



Agence Mewt

RÉPONSE APPEL D'OFFRE

ELABORATION D'UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION SUR LE
RISQUE INONDATION À DESTINATION DU GRAND PUBLIC

Lucas Galvand, Théo Martin, Charlotte Christen, Alice Siguret



Sommaire

Mission 1 : Définition de la stratégie

- Proposition d'un diagnostic de la communication
- Définition des objectifs de communication
- Identification et analyse des parties prenantes et des cibles du projet
- Proposition d'un référentiel sémantique et graphique
- Recommandations sur la stratégie de moyens
- Élaboration d'un plan actions appuyé sur les recommandations

Mission 2 : Proposition de documents

- Affiches, campagne de communication
- Publications réseau sociaux

Diagnostic de la communication

Échelle nationale :

Sites web :

<https://www.gouvernement.fr/risques>

Inventaire de tous les types de risque dont les risques naturels

<https://www.vigicrues.gouv.fr/>

Service d'information sur le risque de crues des principaux cours d'eau en France

<https://www.georisques.gouv.fr/>

pour rechercher facilement les différents risques sur sa commune

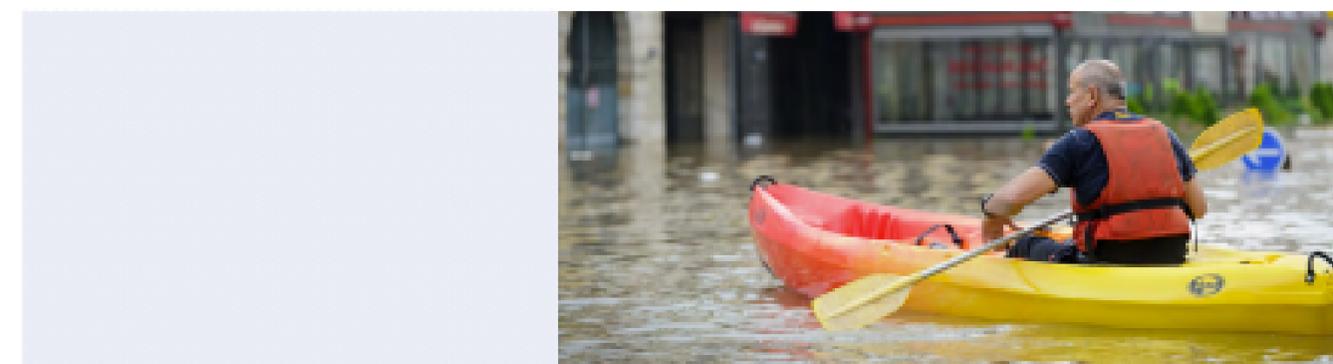
Ministère de la transition écologique

Prim.net

Base de Données Historiques sur les Inondations

Ministère chargé du logement

Grosse base de donnée sur les risques naturels avec plusieurs sites de référence



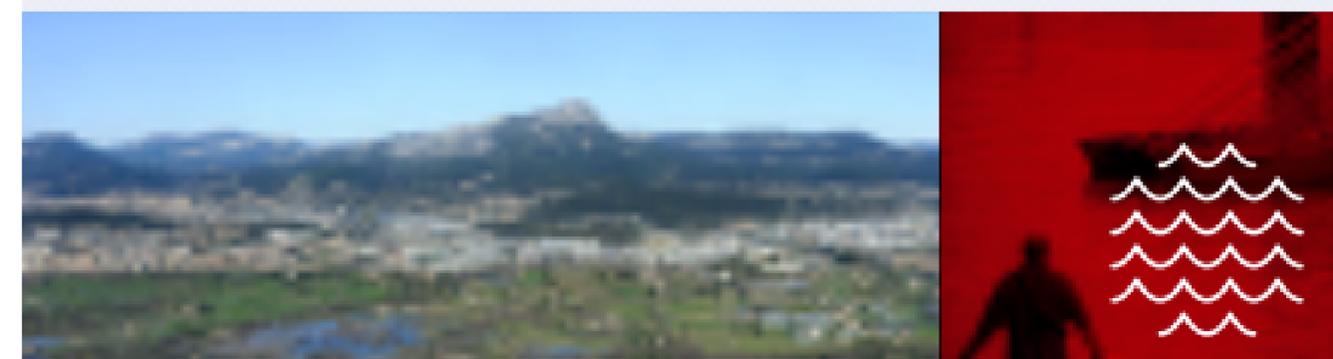
**PRÉVENTION DES
INONDATIONS :**
**une politique partenariale
à tous les échelons**

Les inondations représentent le premier risque naturel en France : elles menacent des vies, des habitations, des emplois et tous les territoires sont concernés.

