

# lescoommuns

coopérative de communication  
et de transitions

avec le  
Symbhi

Plan d'actions

Communication du PAPI Drac

Mars 2024

# Introduction

**Suite à l'élaboration de la stratégie de communication autour du PAPI Drac, le présent document décline le plan d'actions préconisé pour faire vivre la stratégie et atteindre les objectifs préalablement définis.**

Vous y trouverez la liste des actions préconisées pour le déroulement de la mission communication autour du PAPI Drac sous la forme de fiches actions.

Chaque fiche contient un descriptif de l'action et l'argumentaire qui l'accompagne.

Nous y ajoutons un chiffrage approximatif de l'opération afin de vous permettre d'anticiper au mieux le passage à l'action.

Nous vous précisons également pour chaque action la temporalité que nous préconisons pour son adoption dans le cadre de la stratégie précédemment adoptée.

Vous n'êtes pas obligé·es de mettre en place toutes les actions proposées, certaines dépendent les unes des autres (nous le spécifions le cas échéant).

# Rappel du cadre stratégique

# Les axes stratégiques

## Axe 1

### Le porteur

Rendre lisible le Symbhi et son rôle central

- affirmer le rôle central du Symbhi pour le projet
- élargir son identification à des registres moins naturels (biodiversité par exemple)
- renforcer sa posture de pilote et coordinateur
- clarifier les limites de son périmètre de responsabilité
- fédérer les partenaires du projet et en faire des ambassadeur·rices

## Axe 2

### Le projet

Faire connaître le projet et ses bénéfices

- donner de la cohérence à l'ensemble des communications sur le projet
- sensibiliser sur les enjeux et la nécessité du projet
- donner une vision d'un projet équilibré et juste
- rendre lisibles les différentes facettes du projet
- scandaler ses bénéfices individuels comme collectifs
- susciter de l'envie autour du projet
- faciliter la projection

## Axe 3

### Les actions

Accompagner la mise en oeuvre du projet

- expliquer chaque étape du projet
- rythmer les temps forts du projet
- faire la pédagogie des choix et des techniques
- faire le récit de la mise en oeuvre
- informer sur les travaux et leurs buts
- contribuer à réduire la perception des nuisances
- impliquer dans la conception des aménagements

# Les grandes séquences

**Avant  
projet  
2024-2026**



structuration de la communication  
préparation des supports socles / repères  
opération de partage de la vision du  
projet

**Axes 1 & 2**

**Travaux  
2026-2031**



campagne de lancement des travaux  
animation éditoriale et récit du projet  
mise en place de la communication  
chantiers / proximité  
mise en place d'opérations de projection

**Axes 3**

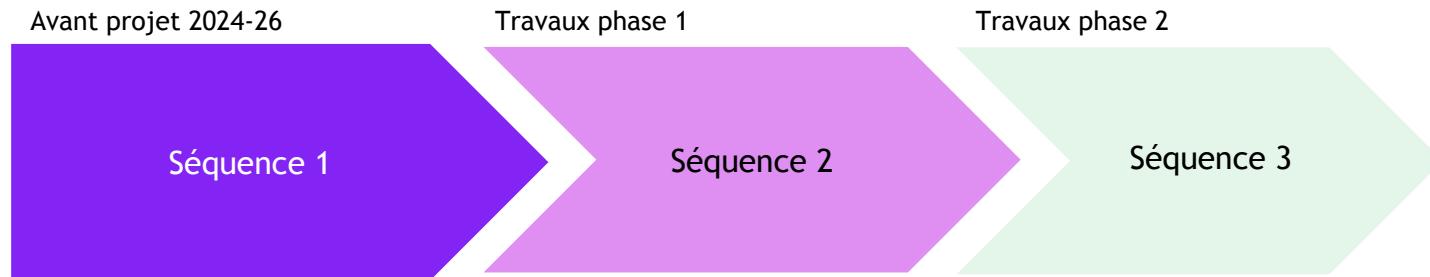


poursuite de la communication chantiers / proximité  
animation éditoriale et récit du projet  
mise en place d'opérations de réappropriation  
mise en place de dispositifs pour les temps forts  
partage de bilans réguliers

# Focus sur la ventilation des actions

Pour ce qui est de la ventilation des actions tout au long du calendrier du projet, nous vous proposons une logique d'intensité.

