

# Le Centre d'information sur l'eau

-  
Rapport  
annuel  
2016



LE CENTRE  
D'INFORMATION  
SUR L'EAU

# ÉDITO

## 1995-2016 : LE C.I.EAU OBSERVATEUR DE L'OPINION DEPUIS 20 ANS

Le Centre d'information sur l'eau a progressé avec l'opinion des consommateurs. Toutes les études que nous avons réalisées pour connaître les comportements et les opinions des usagers nous ont permis d'informer au plus près de leurs préoccupations tout en repérant les lacunes à combler. Ces études ont aussi été utiles lors des crises médiatiques, car on y trouvait les éléments qui permettaient de voir comment « fonctionnait » un consommateur.

Aujourd'hui, nous ne communiquons plus de la même façon qu'il y a 20 ans. Durant les premières années du Centre d'information sur l'eau, jusqu'au début des années 2000, de réelles crises médiatiques autour de l'eau se sont produites. Elles étaient éminemment anxiogènes car elles concernaient l'ensemble du territoire. Ces crises ont désormais tendance à s'espacer, voire à disparaître. Sans doute grâce au fait que l'information est devenue plus transparente et mieux partagée entre les différents acteurs. Les sujets ont également évolué ; après une période dominée par le prix du service de l'eau, nous avons communiqué sur la qualité de l'eau. Aujourd'hui, nous parlons de sujets plus globaux tels que la gestion des services publics d'eau et d'assainissement.

Pour définir ce que serait le Centre d'information de l'eau dans vingt ans, il faut s'intéresser aux services publics de l'eau et de l'assainissement et à leurs consommateurs. Les aspects sociaux d'accès à l'eau et les enjeux liés aux emplois locaux et au développement de la recherche sont les deux tendances fortes qui dessinent progressivement ce que deviendront demain ces services publics d'eau. Nous évoluons dans un univers qui est beaucoup plus complexe. Le Centre d'information de l'eau de demain devra prendre en compte ces univers, il devra être ouvert sur les sciences sociales et le monde scientifique qui peut apporter de la valeur. Il devra compléter sa vision nationale par une vision locale. Nous avons commencé cette transformation, puisque le baromètre est décliné de manière régionale depuis un an. Il apporte de nouvelles données qui peuvent être utilisées alors que l'un des enjeux des services publics de demain, c'est d'être confronté à la fracture territoriale. Le Centre d'information sur l'eau est un outil à la disposition des services d'eau pour les aider, pour échanger.

**Tristan MATHIEU**

Président du Centre d'Information sur l'eau



# LE BAROMÈTRE DANS TOUS SES ÉTATS

## Baromètre national TNS SOFRES / CIEAU « Les Français et l'eau »



Chaque année, **les Français livrent leurs perceptions sur la qualité de l'eau potable, la performance du service public, le prix de l'eau ou l'état de la ressource ainsi que leurs habitudes de consommation.**

De nombreux articles de presse et travaux d'acteurs

de l'eau se sont appuyés sur cette enquête.

En décembre, le Centre d'information sur l'eau a fêté les 20 ans de son baromètre de l'opinion sur l'eau du robinet. Depuis 20 ans, plus de 20 000 Français ont participé à ces enquêtes. Cette rétrospective légitimise la place du baromètre comme porte-voix des consommateurs. L'eau est un sujet qui concerne tout le monde. Les éditions successives de l'enquête ont montré des évolutions indéniables, notamment sur le niveau de connaissance des consommateurs, les usages, les convergences et les divergences entre perception et réalité (prix, qualité, usages, habitudes de consommation etc.).

**Examiner l'opinion du grand public sur l'eau et son service permet de mieux connaître les attentes et les perceptions des cibles de l'information.** Une précieuse mine d'informations qui permet d'orienter l'action d'un organisme de communication comme le Centre d'information sur l'eau.

2016 marque une grande stabilité des résultats par rapport à l'an passé avec 86% d'usagers satisfaits du service public de l'eau et 81% de taux de confiance à l'égard de l'eau du robinet. Satisfaction du service public et confiance en l'eau du robinet, ces deux indicateurs se distinguent par un niveau élevé depuis 20 ans, autour des 80%, pour atteindre, lors de cette dernière édition, son niveau historique avec près de 9 Français sur 10 (87%) satisfaits du service de l'eau.