17 millions d'habitants sont exposés aux inondations par débordement de cours d'eau et 1,4 million sont exposés au risque de submersion marine.

Au-delà du choc des événements les plus graves, prévenir les inondations est un travail qui s'inscrit dans la durée.

Des outils adaptés ont progressivement été élaborés puis mobilisés par l'État et les collectivités, travaillant main dans la main sur ce sujet. La prévention est un travail du quotidien, parfois de l'ombre, essentiel dans le contexte du changement climatique. Il est d'autant plus efficace qu'il s'appuie sur la mobilisation des entreprises, des associations, des citoyens.



Diagnostic de la communication

Échelle de l'agglomération :

Site web :

<https://www.bastia-agglomeration.corsica/>

Communication difficilement trouvable hormis dans l'actualité, pas de barre de recherche.

Réseaux sociaux :

Repartage des informations sur Twitter et Facebook.

Informations disponibles facilement sur les réseaux sociaux mais plus difficilement sur le site web



Diagnostic de la communication

Échelle des communes :

Site web

Peu de mises en avant sur les sites web, informations difficilement trouvables

Réseaux sociaux :

Repartage des informations sur Twitter et Facebook plus ou moins fréquemment selon les communes lorsqu'il y a des vigilances

↻ VILLE DI PIETRABUGNO Retweeted



Préfet Haute-Corse

@Prefet2B

...

#meteo2b #Vigilance ●

La #HauteCorse est placée en #vigilance #orange #ventviolent à effet immédiat jusqu'au 22/11/22 16h au plus tôt.

La vigilance jaune SMS #Orages et Pluie inondation est maintenue du 21/11/22 18h jusqu'au 22/11/22 20h au plus tôt.

haute-corse.gouv.fr/vigilance-de-n...

[Translate Tweet](#)

**Informations disponibles sur les réseaux sociaux
mais plus difficilement sur les sites web**

Diagnostic de la communication

Du contenu utile peu mis en avant sur les sites web.

Du partage d'informations sur les réseaux sociaux uniquement liés à l'actualité.

Un manque de communication autour des ressources nationales sur les sites web et les réseaux sociaux.

Les informations sont difficilement trouvables par l'utilisateur.



Objectifs

Dans 1 an, **70%** de la population de l'agglomération sera **informée des risques** d'inondations sur son territoire.

Dans 1 an, **60%** de la population habitant dans une **zone d'aléa modéré et très fort** de l'agglomération sera informée et aura reçu une **formation des bons réflexes**.

Dans 1 an, **60%** de la population **s'informera par la CAB** concernant les alertes en direct et les préconisations.

Objectifs sur le terrain

Dans 1 an, **70% des collèges et lycées** auront reçu un intervenant pour être **sensibilisés** aux inondations.

Dans 1 an, la **brigade de sensibilisation** aux risques intervient sur **50% des marchés de producteurs** de l'agglomération.

Dans 1 an, **40%** de la population aura participé à une **réunion d'information publique** sur les risques liés aux inondations.

Parties prenantes

Catégorie d'acteur	Acteur	Influence	Enjeux	Type de relation (direct/indirect)
Externe	Touristes	Faible	Etre informé et se sentir en sécurité en vacances	Indirect
Interne	CAB	Forte	Protéger sa population	Direct
Externe	Locaux	Modéré	Être informé et se sentir en sécurité	Indirect
Interne	Louis POZZO DI BORGO et élus	Forte	Garder une bonne image politique de la CAB et s'assurer de la bonne communication	Direct

Cibles

B to C

Cibles principales

Habitants des 5 communes membre de la communauté d'agglomération de Bastia et les touristes.