S'il est nécessaire de commencer par les actions socles liées aux axes 1 et 2, d'autres actions répondant aux impératifs de ces deux axes prendront également place plus tard, lors de la séquence 3 par exemple.



Intensité mise sur les axes 1 et 2 avec tout le positionnement du Symbhi et de l'identité du projet

Intensité mise sur la communication travaux axe 3  
Continuité des actions permettant la valorisation du projet et de fait le positionnement du Symbhi axes 1 et 2

Intensité conservée sur les actions liées aux travaux axe 3  
Animation via des actions pédagogiques valorisant le Symbhi et le projet de manière large axes 1 et 2

# Le plan d'actions

# Actions de l'avant projet - axes 1 & 2

# Actions de l'avant projet

**Les actions de l'avant projet sont les actions socles dites de structuration du projet.**  
Ce sont elles qui permettront de poser les bases solides et saines de la communication.  
Cette structuration de départ garantira le déploiement fluide de toutes les actions suivantes tout au long de la mission de communication du PAPI Drac.

Avec l'axe 1 on positionne le Symbhi comme porteur de projet, on assure sa légitimité et on rend sa parole audible auprès de ses partenaires et du grand public.

Avec l'axe 2 on valorise le projet en asseyant son identité propre afin d'embarquer le public dans la dynamique engagée.

# Action 1 - interne - Conception de l'identité graphique et sémantique propre au PAPI Drac

## MODALITÉS

**Pourquoi ?** Pour permettre l'identification directe du projet et assurer au Symbhi de se positionner en tant que porteur de projet.

Aussi, cette identité en tant qu'outils graphique et sémantique posera le cadre qui permettra que les agents et les partenaires amenés à parler du projet, puissent le faire aisément et de manière harmonisée.

C'est également par ce système que vous pourrez autonomiser les différentes personnes ayant besoin de communiquer sur le PAPI Drac, libérant ainsi du temps aux équipes en charge de la communication du Symbhi.

Enfin, sur le long terme c'est ainsi que sera assise une partie du récit autour de la démarche : une communication harmonisée, cohérente et en constance pour tous les publics et à toutes les étapes.

**Comment ?** En créant une identité graphique et sémantique (visuels, nom, charte éditoriale) qui va pouvoir être déployée sur les différentes plateformes du Symbhi et de ses partenaires.

**Quand ?** Premier semestre 2024

**Quels publics ?** Grand public

**Quel coût ?**

- Devis à 6 200 € pour la conception de l'identité visuelle et du système graphique

- Devis supplémentaire à prévoir selon bpu pour l'élaboration d'une charte éditoriale/sémantique : autour de 1 500€

## Action 2 - interne - Mise en place d'un groupe de travail communication

**Pourquoi ?** Pour mieux cadrer le travail au long cours de communication de tous les services et identifier, avec eux, les opportunités et capacités de communication. C'est cette instance qui permettra d'assurer une bonne coordination entre tous les partenaires.

On n'en fait pas ici une instance de diffusion mais un groupe de travail permettant de venir alimenter et déployer les décisions prises lors des COPIL par exemple.

**Comment ?** En créant une liste de diffusion regroupant les communicant·es de chacune des villes concernées ainsi que les porteurs de projets dédiés à la Métropole. Il s'agira ensuite d'organiser une réunion pour leur présenter la nouvelle identité du projet, ses enjeux et le plan d'actions communication des années à venir.

Ainsi, le Symbhi donne le ton de la communication du projet, et les partenaires peuvent identifier les temps forts et opportunités au cours desquelles s'intégrer tout au long de la démarche.

Ce groupe pourra ensuite être réuni au besoin selon le calendrier, et recevoir les informations à diffuser de la part du Symbhi.

### MODALITÉS

**Quand ?** Dès 2024, de manière trimestrielle ou à l'occasion d'un temps fort nécessitant des échanges ou de la transmission d'informations

**Quels publics ?** interne, communicant·es des villes touchées, représentant·es de la Métropole

**Quel coût ?** Organisation interne

# Action 3 - Conception de la page internet de présentation du projet

**Pourquoi ?** Afin de permettre un accès simple et direct aux personnes qui chercheront à se renseigner sur le PAPI Drac.