## En 2016, le baromètre poursuit sa déclinaison régionale

Le Centre d'information sur l'eau maintient, avec TNS Sofres, ses enquêtes en régions, dans les quarts Nord-Ouest, Nord-Est, Île-de-France, Sud-Ouest, Sud-Est, des résultats de son baromètre annuel. Les différences régionales existent par rapport à la moyenne nationale

### Une analyse présentée en région tout au long de l'année...

Les différences d'appréciation des habitants des 5 grandes zones géographiques ont été mises en exergue par rapport à l'opinion nationale.

Les résultats les plus saillants et une mise en perspective de la similitude des principaux chiffres régionaux et nationaux ont été présentés successivement à la presse régionale à Dijon, Toulouse, Joué-Les-Tours et Toulon.

## 🔍 ZOOM

### QUELQUES EXEMPLES DES RETOMBÉES DANS LA PRESSE RÉGIONALE

#### LE QUART SUD-EST : **TOULON**

- ▶ **France 3** a évoqué le sujet dans deux éditions de ses JT, diffusées respectivement à Toulon dans le 19/20, le soir même et en Corse dans le 19/20.
- ▶ **France Bleu Provence** a repris le sujet, dans l'édition des JT de 8h00 et de 18h00.
- ▶ **Var Matin, La Marseillaise, La Liberté de l'Yonne** (hebdomadaire consacré à l'actualité du département de l'Yonne), **La Gazette du Var**...

Le contenu est très positif. Deux angles de traitement ont été retenus : la plus forte consommation d'eau du robinet au quotidien dans cette région, ainsi qu'une inquiétude plus vive quant à la disponibilité des ressources en eau.

#### LE QUART SUD-OUEST : **TOULOUSE**

Les journalistes ont été nombreux à assister à la conférence : **20 Minutes, la Dépêche du Midi, ITV Canal**. À noter la présence d'un membre de l'agence de l'eau Adour Garonne. En amont de la conférence, **France 3** a également consacré un sujet, diffusé hier, à deux reprises dans le journal de midi (12/13) et celui du soir (19/20). L'antenne de la radio RTL, en région a également relayé l'information.

#### LE QUART NORD-EST : **DIJON**

C'est dans le quart Nord-Est que l'on comptabilise le plus de retombées, notamment audio visuelles : **France Bleu** : 3 reprises pour Alsace, 3 reprises pour Sud Loraine, Champagne Ardenne **France 3** : Bourgogne, Champagne Ardenne

#### LE QUART NORD-OUEST : **JOUÉ-LES-TOURS**

**La nouvelle République, France Bleu, TV Tours**

# FOCUS MÉDIA & PORTE PAROLAT

La présence médiatique du Centre d'information sur l'eau en 2016 est corrélée à l'actualité générée par le baromètre TNS-Sofres/CIEAU «Les Français et l'eau» et ses déclinaisons régionales. À l'actif du C.I.Eau en 2016, 274 retombées média : TV, radios émissions et articles.

P.4

## Les types de médias



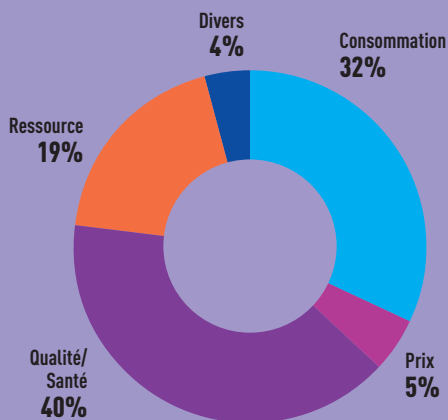
Le C.I.Eau a contribué à 25 émissions radios et 11 TV. Parmi elles, notons celles disposant d'un fort taux d'écoute comme France 2, LCI, ITV, TV Genoble, TV Tours, TV7, Europe 1, RTL et France Inter, France Info ou encore RMC INFO, NRJ pour les radios et TF1 le journal de 13:00, M6, pour les TV.

En presse écrite, le C.I.Eau a obtenu 238 articles de presse et web. