

# SAGE HAUTE CORSE

plan de communication



© Prest. Maxim Massalini



# PRÉAMBULE

## Qu'est-ce qu'un SAGE ?

Le Schéma d'Aménagement et de Gestion des Eaux (SAGE) est un outil stratégique de gestion de l'eau et des milieux aquatiques, élaboré et mis en œuvre à l'échelle d'une zone hydrographique cohérente : le bassin versant.

Élaboré par le Département de la Haute-Corse, en concertation avec les différents acteurs de la gestion de l'eau sur le bassin versant, il a pour objectif de satisfaire les besoins en eau de tous (eau potable, industrie, agriculture, etc.) et de garantir la qualité de l'eau et des milieux aquatiques, tout en tenant compte des spécificités du territoire.

Le SAGE aborde ainsi des thématiques très variées allant de la qualité des eaux à la gestion des inondations et des sécheresses en passant par la pollution, la biodiversité et le fonctionnement des milieux aquatiques. Il fixe les objectifs d'utilisation, de valorisation et de protection de la ressource en eau et des milieux aquatiques.

L'outil SAGE est de ce fait très technique et nécessite une importante concertation afin que tous les acteurs se l'approprient et facilitent sa mise en œuvre.

## Le plan de communication

La concertation étant au cœur du SAGE, il est primordial de développer une communication cohérente et efficace afin d'en faciliter l'acceptation et la mise en œuvre par une multiplicité d'acteurs aux attentes et sensibilités différentes.

Ce plan de communication axera sa réflexion sur la mise en cohérence des objectifs du SAGE avec les outils et messages à déployer en fonction des publics ciblés.

## Méthodologie pour la conception du plan de communication

L'élaboration du plan de communication sera réalisée selon la méthodologie suivante :



# Phase 1

## Diagnostic

- Comment le SAGE est-il perçu/ compris par:
  - Membres de la CLE/Les acteurs locaux de la gestion de l'eau;
  - Le grand public.
- Existents-ils des points de blocage?
- Quels sont les outils de communication existants?
  - Comment sont-ils déployés?
  - Comment sont-ils perçus?

# Phase 2

## Définition des objectifs, des enjeux et des cibles

- Quels sont les objectifs pédagogiques à mettre en regard des objectifs stratégiques fixés par le SAGE?
  - Exemple: Préserver les continuités écologiques (objectif stratégique), vulgariser la notion de continuité écologique, faire comprendre les impacts des aménagements, accompagner les aménageurs (objectifs pédagogiques).
- Quels sont les enjeux majeurs en termes de communication?
  - Exemple: l'appropriation du SAGE pour en favoriser la mise en œuvre.
- Quels sont les publics à cibler en fonction des enjeux?

# Phase 3

## Stratégie - Définition des outils et des messages

En fonction des objectifs, des enjeux et des cibles

- Quels sont les messages à véhiculer?
- Quels sont les outils de communication à déployer?
- Quels sont les acteurs qui peuvent aider à la communication?

# Phase 4

## Mise en œuvre des outils de communication

- Création de fiches opérationnelles:
  - Description de l'action;
  - Priorité;
  - Cibles;
  - Messages;
  - Coût;
  - Phasage.



# PHASE I

## DIAGNOSTIC

### I. La perception de l'outil SAGE

Le SAGE « étang de Biguglia » est un projet mené sur le long terme qui, au fil des évolutions réglementaires, s'est adapté aux nouveaux cadres légaux. Cette longue période de création, d'évolution et d'ajustement n'a pas favorisé l'appropriation et la compréhension du SAGE par les différents acteurs de la gestion du territoire. Aussi, afin de faciliter la mise en œuvre du SAGE, il apparaît aujourd'hui important d'augmenter le niveau d'information à la fois pour les parties prenantes de la gestion de l'eau sur le bassin versant, mais également pour le grand public.

#### a) Par les membres de la CLE

La Commission Locale de l'Eau rassemble trente acteurs locaux au sein de quatre collèges : le collège des services de l'État, celui des usagers et les deux collèges des collectivités. Selon les collèges, la perception du SAGE, de ses implications et de ses enjeux est variable.

La concertation, au cœur de la conception d'un SAGE, implique que chaque membre de la CLE est un niveau de connaissance de base homogène, permettant une compréhension et une appropriation des objectifs et des enjeux du plan de gestion.

