



STRATEGIE DE COMMUNICATION & PLAN DE COMMUNICATION du Projet PROTÉGER – phase 2



Table des matières

I. La stratégie de communication.....	3
A. Le contexte.....	3
1. Le génie végétal.....	3
2. Analyse de la situation et diagnostic : la matrice SWOT.....	4
B. Les objectifs de communication.....	5
1. L'objectif cognitif.....	5
2. L'objectif affectif.....	5
3. L'objectif conatif.....	5
4. Les objectifs secondaires.....	5
C. Les cibles de communication.....	6
1. Le coeur de cible.....	5
2. La cible principale.....	6
3. Les cibles secondaires.....	6
4. Les cibles périphériques.....	6
D. Le positionnement et les axes de communication.....	7
II. Le plan de communication.....	8
A. Les moyens.....	8
1. La communication internet.....	8
2. La communication média.....	8
3. La communication édition.....	9
4. La communication audiovisuelle.....	9
5. La communication événementielle.....	9
6. Exposition sur le projet PROTEGER.....	9
7. Le kit communication.....	9
B. Annexes.....	10
1. Tableau cibles/actions de communication.....	10
2. Rétroplanning des actions.....	10

I. La stratégie de communication

A. Le contexte

1. Le génie végétal

Ce document vise à présenter la stratégie de communication déployée au cours de la seconde phase du projet « PROTÉGER », pour l'année 2021. Il précise en particulier les objectifs du projet en termes de communication, cibles, messages à faire passer et les différentes actions à mettre en oeuvre dans le plan de communication.

Le projet PROTEGER, PROMoTion et dÉveloppement du Génie Écologique sur les Rivières de Guadeloupe est piloté par le Parc national de la Guadeloupe et vise à préserver la biodiversité des milieux aquatiques de Guadeloupe, tout en protégeant la population et leurs biens des risques encourus lors des crues de rivière ou des événements cycloniques, grâce à l'utilisation de techniques de génie végétal.

Le génie végétal désigne la mise en oeuvre de techniques d'ingénierie écologique utilisant des végétaux et leurs propriétés mécaniques dans les aménagements de protection des sols contre l'érosion et /ou la stabilisation des berges. Le génie végétal s'inspire ainsi des modèles naturels fonctionnels.

2. Analyse de la situation et diagnostic : la matrice SWOT

La matrice SWOT est un outil d'analyse stratégique qui permet de poser un diagnostic de la situation et d'obtenir une vision synthétique d'une situation en présentant les forces et les faiblesses du projet ainsi que les opportunités et les menaces potentielles. L'intérêt de cette étude est de rassembler et de croiser les analyses interne et externe avec les environnements extérieurs. Ici, nous axerons l'analyse sur le génie végétal plus particulièrement.



FORCES

- Préservation de la biodiversité de milieux aquatiques.
- Protection des biens et des personnes des risques encourus lors de crues de rivières ou événements cycloniques.
- Le génie végétal présente sur le plan technique une efficacité mécanique et sa résistance augmente avec le temps là où celle du génie civil a tendance à diminuer.
- Une alternative plus respectueuse de l'environnement.
- Le génie végétal présente un avantage économique dans sa mise en oeuvre par rapport au génie civil.
- Une solution fondée sur la nature.
- L'utilisation de techniques de génie végétal garantit le maintien d'une zone arborée entre les milieux aquatiques et terrestre, et permet ainsi de conserver un corridor biologique indispensable à la faune et à la flore
- Le génie végétal permet de restaurer, réhabiliter ou renaturer des milieux dégradés.

FAIBLESSES

- Un chantier de génie végétal n'a pas encore été réalisé en Guadeloupe.
- Pas d'expérience dans la mise en oeuvre du génie végétal sur le terrain.
- Les entreprises ne savent pas mettre en oeuvre le génie végétal en local : besoin de formation.
- Disponibilité réduite du matériel végétal en local : nécessité de boutures en grand nombre pour les chantiers.
- Méconnaissance du génie végétal par les élus et acteurs locaux.
- Réticence de certaines collectivités de prendre en charge la compétence GEMAPI.

OPPORTUNITES

- La compétence GEMAPI transférée aux EPCI
- La guadeloupe : 34ème hot spot de biodiversité
- Le génie végétal va permettre de valoriser les abords/aménagements pour les riverains
- Le génie végétal est un outil de cohésion sociale et de développement économique
- Entretien des chantiers génie végétal par des écoles/chantiers d'insertion
- Création et développement de filières économiques (pépinières,...)

