

Structure	Personne ressource	Existe-t-il une stratégie de communication sur l'établissement et ses actions	Personnel affecté à la communication	Organisation interne	Budget affecté à la communication
<b>EPTB Saône et Doubs</b>	<b>Ludvine OLIVIER</b> , Responsable de la communication	2016 : rédaction d'une stratégie globale marketing ; 2021 : remise à jour des éléments liés à la communication.	Deux chargées de Communication	Un Service Communication dédié qui travaille avec et pour les collaborateurs de l'Etablissement.	* 2018 : environ 40 000€ (dont 14 000€ pour la refonte du site Internet) * 2019 : environ 20 000€ * 2020 : environ 6 000€ * 2021 : (en cours de calcul par notre Service Compta) * Prévisionnel 2022 : en cours de calcul par le Service
<b>EPTB Bresle</b>	<b>Jean-Philippe BILLARD</b> , Directeur	Pas de stratégie de communication.	Aucun poste dédié, à venir en 2022 : deux stagiaires sur plaquette de présentation du SMAB.	Travail réparti sur tout effectif (~ quelques jours de travaux : bulletin d'info et mise à jour des Réseaux Sociaux).	
<b>EPTB Arve (SM3A)</b>	<b>Amalia CARREIRA</b> , Chargée de communication	Pas de stratégie produite, mais une liste d'actions à mener pour promouvoir le syndicat auprès des citoyens et une meilleure diffusion de l'information auprès des élus du Syndicat et structures membres.	Une personne.	Un Service dédié qui s'adapte au fonctionnement des agents.	Varie entre 150 000 et 200 000€ annuels. A ce montant s'ajoute des prestations externalisées pour certains « gros chantiers » dont il est difficile d'isoler les montants par années (mais à titre d'exemple sur un chantier de 3 300 000€ la somme de 20 000€ est affectée au volet communication du chantier)
<b>Syndicat Mixte du bassin versant du LEZ (SMBVL)</b>	<b>Jean-Louis GRAPIN</b> , Directeur	Publication annuelle du "Mag des habitants du Bassin du Lez" + communication via le site internet.	Un agent SMBVL (chargé de mission PAPI) est dédié à la mise en œuvre des actions de communication.	L'agent en charge de la communication fait le lien avec les 7 autres agents du service pour récolter, synthétiser et mettre en forme les informations qui viendront alimenter les futures publications.	* 2018 : 12 000 € * 2019 : 12 000 € * 2020 : 12 000 € * 2021 : 12 000 € * Prévisionnel 2022 : 12 000 €
<b>Syndicat mixte des bassins hydrauliques de l'Isère - SYMBHI</b>	<b>Daniel VERDEIL</b> , Directeur	Un plan d'action plus qu'une stratégie en 2021.	Un chargé de communication va être embauché(e) l'année prochaine	Un(e) chargé(e) de communication va être embauché(e) l'année	* 2021 : environ 20k€/an * Prévisionnel 2022 : 40k€/an = un poste à environ 50k€/an
<b>EPTB Vidourle</b>	<b>Jean-Charles AMAR</b> , Directeur Général des Services	L'EPTB dispose d'un marché de communication « Prestations de conseil stratégique en communication et création, conception et réalisation d'action de communication médias et hors médias.	L'EPTB fait appel à un prestataire extérieur et dispose d'un marché de communication.	Le prestataire communication peut être amené à participer à des réunions ou des événements (Comités syndicaux, inaugurations, visites de chantiers...) ; par ailleurs, lorsqu'il s'agit de concevoir des documents de vulgarisation (journal, plaquettes...), il travaille avec le personnel administratif et technique de l'EPTB en fonction des thématiques sur lesquelles l'EPTB communique (rédaction des articles, choix des illustrations/photos...)	Environ 25 000 euros par an (comprend la mise à dispo d'une chargé de communication par le prestataire, conseils, organisation événement, relation presse, conception supports de comm...)

