des acteurs « économie d'eau »

...

Conseils pour l'évaluation

Quantifier les investissements et les économies réalisées.

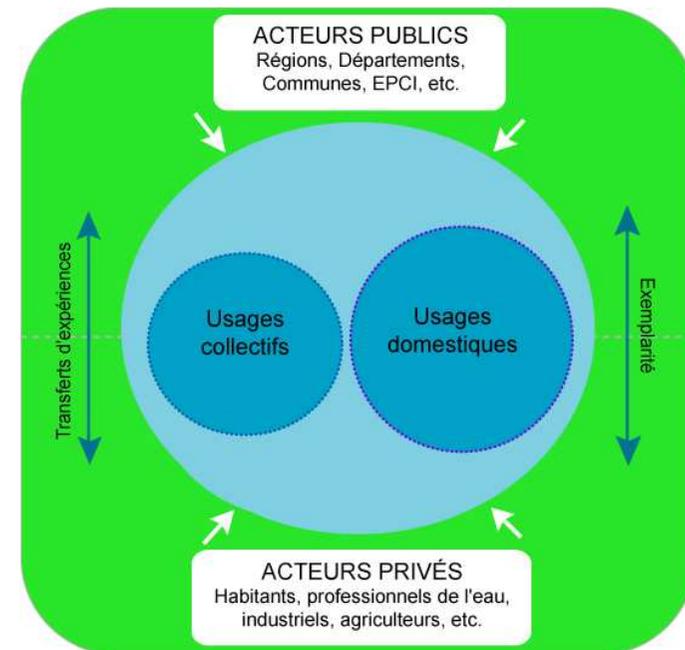
En savoir plus

http://www.jeconomiseleau.org/gen_professionnels.html

La stratégie développée

La maîtrise de la consommation d'eau du Bassin Versant de la Mayenne concerne tous les usages et tous les usagers. Néanmoins, le Sage donne la priorité :

- ◆ aux usages collectifs, les acteurs publics se devant d'être exemplaires pour pouvoir légitimement solliciter le grand public. Il est nécessaire de miser sur la capacité d'entraînement des collectivités locales.
- ◆ aux usages domestiques (plus de la moitié des consommations sur le réseau public) ce qui nécessite une adhésion de l'ensemble des habitants mais également des professionnels et des prescripteurs.
- ◆ L'effort dans l'action et la communication devra être continu au fil du temps et s'appuyer sur la logique de réseau et le transfert d'expériences.



La stratégie développée

La stratégie de communication liée aux économies d'eau est guidée par les principes suivants :

- ◆ Une communication **souple** (des outils partagés, adaptés aux besoins de chacun et « personnalisables » pour faciliter leur appropriation).
- ◆ Une communication **directe** (avec une segmentation des messages et personnalisation des outils en fonction de la cible et de leurs centres d'intérêt).
- ◆ Une communication **régulière** (modeste, répétitive et persévérante) nécessaire pour que les usages passent dans les mœurs.
- ◆ Une communication **pédagogique** (démonstration, témoignage d'actions concrètes, reportages de terrain, exemples)
- ◆ Une communication **valorisante** : les messages liés au développement durable et à la protection de l'environnement sont particulièrement adaptés pour sensibiliser aujourd'hui le grand public et notamment les jeunes. Le grand public s'intéressera également aux moyens proposés pour diminuer leur consommation d'eau ; cette baisse ayant un effet mécanique sur la diminution de leur facture d'eau voire d'électricité (approche pouvoir d'achat).
- ◆ Une communication **économique et intégrée** : adapter et utiliser les outils les plus efficaces mis en place sur d'autres territoires et mettre en œuvre une stratégie de communication multi supports : penser et décliner les outils à la fois pour l'édition imprimée et multimedia (print et web).