Au sein même de la CLE la perception apparaît donc différente.

- Pour les services de l'État, le SAGE est un outil incontournable de la gestion de l'eau à l'échelle du bassin versant. Moteur dans l'élaboration et la mise en œuvre du SAGE, ce public a une parfaite connaissance et une implication forte dans le projet.
- Le collège des usagers, propriétaires et riverains perçoit dans l'ensemble le SAGE comme un outil de protection et de valorisation du territoire, notamment grâce et au travers de la réserve de l'étang de Biguglia. Cette catégorie reste cependant peu informée quant au SAGE lui-même.
- Les collectivités locales et leurs représentants constituent le groupe pour lequel la perception du SAGE est la moins claire et positive. Les élus représentent aujourd'hui les acteurs les plus difficiles à impliquer dans le projet. Dans un contexte économique difficile, le SAGE est globalement perçu comme une contrainte supplémentaire à la gestion et l'aménagement de leur territoire. Cette catégorie de public, indispensable à la mise en œuvre du SAGE, représente un enjeu majeur du plan de communication.

#### b) Par le grand public

Bien que la réserve de l'étang Biguglia ait permis au grand public de percevoir les enjeux environnementaux liés à l'eau et de tisser dans l'esprit collectif les premiers liens avec le SAGE, ce dernier semble aujourd'hui globalement méconnu de ce public.

Cette catégorie est pourtant très intéressante au regard du levier qu'elle représente pour la mise en œuvre du programme dans les communes. Il semble nécessaire de développer des outils de vulgarisation et de communication afin de sensibiliser le grand public à l'intérêt du SAGE, et de permettre ainsi de favoriser l'implication des communes dans sa mise en œuvre.

Une prise de conscience à l'échelle d'une commune de l'intérêt du SAGE, sera très probablement un moteur intéressant de la mise en application du plan par les élus.

### 2. Les points de blocage

Une partie des élus des communes concernées par le SAGE présente aujourd'hui une réticence à s'impliquer dans le projet. Le manque d'adhésion des acteurs locaux, en partie dû au manque de visibilité sur la plus-value du SAGE et à son important délai d'élaboration, est un réel frein pour la phase de mise en œuvre. Il faut donc faire face à une situation complexe : pour justifier et matérialiser la pertinence du SAGE, il est nécessaire d'engager des actions concrètes, mais les élus (maîtres d'ouvrage potentiels) n'étant pas convaincus des bénéfices ne se mobilisent pas pour concrétiser les recommandations du SAGE.

Il faudra donc trouver des leviers efficaces pour sensibiliser les élus réfractaires au projet et en faire des alliés pour sa mise en œuvre.

### 3. Les outils de communication existants

#### a) Les ressources

Le Département de la Haute-Corse dispose d'un service communication, garant de toutes les publications. Outre son rôle de validation des outils de communication créés, ce service représente une ressource intéressante pour la réalisation de document en interne (graphistes, chargés de communication, service offset).



Il est impératif de concevoir la stratégie de communication, notamment visuelle (charte graphique, logo, etc.) en collaboration avec ce service et de s'appuyer sur cette équipe notamment pour les relations avec la presse.

#### **b) Les documents existants**

Les outils de communication suivants ont été réalisés :

- Un court-métrage documentaire réalisé par le bureau 123 Soleil, diffusé aux membres de la CLE, aux Conseils municipaux de Furiani, Biguglia, Borgo et à certains scolaires ;
- Une plaquette de communication à destination du grand public « Mise à disposition des populations du bassin versant du SAGE étang de Biguglia » publiée en mai 2008 ;
- Plaquette de communication distribuée aux membres de la CLE et aux Conseils municipaux en 2010. Ce document a reçu un bon accueil ;
- 3 posters distribués aux membres de la CLE et aux Conseils municipaux en 2010. Ces outils de communication ont été appréciés.

#### **c) Les actions menées**

- Sujet documentaire sur France 3 Corse en 2000 ;
- Une couche dédiée au SAGE a été créée sur le site de cartographie Géoportail en 2015 ;
- 4 articles de presse dans le quotidien Corse Matin entre 2010 et 2015 ;
- 1 article dans le magazine du Conseil général ;
- Présentation du SAGE lors des journées mondiales des zones humides ;
- Présentation du SAGE à l'occasion du festival du vent ;
- Présentation du SAGE en lycée agricole.