MENACES

- Idée reçue : le génie civil est plus solide que le génie végétal
- Manque de compétence globale sur le territoire pour la mise en oeuvre du génie végétal
- Pollution des rivières et dégradation des cours d'eau, perte de la biodiversité
- Erosion des berges de rivières

Conclusion analyse SWOT :

Le génie végétal présente de nombreux avantages : une solution plus douce et plus respectueuse de l'environnement que le génie civil et moins coûteuse. Une solution fondée sur la nature, alliant protection des biens et des personnes et préservation de la biodiversité. Une vraie opportunité en Guadeloupe, qui pourra devenir à terme un outil de cohésion sociale et de développement économique via des chantiers d'insertion par exemple.

Aujourd'hui, l'enjeu va être de faire connaître les atouts du génie végétal auprès des élus, décideurs politiques et responsables techniques des communes chargés des travaux en rivière et plus largement auprès des riverains et des « faiseurs » du génie végétal. En effet, ces derniers n'ont pas la maîtrise ni la connaissance de la mise en oeuvre du génie végétal sur le terrain. Informer, mobiliser, rassurer et convaincre les cibles potentielles pour arriver à instaurer le génie végétal aux abords des rivières de notre île. La pollution des rivières et la dégradation des cours d'eau sont également une menace au bon développement du génie végétal. De plus, il faudra combattre l'idée reçue que le génie civil est plus solide et une meilleure alternative que le génie végétal. Déconstruire, valoriser les techniques du génie végétal et changer les mentalités sont des enjeux majeurs pour arriver à implanter le génie végétal en Guadeloupe.

B. Les objectifs de communication

1. L'objectif cognitif

- L'objectif principal est de **faire connaître le Génie végétal** auprès des décideurs politiques, techniciens et plus largement auprès des professionnels du secteurs privé et des riverains. (voir cibles).
- **Renforcer la notoriété** du génie végétal en Guadeloupe, faire connaître ses atouts, opportunités, ses techniques
- Faire du génie végétal **la technique de référence** alliant protection des biens et des personnes et préservation de la biodiversité

2. L'objectif affectif

- **Faire aimer le Génie Végétal**
- **Susciter l'intérêt** des élus et des décideurs à l'utilisation du génie végétal.
- Déconstruire l'idée reçue qu'il n'y a que le génie civil qui peut répondre à la problématique de protection des biens et des personnes, notamment lors des crues.
- **Sensibiliser** plus largement la population à la protection de l'environnement et à la problématique des déchets et pollution
- Convaincre que le génie végétal est **une opportunité** en Guadeloupe, une alternative plus douce pour l'environnement et une solution fondée sur la nature

3. L'objectif conatif

- **Inciter à passer à l'action** et mettre en place des chantiers de génie végétal
- **Convaincre** de l'opportunité d'utiliser le génie végétal en Guadeloupe
- Faire **adhérer aux techniques** de génie végétal
- Faire **changer les mentalités** et les comportements de la population locale

4. Les objectifs secondaires

Dans un second temps, lors de la phase 4 du projet, l'objectif sera d'**informer sur les résultats** des recherches et de l'avancée du projet et **partager la connaissance** au niveau de l'arc antillais.

C. Les cibles de communication

1. Le coeur de cible

Le coeur de cible sont les **décideurs politiques et les techniciens** :

- **Les élus des EPCI** des communautés d'agglomération en Guadeloupe :
Communauté d'Agglomération Cap Excellence (CACE)
Communauté d'Agglomération du Nord Basse-Terre (CANBT)
Communauté d'Agglomération du Sud Basse-Terre (CASBT)
Communauté d'Agglomération du Nord Grande-Terre (CANGT)
Communauté d'agglomération la Riviera du Levant
- **Les élus des communes**
- **Les responsables techniques des EPCI et des communes** qui font le suivi des chantiers La cible principale

2. La cible principale

La cible principale comprend :

- Les « **faiseurs** » **du génie végétal sur le terrain** : les professionnels du secteur privé : maîtres d'oeuvre, bureaux d'études, entreprises de travaux publics, pépiniériste
- Les **riverains** : habitants en bordure de rivières, les agriculteurs et autres usagers et les associations de quartier.