<b>EPTB Aulne</b>	<b>Nathalie REY,</b> Directrice	Pas de stratégie. En 2017 : audit puis refonte du site internet, et création d'une newsletter numérique trimestrielle.	0.25 ETP	La chargée de communication sollicite directement les chargés de mission pour la rédaction d'articles pour le site internet et pour la newsletter.	* 2018 : 5 000 € * 2019 : 5 000 € * 2020 : 5 000 € * 2021 : 10 000 € * Prévisionnel 2022 : 5 000 €
<b>EPTB Aude (SMMAR)</b>	<b>Jean-Marie AVERSENQ,</b> Directeur, <b>Marielle JEAN</b> Chef du service communication	Oui, stratégie de communication pour le SMMAR et ses syndicats de rivière adhérents avec l'appui d'une boîte de communication (+ marché à bons de commande pour couvrir les actions de communications sur les années 2021-2025).	Un service communication avec : -un poste administratif (gestion des invitations par exemple) -un poste de chargé de communication (création en interne de supports de communication, développement de la stratégie digitale) -un poste de chef de service (pour la gestion des DDS, marchés et la stratégie de communication...).	Ce personnel est aussi en appui aux syndicats de rivière adhérents.	* Environ 120 000 € chaque année * Prévisionnel 2022 : 220 000 euros : année anniversaire des 20 ans du SMMAR : stratégie de communication dédiée
<b>EPTB Lot</b>	<b>Marie-Hélène PRIVAT,</b> Directrice	Pas de communication spécifique.	Pas de poste dédié, chacun participe collégialement à la communication "institutionnelle" + 2 chargés de mission inondations qui réalisent des actions ponctuelles (vidéo sur les inondations, plaquette d'info sur les DAPI)	Pas de service communication	* 2021 : 15 000 € * Prévisionnel 2022 : Ayant un budget contraint la part consacrée à la communication est fixée en dernier selon les crédits disponibles
<b>EPTB Vilaine</b>	<b>Jean-Luc JEGOU,</b> Directeurs général	Stratégie en cours d'élaboration avec un plan d'actions sur 3 ans.	Un chargé(e) de communication en cours de recrutement, par ailleurs une Vice Présidente dédiée à la communication et à la formation.	Jusqu'à 2021, les chargés de missions, direction étaient impliqués uniquement en fonction des besoins.	* 2018 : 20 k€ * 2019 : 20 k€ * 2020 : 20 k€ * 2021 : 100 k€ * Prévisionnel 2022 : 210 k€ avec charges de personnel
<b>EPTB Lez (SYBLE)</b>	<b>Géraldine VACQUIER,</b> Directrice	Elaboration d'une stratégie de communication en 2021.	Directrice Agent administratif	Pas de service dédié, Communication réalisée par la Direction en lien avec agent administratif et mobilisation de tous les chargés de mission sur thématiques.	* 2021 : 88 400 € * Prévisionnel 2022 : 30 000 €
<b>EPTB du Boulonnais (SYMSAGEB)</b>	<b>Christèle Alexandre -</b> Directrice et <b>Marie-Adèle Dutertre -</b> Relai interne des actions de sensibilisation et communication		Une personne à temps partiel est affecté à cette mission et l'équipe entière est mobilisée en appui (relecture lors de création de support, avis, brainstorming) et de reporting terrain.	Une personne centralise les communications. Elle est appuyée par un agent/service pour la création de contenu, notamment pour des informations techniques concernant les chantiers et le financement.	Hors salaire, la personne en charge de la communication étant sur d'autres projets, une partie de son salaire est subventionné * 2018 : <10 k€ * 2019 : <10 k€ * 2020 : 10 à 15 k€ * 2021 : <10 k€ * Prévisionnel 2022 : > 30 k€/4 ans