Cœur de cible

Habitants qui sont exposés à l'aléa débordement de cours d'eau.
Habitants qui peuvent être impactés par la submersion marine.
Habitants qui se situent en zone de ruissellement urbain.

Cibles relais

Journalistes : PQR, presse local

B to B

Organisations de la communes membre de la communauté d'agglomération de Bastia

Entreprise (274), établissement publics (24) situés en zone d'aléa modéré à très fort

Proposition d'un référentiel sémantique et graphique

Une phrase accrocheuse

La vie n'est pas un long fleuve tranquille
Il faut se méfier de l'eau qui dort
C'est la goutte d'eau qui fait déborder le vase

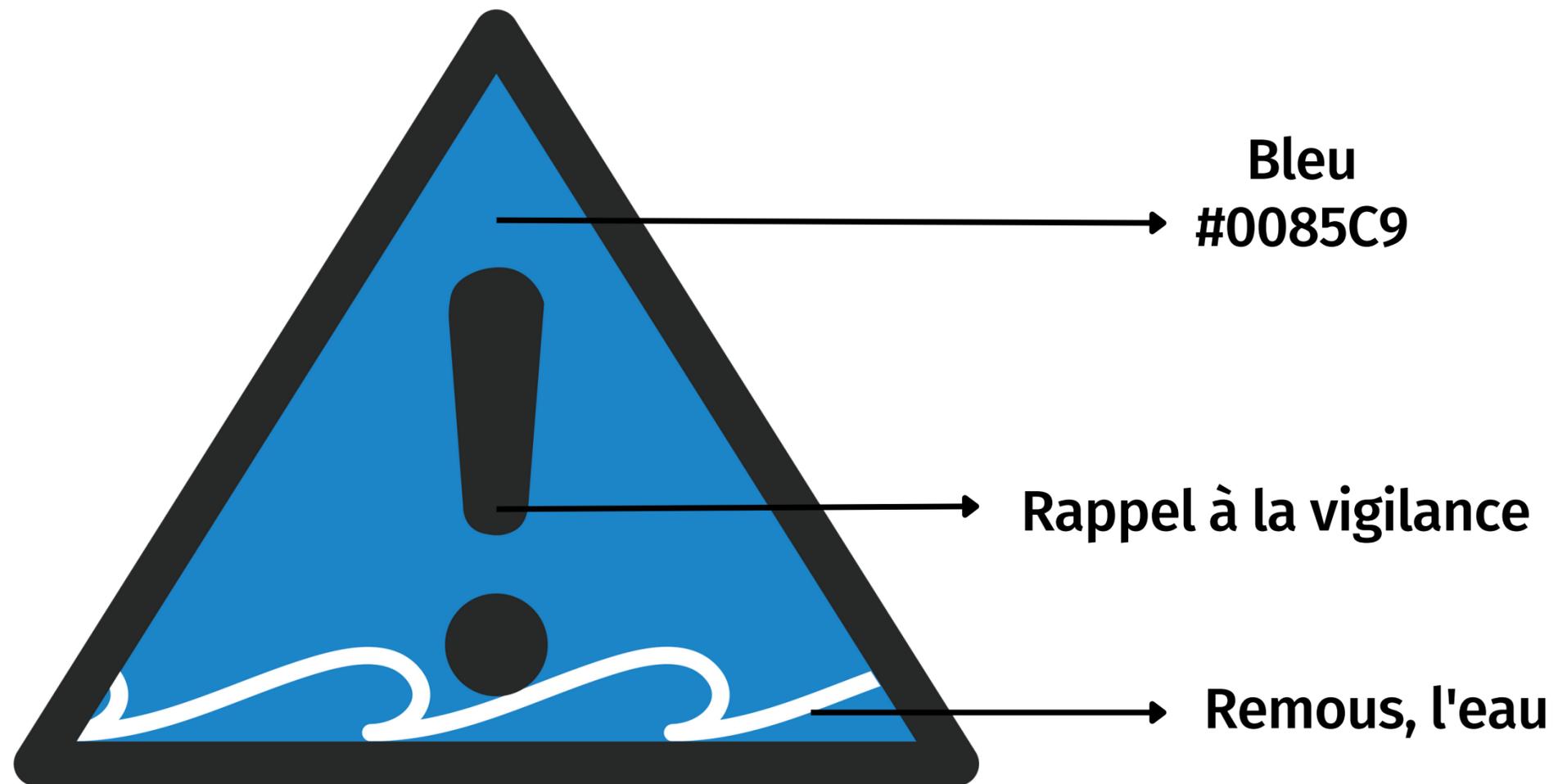
Un message plus sérieux

“Face aux inondations, soyons préparés”

