

POINT COMMUNICATION 2024 ODE - CEB

17 septembre 2024

Information – Communication 2024 ODE 2024

Cadre réglementaire (dispositions du SDAGE)

- IV-C-1 : Améliorer la connaissance sur le comportement des Martiniquais face à la protection de l'environnement,
- IV-C-2 : Informer le grand public et faciliter son accès aux données et à la connaissance,
- Disposition IV-C-3 : Améliorer la coordination des actions d'information, de communication et d'éducation du grand public,
- Disposition IV-C-5 : Développer des actions d'éducation à l'environnement dans les établissements scolaires,
- Disposition IV-C-6 : Informer et sensibiliser sur la fonctionnalité et la fragilité des fonds marins.

Éléments de contexte

En 2024, le service communication de l'ODE a déployé plusieurs campagnes :

- Semaine pour l'eau 2024
- Assainissement responsable
- Mag 8 "Les zones humides en Martinique"
- "Swen dlo kay nou "

- **Une Semaine pour l'eau 2024**



Pour la cinquième année consécutive, l'Office De l'Eau Martinique a choisi d'étendre cette Journée Mondiale de l'Eau sur une semaine de sensibilisation dédiée à la découverte des ressources en eau et des milieux aquatiques de notre île.

L'Office De l'Eau, son RES'EAU, en partenariat avec des acteurs institutionnels et privés, se sont engagés à sensibiliser la population martiniquaise à travers une série d'actions pendant la «Semaine pour l'eau», en ciblant les scolaires, les universitaires, les seniors, les salariés d'entreprises et plus globalement le grand public.

C'est à travers des spectacles, des expositions, des sorties pédagogiques en

rivière, en mer ou en mangrove, et conférences sur le sujet de l'eau, des ateliers de découverte que l'ODE incite les usagers à adopter les bons gestes.

Du 18 au 24 mars 2024, l'ODE a mené une opération de sensibilisation et de communication de grande envergure sur tout le territoire aux côtés de son RES'EAU et de plusieurs partenaires institutionnels et privés.

Chiffres Clés 2024

1. Volet Sensibilisation

- **65 actions programmées** dont 2 actions annulées / 3 reportées à une date ultérieure :
 - 1 action en Webinaire ;
 - 1 action à Paris ;
 - 63 actions terrains ;
 - 3 Spectacles sur le thème de l'eau ;
 - 1 Inauguration "bateau Nérée du PNMM" ;
 - 3 Randonnées organisées ;
 - 1 Colloque scientifique organisé en régie par l'ODE ;
 - 3 Ateliers techniques ODE ;
 - 4 séances de diffusion du film documentaire "la Voix des mangroves" ;
 - 1 séance de diffusion du film documentaire "la Voix des rivières" ;
 - 1 exposition « Art & Eau » au Rond-Point ;
 - 1 Village "Eau & environnement" ;
 - 1 Conférence sur la maladie des poissons ;
 - Opérations Pays Propre avec l'entreprise & environnement : 9 entreprises et 12 associations engagées hors RES'EAU ODE ;
- **18 communes** sur 34 touchées par l'Opération et/ou engagées comme la Ville Du François, la Ville de Fort-de-France, la Ville de Case-Pilote, la Ville du Robert ;
- **7137 personnes sensibilisées** en direct sur les événements entre le 14 et le 24 mars 2024 (ce chiffre ne tient pas compte des actions médiatiques, des visites de l'exposition au Rond-Point, et des visites de la maquette « cycle de l'eau » de l'ODE à la SME) ;
- **76 établissements scolaires** du 1er et du 2nd degré touchés ;
- **41 partenaires** en lien direct avec l'ODE dont 18 membres RES'EAU sur 28 membres

- Objets publicitaires distribués sur l'opération et/ou auprès de partenaires dont :
- 1500 tee-shirts
- 4500 objets publicitaires divers (sacs, carnets, stylos, etc.)
- 1500 outils pédagogiques (puzzle, jeu bioviva, livrets mangrove avec Yékrik)

Pour un montant total opérationnel de **49 978,27€ TTC** sur le budget « sensibilisation et information » de l'ODE.

2. Volet Communication

- 9 médias mobilisés ;
- 5 émissions radio ;
- 6 émissions TV ;
- 1 campagne digitale de 8 publications Facebook / Instagram / LinkedIn ;
- 1 spots en radio réalisés et diffusés sur 6 radios du 10 au 24 mars 2024 ;
- 1 spot TV diffusé sur 4 chaînes télévisés et à Madiana ;
- 1 campagne digitale sur les sites locaux et nationaux ;
- 1 kit communication déployé auprès des partenaires ;
- 1 photographe déployé sur les opérations ;
- 2 influenceurs engagés : Lionel NIDAUD / Call Me Ludo ;

Pour un montant total de **36 200,00 €** sur le budget « communication institutionnelle ».