Cette page d'atterrissement doit être la référence du projet, accessible et à jour.

**Comment ?** En concevant une page principale de présentation du PAPI Drac sur le site du Symbhi.

Cette page devra être correctement structurée et répondre aux impératifs du référencement en ligne (titres, liens, accessibilité, légende des images, etc.) afin de bien apparaître dans les résultats de recherche des internautes comme étant la page référence.

Elle pourra se composer de contenus froids (informations générales et intemporelles sur le PAPI Drac) en ouverture, d'une partie mentionnant ou renvoyant vers des contenus chauds (actualités).

Les images, vidéos et liens vers les sites/pages ressources sont conseillés pour rendre le contenu le plus complet et attrayant possible.

## MODALITÉS

**Quand ?** Premier trimestre 2024, en lien avec la finalisation des chartes graphiques et éditoriales

**Quels publics ?** Grand public

## Quel coût ?

- Coût de rédaction indicatif pour 1 feuillet = 75 € (bpu)
- Conception du gabarit de la page : 400 €

**Indicateurs d'évaluation ?** Nombre de visites, nombre de référencements sur d'autres sites

# Action 4 - Crédation de pages dédiées sur les sites internet des communes

**Pourquoi ?** Afin d'asseoir l'identité du projet et de garantir l'homogénéité des contenus d'information. On fait également vivre le projet par les différents acteurs impliqués dans sa bonne réalisation.

**Comment ?** En proposant le contenu d'une page type que chaque commune pourrait reprendre sur son propre site internet et qui contiendrait toutes les informations relatives au projet, les liens utiles et les redirections vers les pages références (la page de présentation du projet (action n°3), le site du Symbhi, la plateforme de concertation, les pages dédiées de la Métropole).  
Les besoins de chaque partenaire pourront par exemple être recueillis lors de la première réunion du groupe de travail (action n°2).

## MODALITÉS

**Quand ?** 2024 dès que la page de présentation principale sera créée (action n°3)

**Quels publics ?** Grand public

**Quel coût ?** Coûts de rédaction définis au BPU : 1 feuillet = 75 €

**Indicateurs d'évaluation ?** Nombre de visites, nombre de redirections sur la page de présentation (cf action n°3)

# Action 5 - Conception de la vidéo institutionnelle du projet

**Pourquoi ?** Pour diffuser un outil institutionnel accessible et attractif, qui présentera au grand public la raison d'être et le calendrier du PAPI Drac.

**Comment ?** Par la réalisation d'une courte vidéo en animation dessinée (*motion design*) ou en tournage, qui fera le récit au spectateur des différentes étapes du projet et nommera les différents acteurs impliqués et leurs rôles respectifs.

*De cet univers graphique des vidéos plus spécifiques pourront être déployées sur des sujets précis au fil de l'opération (cf actions n° 10a et n° 10b)*

## MODALITÉS

**Quand ?** 2024 avec la création de la charte graphique (action n° 1) et des documents de présentation (actions n° 3 et 6)

**Quels publics ?** Grand public

**Quel coût ?** Pour une vidéo *motion design* d'environ 2 minutes, autour de 6 à 8 000 €

**Indicateurs d'évaluation ?** Nombre de vues de la vidéo, nombre de sites/internautes renvoyant vers la vidéo

# Action 6 - Crédit des outils de communication institutionnelle

**Pourquoi ?** Pour disposer d'outils prêts à l'emploi pour présenter le projet lors de réunions, événements divers ou interventions publiques.

**Comment ?** En identifiant les objets de communication qui pourrait être pertinents pour l'usage des agents du Symbhi et de tous les partenaires impliqués sur le projet.

Exemple d'outils : plaquette/dépliant de présentation du projet, infographie des actions, calendrier détaillé du projet (ajustable chaque année), exposition mobile de présentation (via l'usage de kakémonos), habillage de powerpoint, etc.

