



Le GIP Seine-Aval : notre communication

Karine GONCALVES
kgoncalves@seine-aval.fr



Notre stratégie de communication

- Un diagnostic mené en 2014 basé sur des enquêtes et des entretiens,
- Des besoins :
 - Se faire connaître,
 - Adapter notre communication aux deux cibles privilégiées :
 - La communauté scientifique et technique,
 - Les institutionnels, les élus ...
 - Des besoins de productions de synthèses transversales,
 - Nécessité de revoir l'ergonomie de notre site internet.

Nous nous sommes appuyés sur la société Partenaires d'Avenir pour nous accompagner pendant 4 ans dans la refonte de notre stratégie de communication et l'appui à la mise en œuvre de notre nouveau plan de communication.

Un diagnostic a été mené en 2014 basé sur des enquêtes et des entretiens auprès de divers acteurs susceptibles d'être intéressés par nos productions, il en ressortait :

- Le GIP est une structure peu connue sauf de nos membres et la communauté scientifique, qui peine à bien définir ses différentes missions,
- Beaucoup de productions diffusées sans adapter le contenu en fonction du type de destinataire, cela a impliqué que certains de nos lecteurs ne nous lisaient plus
- Des besoins de productions de synthèses transversales,
- Nécessité de revoir l'ergonomie de notre site internet.

Nos actions

Séminaire de sensibilisation du 21/03/2017

- Plaquette, participation à des manifestations grand public, des colloques, réunions de travail, relations presse au gré des sollicitations ou de l'actualité,
- Des supports de communication récurrents, plus ciblés (modification du contenu de la lettre de liaison) et cohérence entre eux ces supports,
- Organiser des séminaires annuels vers diverses cibles,
- Refonte de notre site web...
<http://www.seine-aval.fr>



Global forum estuaries, mai 2016



- Se faire connaître via l'actualisation de notre plaquette, la participation à des manifestations grand public, des colloques, réunions de travail, relations presse au gré des sollicitations ou de l'actualité...
- Des supports de communication récurrents et cohérents entre eux et aussi plus ciblés :
 - Les lettres de liaison (dont le contenu a été modifié) à destination des élus et des institutionnels surtout basées sur l'actualité du GIP,
 - Les fiches thématiques : 6 pages sur une problématique à destination des techniciens (public averti),
 - Les fascicules : 80 pages pour faire le point sur l'état de l'art d'un sujet (public expert).
- Organiser des séminaires annuels vers diverses cibles, en plus du séminaire scientifique organisé depuis la création du GIP : c'est le cas aujourd'hui, on envisage également peut être l'an prochain un séminaire à destination des institutionnels (dont les élus),
- Et dernière action significative en date la refonte de notre site internet que mon collègue va vous présenter...