



# COMMISSION COMMUNICATION

6 novembre 2025

Locaux du SMBAA

1 bd du Rempart – 49 250 Beaufort-en-Anjou

## **1. Bilan du plan de communication 2020-2025**

1. Bilan du plan de communication 2020-2025
2. Bilan du CT Eau 2020-2025 : perception des acteurs
3. Perspectives

## **2. Plan de communication 2026-2031**

1. Organisation de la commission
2. Stratégie 2026-2031
3. Programme

## **3. Programmation de l'Accord de Territoire Eau 2026-2028**

1. Calendrier et liste des actions
2. Budget et plan de financement prévisionnel

## **4. Point divers**

# 1 – BILAN DU PLAN DE COMMUNICATION 2020-2025

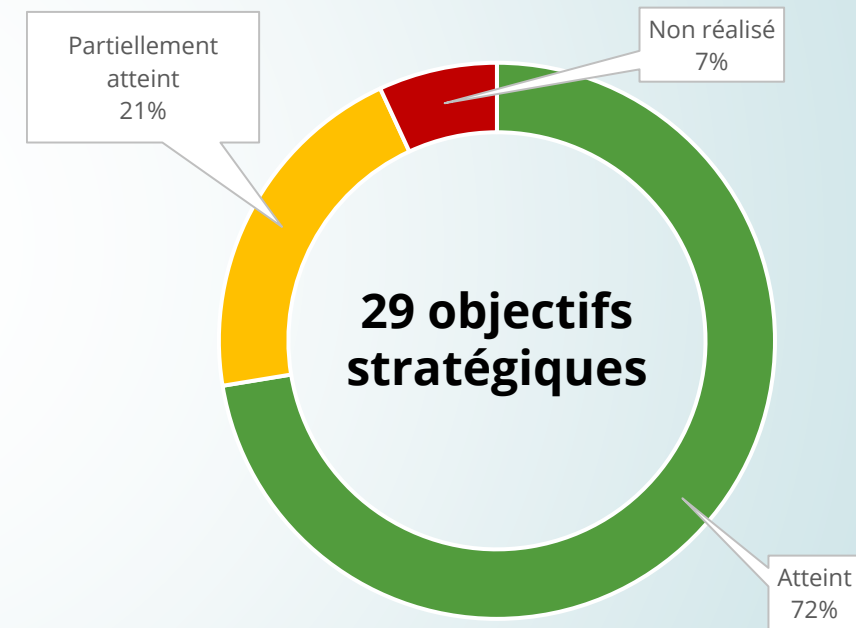
## Synthèse du bilan Plan de communication 2020-2025

### RÉUSSITES DU PLAN

- Bonne estimation de la charge de travail et des coûts
- Un taux de réalisation des actions très satisfaisant
- Des retours sur la qualité des supports (document et vidéo) et leur utilité encourageants
- Une identité visuelle aujourd'hui bien ancrée

### DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

- Des retours d'expérience peu nombreux
- Des difficultés pour mobiliser le grand public pour les événements réalisés en interne
- Des difficultés de mises à jours des données (tableau de bord)
- Une communication parfois trop isolée par rapport aux collectivités du territoire



### Analyse de la perception des acteurs

#### RÉUSSITES DU CONTRAT



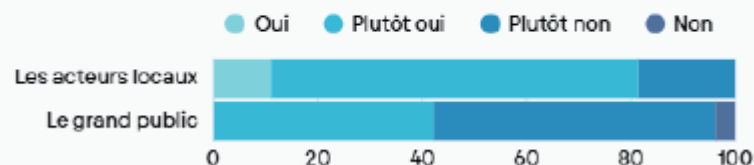
- Acquisition d'un drone et vidéos de travaux très appréciées.
- Sensibilisation scolaire réussie, implication d'associations locales.
- Lettre d'informations du SMBAA appréciée.
- L'approche des sujets « eau » reste complexe pour toucher le plus grand nombre, notamment au travers de la presse, mais la perception de la communication du CT Eau reste satisfaisante.

#### DIFFICULTÉS RENCONTRÉES



- Manque de temps et de compétences (adéquation besoins/compétences) sur la communication (0,5 ETP actuellement)
- COPIL trop descendant, pas assez vulgarisé (dissensus), manque de visibilité de la stratégie politique
- Manque de clarté sur le rôle des différents acteurs de l'eau

#### La communication autour du CT Eau est-elle suffisante et efficace pour sensibiliser :



# 1 – BILAN DU PLAN DE COMMUNICATION 2020-2025

## Perspectives

Le nouveau plan de communication veillera à **poursuivre l'appropriation du SAGE et de sa structure porteuse, le maintien de la mobilisation des acteurs (AT Eau 2026-2031) et le renforcement de la prise de conscience collective** des enjeux de la ressource en eau avec les priorités suivantes :

### Communication

- **La communication numérique** avec l'alimentation des réseaux sociaux et la production de nouvelles vidéos sur des enjeux diversifiés (quantité, qualité, trame verte et bleue...) devront se poursuivre pour maintenir la dynamique initiée.
- **Accompagner la révision du SAGE** en vulgarisant et communiquant autour des temps forts de la démarche.
- **Systématiser les communiqués de presse** autour de projets portés par le SMBA (*bulletins communaux, intercommunaux et presse locale*).