<p><b>Syndicat Mixte d'Aménagement du Bassin versant de la Cèze (ABCèze)</b></p>	<p><b>Laury SOHIER,</b> Directeur</p>	<p>Stratégie de communication existante depuis 2020 avec plan de communication annuel.</p>	<p>Direction : Directeur et directrice adjointe Chargés de missions : chacun ponctuellement sur sa thématique  (à venir) un technicien à 25% sur des opérations de sensibilisation (scolaire, grand public)</p>	<p>Commission communication : composée d'élus et du directeur Direction : chargé de la coordination et la mise en œuvre des décisions en lien avec le Président Services : sollicités selon thématiques abordées Prestataires : conception, fabrication/impression, diffusion ; mutualisation avec EPCI adhérentes (diffusion par exemple) Pas de services dédiés.</p>	<p>Budget en augmentation depuis 2020 fortement lié à la prise de compétence GEMAPI, au changement de gouvernance mais surtout à un taux favorable de subvention de l'Agence de l'eau : 70%</p> <p>* 2018 : 7 000 € TTC * 2019 : 17 000 € TTC * 2020 : 27 000 € TTC * 2021 : 60 000 € TTC (estimation) * Prévisionnel 2022 : 60 000 € TTC</p>
<p><b>EPTB Charente</b></p>	<p><b>Baptiste SIROT,</b> Directeur</p>	<p>Pas de stratégie de communication ou de plan de communication. A venir : recrutement d'un chargé de communication et/ou d'animation pédagogique en 2022 (cohérence de nos actions, vulgariser les messages techniques, développer la sensibilisation grand public et scolaire, organisation d'un colloque sur les zones humides début 2022</p>	<p>Le Directeur, une chargé de mission avec une sensibilité communication à hauteur de 0,2 ETP. Globalement chaque chargé de projet et chargé de mission se charge de la communication de son projet.</p>	<p>Pas de service dédié. Action de communication porté par chaque mission technique. Prévu pour les prochains mois/années : recrutement d'un chargé de communication et/ou d'animation pédagogique en 2022 (en projet, reste à valider), pour veiller à une cohérence de nos actions, vulgariser les messages techniques, développer la sensibilisation grand public et scolaire, organisation d'un colloque sur les zones humides début 2022</p>	<p>* 2018 : 28 000 € * 2019 : 35 000 € * 2020 : 43 000 € * 2021 : 52 000 € * Prévisionnel 2022 : 50 000 € (ce sont les budgets votés, pas consommés, et ils intègrent les frais d'affranchissement et de routage)</p>
<p><b>Syndicat Mixte Moselle aval</b></p>	<p><b>Marianne PERRIN,</b> Directrice</p>	<p>Pas de plan d'action formalisé, recherche un stagiaire niveau bac +5 pour une durée de 6 mois exclusivement sur la politique de communication</p>	<p>Toute l'équipe contribue ponctuellement, recherche un stagiaire niveau bac +5 pour une durée de 6 mois exclusivement sur la politique de communication.</p>	<p>Pas de service dédié. Au coup par coup.</p>	<p>Pas de budget dédié hors création de la charte graphique * 2018 : création de la charte graphique 2 500 € * 2019 : néant * 2020 : néant * 2021 : néant</p>
<p><b>EPTB Gardons</b></p>	<p><b>Lionel GEORGES,</b> Directeur</p>	<p>Un bilan et une stratégie en 2012 (externalisé) et un plan de communication établi pour l'Agence de l'eau RM en 2020</p>	<p>Pas de personnel * Une réflexion en cours sur l'évolution de la structure (choix du scénario, évolution en décembre) avec des scénarios qui intègrent le recrutement d'une personne à temps plein et le développement de nombreuses actions de communication (élus en priorité, mais également scolaires, grand publics, communication de proximité) qui nécessitera la rédaction d'une stratégie et d'un plan réactualisé début 2022</p>	<p>Pas de service dédié. Actions de fond portés par des agents ciblés (journal, actualité du site internet) puis communication événementielle (chantiers, sollicitations (crues, sécheresse notamment), conférence...) et de projet (ALABRI, ressource en eau...) géré par les agents ou services concernés.</p>	<p>* 2018 : 6000 € (essentiellement journal) * 2019 : 6000 € (essentiellement journal) * 2020 : 24 000 € (dont 18 000 € pour les nouveaux élus et la CLE mais reportés en 21 puis 22) * 2021 : 24 000 € (dont 18 000 € pour les nouveaux élus et la CLE mais reportés en 22) * Prévisionnel 2022 : Très dépendant du scénario choisi d'évolution de la structure → A minima : 6000 € (journal) + Communication nouveaux élus/ CLE (18 000 €) + communication ressource en eau (9 600 €) Au maximum : ajout d'un poste (environ 50 000 €) et co-organisation d'un forum sur l'eau en Cévennes (50 000 €)</p>