## **4. Synthèse du diagnostic**

Un premier travail de communication a déjà été réalisé. Il apparaît à présent nécessaire d'harmoniser, de mettre à jour et de réfléchir à une stratégie globale pour la conception de nouveaux outils en fonction d'objectifs clairement définis.

Les points clés de la stratégie de communication seront :

- Les élus : aujourd'hui sources d'inquiétudes dans leur implication pour la mise en œuvre pratique du SAGE, ils devront faire l'objet d'une campagne de communication spécifique ;
- Les membres de la CLE et le comité d'étang : une homogénéisation et une mise à jour des connaissances du projet pourraient être intéressantes ;
- Le grand public, à utiliser comme levier pour la mise en œuvre du SAGE par les communes ;
- La création d'une identité visuelle forte comme élément fondateur d'une communication plus cohérente ;
- La création d'outils de communication à jour, vulgarisant les points techniques du SAGE, notamment à destination des techniciens des collectivités ;
- L'harmonisation du niveau de connaissance des différents acteurs du SAGE.

# PHASE 2

## DÉFINITION DES OBJECTIFS, DES ENJEUX ET DES CIBLES

### I. Quels sont les objectifs pédagogiques à mettre en regard des objectifs stratégiques fixés par le SAGE ?

Objectifs stratégiques	Objectifs pédagogiques
Gestion quantitative de l'eau	Favoriser un usage raisonné de la consommation d'eau (communes, agriculture, industries, grand public) Augmenter le niveau de connaissance sur la gestion de l'eau à l'échelle du bassin versant
Gestion qualitative de l'eau	Sensibilisation aux différents types de pollutions Vulgarisation du fonctionnement écologique des différents biotopes concernés Réduire les comportements induisant une pollution
Restauration/Préservation des milieux humides	Limiter les comportements dégradants pour les milieux Favoriser les investissements pour la préservation des milieux Vulgarisation de notion écologique: continuité écologique, etc.
Gestion de la ressource en eau dans un contexte d'aménagement	Sensibilisation à la réglementation
Développer la richesse des milieux humides	Valoriser la richesse patrimoniale du site et développer la notion de « poumon vert » du Grand Bastia
Mettre en œuvre le SAGE	Faciliter la compréhension des enjeux Fédérer autour du SAGE les différents acteurs de sa mise en œuvre

### 2. Quels sont les enjeux majeurs de la communication ?

Au regard du diagnostic et des objectifs établis par le SAGE, ressortent 4 enjeux majeurs qui sont à prendre en compte pour réaliser les objectifs fixés :

- **Enjeu n° 1 :** Appropriation et compréhension du SAGE par les communes afin de faciliter sa mise en œuvre ;
- **Enjeu n° 2 :** Implication du grand public dans la préservation des milieux humides ;
- **Enjeu n° 3 :** Implication des professionnels ayant un impact important sur les milieux humides ;
- **Enjeu n° 4 :** Créer une identité pour le bassin versant.

Pour chaque enjeu, une stratégie de communication est définie :

- **Enjeu n° 1 :** Appropriation et compréhension du SAGE par les communes afin de faciliter sa mise en œuvre :
  - Valorisation du SAGE, présentation des bénéfices écologiques, sociaux et financiers ;
  - Harmonisation du niveau de connaissance des membres de la CLE et du comité d'étang.
- **Enjeu n° 2 :** Implication du grand public dans la préservation des milieux humides :
  - Sensibilisation du grand public ;
  - Sensibilisation des scolaires.
- **Enjeu n° 3 :** Implication des professionnels ayant un impact important sur les milieux humides :
  - Sensibilisation des agriculteurs ;
  - Sensibilisation des industriels.
- **Enjeu n° 4 :** Créer une identité pour le bassin versant :
  - Création d'une identité visuelle pour le SAGE ;
  - Harmonisation et gestion des outils de communication.



### 3. Quels sont les publics à cibler en fonction des enjeux ?

- **Enjeu n° 1 : Appropriation et compréhension du SAGE par les communes afin de faciliter sa mise en œuvre.** Identifiés comme un frein majeur à la mise en œuvre du SAGE, les élus des communes concernées par le schéma d'aménagement, sont les cibles à viser prioritairement.