## MODALITÉS

**Quand ?** 2024, après la création de la charte graphique (action n°1) et en parallèle de la conception de la vidéo institutionnelle (action n°5)

**Quels publics ?** Grand public

**Quel coût ?** Prix définis au bpu du marché

- Plaquette (jusqu'à 10 pages) : 1 875 €, impression 900 € pour 2 000 exemplaires
- Infographie : 1 350 €, 200 € pour 2 000 posters format A3
- Calendrier (forme infographie) : 1 350 € 200 € pour 2 000 posters format A3
- Powerpoint (jusqu'à 20 vues) : 725 €
- Kakemono : 675 €, fabrication 80 €

**Indicateurs d'évaluation ?** Usage par les partenaires, bonne compréhension des sujets

# Action 7 - Événement de lancement du projet

**Pourquoi ?** Ici l'objectif est de présenter la vision du projet et mobiliser les acteurs. On organise donc un rendez-vous de lancement où inviter la presse et les partenaires impliqués sur le projet du PAPI Drac afin de donner un temps fort de démarrage de la dynamique autour du PAPI Drac et de présenter toutes les ressources mises en places.

**Comment ?** En conviant la presse et les partenaires (y compris les acteurs avec lesquels la collaboration n'est pas encore établie), à un événement sur place dans l'un des sites emblématiques. Les porteurs de projet pourront alors présenter la nouvelle identité du projet, les outils de communication, les grandes étapes et les potentiels partenariats à réfléchir (interventions pédagogiques dans les écoles, valorisation du Drac, etc.).

## MODALITÉS

**Quand ?** Printemps 2025

**Quels publics ?** Presse, partenaires institutionnels, élus·es des collectivités, acteurs associatifs, gouvernance élargie du projet

**Quel coût ?** Organisation portée en interne  
Selon l'ampleur de l'événement : invitations chartées (mailing ou courrier), sonorisation sur place, captation photos, traiteur, impression et distribution d'outils de communication comme la plaquette (cf action n° 6)

Pour 50 à 100 personnes : autour de 10000 €

**Indicateurs d'évaluation ?** Nombre de personnes présentes, retombées presse

## Actions de la phase travaux - axe 3

## Actions de la phase travaux

**Les actions de la phase travaux sont les actions d'accompagnement du projet.** Elles permettent de rendre la phase de travaux, qui peut être compliquée, aussi fluide que possible pour les administré·es touché·es par les aménagements et les désagréments qui en découlent.

À un second niveau il s'agit également d'encourager à l'adhésion et l'implication des publics dans le projet du PAPI Drac.

Ici, le Symbhi se place en acteur de proximité pour être ressource aux côtés des administré·es et attirer l'attention sur les discussions relatives au projet : biodiversité, éducation aux questions environnementales, enjeux de culture du risque, etc.

# Action 8 - Communication signalétique sur site

**Pourquoi ?** Pour bien expliquer aux riverain·nes les raisons de la mise en place du chantier et ses finalités. On rend ainsi l'action visible et lisible pour tous·tes.

**Comment ?** En concevant des outils de signalétiques sur site adaptés (bâches, marquage au sol, panneaux d'information) qui permettront de donner du contenu pédagogique sur les actions en cours.

Par exemple disposer des panneaux explicatifs par groupes de trois sur les balades donnant à voir les opérations d'arasement des îlots en expliquant le principe, la technique de l'arasement, et les conséquences de cette action sur cet espace précis.

On pourra également ajouter sur chaque visuel un QR code renvoyant vers la page du projet ou les ressources spécifiquement liées au thème abordé (vidéo explicative, plaquette, etc.).

## MODALITÉS

**Quand ?** A chaque démarrage d'une phase de travaux, d'un chantier

**Quels publics ?** Public sur site et public voisin

## Quel coût ?

- Conception d'un panneaux d'information : 1 500 € (bpu)
- Impression : 150 € par panneau selon la matière et le format choisis
- 100 € pour une bâche

## Indicateurs d'évaluation ?

Compréhension des enjeux par les riverain·nes, nombre de connexions sur les pages liées au QR code

# Action 9 - Communication d'accompagnement de chantier

**Pourquoi ?** Une communication plus spécifique pour présenter le chantier aux riverain·nes qui en subiront les nuisances durant les travaux.