### Sensibilisation

- **Les sensibilisations devront atteindre en priorité un public d'élus et de décideurs locaux** dans le contexte du renouvellement des élus à la suite des élections municipales de mars 2026 pour assurer une bonne compréhension des enjeux qui gravitent autour de la ressource en eau et une continuité dans la dynamique engagée dans le CT Eau 2020-2025.
- **Les nouvelles priorisations induisent un ralentissement des interventions scolaires et une priorisation** vers les lycéens, premiers acteurs de demain.
- Quant aux **événements pour le grand public, ils seront aussi réduits et priorisés** dans le cadre de la concertation de projets portés par le SMBA.

## TEMPS D'ÉCHANGES



## **1. Bilan du plan de communication 2020-2025**

1. Bilan du plan de communication 2020-2025
2. Bilan du CT Eau 2020-2025 : perception des acteurs
3. Perspectives

## **2. Plan de communication 2026-2031**

1. Organisation de la commission
2. Stratégie 2026-2031
3. Programme

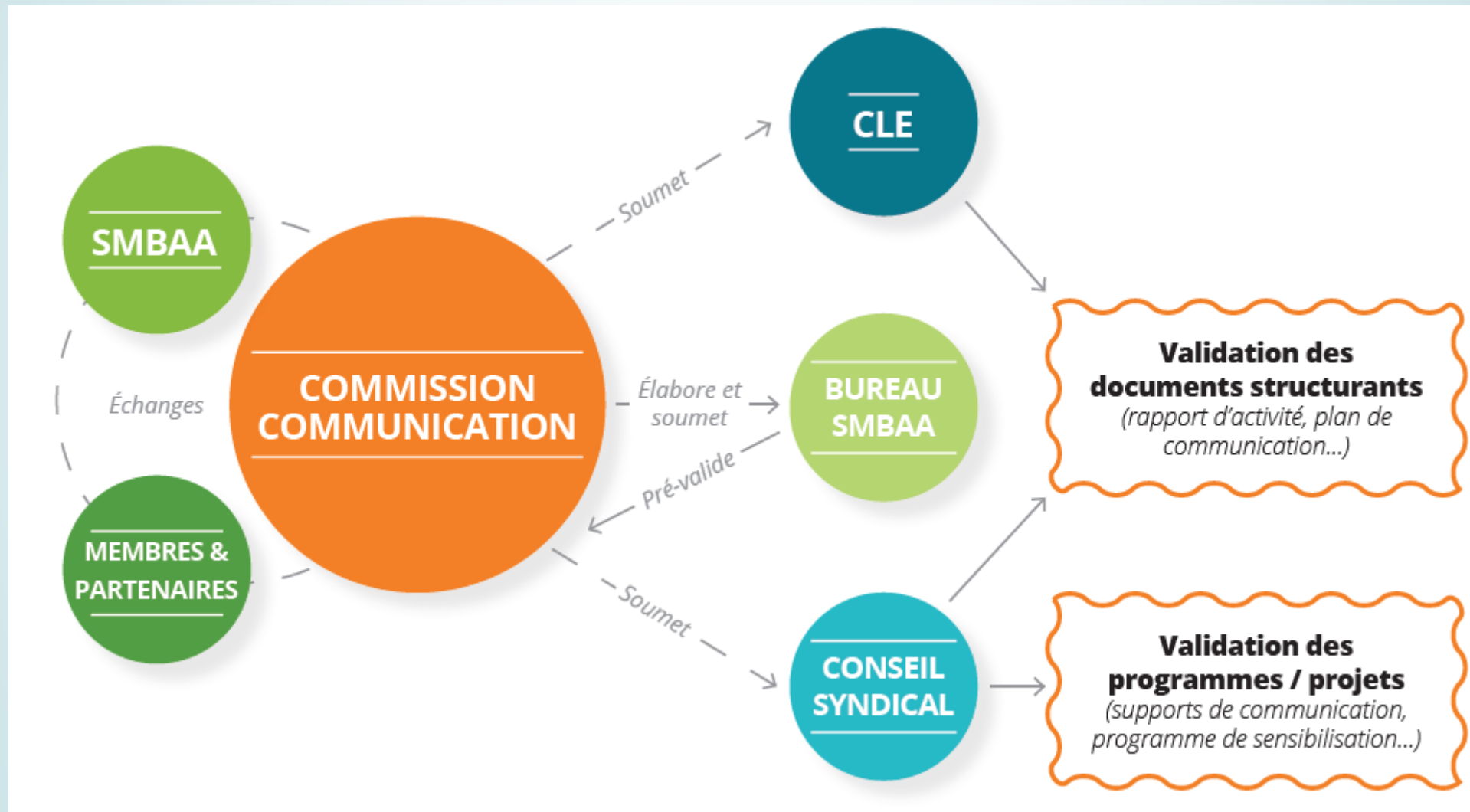
## **3. Programmation de l'Accord de Territoire Eau 2026-2028**