Tous les **membres de la CLE** et du **comité d'étang** sont parallèlement à prendre en compte dans une première « campagne de communication » afin d'harmoniser le niveau de connaissance du projet. Ces groupes de travail doivent en effet disposer d'un socle de connaissance commun afin d'écarter certaines idées reçues et de proposer une vision plus positive du SAGE.

- **Enjeu n° 2 : Implication du grand public dans la préservation des milieux humides.** Le grand public est une cible de communication relativement large, il est intéressant de catégoriser cette audience :
- Citoyens/riverains directement concernés par les mesures et aménagements réalisés dans le cadre du SAGE ;
- Habitants de Bastia susceptibles « d'utiliser » les zones naturelles comme lieu de loisirs ;
- Scolaires.

- **Enjeu n° 3 : Implication des professionnels ayant un impact important sur les milieux humides.** Agriculteurs et industriels sont potentiellement des catégories susceptibles d'avoir des pratiques professionnelles pouvant avoir un impact négatif considérable sur les milieux humides. Il conviendra de cibler les professionnels proches de milieux humides remarquables (notamment les diverses industries du pourtour de l'étang de Biguglia), mais également les personnes ayant une activité plus distante des sites naturels les plus emblématiques (notamment les agriculteurs si-

tués en tête de bassin-versant). Pour plus d'efficacité et de « crédibilité » il sera intéressant de faire également diffuser l'information par des structures ou des partenaires qui accompagnent les agriculteurs et les industriels : Chambre d'agriculture, Office du Développement Agricole et Rural de Corse (ODARC), coopératives, centres de gestion, Chambre de commerce et d'industrie de Bastia et Haute-Corse. Selon les cas, il pourra être pertinent de solliciter également certains syndicats (FDSEA Haute-Corse, JA Haute-Corse, Syndicat de Défense des Paysans Corses).

- **Enjeu n° 4 : Créer une identité pour le bassin versant.** *In fine*, la création d'une identité pour le bassin versant touchera toutes les catégories de public. Il faudra cependant, pour créer et efficacement utiliser cette image, s'appuyer sur diverses structures et services : le service de communication du Département de la Haute-Corse, le comité technique du SAGE et du Contrat d'étang notamment.

Dans un contexte où des notions telles que le développement durable et le changement climatique se croisent avec une situation économique et sociale complexe, les politiques et les pratiques en matière de gestion de l'eau et des milieux aquatiques se doivent d'être améliorées.

Les enjeux pour le territoire et ses habitants sont grands et la mobilisation de certains décideurs ne suffit pas, il est aujourd'hui primordial que chacun s'implique autour de la question de l'eau. Le SAGE fournit des solutions concrètes à une meilleure gestion des milieux humides et le plan de communication associé doit permettre de faire prendre conscience à tous les publics de la nécessité d'agir.

Pour ce faire le principe directeur du plan de communication est d'adapter les outils et les messages aux cibles et objectifs visés, et de fournir des éléments concrets pour la création d'outils de communication.

Les objectifs et les cibles étant à présent définis, nous allons déterminer les outils et les messages qui devront être déployés en réponse à chaque enjeu.

# PHASE 3

## STRATÉGIE & DÉFINITION DES OUTILS ET DES MESSAGES

Dans un contexte où des notions telles que le développement durable et le changement climatique se croisent avec une situation économique et sociale complexe, les politiques et les pratiques en matière de gestion de l'eau et des milieux aquatiques se doivent d'être améliorées.

Les enjeux pour le territoire et ses habitants sont grands et la mobilisation de certains décideurs ne suffit pas, il est aujourd'hui primordial que chacun s'implique autour de la question de l'eau. Le SAGE fournit des solutions concrètes à une meilleure gestion des milieux humides et le plan de communication associé doit permettre de faire prendre conscience à tous les publics de la nécessité d'agir.

Pour ce faire le principe directeur du plan de communication est d'adapter les outils et les messages aux cibles et objectifs visés, et de fournir des éléments concrets pour la création d'outils de communication.

Les objectifs et les cibles étant à présent définis, nous allons déterminer les outils et les messages qui devront être déployés en réponse à chaque enjeu.