4 : Conseils pratiques pour sensibiliser les professionnels

Acteurs : Organisations professionnelles et organismes consulaires

Public concerné : Professionnels de tous secteurs d'activité : artisans, agriculteurs, industriels, tertiaire

Enjeux :

Quelque soit l'usage que les professionnels font de l'eau, leur comportement a un impact. En effet, soit leur usage est proche de celui d'un usage domestique et les actions à mettre en œuvre sont similaires à celles conseillées pour l'habitant ou les collectivités. Soit ce n'est pas le cas et il faut imaginer des approches au cas par cas sachant que généralement les économies d'eau permettent de réduire les dépenses d'énergie et de matières premières. Le cas échéant, elles permettent aussi de lutter contre la pollution, sans pour autant affecter la qualité des produits.

La stratégie

Sensibiliser toutes les catégories de professionnels (industriels, acteurs du tertiaire, agriculteurs, artisans, hôteliers, ...) aux économies d'eau, en les orientant au mieux en fonction de leur spécificité.

Le message

Professionnels, il existe des solutions pour optimiser vos usages de l'eau.

Illustrations

Cas d'un hypermarché dont l'amélioration porte essentiellement sur le système de climatisation.

4 tours aéroréfrigérantes, consommant plus de 20 000 m³/an ont été remplacées par 2 séries de condenseurs :

- adiabatiques pour le système de climatisation. Une brumisation ponctuelle y est prévue pour les périodes de fortes chaleurs ;

- air/air pour le circuit de froid alimentaire. Ces condenseurs ne consomment pas d'eau.

Outre une sécurité sanitaire accrue, ces nouveaux systèmes de climatisation devraient consommer beaucoup moins d'eau, au plus

5 000 m³/an soit une économie de 15 000 m³/an.

Fiche pratique : Conseils pratiques pour sensibiliser les scolaires**Les actions à conduire**

- ◆ Mettre rapidement des actions économies d'eau dans les écoles de façon à pouvoir rapidement solliciter un partenariat et entreprendre des actions de sensibilisation.
- ◆ Envoyer courrier aux chefs d'établissement expliquant la démarche, l'opération de sensibilisation organisée par le SAGE et les outils proposés. Mobiliser les directeurs d'écoles et les enseignants en début d'année voire en fin d'année scolaire pour leur permettre d'intégrer l'approche économies d'eau aux autres enseignements.
- ◆ Associer les parents d'élèves à la démarche, en proposant la mise en place d'une information temporaire à la sortie des écoles.
- ◆ Permettre aux enfants de relever des compteurs d'eau dans l'école.
- ◆ Travailler en réseau avec les associations type MNE
- ◆ Diffuser les différents outils
- ◆ Mettre en place des jeux concours (collèges, lycées, ...) ou capitaliser sur les opérations existantes (Ex : éco'légiens du Conseil Général de la Mayenne).

Les outils

- ◆ Outils pédagogiques de l'Agence de l'Eau Loire Bretagne
- ◆ Malette Gaspido proposée par MNE en Mayenne
- ◆ CD rom Illeco
- ◆ Plaquette grand public
- ◆ Affiche

Conseils pour l'évaluation

Diffuser un questionnaire d'évaluation de l'opération auprès des écoles et collèges.

Comptabiliser le nombre d'opérations et d'élèves touchés.

En savoir plus

http://www.eau-loire-bretagne.fr/espace_documentaire/documents_en_ligne/informations_generales/catalogue_publications-08.pdf

.

La boîte à outils économies d'eau

Vous trouverez dans les pages suivantes une présentation succincte des outils à utiliser dans la cadre d'opérations de communication pour sensibiliser aux économies d'eau.

Certains de ces outils sont très opérationnels et directement utilisables ex : la plaquette grand public. D'autres relèvent plus d'une méthodologie d'action à conduire, ex : les relations média presse.

Des outils à usage large : mascotte, brochure grand public, affiche, site internet**La mascotte**

La mascotte est conçue autour de la « **phrase vocation** » :

Elle peut être déclinée par une « **signature locale** » plus personnalisée destinée à prouver au grand public l'exemplarité et l'engagement d'une collectivité donnée en faveur des économies d'eau.