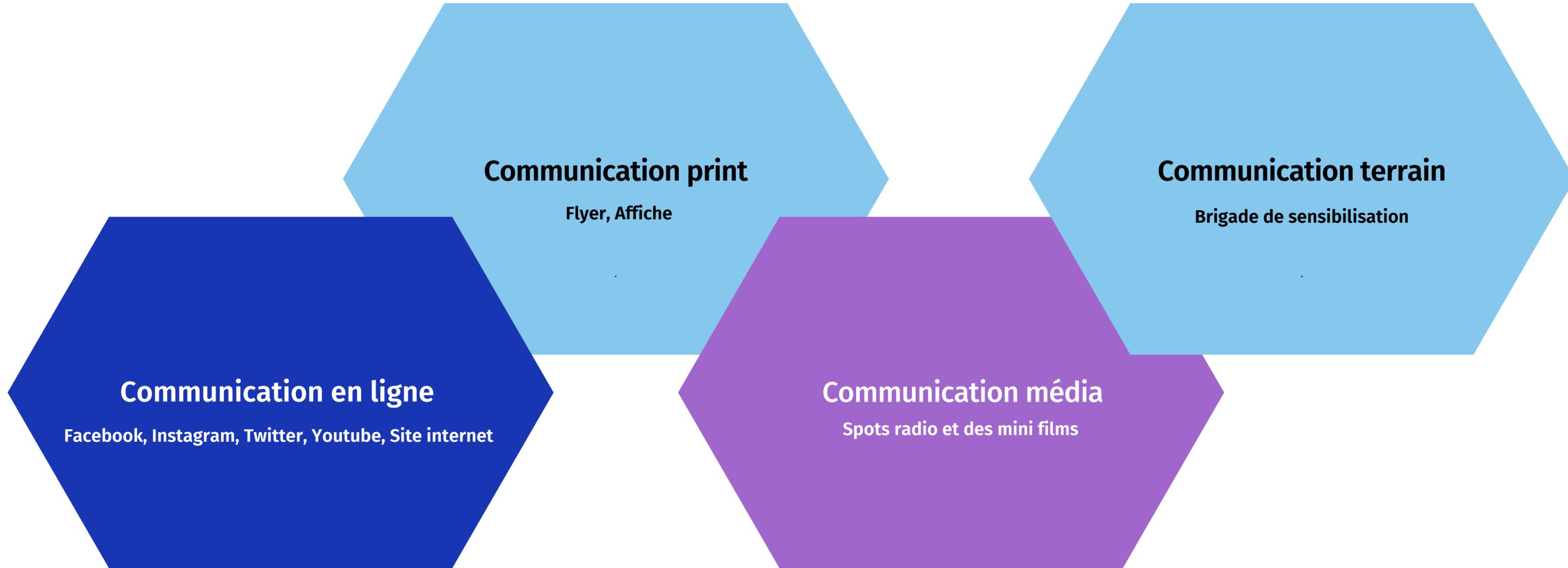


Proposition d'un référentiel sémantique et graphique

Proposition graphique identifiable claire :



Recommandations sur la stratégie de moyens



Élaboration d'un plan actions appuyé sur les recommandations



Phase 1 - Juin 2023

- Brigade de sensibilisation dans les marchés locaux, prévention dans les collèges, lycées, réunion dans les quartiers à risque
- Sensibilisation sur les réseaux sociaux.
- Campagne d'affichage.



