

 <p>Liberté • Égalité • Fraternité RÉPUBLIQUE FRANÇAISE</p>	<p><b>Plan de communication sur les poissons migrateurs</b></p>	<p>Orléans, le 11 juin 2015</p>
<p>Direction régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement du Centre-Val de Loire</p>		

Le partage d'expériences, le transfert de connaissances, la sensibilisation des acteurs, etc. sont autant de facteurs clés à la réussite d'une politique de gestion. Cette affirmation se retrouve bien en matière de poissons migrateurs. En effet, la stratégie nationale des poissons migrateurs (Stranapomi) décline deux orientations spécifiques à ces aspects. L'orientation 21 vise ainsi l'accroissement des transferts entre la connaissance et la gestion. Et l'orientation 22 insiste sur le développement de la communication.

Sur le bassin de la Loire, de la Sèvre niortaise et des côtières vendéens, le plan de gestion des poissons migrateur (Plagepomi), déclinaison locale de la stratégie nationale, met en avant ces échanges au travers de l'orientation G3 : « Renforcer le partage d'expérience et la communication ». Les dispositions G3-A et G3-B visent ainsi une information régulière à l'échelle du bassin comme aux échelles locales, et une diffusion large des connaissances acquises.

Pour répondre à ces objectifs, les directions régionales de l'environnement, de l'aménagement, et du logement (Dreal) des régions Pays de la Loire et Centre-Val de Loire, secrétaires du comité de gestion des poissons migrateurs (Cogepomi), proposent le plan de communication décrit dans le présent document. Ce dernier se base sur une analyse de la situation existante et sur le diagnostic des besoins. Il fixe des objectifs partagés avec les partenaires du bassin, et les orientations stratégiques de la communication. Enfin, il propose un premier déploiement des outils sur la période 2015-2019.

## 1 Analyse de la situation et diagnostic des besoins

En 2012, dans le cadre de la mise en œuvre du plan saumon de Loire-Allier 2012-2019, la délégation de bassin Loire-Bretagne a sollicité un bureau d'étude pour établir, avec la participation des acteurs du bassin, un plan de communication cohérent. Cette prestation a été réalisée par l'entreprise *MarkediA*. La stratégie de communication établie à l'époque se trouve en annexe 1. Elle se base notamment sur le constat marqué « d'une communication disparate, manquant de cohérence » où « chaque entité partenaire du Plan saumon communique selon ses propres codes de communication, en fonction de ses missions. Les personnes recevant les médias ne peuvent identifier la réalité d'un pilotage cohérent ». Elle mettait en avant des objectifs de communication précis et proposait de nombreux outils pour leur réalisation.

En 2015, plusieurs éléments nous amènent à retravailler cette stratégie.

- Le premier d'entre eux touche l'objet même de la communication. En effet, le plan de gestion des poissons migrateurs, adopté en février 2014 et courant jusqu'en 2019, intègre la déclinaison spécifique du plan saumon et développe une approche plus globale incluant d'autres espèces migratrices comme l'anguille, les aloses (grande alose et alose feinte), les lamproies marines et fluviatiles... Ce changement de positionnement conduit à reconsidérer la communication pour l'élargir de la même manière au « **toutes espèces migratrices** ».
- En outre, l'expérience de la mise en œuvre des outils proposés suite à l'étude *MarkediA* sur les années 2012-2014 témoigne d'une communication potentiellement très chronophage pour ses gestionnaires. Des échanges avec les partenaires du bassin de la Loire, de la Sèvre niortaise et des côtiers vendéens statuent pour une **simplification de la communication** pour ne retenir que les outils les plus efficaces (cf. annexe 2 : Compte-rendu du groupe d'appui au pilotage du plan saumon).

Cette volonté « d'optimisation » de la communication trouve également écho dans la multiplicité des éléments de communication existants et animés par les partenaires du bassin. L'association Loire grands migrateurs (Logrami) anime ainsi des outils internet, des « rencontres migrateurs », dispose d'une exposition itinérante, de jeux et d'autres outils de sensibilisation. L'association du saumon sauvage organise un marathon du saumon. De nombreux partenaires partagent des points de connaissances spécifiques (Onema, fédération de pêche, établissement publics territoriaux de bassin, GIP Loire estuaires, conservatoire national du saumon sauvage, associations...). Face à ce constat, repris par le bureau d'étude *MarkediA* en 2012, il semble important de ne pas se substituer aux divers outils existants. Cependant, le besoin de centralisation de l'information pour mettre en avant un « pilotage cohérent » apparaît fondamental.