### Enjeu n° 1 : Appropriation et compréhension du SAGE par les communes afin de faciliter sa mise en œuvre

#### Orientation stratégique n° 1 : *Valorisation du SAGE*

La mise en œuvre du SAGE passe par l'implication des élus, or cette catégorie de public est aujourd'hui la plus réfractaire au projet. Il est donc primordial de créer des outils pour informer, rassurer et engager les élus dans une démarche d'adhésion au projet.

Certains élus sont aujourd'hui plus sensibles aux plans de gestion des ressources et ont plus de facilité à percevoir le SAGE comme un outil positif de valorisation de leur territoire. Il serait intéressant de cibler particulièrement ces personnes afin d'en faire des « porte-parole » auprès de leurs homologues moins réceptifs.

→ **Cibles** : les élus.

→ **Message** : le SAGE n'est pas une contrainte supplémentaire, c'est un atout pour le développement de votre territoire.

→ **Type de contenus** : pédagogiques, précis, synthétiques, portés sur les aspects techniques, réglementaires et économiques.

#### → **Outils de communication** :

- Brochure pédagogique spécialement dédiée aux élus
- Atelier questions/réponses pour les élus, animé par des membres du comité technique de la CLE. Témoignage d'un élu convaincu par le projet, en ayant une expérience positive.
- Guide technique de mise en compatibilité avec le SAGE. Conçu comme un outil auquel l' élu peut se référer facilement, il devra rassurer, expliquer l'importance des mesures et guider les communes pour la mise en compatibilité du SAGE avec les autres documents de planification.

---

#### Orientation stratégique n° 2 : *Harmonisation du niveau de connaissance des membres de la CLE et du comité d'étang*

Il ressort du diagnostic, qu'au sein de la CLE et du comité d'étang, les niveaux d'acceptation et de compréhension du SAGE sont différents. Afin de clarifier le rôle de chacun, de favoriser la collaboration entre les membres de la CLE et in fine de faciliter la mise en œuvre du schéma, il est important d'homogénéiser le niveau de connaissances de tous les acteurs de la CLE. En ayant une connaissance plus précise du SAGE, les membres de la CLE pourront en outre plus facilement assurer leur rôle de relais auprès des acteurs locaux.



- **Cibles**: les membres de la CLE et du comité d'étang.
- **Message**: pour s'impliquer dans le SAGE, il faut en comprendre les fondements.
- **Type de contenus**: pédagogiques (historique du SAGE, etc.), techniques, illustrés par des cas concrets.

→ **Outils de communication**:

- Une journée de formation, agrémentée de sorties terrains afin de présenter des cas concrets. Différents intervenants pourront enrichir la formation : experts, gestionnaires, etc.
- Brochure pédagogique et synthétique rappelant le rôle des membres de la CLE dans la mise en œuvre du SAGE.
- Définir un référent pour chacun des quatre collèges constituant la CLE. Cette personne sera particulièrement au fait des implications du SAGE pour son domaine de compétence.

## Enjeu n° 2: Implication du grand public dans la préservation des milieux humides

### **Orientation stratégique n° 1 : Sensibilisation du grand public**

Les préoccupations environnementales sont de plus en plus présentes au cœur des foyers, mais la notion de SAGE semble absente du discours de communication. Il apparaît important de sensibiliser les habitants du territoire au rôle qu'ils jouent dans la gestion durable des ressources en eau et des milieux aquatiques (économie d'eau, assainissement, utilisation de produits phytosanitaires, gestion des cours d'eau, etc.).

La définition du SAGE et son fonctionnement ne sont pas une priorité pour ce public, il convient de se concentrer sur des thématiques qui concernent directement les habitants. Il sera par exemple intéressant de rappeler la provenance de l'eau et de présenter les étapes nécessaires à sa distribution, permettant ainsi au SAGE de trouver une légitimité naturelle. Cette catégorie de public représente également une opportunité de toucher indirectement les élus, décideurs sur les actions de mise en œuvre du SAGE. Une population sensibilisée aux enjeux de la gestion de l'eau offre un levier électoral intéressant.

→ **Cibles**:

- Citoyens/riverains directement concernés par les mesures et aménagements réalisés dans le cadre du SAGE;
- Habitants de Bastia susceptibles « d'utiliser » les zones naturelles comme lieu de loisirs;
- Scolaires.

