

Atelier 2

Parler de l'évolution de l'état des eaux.
*Mieux comprendre les méthodes d'évaluation et les
freins à la reconquête du bon état.*

Animateur : Alain Sappey, Agence de l'eau Loire-
Bretagne

Rapporteur : Adrien Launay, Etablissement public Loire,
animateur du Sage Cher aval.



Les freins

- Message incompréhensible
- Logique du paramètre déclassant = erreur fatale, qui paralyse la communication
- Contestation de la véracité, de la validité des données : « les gens ne nous croient pas »
- Difficulté à justifier le fondement de certaines actions (ex : continuité écologique)
- Manque de cohérence, d'équité de traitement/disparités > difficultés à convaincre
- Trop d'interlocuteurs : on ne sait pas à qui s'adresser



Les actions (méthodes, outils)

- Adapter le vecteur à la thématique
- Appli « qualité rivières » / « En immersion » / Méli-Mélo
- Diffuser un listing des éléments de communication disponibles
- Publier une synthèse des données locales (à l'échelle départementale ou régionale)
- Exemple du Point Info Eau (CPIE 2019) : récolte les demandes, répond et oriente
- Presse régionale, bulletins municipaux
- Besoin du soutien de l'Agence (fournir des outils, donner une légitimité aux données)



Les échelles

- A l'échelle nationale : lancer des messages en lien avec l'actualité (ex : sécheresse)
- A l'échelle locale : ne pas multiplier les interlocuteurs, personnaliser le diagnostic (« devant chez eux »). Echelles pertinentes = EPCI-FP (petit cycle/grand cycle) et bassin versant (SAGE/CT)
- A l'échelle départementale/régionale : diffuser une synthèse des données d'état



Les publics

- Clivage générationnel : adapter les outils à la cible > intérêt du multisupport (jeunes/réseaux sociaux vs anciens/PQR)
- De nouveaux supports pour susciter l'intérêt chez un public nouveau
- On ne s'appuie pas assez sur les acteurs économiques, en particulier ceux qui ont un intérêt à préserver la ressource : relais potentiels
- Dialogue difficile entre industrie et monde associatif



Les messages

- « L'eau est un bien précieux » (oubli du discours anti-gaspi des anciens avec l'abondance au robinet)
- Mettre de l'espoir, du positif dans la communication = on peut agir, on a des outils
- Faire le lien entre état et actions concrètes de reconquête, lieu par lieu, paramètre par paramètre



Les leviers

- Multiplication des vecteurs
- Répétition du même message par des acteurs différents (institutionnels, neutres)
- Avec le changement climatique qui accentue les sécheresses, les gens sont plus ouverts et s'intéressent d'avantage au sujet
- Relais locaux de terrain, médiateurs à l'écoute, qui ont du temps à consacrer : CPIE, techniciens de rivière, animateurs de SAGE, etc.