**Comment ?** En concevant un flyer « info travaux » de 2 ou 4 pages permettant des communications ciblées pour les riverain·nes, afin de s'adresser à eux directement et en amont des nuisances. Son ton se voudra pratique et pédagogique.

Il pourra être conçu par le Symbhi et mis à disposition des communes pour l'impression et la diffusion, ou bien entièrement pris en charge par le Symbhi.

Côté diffusion nous recommandons l'envoi dans les boites aux lettres des publics directement concernés par les chantiers ainsi qu'une version numérique mise en ligne sur la page de présentation (cf action n°3) et sur les sites des communes. Un envoi par mail peut également être prévu selon les bases de données existantes.

## MODALITÉS

**Quand ?** A chaque démarrage d'une phase de travaux, d'un chantier

**Quels publics ?** Public sur site et public voisin

## Quel coût ?

- Flyer info chantier : 675 € (bpu)
- Impression : 100 € pour 1 000 exemplaires d'un A5 recto verso

**Indicateurs d'évaluation ?** Taux d'ouverture des mails et de clics sur les liens en ligne sur la page de présentation, bonne information et retours éventuels des riverain·nes,

# Action 10 - Communication de récit, diffuser l'actualité de la mission

**Pourquoi ?** Pour faire vivre le PAPI Drac tout au long de la phase travaux.

**Comment ?** Le projet du PAPI Drac s'inscrit sur un temps long et le faire vivre dépendra donc également de l'éditorialisation qui sera faite de la démarche.

Aussi, il s'agira de produire régulièrement de courts contenus texte, photos des travaux en cours, travaux terminés, pour animer le site du Symbhi et les sites partenaires, les réseaux sociaux (Symbhi et partenaires) ainsi que la plateforme de communication Le Drac et vous.

## MODALITÉS

**Quand ?** Tout au long de la phase travaux à raison d'au moins une publication par mois

**Quels publics ?** Grand public

**Quel coût ?** Selon opération choisie (possible intégration en coûts internes ou externalisation selon les missions)

- Rédaction d'un feuillet : 150 € (bpu)
- Réalisation d'un reportage photos : entre 500 et 1 000 €

**Indicateurs d'évaluation ?** Statistiques de lecture des articles, partages sur les réseaux sociaux, reprises dans la presse et sur les plateformes des partenaires

# Action 10a - Série de vidéos pédagogiques sur les différentes phases de travail

**Pourquoi ?** Pour une meilleure compréhension des actions menées et une mise en récit du projet tout entier.

**Comment ?** En réalisant une série de 10 vidéos d'une minute en *motion design* permettant de se pencher sur une action et de l'expliquer (les arasements, la biodiversité autour du Drac, les barrages, les risques d'inondation, etc.).

On développe ainsi du contenu pédagogique qui va accroître la connaissance du grand public sur les enjeux divers du PAPI Drac, tout en plaçant le Symbhi et ses partenaires en référents légitimes. Ces vidéos devront être pensées avec un schéma de diffusion afin de bien rencontrer leurs publics.

Exemple : diffusion via le groupe de communication des partenaires pour qu'ils relaient ; envoi dans les kits scolaires (cf action n° 12) auprès des écoles et associations, etc.

## MODALITÉS

**Quand ?** A partir du lancement de la première phase travaux en 2026 à raison de 2 par an

**Quels publics ?** Grand public

**Quel coût ?** Pour une série vidéos de 10 *motion design* d'une minute : entre 15 et 20 000 €

## Indicateurs d'évaluation ?

Statistiques de visionnage des vidéos, de reprise sur les sites partenaires et presse et de partages sur les réseaux sociaux

# Action 10b - Campagne de présentation des métiers liés à l'opération

**Pourquoi ?** Pour humaniser le récit et accroître la connaissance de l'écosystème engagé sur un projet tel que le PAPI Drac.

**Comment ?** En réalisant 5 à 10 vidéos d'une minute face caméra format réseaux sociaux où un·e représentant·e d'un corps de métier présente son travail et sa mission en lien avec le PAPI Drac.  
Organiser le tournage de tous les épisodes en une seule fois afin de rationaliser les coûts de production et le temps consacré au montage.

Ces vidéos sont ensuite diffusées sur les réseaux sociaux et sites internet par le Symbhi et transmises aux partenaires impliqué·es dans le groupe de travail communication du PAPI Drac (cf action n°2).