1. Calendrier et liste des actions
2. Budget et plan de financement prévisionnel

## **4. Point divers**

# 2 – PLAN DE COMMUNICATION 2026-2031

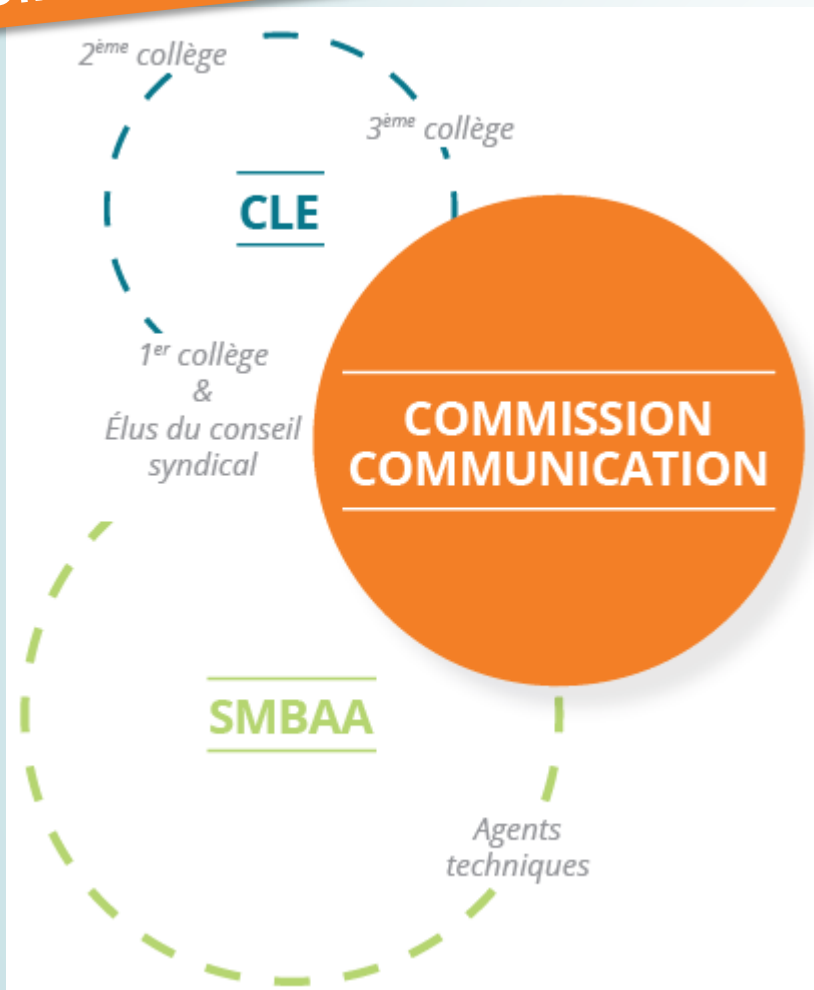
## Organisation générale de la commission