Cette signature locale prouve par l'action et la démonstration que les acteurs locaux qui s'engagent le font savoir.

Exemple: :

« **phrase vocation** » [de ma commune]
 [du terrain de foot]
 [des espaces verts]
 [de l'école] »

La mascotte est conçue **pour le grand public**. Elle signe toutes les actions et l'ensemble des supports de communication du SAGE pour cette opération.

La brochure grand public

Elle recense les notions clé et messages clé (les gestes simples) sur les économies d'eau pour le grand public.

Cette brochure pourra être complétée à terme par différents objets promotionnels (magnets, stickers, autocollants,...). Néanmoins ces objets sont coûteux, il faut être certain de leur bon usage .

C'est un recto-verso privilégiant des textes très courts pédagogiques, les chiffres-clés et des illustrations pédagogiques (scénette de la vie quotidienne). Trois à quatre messages essentiels et des conseils pratiques pour économiser l'eau à la maison.

Format : 15/21 (1/2 A4) recto-verso plastifié.

L'affiche grand public

Il s'agit de **décliner et d'adapter au format de l'affiche les 2 ou 3 messages essentiels conçus pour la brochure grand public** : les réflexes à acquérir, les gestes simple du quotidien pour éviter le gaspillage et économiser l'eau.

Dans sa conception, elle reprend les contenus de la 1^{ère} page de couverture de la brochure grand public (mascotte, textes, illustration, etc.)

Diffusion conseillée ; mairies (Etat civil), écoles, vestiaires des associations sportives, points info énergie, habitats collectifs, manifestations et salons, etc.

3 : Conseils pratiques pour sensibiliser les scolaires

Acteur : Collectivités, inspection académique, enseignants
Public concerné : les scolaires

Enjeux :

Les enfants d'aujourd'hui sont les acteurs de demain. Ils forment un public sensible particulièrement de 8 à 13 ans, ils sont en effet au coeur de la famille et peuvent transmettre les messages et notamment les bonnes pratiques écocitoyennes à leur entourage ; ce sont de véritables prescripteurs.

Le département de la Mayenne compte à lui seul 294 écoles primaires soit près de 8 500 élèves et 41 collèges rassemblant 13 500 élèves.

La stratégie

⇒ **S'appuyer sur des exemples concrets réalisés dans les établissements.**

⇒ **Initier et animer des partenariats avec les collectivités territoriales et le rectorat pour mettre en œuvre des actions pédagogiques de sensibilisation aux économies d'eau auprès des scolaires.**

⇒ **Aider les scolaires à acquérir le réflexe économe en eau et à adopter les gestes simples au quotidien (« je ferme le robinet »)**

Illustration

GASPIDO se présente sous la forme d'un jeu de l'oie dont l'objet est de gérer au mieux sa ressource en eau malgré les aléas rencontrés par les équipes. Les joueurs vont devoir répondre à des questions, résoudre des problèmes avec du matériel de plomberie. L'équipe gagnante sera celle qui aura su préserver au maximum sa ressource en eau.

Les intérêts :

Le message

« l'eau est un bien précieux, tu ne dois pas la gaspiller »

« en économisant l'eau, j'agis pour la planète »

« en économisant l'eau, je suis solidaire de ceux qui en ont moins ou pas »

⇒ L'utilisation de l'eau comme élément central du jeu et enjeu

⇒ L'utilisation de valeur de solidarité.

⇒ La présentation de matériel hydro-économe et l'utilisation, de matériel : robinets, tuyaux, chasse d'eau, douchettes, ...

Les actions à conduire

- ◆ Mettre en œuvre préalablement des « économies d'eau » au sein de la collectivité (cf fiche pratique précédente).
- ◆ Diffuser les supports et outils de communication du SAGE (plaquette, guide, affiches...)
- ◆ Faire connaître ces initiatives et bonnes pratiques auprès de la presse locale.
- ◆ Être présent lors des salons et manifestations liés à l'habitat, l'environnement
- ◆ Diffuser à la population des kits économies d'eau ou inciter les habitants à en faire l'acquisition
- ◆ Utiliser le label « j'économise l'eau dans ma commune » ou mascotte sur les supports de communication de la collectivité, panneaux, supports divers... Démultiplication du label/mascotte auprès des associations, établissements, structures diverses cofinancés par la collectivité.