3. Les cibles secondaires

Les cibles secondaires sont les **influenceurs**, les leaders d'opinion :

- **Les acteurs dans la gestion de l'eau** en Guadeloupe : DEAL, Région Guadeloupe, Office de l'eau, Pole relais zones humides tropicales, Conservatoire du littoral, CAUE, Parc national de la Guadeloupe, ONF, Conseil départemental, Parc national de la Guadeloupe
- **Les financeurs du projet PROTEGER** : FEDER et OFB
- **Les journalistes**
- **La communauté scientifique** : Inraé, Université des Antilles, Parc national de la Guadeloupe
- Le Centre National de la Fonction publique Territoriale (**CNFPT**) : soutien à la formation des élus et des agents

4. Les cibles périphériques

- **Le grand public** en général
- **Les acteurs de la société civile** : associations nature/environnement, bik citoyen,...
- **Les partenaires caribéens** concernés par la gestion de l'eau, de la prévention des inondations, de la protection des biens et des personnes, de la préservation de la biodiversité des milieux aquatiques, ...



D. Le positionnement et les axes de communication

Après avoir établi les objectifs de communication et vu les principales cibles auprès de qui communiquer, nous pouvons définir la **problématique de communication** suivante :

Comment faire prendre conscience de la nécessité d'utiliser le génie végétal auprès des décideurs politiques ?

Positionnement : Le génie végétal est LA solution alliant protection des biens et des personnes et préservation de la biodiversité

Les axes de communication et les messages à faire passer :

- Le génie végétal protège les biens et les personnes contre les inondations et les crues
- Le génie végétal versus génie civil : Le génie végétal, une alternative plus douce et plus respectueuse de l'environnement et moins coûteuse
- Le génie végétal permet des aménagements en bordure de rivière agréables
- Les chantiers de génie végétal, un outil de cohésion sociale et de développement économique : mobilisation des scolaires autour d'un projet de développement durable et un moyen pour l'insertion des jeunes dans le monde professionnel.
- Le génie végétal : vers une création de filière innovante issue de l'économie circulaire.

II. Le plan de communication

A. Les moyens

1. La communication internet

- **Site internet** du Projet PROTEGER : <https://genie-vegetal-caraibe.org> : actualisation mensuelle de la rubrique actualité du site internet. Relais sur les réseaux sociaux.
- Création et diffusion de la **newsletter** trimestrielle : contenus en fonction de l'avancée du projet, de l'actualité, interview, informations sur les techniques de génie végétal, les espèces utilisées, savoir faire,... (fréquence : 4 fois par an : janvier, avril, juillet, novembre).
- Animation des **réseaux sociaux** existants : **Facebook et LinkedIn**
Actualité/infos, techniques et espèces de génie végétal, génie végétal versus génie civil, le saviez-vous ?, vocabulaire technique, opportunités du génie végétal, photographies, ex. rivières dégradées, relai d'informations des autres partenaires, mettre en avant les projets de génie végétal qui ont bien marché (ex. dans les alpes).
- Création du compte **Twitter** : communauté des professionnels, élus, médias...
- Communication sur le génie végétal en général, sur les événements, diffusion affiche, etc... dans les groupes **whatsapp** influents (bik citoyen, pige info, caraïbes créole news).

2. La communication média

a) Les relations presse

- Création d'un **dossier de presse** complet sur le projet PROTEGER et le génie végétal.
- Envoi de **communiqués de presse** (pour chaque événement ou communication sur l'avancée du projet).
- Organisation d'une **conférence de presse**. Lieu à définir : chez un partenaire, sur un chantier pilote. Date à confirmer au mois de mars. Invitation envoyée à l'ensemble des journalistes presse, tv, radio ainsi qu'aux élus, partenaires institutionnels.

b) Achat d'espace presse

- Création d'une **annonce presse** (double page) sur le projet « PROTEGER ». **Achat d'espace publicitaire** dans la presse (Maison créole, karu mag, France Antilles supplément environnement).

3. La communication édition

- Conception d'une **brochure institutionnelle** sur le projet PROTEGER. Diffusion auprès de la cible principale et coeur de cible.
- Création d'une **affiche** générique sur le génie végétal pouvant être déclinée avec des messages différents (2 ou 3). Diffusion dans les communes, chez les partenaires, sur les événements, sur les réseaux sociaux, en ligne sur le site internet.