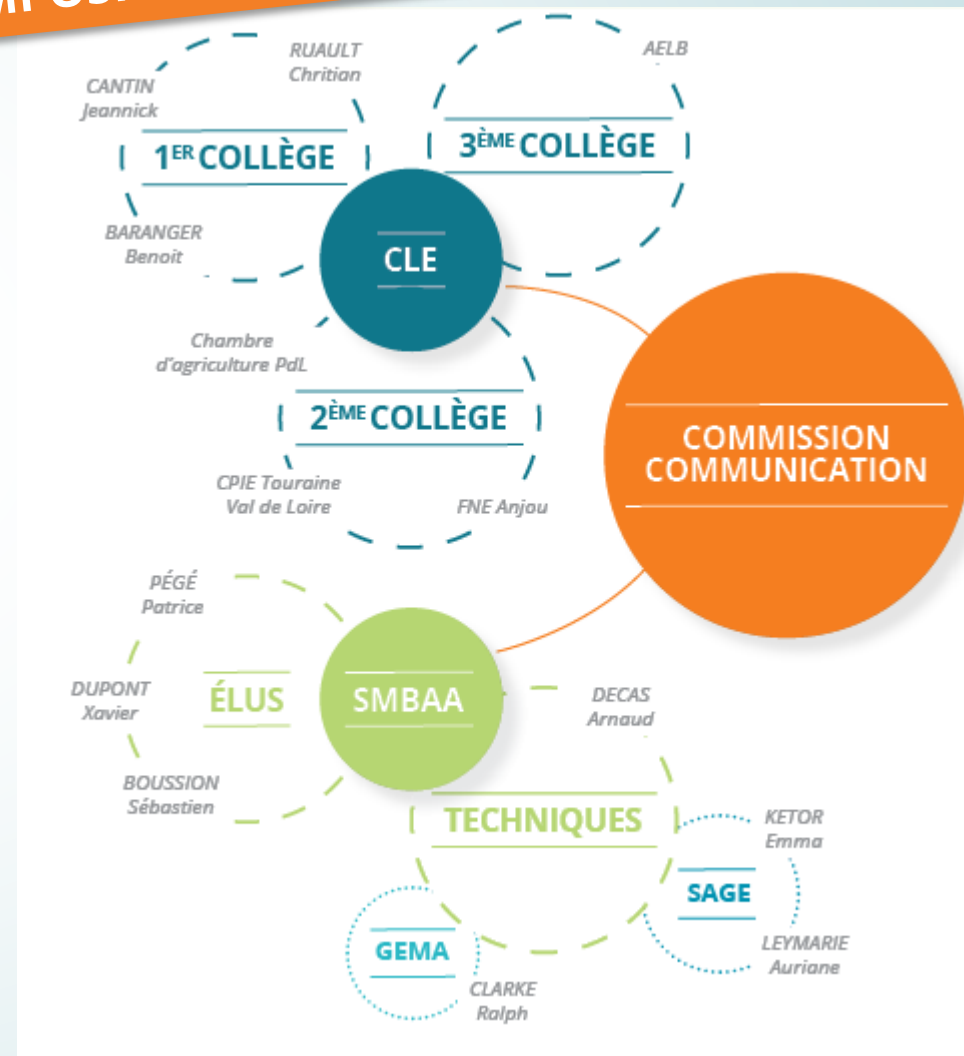
# 2 – PLAN DE COMMUNICATION 2026-2031

## Composition de la commission

### COMPOSITION GÉNÉRALE



### COMPOSITION ACTUELLE



# 2 – PLAN DE COMMUNICATION 2026-2031

## De nouveaux défis

- **Le renouvellement des élus** locaux après les élections municipales de 2026.
- **La révision du SAGE**, la mise en œuvre et le suivi de l'Accord de Territoire Eau 2026-2031.
- **La modification des modalités de financement** des interventions pédagogiques (12<sup>ème</sup> programme de l'AELB).
- **La priorisation des interventions éducatives** vers les lycéens.
- **La nécessité de maintenir et de renforcer la mobilisation** autour de la ressource en eau et des milieux aquatiques.

## De nouveaux objectifs stratégiques

## Une continuité opérationnelle avec une stratégie claire

- Renforcer la communication interne et externe pour valoriser les actions et améliorer la coordination ;
  - Renforcer l'information auprès des médias locaux (NR, Courrier Ouest, radios, ...) et des bulletins communaux et intercommunaux.
- Gagner en visibilité et renforcer les liens entre le SMBAA et les collectivités du territoire
  - Présenter et valoriser les travaux et études en cours sur la gestion de l'eau et des milieux aquatiques ;
  - Sensibiliser les différents publics (élus, collectivités, grand public, scolaires) aux effets du changement climatique, aux conséquences sur les milieux aquatiques et les usages associés ;
- Accompagner la révision du SAGE et la mise en oeuvre de l'Accord de Territoire 2026-2031 via une communication claire et accessible ;
  - Favoriser l'appropriation des enjeux du territoire et des projets portés en faveur de la ressource en eau ;
  - Faciliter la compréhension du réseau d'acteurs sur l'Authion par le grand public, les représentants locaux, ...
- Optimiser le rapport coût/bénéfice des actions de communication, en priorisant les publics à fort effet levier (élus, décideurs locaux, riverains concernés par les projet du SMBAA, lycéens de parcours professionnels...)
  - Maintenir la dynamique numérique (réseaux sociaux, vidéos) pour diffuser des messages pédagogiques et attractifs.

# 2 – PLAN DE COMMUNICATION 2026-2031

## De nouvelles priorités dans les publics cibles

Public	Objectifs	Moyens privilégiés	Priorité
<b>Élus et décideurs locaux</b>	Consolider la compréhension des enjeux liés à l'eau et aux milieux aquatiques, assurer la continuité des politiques publiques et l'appropriation des projets	Réunions (COFIL, COTEC) et leurs compte-rendus, newsletters du SMBAA, vidéos, presse locale, document structurant, rapports d'étude vulgarisé (qualité) et bulletin quantité	*****
<b>Riverains</b>	Favoriser l'appropriation locale des actions menées, améliorer la compréhension des interventions sur les cours d'eau et la trame verte et bleue et renforcer le lien de proximité	Courriers ou flyers d'information, réunions locales, panneaux de chantier, publications web, vidéo, balade cours d'eau dans le cadre de concertation de projet	*****
<b>Partenaires</b> (financiers / institutionnels / techniques)	Valoriser la cohérence et la qualité des projets portés par le SMBAA	Rapports annuels, bilans synthétiques, communication institutionnelle, journées techniques, Réunions (COFIL, COTEC) et leurs compte-rendus	*****
<b>Scolaires</b> (secondaire, parcours professionnel)	Sensibiliser aux pratiques respectueuses de la ressource et promouvoir les démarches vertueuses	Interventions scolaires ciblées, vidéos pédagogiques, outils interactifs	****
<b>Professionnels</b> (Prestataires, prescripteurs agricoles, ...)	Sensibiliser aux pratiques respectueuses de la ressource, promouvoir les démarches vertueuses et faciliter le dialogue technique autour de la gestion de l'eau	Réunions techniques, lettres d'information, visites de terrain, supports thématiques	***
<b>Équipes internes</b>	Garantir la cohérence, valoriser les actions et renforcer la cohésion	Réunions d'équipe, outils collaboratifs, supports internes	***
<b>Grand public</b>	Promouvoir une compréhension globale des enjeux liés à l'eau et aux milieux aquatiques, et sensibiliser sur la solidarité de bassin.	Réseaux sociaux, vidéos, articles web, événements participatifs, panneaux in-situ	**
<b>Scolaires</b> (primaires)	Initier une première sensibilisation à l'eau et à la nature, dans une approche simple et ludique	Animations ponctuelles, supports pédagogiques adaptés, partenariats locaux	*