La réorganisation des groupes de travail associés au Plagepomi en 2015, a permis d'acter certains éléments (cf. annexe 3 : Note de réorganisation des groupes d'appui à la gestion des poissons migrateurs). Parmi ceux-ci, on retrouve la création d'un comité de communication constitué à minima de l'ONEMA, de l'EP Loire, de LOGRAMI et des DREAL Centre-Val de Loire et Pays de la Loire. Son mandat est de proposer ou de réagir aux communications extérieures publiées sur les espèces et leur milieu de vie et de réfléchir aux messages à transmettre par rapport au plan de gestion et à ses objectifs. En outre, pour viser la simplicité de la communication, il est proposé de ne travailler que sur les outils informatiques que sont les sites internet des DREAL Centre-Val de Loire et Pays de la Loire (pilotes du PLAGEPOMI) et une plate-forme extranet d'échange.

## 2 Objectifs de la communication

Le cœur de la communication mise en œuvre autour du Plagepomi repose sur la volonté de constituer une porte d'entrée à la thématique de gestion des poissons migrateurs. La finalité est donc double, il s'agit à la fois d'apporter des informations sur la gestion et de relayer les outils existants auprès d'un public plus large. L'objectif est de fournir un support opérationnel à la gestion au travers de la diffusion de connaissances et des éléments de cadrage du Plagepomi.

Le plan de communication du Plagepomi est pensé pour s'articuler avec les plans existants comme celui du plan Loire IV. Quatre objectifs spécifiques ont ainsi été déterminés conjointement avec les acteurs du comité de communication :

1. Informer & sensibiliser le grand public et les parties prenantes sur ces espèces patrimoniales autant que fragiles
2. Faire connaître et reconnaître le dispositif global de protection/restauration des poissons migrateurs
3. Informer sur, valoriser & promouvoir les actions bénéfiques aux poissons migrateurs,
4. Échanger avec & fédérer les parties prenantes autour de la protection/restauration des populations de poissons migrateurs.

L'objectif « informer & sensibiliser » s'adresse ici à deux cibles potentielles : le grand public et les parties prenantes. Il s'agit à la fois de susciter un intérêt et de faire connaître à tout un chacun une richesse patrimoniale et une problématique de gestion. En outre, on constate que même les parties prenantes sont réceptives aux informations traitées à l'échelle du grand public (format simplifié, vocabulaire élémentaire et lecture ou écoute facile).

L'objectif de « faire connaître et reconnaître le dispositif global de protection/ restauration des populations de poissons migrateurs » prend tout son sens au quotidien. L'échelle de gestion sur laquelle il s'applique est large, il s'agit du bassin de la Loire, de la Sèvre niortaise et des côtiers vendéens. Il convient donc de trouver une insertion pertinente dans les politiques locales et d'incarner le pilotage de la gestion des poissons migrateurs. Le pilotage pourra s'appuyer notamment sur les commissions locales de l'eau (CLE).

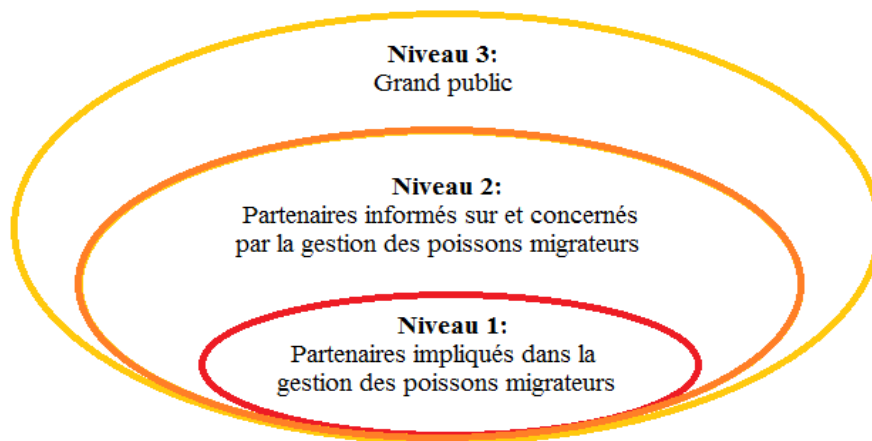
L'objectif « informer sur, valoriser & promouvoir » s'inscrit dans une logique de communication-action. Il vise à mettre en valeur le partage d'expérience pour une meilleure compréhension des problématiques de gestion, d'une part. Et d'autre part, il permet de motiver des opérations et assure un flux d'acquisition de connaissances continu, support essentiel à la préservation des migrateurs.