Les outils

- ◆ Brochure grand public et objets promotionnels associés
- ◆ Site internet du sage
- ◆ Affiche
- ◆ Relations presse

Conseils pour l'évaluation

Suivre l'évolution de la consommation de la population (contrat avec le fermier, ..)

Inciter le citoyen à être un acteur responsable de ses consommations en le sensibilisant au suivi mensuel.

En savoir plus

http://www.jeconomiseleau.org/gen_particuliers.html
<http://www.arpe-mip.com/html/1-5520-Eau.php>
http://www.vendeeeau.com/rubriques/?keyRubrique=ne_gasillons_pas_leau

Le site internet

Un **espace dédié à l'opération Economies d'Eau** a été créé à partir du site Internet du SAGE – www.sagemayenne.org – .

Il est accessible directement (adresse à préciser) ou accessible depuis la page d'accueil du site Internet du Sage.

Il propose :

- ◆ de la documentation,
- ◆ des ressources et outils ;
- ◆ des actualités ;
- ◆ une rubrique interactive permettant de poster des idées, de faire connaître des initiatives locales ; de faciliter les échanges d'informations entre les membres du réseau des communes pilotes via un extranet ou espace réservé ;
- ◆ un espace pour les journalistes ;
- ◆ une lettre d'information diffusée par e.mail ; des animations multimédias téléchargeables (déclinaison des illustrations conçues pour les supports imprimés.).

Il est également enrichi par les articles et autres contenus rédactionnels produits.

Des outils dédiés aux collectivités : guide pratique, réunions « Informations et conseils sur les économies d'eau »

Contenus rédactionnels « clé en main » pour la presse et les divers supports des collectivités locales

Stratégie d'action :

- ◆ Maintenir une présence régulière auprès des médias,
- ◆ Valoriser l'exemplarité et la proximité des projets menés par la commune, la collectivité territoriale.

Contenu :

- ◆ Produire du contenu rédactionnel (communiqués de presse, petits articles) destiné aux magazines des collectivités mais aussi destinés aux correspondants presse locaux environ 2 à 3 fois par an.

Le guide pratique pour optimiser la consommation en eau des collectivités territoriales et bailleurs sociaux

Ce guide est un outil de sensibilisation fournissant une vision large de la problématique, économies d'eau au sein des collectivités. C'est aussi un outil pratique, simple, d'aide à la mise en place de mesures d'économies d'eau au niveau du patrimoine des collectivités. Il s'adresse notamment aux collectivités de moins de 10 000 hab.

Il est constitué de fiches-action types par usage :

- ◆ Groupe scolaires
- ◆ Piscine
- ◆ Espaces verts
- ◆ Stades
- ◆ Gymnases
- ◆ Campings
- ◆ Bâtiments communaux administratif : mairie
- ◆ Habitat collectif
- ◆ Maison de retraite

Il propose une série d'actions concrètes à mettre en place à l'échelle des collectivités.

Organisation de journée ou réunions « Informations et conseils sur les économies d'eau »

Ces journées ou réunions en fonction de la taille de la collectivité sont destinées au grand public afin de lui apporter l'information la plus concrète et pratique possible :

- ⇒ Lire sa facture d'eau
- ⇒ Faire un diagnostic de consommation et de fuites
- ⇒ Découvrir et comparer les matériels hydroéconomiseurs.

Il est souhaitable d'associer à ces manifestations le réseau de partenaires afin de décupler l'effet d'entraînement. Peuvent être notamment sollicités : les entreprises fermières, les associations de consommateurs, les associations de protection de l'environnement ou développement durable, les distributeurs de matériels, les artisans plombiers, ...