# 2 – PLAN DE COMMUNICATION 2026-2031

## Une liste d'actions dans la continuité

N°	Action	Description	Disposition PAGD	Fréquence
1	Alimentation et mise à jour du site internet et des réseaux sociaux	Alimenter les rubriques du site, les réseaux sociaux et assurer la veille technique.	12.B.1   12.B.2   12.B.3	Hebdomadaire
2	Identité visuelle	Harmoniser tous les documents de communication du SAGE et du SMBAA.		En continu
3	Newsletter	Diffuser les informations relatives à la mise en oeuvre des actions de l'Accord de Territoire, au SAGE, au SMBAA et à ses partenaires.	12.B.2   12.B.3	3 fois par an
4	Observatoire du bassin versant	Informar le public sur l'état des ressources en eau à l'échelle nationale et locale.	2.B.2   5.A.4   9.A.2	En continu
5	Rapport de présentation du SAGE et de ses actions	Expliquer et diffuser sur l'intérêt du SAGE et de ses actions.	12.B.2   12.B.3	1 fois à la révision du SAGE
6	Supports d'animation sur le SAGE et le SMBAA	Communiquer sur les projets du SMBAA et de la CLE avec des outils réguliers et ponctuels.		En continu
7	Suivi de l'avancée des travaux du SAGE	Rédiger des comptes-rendus de réunion, les commissions de travail, les rapports d'études complémentaires, ...		En continu
8	Tableau de bord du SAGE	Informar et orienter sur l'avancée du SAGE et de ses actions au travers d'indicateurs. Fournir un outil de communication polyvalant et ciblé.	Toutes les dispositions et règles	1 fois tout les 3 ans
9	Rapport d'activité de la CLE et du SMBAA	Informar sur les activités / actions de la CLE et sa structure porteuse.	12.B.2   12.B.3	1 fois par an
10	Articles et communiqués de presse	Réaliser des articles et communiqués de presse sur les actions du SAGE et du SMBAA.		En continu
11	Panneaux et plaquettes d'information	Réaliser des supports de communication / sensibilisation sur les secteurs géographiques et/ou thématiques (flyers, affiches, guides, plaquettes ...)	2.B.2   3.B.2   5.A.4   9.A.2   11.A.1   12.B.3	Variable
12	Panneaux in-situ	Réaliser et mettre en place des panneaux permanents informatifs sur des thématiques variées.	12.B.3	Variable
13	Rencontres thématiques «Eau, milieux aquatiques»	Proposer des rencontres thématiques avec présentation en salle et visite sur le terrain.		2 fois par an
14	Journées techniques	Organiser des journées techniques sur une ou plusieurs thématiques pour les acteurs du territoire.		2 fois par an
15	Interventions pédagogiques	Organiser des journées pédagogiques et ludiques à destination des élus, décideurs locaux, scolaires et grand public.		À la demande
16	Supports multimédia	Retranscrire les actions et travaux du SMBAA et du SAGE Authion sous forme de film, vu 3D, ...		Variable

# 2 – PLAN DE COMMUNICATION 2026-2031



## Une liste d'actions dans la continuité

ACTIONS		GROUPES CIBLES							NOMBRE DE JOURS PRÉVISIONNELS (RÉGIE)						PRESTATIONS EXTERNES
N°	Intitulés	Élus et décideurs locaux	Riverains	Partenaires	Scolaires	Professionnels	Équipes internes	Grand public	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Coût prévisionnel (TTC)
1	Alimentation et mise à jour du site internet et des réseaux sociaux	*	*	*	*	*	*	*	18	18	18	18	18	18	8 400 €
2	Identité visuelle	*	*	*	*	*	*	*	1	1	1	1	1	1	
3	Newsletter	*	*	*		*	*	*	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	
4	Observatoire du bassin versant	*	*	*		*	*	*	23,5	23,5	23,5	23,5	23,5	23,5	72 000 €
5	Rapport de présentation du SAGE et de ses actions	*	*	*		*	*	*	10						5 000 €
6	Supports d'animation sur le SAGE et le SMBAA	*	*	*		*	*		10	10	10	10	10	10	
7	Suivi de l'avancée des travaux du SAGE	*		*		*	*		9	10	15	10	10	15	
8	Tableau de bord du SAGE	*		*		*	*		12			12			
9	Rapport d'activité de la CLE et du SMBAA	*	*	*		*	*	*	5	5	5	5	5	5	
10	Articles et communiqués de presse	*	*	*		*	*	*	3	3	3	3	3	3	
11	Panneaux et plaquettes d'information	*	*	*	*	*		*	10	5	5	5	5	5	29 400 €
12	Panneaux in-situ	*	*		*			*	2	2	2	2	2	2	15 000 €
13	Rencontres thématiques «Eau, milieux aquatiques»	*	*	*		*	*		5	4	4	4	4	4	27 000 €
14	Journées techniques	*		*		*	*		2	2	2	2	2	2	
15	Interventions pédagogiques	*	*		*	*		*	4	4	4	4	4	4	24 000 €
16	Supports multimédia	*	*	*	*	*	*	*	15	15	15	15	15	15	42 000 €
TOTAL									134	107	112	119	107	112	222 800 €

Maintenance du site (1 400 €/an)

Bulletin Infeau Authion (12 000 €/an)

Impression et affranchissement

Impressions (2 500 €/an) et plaquette plans d'eau (10 000 €)

625 € TTC / panneau → 4 panneaux / an en moyenne

Formation des élus (7 000 €)

Intervention d'une association (1 000 €)