## MODALITÉS

**Quand ?** En 2026 sur un semestre à raison d'une vidéo toutes les semaines

**Quels publics ?** Grand public

## Quel coût ?

- Conception éditoriale : 400 € (réalisation d'une interview - bpu)
- Suivi de production à deviser selon opération : autour de 500 €
- Tournage et montage pour 5 vidéos : autour de 7 000 € selon le prestataire
- Habillement vidéo selon la charte graphique : 675 € (bpu)

**Indicateurs d'évaluation ?** Statistiques de visionnage des vidéos, de reprise sur les sites partenaires et presse et de partages sur les réseaux sociaux

# Action 11 - Visites des chantiers

**Pourquoi ?** Pour apporter une notion de terrain et se rendre disponible aux éventuelles questions du public et des relais.

**Comment ?** En organisant des visites thématiques pour la presse, les écoles, associations et/ou le grand public. Ces dernières pourront être animées par des expert·es et parties prenantes du projet afin de pouvoir apporter toutes les réponses aux questions posées.

Il faudra bien identifier les opportunités de visite en amont (en lien avec le groupe de travail communication (cf action n°2), et/ou les écoles et associations qui se seront montrées intéressées), ainsi que les sujets qui pourraient être opportuns à aborder.

Par la suite, communiquer sur les visites effectuées grâce à des prises de vues effectuées le jour même.

## MODALITÉS

**Quand ?** Tout au long de la phase travaux avec un objectif de 2 visites par an et par public

**Quels publics ?** Presse, scolaires, grand public (associations de riverain·nes, etc.)

## Quel coût ?

- Communication en amont, préparation, animation sur site, casques : environ 2000 € par visite

## Indicateurs d'évaluation ?

Fréquentation des visites, retombées presse, partages sur les réseaux sociaux

# Action 12 - Réalisation de kits scolaires

**Pourquoi ?** Pour sensibiliser un public pas nécessairement initié en leur parlant de leur environnement proche. Il s'agit bien ici de kits pédagogiques à destination des publics scolaires.

**Comment ?** En développant des outils de communication destinés à un public jeune et apportant des informations sur le PAPI Drac. Il pourra par exemple s'agir d'un livret pédagogiques pour les primaires comprenant des jeux, dessins, schémas explicatifs ludiques, etc.)

Ces kits pourront être envoyés aux écoles ainsi qu'aux centres de loisirs avec proposition d'intervention ponctuelle d'un·e experte du projet pour une discussion en classe.

Les visites de chantier (action n°11) pourront également être proposées par la suite.

## MODALITÉS

**Quand ?** Tout au long du projet

**Quels publics ?** Scolaires

### Quel coût ?

- Livret pédagogique : environ 10 000€ + impression 900 € pour 2 000 exemplaires (= une dizaine d'écoles)

Le kit pourra également reprendre en partie des outils déjà développés pour la communication institutionnelle si le niveau est adapté.

**Indicateurs d'évaluation ?** Réception des contenus par les professeurs et élèves, demandes de visites en suivant

# Action 13 - Fresque de l'eau

**Pourquoi ?** Pour impliquer certains publics tout en laissant une trace visible de l'action et sortir des actions institutionnelles classiques.

Pour valoriser l'engagement du Symbhi sur son territoire.

**Comment ?** Organiser ou se joindre à l'organisation d'événements de conception de fresque de l'eau à destination de groupes d'habitants, d'acteurs économiques, d'associations, etc.

## MODALITÉS

**Quand ?** Selon le calendrier d'opportunités, à raison de deux par an pendant toute la phase travaux

**Quels publics ?** Scolaires, étudiant·es, associations

**Quel coût ?** À deviser selon les intervenant·es et le format choisi. Peut être fait par des agents du Symbhi formés à la fresque de l'eau ou en partenariat avec des acteurs du territoire qui en organisent déjà

**Indicateurs d'évaluation ?**  
Sollicitations et fréquentation des événements, retombées presse

# Action 14 - Publication annuelle de suivi du projet

**Pourquoi ?** Pour tenir un discours de preuve et montrer clairement où nous en sommes. Ces indicateurs permettront également de fixer des objectifs collectifs et de créer un engagement global.