Les supports techniques des réunions seront fournis par le SAGE

2 : Conseils pratiques pour sensibiliser le grand public

Acteur : Collectivités, bailleurs sociaux

Public concerné : le grand public, les habitants

Enjeux :

En Mayenne, sur les **22 millions de m³ d'eau potable distribuée, plus de la moitié** soit 12 millions de m³ sont à destination des robinets des habitants.

À son domicile, chaque habitant du bassin versant consomme environ 110 litres par jour d'eau potable, soit près de 40 m³ par an. Seule une très faible partie de cette eau est destinée à un usage alimentaire. Le reste est utilisé pour l'hygiène et le nettoyage. Les possibilités d'économie d'eau sont importantes et ce dans un double objectif : préserver nos ressources et réduire sa facture d'eau.

De plus, 40% de l'eau consommée est de l'eau chaude, **économiser de l'eau c'est aussi économiser de l'énergie.**

La stratégie

Montrer l'exemplarité de l'acteur public et le faire savoir auprès du grand public. Tabler sur la capacité d'entraînement de la collectivité. Montrer que l'action est possible, efficace et rentable chez le particulier.

Son action est capitale !!

Le message

« Nous économisons l'eau, vous aussi vous pouvez l'économiser »

Illustrations

Diffusion de dispositifs économiques (1 douchette à 25 €, 1 flexible renforcé à 10 €, 2 plaquettes WC à 12 €/U, 2 mousseurs à 5€/U) permettent d'économiser 45 m³/an (soit 135€/an, coût du m³ de 3€) pour un investissement de 70 €. Ils sont donc rentabilisés en moins de 6 mois. Ceci sans compter que 40% de cette eau est de l'eau chaude : estimation d'économie d'énergie de 100 à 150 € par an.

(source site jeconomiseleau.org)

Conseil pour l'évaluation

1. L'évaluation comme le diagnostic nécessite une **connaissance des consommations** et donc la pose de compteurs et sous-compteurs individuels pour chaque bâtiment. Il faut collecter et analyser les données de façon à identifier les éventuelles dérives.

2. Des **matériels adaptés au suivi de consommation** pourront être mis en place

- ⇒ Surveillance des consommations par télé-relevé des compteurs mais tous les compteurs ne peuvent pas être équipés de cet accessoire
- ⇒ Identification et localisation des fuites à l'aide d'un débitmètre à ultrasons
- ⇒ Analyse des variations de débit au sein des canalisations avec des appareils capables d'effectuer des analyses temporelles de débits et ainsi identifier des fuites.

NB : les indicateurs de suivi sont précisés dans « Le guide pratique pour optimiser la consommation en eau des collectivités territoriales »

3. **Calcul du retour sur investissement** (somme investie au regard du montant d'économies réalisé).

En savoir plus

http://www.jeconomiseleau.org/gen_collectivites.html

http://www.gironde.fr/doc_joint/publication/FTP/guide_usage_eau_collectivites.pdf

http://www.eau-loire-bretagne.fr/espace_documentaire/documents_en_ligne/guides_economies_deau/economie_eau_habitat.pdf

http://www.eau-loire-bretagne.fr/espace_documentaire/documents_en_ligne/guides_economies_deau/eco-eau_Rapport3.pdf

La mise en place du réseau passe notamment par :

- **L'animation du réseau des communes pilotes,**
- **La création à terme d'un club des acteurs des économies d'eau.**

Animation du réseau des communes pilotes

Ce réseau aura vocation à associer, dans un premier temps, les collectivités les plus volontaires et/ou celles dont les actions ont été les plus innovantes et performantes en matière d'économie d'eau.

Au travers de leurs témoignages et de la notion « d'exemplarité », les membres du réseau d'acteurs deviendront les « ambassadeurs » du SAGE en matière d'économie d'eau :

- ◆ parce qu'ils disposent déjà d'une expertise, d'un savoir-faire et peuvent témoigner des résultats obtenus,
- ◆ parce qu'ils sont disposés à partager leur expérience avec les autres, à expliquer leur démarche, leurs motivations, leur projet.