→ **Messages**:

- Le SAGE est un moyen de préserver un cadre de vie agréable dès aujourd'hui et pour le futur;
- Le SAGE est un outil de gestion qui permet de garantir l'approvisionnement en eau en termes de quantité et de qualité;
- Chacun joue un rôle dans la préservation de la qualité de l'eau et des milieux aquatiques.

→ **Type de contenus**: pédagogiques, illustrés par des exemples locaux (entretien des canaux, etc.), courts, visuels.

→ **Outils de communication**:

- Plaquette présentant le cycle de l'eau dans la commune (origine, acheminement, traitements, menaces, etc.). Les actions en lien avec le SAGE seront intégrées dans cette plaquette par des cas concrets et locaux pour que le grand public mesure l'intérêt du SAGE à l'échelle de chaque commune;
- Panneaux d'information sur les sites naturels. Ils peuvent présenter les espèces et milieux remarquables, les menaces auxquelles ils font face et les solutions apportées dans le cadre du SAGE. La réglementation pourra également être indiquée;
- Exposition itinérante (kakémonos), reprenant et détaillant les mêmes éléments que la plaquette et présentant plus particulièrement les fonctionnalités des milieux;
- Envoi d'un dossier de presse à la presse locale et aux chargés de communication des communes concernées par le SAGE.

---

### **Orientation stratégique n° 2 : Sensibilisation des scolaires**

Cible intéressante à plusieurs titres, les scolaires et plus généralement les enfants, devront faire l'objet d'une attention particulière.

Acteurs du territoire de demain, la sensibilisation à la richesse et à la valeur de la biodiversité de leur territoire guidera la création d'outils de communication adaptés. Décideur de demain, ce public, par son côté prescripteur auprès des parents, joue déjà un rôle dans la transmission de la sensibilisation au respect des milieux naturels.

Lors de la conception de projets pédagogiques, l'accent devra être mis sur la collaboration avec les enseignants. Outre l'importance cruciale de la dimension pédagogique des outils, leurs liens avec le programme scolaire devront être évidents afin de favoriser l'adhésion des enseignants.

- **Cibles**: les scolaires du primaire et du secondaire.
- **Message**: l'eau est une richesse fragile, c'est à vous qu'il appartient de la préserver.
- **Type de contenus**: pédagogiques, ludiques, vivants.
  
- **Outils de communication**:
  - Sorties sur les sites naturels remarquables en association avec d'autres structures.
  - Visites d'infrastructures de traitement des eaux.
  - Plaquette pour une gestion durable de l'eau au quotidien.
  - Informer la presse afin de médiatiser les sorties avec les enfants.

## Enjeu n° 3: Implication des professionnels ayant un impact important sur les milieux humides

### **Orientation stratégique n° 1:** **Sensibilisation des agriculteurs**

Acteurs essentiels dans la gestion de la ressource en eau (consommation et pollution), les agriculteurs, comme certains élus, peuvent envisager le SAGE et les mesures associées à une série de contraintes freinant le développement de leur exploitation. Il conviendra de présenter le SAGE comme un outil indispensable au maintien d'une eau de bonne qualité, et de présenter le rôle majeur que peuvent jouer les exploitants dans la préservation de leur patrimoine naturel. Il faudra néanmoins rappeler les obligations environnementales induites par la mise en œuvre du schéma d'aménagement et de gestion de l'eau.

Il sera intéressant de s'associer et de se rapprocher de la Chambre d'agriculture, des coopératives (avec leurs techniciens de terrain), des centres de gestion, de l'ODARC et éventuellement des syndicats (journaux FDSEA, confédération paysanne, etc.) pour diffuser et « valider » l'information.

Pour ce faire, les membres de la CLE appartenant au collège des usagers agricoles devront se faire les porte-parole du SAGE auprès de ces structures.

- **Cibles**: les agriculteurs, notamment ceux en tête de bassin versant, les partenaires des agriculteurs.
- **Message**: la pérennité de la qualité de l'eau et des milieux nécessite de changer certaines pratiques, le SAGE représente certes une contrainte à court terme, mais il est un élément incontournable de la gestion de l'eau
- **Type de contenus**: pédagogiques, concrets, techniques, avec des aspects réglementaires.
  