<p><b>EPTB Fleuve Hérault</b></p>	<p><b>Christophe VIVIER,</b> Directeur</p>	<p>Stratégie et plan de communication de l'EPTB approuvé en 2021. Contient les éléments relatifs à la communication propre de l'EPTB, et les actions de sensibilisation scolaires et grand public.</p>	<p>Pas de personnel dédié.</p>	<p>Directeur + chargé de mission selon thématique.</p>	<p>2018 : &lt;5 k€ 2019 : &lt;5 k€ 2020 : &lt;5 k€ 2021 : &lt;5 k€ Prévisionnel 2022 : &lt;10 k€</p>

EP Loire	Sylvie Asselin, Chargée de communication	S'appuie sur un audit de la communication réalisé en 2007 (rendre lisible et visible les messages de l'établissement). Depuis 2015, chaque début d'année, élaboration d'un agenda institutionnel qui planifie la communication institutionnelle de l'Etablissement. Des stratégies de communication ont été réalisées dans le cadre d'opérations spécifiques (PAIC, communication EPLOIRE-SAGE, PAPI...).	Une chargée de communication.	La chargée de communication assure, sous l'autorité du directeur général des services, le suivi des actions de communication (et de relations publiques). Elle travaille en relation étroite avec les directeurs et en accord avec ces derniers avec l'ensemble des agents. Toute communication est validée par le Président.	Le budget affecté à la communication institutionnelle est de l'ordre de 127.000 €. Le prévisionnel 2022 devrait également s'élever à 127.000 €. A noter que plus d'1/3 du budget est affecté à la prestation externalisée de veille presse (à rapprocher de l'aire d'intervention de l'Etablissement) et aux abonnements divers (datapresse ou e-mailing Sarbacane...). Vient s'ajouter la communication en lien avec les opérations spécifiques portées par l'EP Loire (PAPI, SAGE, Contrats Territoriaux, Etudes HMUC, PTGE...) qui s'appuient sur des budgets particuliers et qui bénéficient de cofinancements.
SMIDDEST	Jean-Luc TROUVAT, Directeur	Pas de stratégie de communication mais constat partagé avec les élus que cela manque et s'impose. Rédaction d'une ligne éditoriale pour les supports numériques (réseaux, news).	Pas de personnel dédié.	Chaque chargé de mission contribue à rédiger des articles pour une newsletter envoyées aux élus et institutions partenaires, à une fréquence semestrielle (qui évolue vers trimestrielle). * Organisation des événements médiatiques avec certaines institutions membres (départements) : vigilance sur lisibilité des messages et du portage des opérations. * groupe de travail « Communication » avec leurs chargés de com sur certains sujets (contributions ponctuelles).	A peu près constant, 5000 € environ chaque année (pour divers supports de communication sans événement particulier) * Prévisionnel 2022 : nous réfléchissons à ouvrir un poste dédié, effectivement et à revoir notre site internet
EPTB Seine Grands Lacs	Stéphanie Porretta, Directrice de la communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communication externe (refonte du site internet, création d'une newsletter, signalétique aux abords des lacs, création d'une résidence artistique au lac du Der, création du dispositif EPISEINE ...)</li> <li>• Communication interne (création d'un intranet, journée des nouveaux arrivants avec visites des ouvrages)</li> </ul>	Deux personnes ETP : Directrice de la communication + Chargée de communication + une apprentie	Direction de la communication directement rattachée à la DG Relations transversales avec les services afin de produire du contenu pour les différents supports de communication.	* 2018 : Investissement : 41 000€ / Fonctionnement : 228 000€ * 2019 : Investissement : 94 000€ / Fonctionnement : 147 000€ * 2020 : Investissement : 100 000€ / Fonctionnement : 161 000€ * 2021 : Investissement : 72000€ / Fonctionnement : 107