Le club : opération de reconnaissance

Dans le cadre des opérations Economies d'Eau, la CLE (Commission Locale de l'Eau) a décidé, une fois que la dynamique sera bien installée, **de créer, et d'animer un Club des acteurs de l'eau investis dans la maîtrise des consommations (des collectivités, des professionnels prescripteurs d'économies d'eau).**

Ce club a vocation à valoriser et susciter **l'échange dans un cadre informel, à diffuser les bonnes pratiques et à valoriser l'efficacité du travail en réseau.** Le club sera mobilisé en tant que partenaire lors des opérations de communication ou d'événements organisés. Il sera notamment mandaté pour réfléchir à la mise en place d'un label Economies d'Eau sur le territoire du Bassin Versant de la Mayenne.

L'adhésion au club nécessite **d'avoir démontré son action en termes d'économies d'eau** (Dossier type de demande d'adhésion sur le site www.sagemayenne.org) puis cooptation par le bureau du club.

Il se réunit une fois par trimestre.

Des outils dédiés aux écoles et collèges, à vocation pédagogique

Les outils à vocation pédagogique (scolaires)

De nombreux outils existent déjà et sont proposés par différents acteurs, certains vous sont présentés ci-dessous avec les coordonnées des acteurs référents :

- ◆ Les outils à vocation pédagogique recensés dans le livret « Repères et ressources en éducation à l'environnement » réalisé et édité par l'Agence de l'Eau Loire-Bretagne :
Exposition pédagogique : derrière mon robinet coule une rivière :
Affiches, fiches pédagogiques, etc.: Le voyage de perle d'eau, ...
Contact : 02 38 51 73 73
<http://www.eau-loire-bretagne.fr>
- ◆ Malette Gaspido Animations et interventions auprès des publics scolaires
Association Mayenne Nature Environnement
Contact : 02.43.02.97.56
<http://www.mayennatureenvironnement.fr/>
- ◆ Cd-Rom Illeco édité par le Conseil général d'Ille-et-Vilaine
Contact : Pascale Géraud - 02 99 02 35 35 – p.geraud@cg35.fr

Conseils pratiques pour les collectivités territoriales

Les actions à conduire

◆ **Techniquement**

- ⇒ mettre en place systématiquement des compteurs d'eau ;
- ⇒ mettre en place des systèmes de recyclage de l'eau ;
- ⇒ choisir des matériels économes avec dispositifs de limitation et réduction des débits (temporisateurs, mousseurs) ;
- ⇒ réaliser des aménagements paysagers tolérants à la sécheresse (espèces adaptées) ;
- ⇒ mettre en place des méthodes efficaces d'arrosage et d'irrigation (irrigation raisonnée) ;
- ⇒ réduire le cas échéant la pression du réseau de distribution ;
- ⇒ utiliser des eaux pluviales (ou usées avec précaution) pour le lavage ;
- ⇒ développer une vigilance « Economie d'eau » sur les réseaux :
détection et colmatage des fuites ;
- ⇒ fermer les compteurs des bâtiments inoccupés ;
- ⇒ entretenir et régler les matériels ;

◆ **Fonctionnellement :**

- ⇒ former le personnel (se rapprocher du CNFPT) ;
- ⇒ suivre les consommations ;
- ⇒ intégrer des critères économies d'eau dans la commande publique (modèle de rédaction proposé sur le site du SAGE).

◆ **En termes de sensibilisation:**

- ⇒ informer les habitants (cf. fiche n°2) ;
- ⇒ réaliser des actions pédagogiques.(cf.fiche n°3)

Les outils

- ◆ Le réseau des communes pilotes qui pourra évoluer vers un club à terme
- ◆ Le guide pratique pour optimiser la consommation en eau des collectivités territoriales
- ◆ Le site internet
- ◆ Les affiches

1 : Conseils pratiques pour les collectivités territoriales

Acteur : Collectivités territoriales, Sage

Public concerné : Collectivités territoriales, bailleurs sociaux

Enjeux

Les collectivités consomment de l'eau pour alimenter leurs bureaux, leurs locaux d'accueil, leurs écoles, leurs équipements sportifs, pour l'arrosage des terrains de sport et le nettoyage des rues, etc.