- **Outils de communication**:
  - Information/formation auprès des structures en interaction avec les partenaires (chambre d'agriculture, coopératives, centres de gestion). À cet effet, pourront être prévues, des réunions de présentation ainsi qu'une plaquette d'information ciblée sur les enjeux agricoles du SAGE et la réglementation qui en découle.

---

### **Orientation stratégique n° 2:** **Sensibilisation des industriels**

Comme c'est le cas pour les agriculteurs, les industriels installés proches des zones humides (étang de Biguglia notamment) peuvent percevoir le SAGE comme une contrainte. En s'appuyant sur des structures telles que la Chambre de commerce et d'industrie de Bastia et Haute-Corse et les membres de la CLE acteurs dans ce domaine d'activité, il faudra rappeler les conséquences concrètes de la mise en œuvre du SAGE sur l'activité industrielle (comment le prendre en compte) et rappeler pourquoi il est important de s'y conformer.

- **Cibles**: les industriels du territoire, notamment ceux ayant un impact important sur les milieux humides ou un fort besoin en eau. La Chambre de commerce et d'industrie de Bastia et Haute-Corse.
- **Message**: il est impératif de prendre des mesures pour limiter l'impact des activités industrielles sur les milieux humides. Il faut protéger ces milieux qui rendent de nombreux services (fonctionnalités des milieux).
- **Type de contenus**: pédagogiques, concrets, techniques, avec des aspects réglementaires.



### → Outils de communication

- Information auprès de la Chambre de commerce et d'industrie de Bastia et Haute-Corse. À cet effet, pourront être prévues des réunions de présentation ainsi qu'une plaquette d'information ciblée sur les enjeux environnementaux et légaux que représente la mise en conformité avec le SAGE.

## Enjeu n° 4: Créer une identité pour le bassin versant

L'une des grandes réussites du SAGE est d'avoir permis de retisser des liens entre les différents acteurs de la gestion du territoire et notamment les communautés de communes.

Afin de renforcer ce sentiment d'adhésion à un territoire et d'y associer une image de responsabilité écologique, l'image même du SAGE et le discours associé doivent être clairs et visibles.

Cette identité devra être développée en étroite collaboration avec le service communication du Département, qui sera garant de sa mise en œuvre.

### **Orientation stratégique n° 1 : Création d'une identité visuelle pour le SAGE**

Afin de clairement identifier tous les documents concernant le SAGE et plus largement tous les projets dans lesquels il s'inscrit, une identité visuelle pourra être développée.

→ **Cibles**: tout public.

→ **Outils**: un logo et une charte graphique.

---

### **Orientation stratégique n° 2 : Harmonisation et gestion des outils de communication**

Dans le même esprit d'homogénéisation que celui de la charte graphique, les documents produits dans le cadre du SAGE devront tous être conçus et/ou validés par le comité technique de la CLE. Le but est de créer des outils adaptés aux cibles, complémentaires et qui véhiculent une image homogène du SAGE.

→ **Cibles**: tout public.

→ **Outils**: validation par la CLE, validation par le service communication du Département, charte éditoriale (éléments de langage, etc.)

# PHASE 4

## MISE EN ŒUVRE DES OUTILS DE COMMUNICATION

Afin de répondre aux objectifs fixés, **14 actions clés** ont été définies. La chronologie de la mise en œuvre de ses actions est déterminée par deux facteurs :

- leur importance stratégique dans le plan de communication ;
- leur importance logistique, c'est-à-dire la nécessité de mener une action qui permettra de faciliter la mise en œuvre des suivantes.

Ainsi des actions stratégiquement très importantes devront parfois être menées dans un second temps afin de bénéficier de tout l'appui logistique préalable nécessaire à leur mise en œuvre efficace.

D'autre part, il est à noter que ces actions ne représentent qu'une partie de la démarche de communication globale. L'animation du plan de communication, la communication quotidienne avec les différents acteurs du SAGE, la mise en œuvre des actions, la coordination entre les différents intervenants, sont autant de « tâches de fond » qui porteront les outils de communication développés et permettront l'adhésion de chaque cible au projet.

Le détail de ces actions est précisé dans les 14 fiches actions situées en annexe.