L'objectif d'« échanger avec & fédérer les parties prenantes autour de la protection/restauration des populations de poissons migrateurs » trouve un écho particulier en matière de gestion des poissons migrateurs du fait de la diversité des milieux d'application du Plagepomi et des acteurs impliqués, et du fait de l'échelle de gestion. Le Plagepomi, en lui-même, est la résultante d'un travail de concertation pour aller vers un consensus en adéquation avec la préservation des espèces, qui se poursuit encore aujourd'hui. Sa mise en œuvre requiert donc la poursuite d'échanges permettant de fédérer les parties prenantes de niveau 1 et 2 autour d'une approche de bassin (cf. illustration 1).

### 3 La stratégie de communication

Au-delà des objectifs de communication, il convient de déterminer clairement quelle est la stratégie développée pour sa mise en œuvre : public visé, messages, outils...

La cible de la communication est triple. Le grand public est visé par des opérations d'information et de sensibilisation (reportage photographique, plaquette...). Mais le cœur de la communication s'adresse plus directement aux parties prenantes que l'on peut distinguer en deux niveaux. Un premier cercle d'acteurs est composé des membres des groupes d'appui du Cogepomi et du Cogepomi lui-même, correspond aux gestionnaires qui sont directement impliqués dans la protection des poissons migrateurs et notamment à l'échelle du bassin. Le second cercle, plus large, concerne les gestionnaires locaux intervenant sur les cours d'eau, plus ou moins informés des problématiques de gestion associées aux migrateurs (SAGE, pêcheurs amateurs et professionnels...).



*Illustration 1: Publics visés par le plan de communication du Plagepomi*

Le message de cette communication est fondé par la mise en perspective de **la richesse patrimoniale que constituent les poissons migrateurs et par la nécessité de gestion face à sa fragilité**. Par souci de cohérence et pour respecter la diversité des opinions en ce qui concerne la gestion des poissons migrateurs, il convient de respecter les orientations du Plagepomi, document cadre du bassin Loire. Le message de la communication est ainsi défini par la logique :

- de préservation et de non dégradation de l'existant,
- de reconquête et de restauration des milieux favorables,
- d'amélioration des connaissances et du suivi des populations.

Les outils mobilisés pour développer cette communication sont de deux natures : informatiques et événementiels.

Les sites internet des DREAL ont ainsi vocation à centraliser les informations sur les poissons migrateurs, à faire le lien avec les différents sites rassemblant des informations tels que ceux des tableaux de bord, de LOGRAMI, de l'Établissement public Loire ou de fédérations de pêche, etc., et à fournir des documents « support » (Plagepomi 2014-2019, programme de mesures du PLAGEPOMI, liste et rapports des appels à projet en cours...). Ils sont également le lieu de sensibilisation du grand public par le porté à connaissance de la richesse du patrimoine piscicole. Leur accessibilité pourra être facilité par le recours à une *newsletter*. Ce

principe permet de faire connaître les sites et d'y donner accès facilement via un hyperlien. Il est proposé de créer une liste de diffusion comprenant les membres du groupe d'appui du Plagepomi, les animateurs de SAGE, les animateurs de contrats territoriaux. Cette liste pourra s'enrichir et s'affiner dans la mesure où chacun pourra par la suite demander à s'abonner ou se désabonner de la *Newsletter*.