Interventions scolaire (500 €) → 8 interventions / an

7 000 € / vidéo en moyenne

# 2 – PLAN DE COMMUNICATION 2026-2031



TEMPS D'ÉCHANGES & VALIDATION

## **1. Bilan du plan de communication 2020-2025**

1. Bilan du plan de communication 2020-2025
2. Bilan du CT Eau 2020-2025 : perception des acteurs
3. Perspectives

## **2. Plan de communication 2026-2031**

1. Organisation de la commission
2. Stratégie 2026-2031
3. Programme

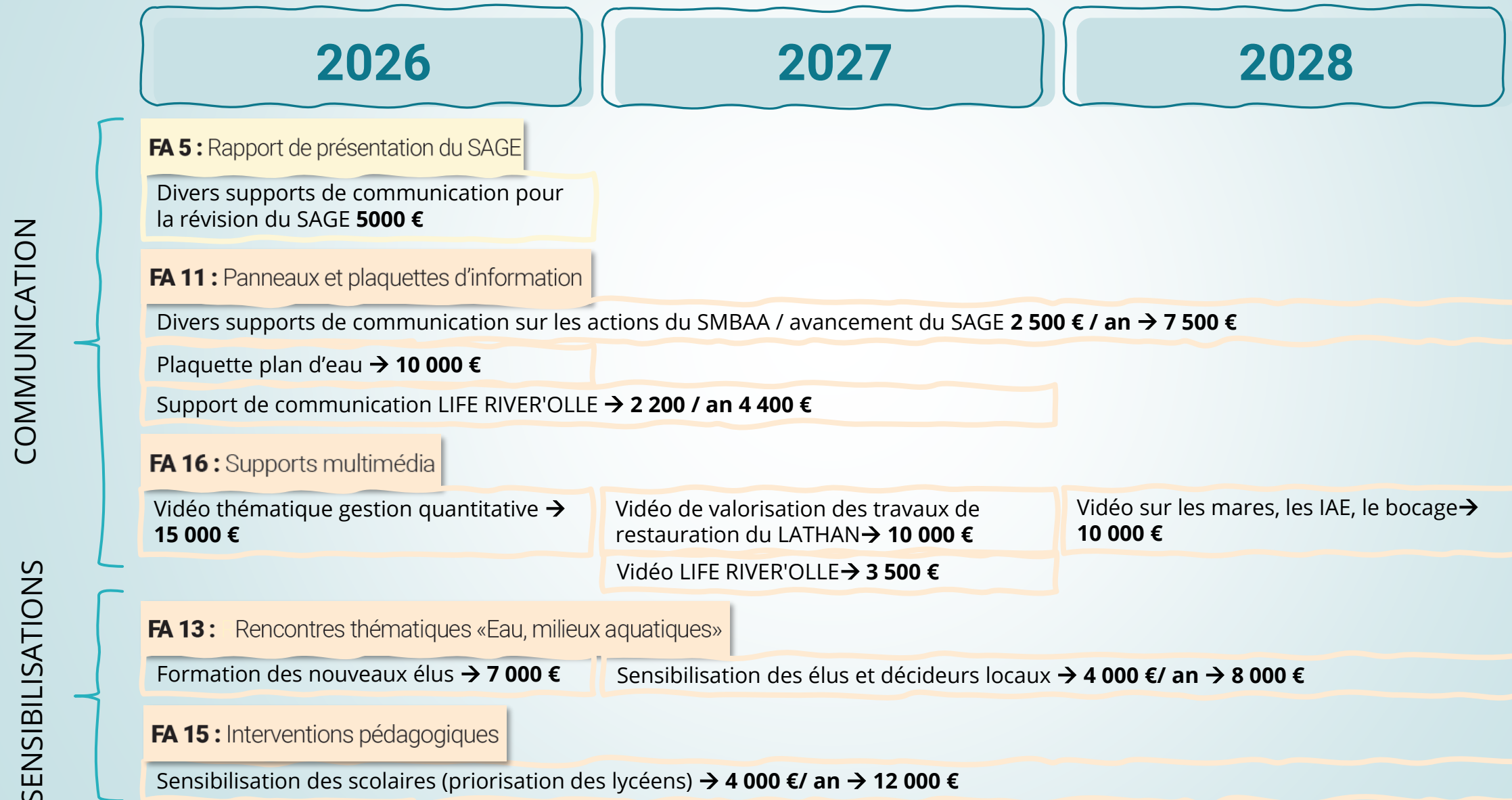
## **3. Programmation de l'Accord de Territoire Eau 2026-2028**