EPTB Vienne	Stéphane LORIOT, Directeur	Stratégie ancienne (2012) ajustée au fil de l'eau. En 2021, engagement d'une évaluation des actions de communication en vue d'actualiser la stratégie.	Une chargé de communication/SIG consacrant 60% de son temps d'activité à la communication avec l'appui du directeur et de la secrétaire. Ponctuellement, les responsables techniques et chargés de missions	Pôle communication /géomatique au sein duquel la chargé de communication/SIG assure la production ou le suivi de l'externalisation de supports de communication, la gestion du site internet...La majorité des production est rédigé en interne. Le personnel technique est en partie mobilisé pour rédiger le contenu des différentes lettres d'information. Le directeur assure en complément les relations médias.	2018 : 15 500 € 2019 : 11 400 € 2020 : 8 500 € 2021 : 8 100 € Prévisionnel 2022 :15 000 €
SMBV Arques	Loïc THULLIEZ - Directeur, Julie DUBOIS, Chargée de communication	Pas de stratégie clairement fixée. Reporting des actions menées, + démarche plus active à venir avec le portage du PAPI Arques et Scie (qui sera officiellement signé le 15/12/21). .	Une personne à temps plein + pas de mise à dispo des membres. la communication se fait aussi en mobilisant les collègues notamment sur des opérations de reporting.	Oui, 1 personne dédiée.	* 2018 : <10 k€ * 2019 : 10 à 15 k€ avec l'exposition "qui l'eut crue" (20 ans des crue de décembre 1999) * 2020 : <10 k€ dont un film sur des travaux RCE * 2021 : 10 à 15 k€ avec roll up PAPI + création d'un film pour la signature / promotion du PAPI * Prévisionnel 2022 : Ce sera beaucoup plus important avec les opérations du PAPI (plus de 100 k€/6 ans)

<b>SM du SAGE Côtiers Ouest Cotentin</b>	<b>Loïc LECAPITAINE,</b> Directeur	<p>Une stratégie de communication n'a jamais été vraiment définie.</p> <p>Réflexion pour engager un stagiaire (6mois) pour mettre en place une stratégie et développer des outils de communication</p>	<p>Pas de personnel dédié. Réflexion pour engager un stagiaire (6mois) pour mettre en place une stratégie et développer des outils de communication</p>	<p>Actuellement au syndicat du SAGE COC, il y a 1,5 ETP afin d'élaborer le SAGE COC (animateur et secrétariat à mi-temps). C'est donc l'animateur/directeur du SAGE COC qui prend en charge la communication selon l'actualité du moment.</p>	<p>* 2018 :&lt;5k * 2019 :&lt;5k * 2020 :&lt;5k * 2021 :&lt;5k * Prévisionnel 2022 : &lt;10k</p>
<b>SM de la Têt - bassin versant (SMTBV)</b>	<b>Fabrice CAROL,</b> Directeur	<p>* Document sur la communication interne produite à la création du syndicat et dans le cadre de l'étude globale.</p> <p>* Dans le cadre des outils PAPI, PGRE ou contrat de rivière communication transversale, articulée, cohérente et complémentaire sur 3 à 5 ans.</p>	<p>Pas de personnel dédié.</p>	<p>* Chaque chargé de mission thématique contribue (sa partie sur le site internet, sur la newsletter, sur des notes de synthèse, le bilan annuel..) + direction (supervision, planification).</p> <p>* Mise en place récente d'une commission communication avec les élus de la nouvelle gouvernance du Syndicat (assez renouvelée) pour une meilleure visibilité.</p> <p>* Difficulté à utiliser les services COM des membres du Syndicat (EPCI) qui sont pourtant bien dotés et compétents pour certains.</p>	<p>* 2018 : FCT 150k€ / INV 60k€ * 2019 : FCT 40 € / INV 40k€ * 2020 : FCT 35 / INV 60k€ * 2021 : FCT 65 k€ / INV 80 k€</p>