- ◆ lavage des caniveaux : 25 litres par mètre ;
- ◆ école : 10 à 100 litres par jour et par élève ;
- ◆ maison de repos ou retraite : 100 à 250 litres par jour et par lit ;
- ◆ centre de vacances : 100 litres par jour et par personne ;
- ◆ restauration collective : 20 litres par jour par repas préparé ;
- ◆ piscine : 120 à 200 litres par baigneur ;
- ◆ équipement sportif : 25 à 35 litres par entrée ;
- ◆ terrain de sport : 5000 m³/an.

(Source : Agence de l'Eau Loire Bretagne)

La stratégie

L'acteur public se doit d'être exemplaire. Aucune action auprès du public n'a de sens si lui-même ne s'est pas engagé au préalable dans la démarche.

Le message

L'approche globale et les techniques d'économies d'eau sont simples, éprouvées et efficaces rapidement avec un temps de retour sur investissement court.

Illustration

En 2002, Mérignac (63000 hab, consommation proche de 225 000 m³/an) a mis en oeuvre des solutions pour maîtriser ses dépenses et préserver les ressources :

- relève mensuelle systématique de tous les compteurs et télésurveillance de certains compteurs pour détecter des consommations anormales
- installation d'équipements hydro-économiques dans tous les bâtiments.
- gestion économe des espaces verts.

Depuis 2003, Mérignac a réduit sa consommation d'eau d'environ 16% (150 000 m³ d'eau économisés soit 400 000 € environ, pour un investissement global de 43 000 €).

Les fiches pratiques

Les différentes fiches pratiques qui suivent ont vocation à faciliter la mise en œuvre d'opérations de communication visant à sensibiliser les différents usagers de l'eau à la nécessité d'économiser cette ressource.

La fiche suivante donne les codes de lecture des différentes fiches.



Avant de démarrer des opérations de sensibilisation aux économies d'eau, il est nécessaire d'envisager cette approche sur le long terme. En effet le coup par coup, ou les opérations d'opportunité sont vouées à l'échec. Les rappels doivent être fréquents, car les publics concernés bougent, évoluent. La pédagogie nécessite la répétition, celle-ci pouvant prendre des formes différentes (ex : pour les habitants : plaquette avec la facture d'eau, rappels réguliers dans le bulletin municipal, encarts presse, ...).

Il ne faut pas hésiter :

- ⇒ **à diversifier les supports** : plaquettes, affiches, courriers, bulletins municipaux, presse, supports promotionnels ...
- ⇒ **à être redondant pour toucher le plus grand nombre.**

Fiche pratique : *titre de la fiche*

Acteur : précise qui conduit les opérations

Public concerné : précise quel est le public visé par cette fiche

Enjeux :

Décline les raisons de la nécessité d'économiser l'eau pour le public concerné et son impact sur cette ressource.

La stratégie

Ce chapitre décline la stratégie à mettre en œuvre sur le public en question. Les actions types y sont également présentées.

Illustrations

Quelques exemples concrets sont détaillés ici.

Le message

Précise le message à diffuser au public concerné.

Fiche pratique

Les actions à conduire

Propose différentes actions à conduire dans le cadre de la stratégie.

Les outils

Précise les outils qui peuvent être déployés/utilisés dans le cadre de la mise en œuvre des conseils de cette fiche. Le détail de chaque outil est présenté dans « la boîte à outils ».

Conseil pour l'évaluation

Le seul moyen de savoir si les actions sont efficaces est de mesurer, d'opérer un suivi régulier des résultats. Cette rubrique offre des conseils pour le faire et précise quelques indicateurs.

En savoir plus

Précise l'adresse de sites internet intéressants en la matière, donne les coordonnées d'acteurs référents ou de documents ressources.