1. Calendrier et liste des actions
2. Budget et plan de financement prévisionnel

## **4. Point divers**

# 3 – PROGRAMMATION DE L'ACCORD DE TERRITOIRE EAU 2026-2030

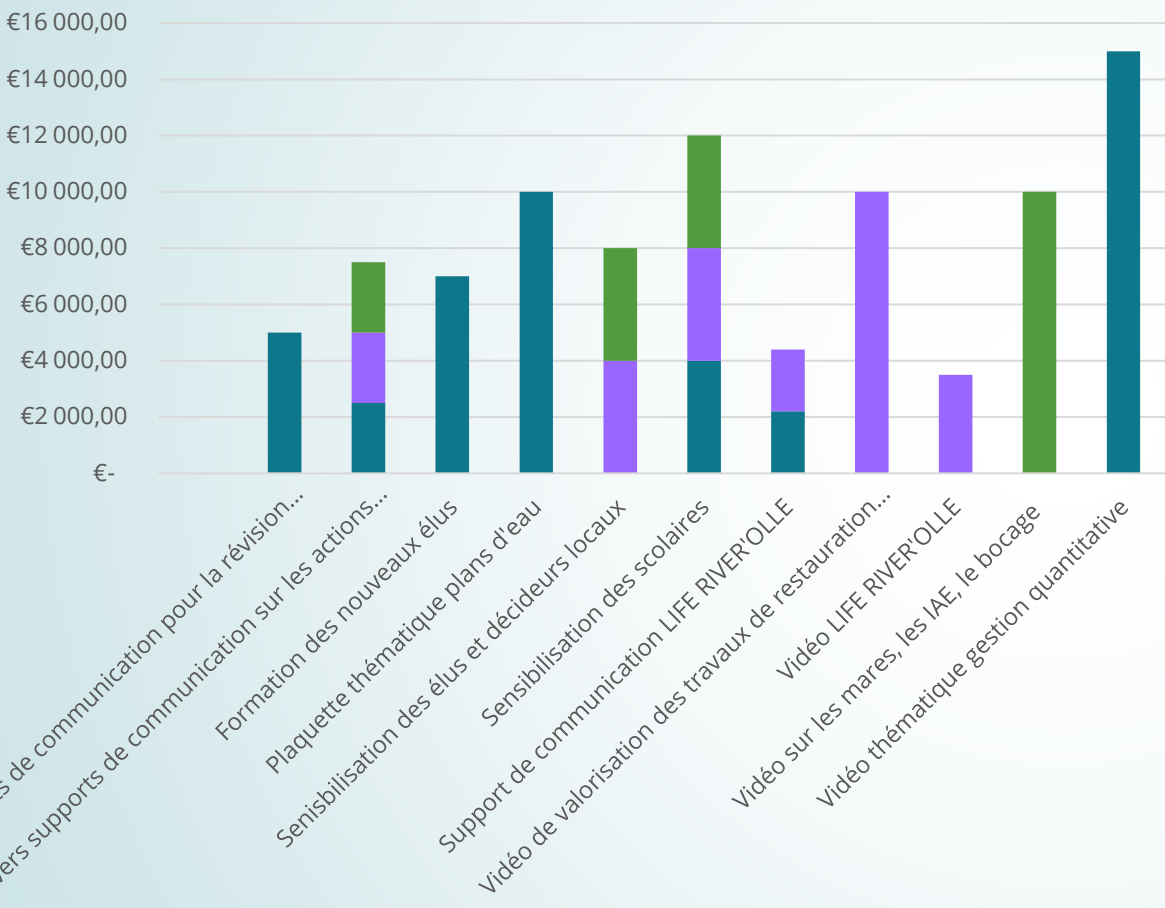
## Calendrier et budget prévisionnel



# 3 – PROGRAMMATION DE L'ACCORD DE TERRITOIRE EAU 2026-2030



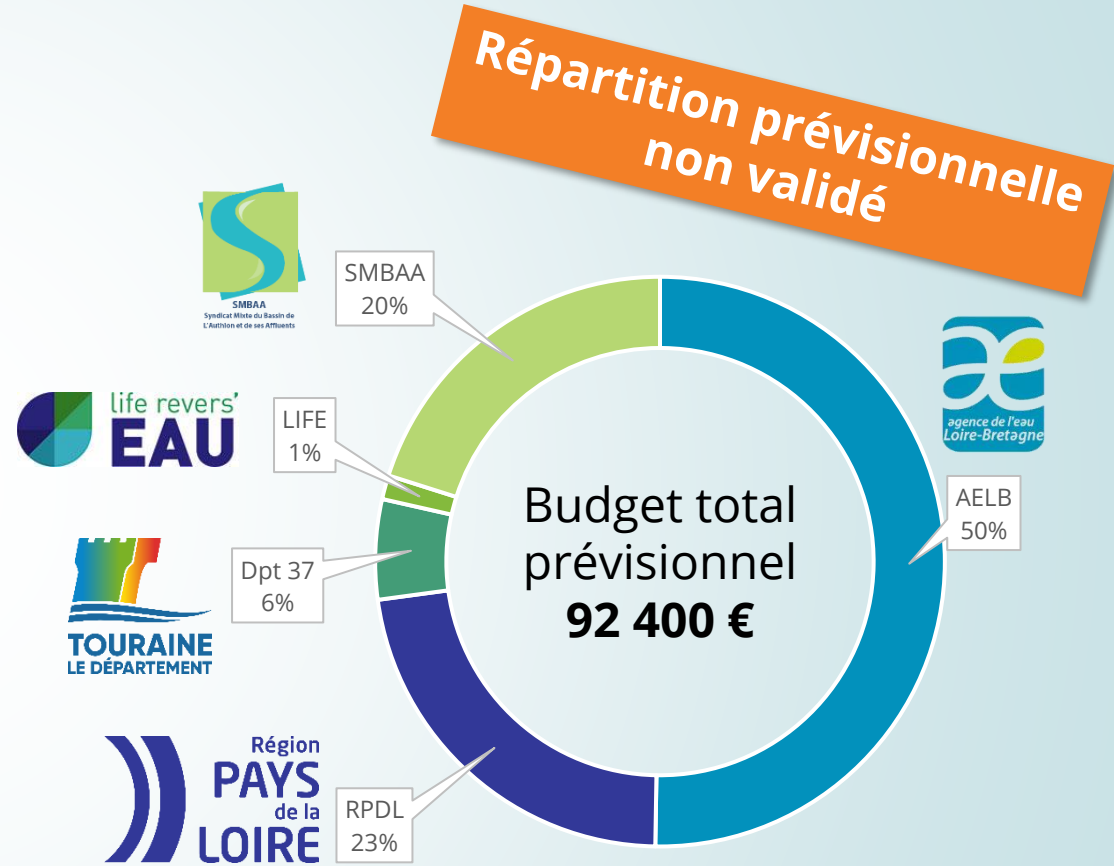
## Plan de financement prévisionnel : Accord de Territoire Eau 2026-2028