L'extranet se veut être une plate-forme d'échange entre les membres des groupes techniques qui accompagnent le plan, parties prenantes (de niveau 1) en matière de gestion des poissons migrateurs. Cet outil a vocation à favoriser les échanges sur des éléments techniques. Cette plate-forme est différente et ne remplace pas les outils existants comme le plateau collaboratif d'échange Intranet/Extranet du plan Loire (PCE, [www.plan-loire.fr](http://www.plan-loire.fr)). Un travail de mutualisation sera néanmoins nécessaire pour favoriser la synergie entre ces outils.

Chaque année, une à deux journées de restitution pourront être organisées, en lien avec les partenaires du plan Loire IV, autour des actions engagées dans le cadre de l'appel à projet sur la recherche, l'expérimentation, l'acquisition et la valorisation des connaissances sur les populations de poissons migrateurs amphihalins du bassin de la Loire. Ces rencontres pourront être l'occasion de développer les échanges entre la recherche et la gestion. L'organisation d'un conseil scientifique du Plagepomi, à fréquence *a maxima* annuelle, permet également de créer une coopération directe entre gestionnaires et scientifiques autour d'une problématique ciblée préparée en amont par les groupes d'appui du Plagepomi.

#### *4 La description détaillée de la stratégie, et mise en parallèle d'éléments temporels et budgétaires*

Pour compléter les éléments ci-dessus, des éléments de planning et de budget sont cités dans le tableau ci-dessous. Ils permettent notamment de fixer des priorités et d'orienter la communication sur le cycle d'application du Plagepomi 2014-2019.

Le tableau ci-dessous oriente la communication, il n'est ni exhaustif, ni définitif. Une marge d'adaptation est laissée de manière à favoriser la cohérence avec les actualités. Les éléments fixés en priorité A seront réalisés. Les éléments fixés en priorité B ou C le seront en fonction des moyens disponibles.

Objectif	Cible <sup>1</sup>	Message	Action(s)	Outils	Priorité	Budget prévisionnel	Mise en œuvre prévisionnelle
Informer & sensibiliser	GP (3) PP (1&2)	Les populations de poissons migrateurs constituent une richesse patrimoniale exceptionnelle mais également fragile, qu'il convient de protéger	Enrichir la photothèque de la communication Faire réaliser un reportage photos (ou vidéo) « les migrateurs et leurs biotopes dans le bassin de la Loire »	Alimentation des sites internet & constitution d'un support pour dossier de presse, poster...	A	500 à 5 000 €	2015 2017 (2019) <sup>2</sup>
			Écrire un article sur la richesse patrimoniale des espèces, en complément des principes de valorisation économique et des services écosystémiques	Alimentation des sites internet & constitution d'un support pour dossier de presse, poster...	B	Réalisation par le comité de communication	2016
			Relayer et participer à des événements développés pour le grand public (forum des acteurs du plan Loire, fêtes de Loire, Marathon du saumon...)	Alimentation des sites internet & participation aux événements	C	Réalisation par le comité de communication	2015, 2016, 2017, 2018, 2019
Faire connaître et reconnaître le dispositif global de protection / restauration des populations de poissons migrateurs	PP (1) PP (2)	La protection des poissons migrateurs est pilotée par le préfet coordonnateur de bassin, qui s'appuie sur un ensemble d'établissements, de services et de gestionnaires, ainsi que sur des documents de cadrage et des textes réglementaires (Sdage, Plagepomi, arrêtés préfectoraux, etc.).	Créer une identité plus forte par l'incarnation du pilotage par le préfet coordonnateur de bassin et par la mise en œuvre d'une identité visuelle	Application d'un identifiant visuel pour tous les projets initiés par le Plagepomi	B	Alimentation par les DREAL	2015
			Mettre en avant les actualités du dispositif : <ul style="list-style-type: none"> <li>publication d'appels à projet,</li> <li>publication des compte-rendus du conseil scientifique,</li> <li>publication annuelle d'un état d'avancement du Plagepomi</li> </ul>	Alimentation des sites internet	A	Alimentation par les DREAL	2015, 2016, 2017, 2018, 2019
			Écrire une série d'articles explicitant la protection des poissons migrateurs sur le bassin : <ul style="list-style-type: none"> <li>La richesse patrimoniale (en lien avec l'action du premier objectif),</li> <li>Les fondements de cette protection,</li> </ul>	Alimentation des sites internet, voir constitution d'un support pour dossier de presse, poster...	B	Réalisation par le comité de communication	2016 (2019)