4. La communication audiovisuelle

Réalisation de **films promotionnels** sur le projet PROTEGER : Série de 5 spots de sensibilisation. Zoom sur des thématiques différentes : chantier pilote, le génie végétal en général, à destination des élus, des riverains,... Diffusion sur les réseaux sociaux, lors des événements, conférence de presse, dans les émissions / reportage tv via les relations presse.

5. La communication événementielle

- **Journée porte ouverte** à l'INRAé ou sur un chantier pilote dans le cadre du « joli mois de mai » événement porté par la Région Guadeloupe : diffusion des films promotionnels, exposition sur le projet, visite du chantier d'expérimentation, communiqué de presse et dossier de presse envoyés aux journalistes média, affiche et brochures à disposition. S'associer à la communication existante du « joli mois de mai ».
- Associer le projet « PROTEGER » dans les **événements existants** : Journée du patrimoine, Fête de la nature, Journée mondiale des zones humides, Fête de la science, journée internationale des forêts, journée mondiale de l'environnement, etc... : communication sur les réseaux sociaux, créer des animations en rivières ou chez les partenaires, relations presse.
- **Animation** dans le cadre du « Programme animation » du Parc national de la Guadeloupe, juillet-août 2021. Conférence rando-aquatique dans les rivières sur le génie végétal.
- **Conférences-débats** sur le génie végétal, BIK CITOYEN, réunions d'information et présentation dans les communes, auprès des associations de quartier.

6. Exposition sur le projet PROTEGER

Exposition itinérante sur le projet PROTEGER et le génie végétal plus spécifiquement qui tournera dans les différentes communes et sera présente sur les événements, chez les partenaires et financeurs du projet. Structures roll up facilement transportables.

7. Le kit communication

Création d'un **kit communication** projet PROTEGER à destination de la cible principale et coeur de cible : les professionnels du secteur privé, les riverains et agriculteurs habitants en bordure de rivières, les décideurs politiques et les responsables techniques des communes.

Ce kit comprendra :

- une brochure sur le génie végétal
- une clé usb gravée projet PROTEGER avec les films promotionnels, brochure en numérique, liens vers le site internet, newsletters,...
- un tote bag
- des goodies : stylos, stickers

B. Annexes

1. **Tableau cibles/actions de communication**
2. **Rétroplanning des actions**

Tableau cibles / actions de communication

MOYENS	SUPPORTS	CIBLES
Relations presse : communiqués de presse, Dossier de presse, conférence de presse	Presse, TV, Radio	Cibles secondaires : les influenceurs
Achat d'espace presse : annonce presse magazine	France antilles environnement, karumag,	Toutes les cibles + grand public en général
Brochure sur le projet PROTEGER	Brochure papier et numérique	Cœur de cible : Les décideurs politiques et responsables techniques des communes + Cible principale : Pro du secteur privé + riverains
Affiche	A3 dans les communes, sur les réseaux sociaux	Toutes les cibles + grand public en général
Films promotionnels	Vidéo format numérique diffusés sur les réseaux sociaux, lors des événements,...	Cœur de cible : Les décideurs politiques et responsables techniques des communes + Cible principale : Pro du secteur privé + riverains
Événementiel : journée porte ouverte à l'INRA	Visite du chantier d'expérimentation à l'INRA	Cœur de cible : Les décideurs politiques et responsables techniques des communes
Animations Fête de la science, programme animation du PNG	Rando-aquatique en bordure de rivière	Toutes les cibles + grand public en général
Exposition itinérante sur le génie végétal	Multi-supports rolls-up	Cœur de cible : Les décideurs politiques et responsables techniques des communes
Site internet : genie végétal-caraibes	Actualité, newsletters trimestrielles	Toutes les cibles + grand public en général
Réseaux sociaux : linkedin, facebook, twitter, Groupes whatsapp	applications, internet	Toutes les cibles + grand public en général
Conférences-débat , rencontres, réunions dans les Communes, associations de quartier, bik citoyen,...	associations, collectivités	Cœur de cible : Les décideurs politiques et responsables techniques des communes + Cible principale : Pro du secteur privé + riverains
Goodies : sur le projet PROTEGER	Stylos, tote bag, clé usb	Cœur de cible : Les décideurs politiques et responsables techniques des communes + Cible principale : Pro du secteur privé + riverains

[illegible]