**Comment ?** En choisissant des indicateurs référence en année 1 (dates, chantiers, etc.) et en partageant leur évolution à des temps clés de l'année via la presse, les réseaux sociaux et des affichages sur site.

Les formes d'outils produits seraient alors un communiqué de presse de bilan annuel assorti d'une infographie de visualisation des informations

## MODALITÉS

**Quand ?** En fin de chaque année ou de phase d'opération

**Quels publics ?** Administré·es, partenaires institutionnels, presse

**Quel coût ?** Selon prix définis au bpu :  
- Communiqué de presse : 400 €  
- Infographie : 1 350€

**Indicateurs d'évaluation ?** Lecture, partage et reprise des informations communiquées par la presse, les partenaires et le grand public

# Action 15 - Organisation d'événements de fin de phase projet

**Pourquoi ?** Afin de continuer à rendre compte et à créer du lien au fil du projet et pour garantir la visibilité des actions.

**Comment ?** En organisant un événement de type conférence de presse ou visite/balade sur un des terrains d'actions en résonance à l'événement de lancement (cf action n°7) afin d'institutionnaliser le suivi du projet et de permettre un dialogue permanent entre les relais (presse, partenaires) et le grand public.

## MODALITÉS

**Quand ?** Chaque fin de phase du projet avec un objectif d'une fois tous les ans ou deux ans, au printemps

**Quels publics ?** Presse, partenaires institutionnels, élus·es des collectivités, acteurs associatifs, gouvernance élargie du projet

## Quel coût ?

- Coût total de l'événement selon modalités entre 5 et 10 000 €

**Indicateurs d'évaluation ?** Nombre de personnes présentes, retombées presse

# Calendrier d'opportunités

# Qu'est-ce qu'un calendrier d'opportunité

Un calendrier d'opportunité vous permet d'identifier les dates clés du calendrier local, national et/ou international sur lesquelles vous greffer pour des communications en lien avec votre sujet.

En profitant d'une journée mondiale liée à l'environnement par exemple pour valoriser l'action du PAPI Drac en faveur de la biodiversité du territoire, vous vous intégrez à une dynamique collective, ancrez votre sujet dans un calendrier global et profitez de l'audience globale engagée par la journée en question.

Nous recommandons de compléter et d'actualiser ce calendrier chaque année (avec les membres du groupe communication) pour bien définir le plan d'actions annuel et y intégrer les dates clés de tous les acteurs du projet.

# Calendrier d'opportunités

## Journées mondiales

- 24 janvier - Journée internationale de l'éducation
- 2 février - Journée internationale des zones humides
- 3 mars - Journée mondiale de la vie sauvage
- 11/03 au 14/04 - Semaines étudiantes de l'écologie et de la solidarité
- 21 mars - Journée mondiale des forêts
- 22 mars - Journée mondiale de l'eau
- 25 au 30 mars - Semaine du climat
- 1§ au 20 mai - Semaine nationale de la marche et du vélo
- 22 avril - Jour de la Terre
- 22 mai - Journée mondiale de la biodiversité
- 5 juin - Journée mondiale de l'environnement
- 18 septembre au 8 octobre - Semaine européenne du développement durable
- 14 octobre - Journée nationale de la qualité de l'air

## Événements du territoire

- 15/02 au 15/05 Festival international du Film Nature et Environnement
- 25 mai : sortie « Fête de la nature » par France Nature Environnement (FNE)
- Les fresques de la biodiversité organisées par FNE Isère

*Si il sera trop tôt en 2024 pour organiser des partenariats ou présence pour parler du PAPI Drac sur ces événements, ils donnent une idée du type d'actions et partenariats envisageables au fil du temps pour penser le déploiement des actions de communication de manière plus large.*

# lescoommuns

coopérative de communication  
et de transitions

Rémi Cipriano

[remi@lescoommuns.coop](mailto:remi@lescoommuns.coop)

06 10 28 38 42

Laura Khassouf

[laura@lescoommuns.coop](mailto:laura@lescoommuns.coop)

06 50 75 68 29

[lescoommuns.coop](http://lescoommuns.coop)