1 Codification des cibles (cf. paragraphe 3):

GP (3) signifie Grand public de niveau 3

PP(2) signifie parties prenantes de niveau 2

PP(1) signifie parties prenantes de niveau 1

2 Sont significés entre parenthèses les dates potentielle de renouvellement de l'action ou de l'objectif

Objectif	Cible	Message	Action(s)	Outils	Priorité	Budget prévisionnel	Mise en œuvre prévisionnelle
			<ul style="list-style-type: none"> <li>L'organisation du système de pilotage et de coordination,</li> <li>L'approche de la continuité écologique et de la renaturation</li> <li>Les opérations de soutien d'effectifs,</li> <li>les études et suivis permanents...</li> </ul>				
			.Réagir aux actualités extérieures et faire le relais d'actualités sur les sites internet.	Alimentation des sites internet	C	Réalisation par le comité de communication	2015, 2016, 2017, 2018, 2019
Informer sur, valoriser & promouvoir les actions bénéficiant aux poissons migrateurs	PP (1) PP (2)	La protection des poissons migrateurs passe par l'acquisition de connaissances et le transfert de celles-ci vers la gestion	Mettre en avant les études et projets réalisés dans le cadre du Plan Loire	Organiser des journées de restitution des appels à projets Plan Loire	A	Organisation et alimentation par les DREAL	2015, 2016, 2017, 2018, 2019
			Mettre en avant les études et projets réalisés sur le bassin Loire-Bretagne	Participer aux journées « Poissons migrateurs » 2019	A	Alimentation par les DREAL	2015, 2016, 2017, 2018, 2019
			Faire le lien vers le site internet du Plan Loire	Alimentation des sites internet	A	Alimentation par les DREAL	2015
			Mettre en valeur des études éclairant des points importants via la publication de rapport et de fiches résumées	Alimentation de l'extranet	B	Alimentation par les DREAL	2015, 2016, 2017, 2018, 2019
Échanger avec & fédérer les parties prenantes autour de la protection /restauration des populations de poissons migrateurs	PP (1) PP (2)	La protection des poissons migrateurs passe par des échanges réguliers pour fédérer les acteurs autour d'une vision de bassin commune	Solliciter la communauté scientifique sur les questions de gestion complexes	Organiser au maximum un conseil scientifique annuel	A	Organisation par les DREAL 20 000 €	2015, (2016), (2017), (2018), (2019)
			Animer les échanges et la concertation autour du plan	Animer des groupes de travail et le Cogepomi	A	Organisation par les DREAL	2015, 2016, 2017, 2018, 2019
			Mettre à disposition des outils de communication de bassin opérationnel	Solliciter le comité de communication pour la mise en œuvre du plan de communication	B	Organisation par les DREAL	2015, 2016, 2017, 2018, 2019
			Faire et actualiser le lien vers les sites des partenaires du bassin	Alimentation des sites internet	A	Alimentation par les DREAL	2015, 2016, 2017, 2018, 2019

## 5 L'identité visuelle

La charte graphique adoptée pour le Plagepomi 2014 -2019 correspond à la charte graphique utilisée par le ministère en charge de l'écologie pour tous les sujet biodiversité-eau.



Illustration 2: Charte graphique du Plagepomi

Le ministère en charge de l'écologie pour la Stranapomi a développé une charte graphique. Quelques éléments sont représentés ci-dessous.



Illustration 3: Charte graphique de la Stranapomi

En 2012, le bureau d'étude *Markedia* a développé le bloc marque et la charte graphique ci-dessous pour le plan de communication du saumon.



Illustration 4: Bloc-marque du plan de communication du saumon



Illustration 5: Charte graphique du plan de communication du saumon



Pour le plan de communication du Plagepomi, il est proposé d'utiliser un bloc-marque. Ce dernier serait apposé sur les dossiers et études concernant les poissons migrateurs de manière à flécher les éléments qui relèvent du dispositif de protection, de connaissance et de suivi de ces espèces. Il pourrait ainsi être apposé sur les rapports des appels à projet du plan Loire, sur les dossiers répondant aux appels d'offre...

Néanmoins, il reste à créer ce logo, de manière à se détacher des éléments graphiques existants, axés spécifiquement sur le saumon.