3. Volet Subvention

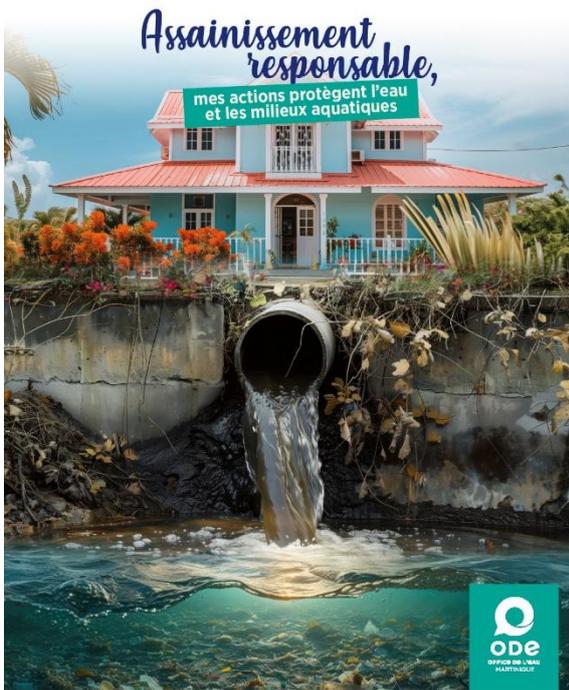
- **17 dossiers** de demande de subvention enregistrés
- **12 associations concernées**
- Montant total **projets de dossiers déposés : 288 112,81 €**
- Montant total **projet de dossiers conventionnés : 284 828,81 €**

L'ODE a attribué un montant total subvention (conventions signées ou en cours de signature) qui s'élève à **123 783,60 €**.

- **Assainissement responsable**

Du 7 au 23 mai 2024, l'ODE a déployé une campagne multi-support sur l'assainissement responsable :

- 1 spot vidéo générique sur les mauvais gestes domestiques liés à l'assainissement ;
- 1 spot vidéo générique sur le traitement des eaux usées ;
- 2 spots type micro-trottoir avec l'animateur Lionel NIDAUD
- 1 spot radio



Le montant total s'élève à 39 592,26€ TTC.

- **Mag 8 « Les zones humides en Martinique »**

Le Mag 8 « Les zones humides en Martinique » est sorti en juin 2024 à plus de 18 500 exemplaires.

- **Swen Dlo Kay Nou**

Le récit commence avec une bande de copains composée de Lionel NIDAUD, Maurane VOYER, Call me Ludo et El Milliard qui passe quelques jours ensemble. Ces amis vont se rendre dans plusieurs lieux différents : à la rivière, à la mer, en bateau et en maison de vacances. Ils seront rejoints par Danielle RENE-CORAIL et Suzy TREBEAU dans deux épisodes de la série.

Chaque épisode présente un bon geste à adopter pour « prendre soin de chez nous ». Lionel NIDAUD, personnage principal, incarne la voix de la prise de conscience sans

moraliser ses amis. Sa réplique « prenons soin de chez nous » revient comme un refrain tout au long de la série donnant ainsi un fil rouge aux téléspectateurs.

Au fur et à mesure, les amis comprennent qu'il y a plusieurs façons d'agir durablement pour préserver l'eau et les milieux aquatiques.

En 2024, Internet est devenu le 1^{er} média des Antilles-Guyane. 96% des Martiniquais ont un téléphone et 40% des internautes passent plus de 3 heures par jour sur internet¹. La vidéo est le format le plus consommé sur Internet.

La série a donc été formatée pour séduire les internautes. On y retrouve plusieurs codes : un format court, avec des répliques percutantes, des paysages et des talents reconnus par le public. Les épisodes ont donc été diffusés chaque mercredi en collaboration avec Lionel NIDAUD, France-Antilles Martinique et les autres talents.

Pour conquérir davantage de cibles, le choix a été fait de diffuser également la série à la télévision. Ainsi, selon un calendrier similaire, les téléspectateurs retrouvaient un épisode par semaine tous les soirs sur Martinique 1^{ère}.

Le montant total de diffusion s'élève à 15 280€ TTC

Le montant d'achat d'influence est de 12 320,00€ TTC

Le montant total de production est de 11 175,50€ TTC

Le coût total du projet est de 38 775,50€ TTC.

Chiffres clés – réseaux sociaux

- Episode 1 : 69722 visionnages
- Episode 2 : 84 708 visionnages
- Episode 3 : 48 063 visionnages
- Episode 4 : 54 367 visionnages
- Episode 5 : 61 774 visionnages
- Episode 6 : 52 509 visionnages

371 143 visionnages au total sur Instagram, YouTube et Facebook

- **Mag 9 « Eau & Société »**

Le Mag 9 est sorti en décembre 2024 à plus de 18 500 exemplaires.

- **Orientations 2025**

- Organisation de la Semaine pour l'eau du 17 au 23 mars 2025 (6^e édition)
- Production et édition des Mag 10 et Mag 11
- Refonte des sites internet de l'ODE et de l'Observatoire de l'eau – livraison prévue en mars 2025
- Production d'un podcast l'ODE & Vous

¹ Source Médiamétrie & noviseas