2026

2027

2028



# 3 – PROGRAMMATION DE L'ACCORD DE TERRITOIRE EAU 2026-2030

## Plan de financement prévisionnel : Accord de Territoire Eau 2026-2028



**TEMPS D'ÉCHANGES & VALIDATION**

## **1. Bilan du plan de communication 2020-2025**

1. Bilan du plan de communication 2020-2025
2. Bilan du CT Eau 2020-2025 : perception des acteurs
3. Perspectives

## **2. Plan de communication 2026-2031**

1. Organisation de la commission
2. Stratégie 2026-2031
3. Programme

## **3. Programmation de l'Accord de Territoire Eau 2026-2028**

1. Calendrier et liste des actions
2. Budget et plan de financement prévisionnel

## **4. Point divers**

# 4 – POINT D'INFORMATION DIVERS

VIDÉOS Réalisation externalisée

Restauration de la continuité du Changeon au Moulin Bertrand



Prestataire



Budget

**3 946 €**

Financé à 80%

**789 €** de reste à  
charge SMBA

Calendrier

Septembre  
2025 : choix du  
prestataire

Septembre  
2025 : Co-  
écriture du  
script

10 Octobre  
2025 :  
Tournage

Octobre à  
novembre  
2025 : montage

Décembre  
2025 : livraison  
et diffusion de  
la vidéo

Messages

Premier rendu semaine du  
17 novembre

**Comment allier restauration écologique et préservation  
du patrimoine ?**

# 4 – POINT D'INFORMATION DIVERS

## VIDÉOS Réalisation interne

Oct.2025

### Restauration de la Riverolle au Moulin Moque Serge



<https://www.youtube.com/watch?v=2xDz9XKLPfQ>



1439 625 139 502

2705 Vues

Nov.2025

### Réhabilitation du ruisseau des communs de la Marsaulaie

#### 4 format très court :

- Avant travaux
- Pendant l'entretien de végétation préalable aux travaux
- Pendant travaux de réhabilitation
- Après les travaux de réhabilitation

#### Diffusion :

- ✓ Sur les différentes plateformes
- ✓ À la commune de Loire Authion

Dec.2025

### Vidéo Bilan des travaux 2025

#### 1 format très court :

- Le Lathan à Chant d'Oiseaux et à Pont Neuf
- La Riverolle à Moque Serge
- Le Changeon à Moulin Boutard
- Le Couasnon au répartiteur de Baugé
- La Marsaulaie
- Les mares

#### Diffusion :

- ✓ *Au bureau syndical du 12 novembre ?*
- ✓ Au conseil Syndical du 10 décembre 2025
- ✓ À la CLE du 18 décembre 2025
- ✓ Sur les différentes plateformes

# 4 – POINT D'INFORMATION DIVERS

## Format des vœux 2026

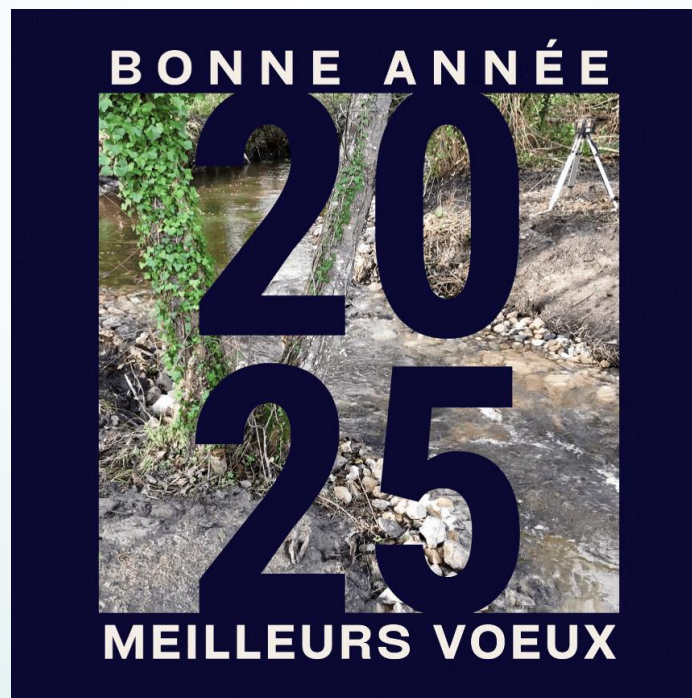
### Vidéo bilan

Diffusion sur les  
différentes plateformes



### Carte animée (GIF) et bandeau mail

Diffusion par mail à nos  
différents partenaires  
techniques et financiers



# 4 – POINT D'INFORMATION DIVERS

Autres points ?





# MERCI DE VOTRE ATTENTION

Emma KETOR, Chargée de mission Communication / SIG du SAGE Authion

Commission Locale de l'Eau de l'Authion  
Syndicat Mixte du Bassin versant de l'Authion et de ses Affluents  
1 boulevard du rempart – BEAUFORT EN ANJOU

Tél: 02.41.79.73.81

Mail : [contact@sage-authion.fr](mailto:contact@sage-authion.fr)

<http://www.sage-authion>