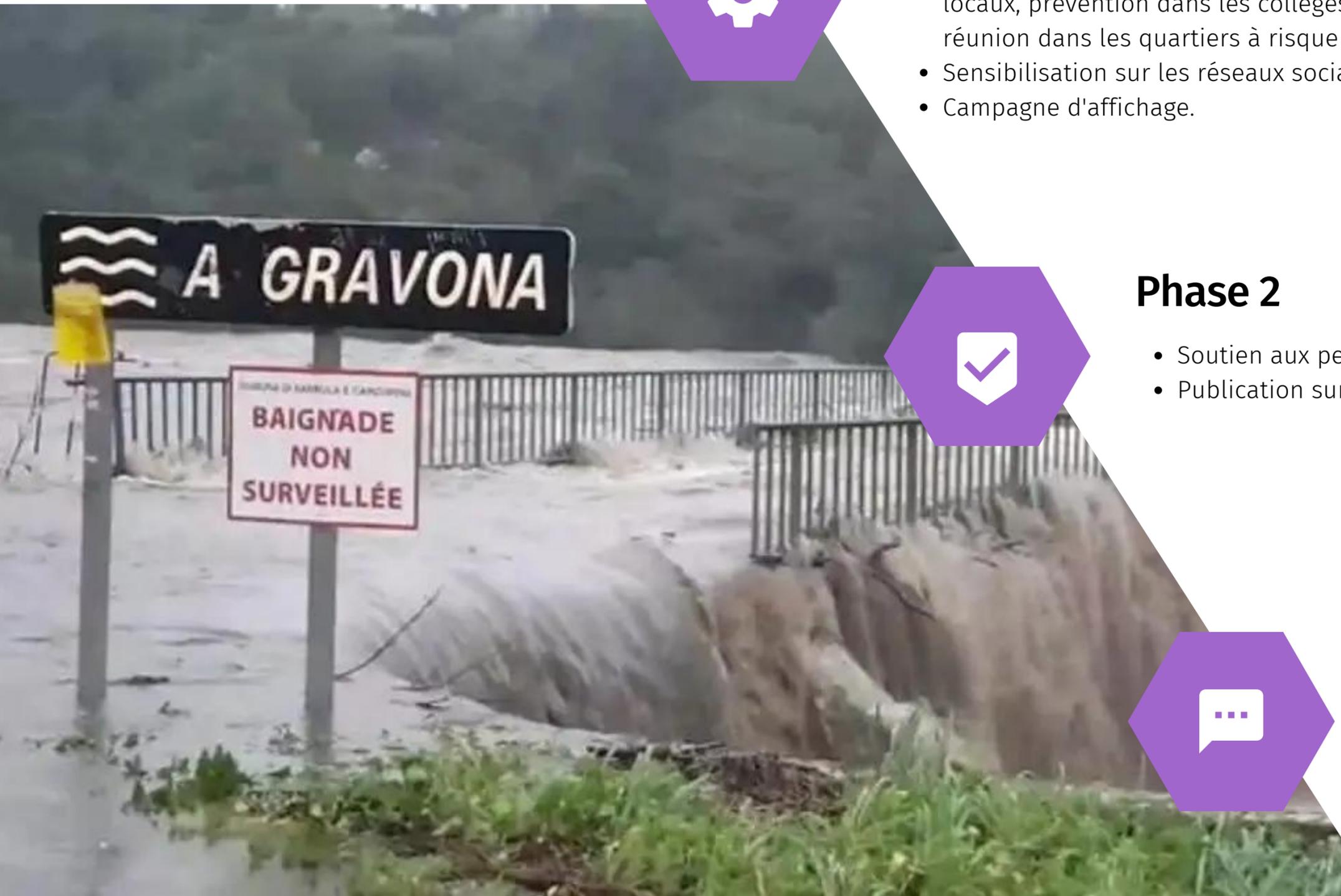
Phase 2

- Soutien aux personnes touchées.
- Publication sur l'évolution des situations.



Phase 3

- Retour de la brigade afin de sensibiliser et de ne pas reproduire les erreurs effectuées.



Propositions affiches, campagne de communication



La vie n'est pas un long fleuve tranquille.

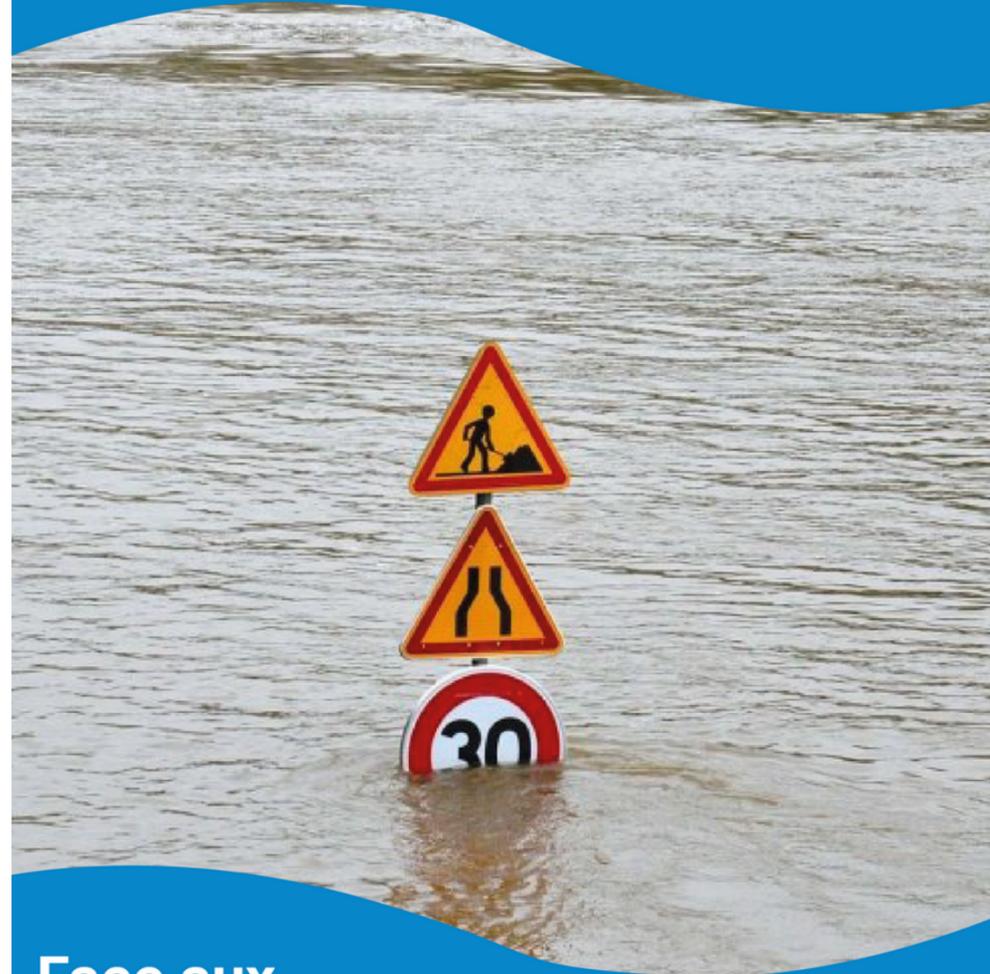


Face aux inondations, soyons préparés.

Scannez pour vous informer



Il faut se méfier de l'eau qui dort.



Face aux inondations, soyons préparés.

Scannez pour vous informer



C'est la goutte d'eau qui fait déborder le vase.



Face aux inondations, soyons préparés.

Scannez pour vous informer



Propositions posts réseaux sociaux



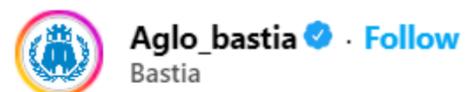
127 likes

Aglo_bastia #PluieInondation | Le risque inondation est le premier risque naturel en France métropolitaine : 1 Français sur 4 vit en zone inondable et plus de 10 000 communes sont concernées.

Face aux pluies intenses et aux crues, ayons les bons réflexes, ils peuvent nous sauver la vie !

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [pluie-inondation.gouv.fr](https://www.pluie-inondation.gouv.fr) "

6 days ago



127 likes

Aglo_bastia #PluieInondation | Alerte inondation dans le secteur du ruisseau de Fango. ⚠️
Soyez très prudent et en cas d'urgence contactez le 18.

Pour en savoir plus sur l'évolution de la situation 📍
<https://www.bastia-agglomeration.corsica/>

6 days ago



Agence Mewt

Merci !

N'hésitez pas à nous contacter si vous avez des questions.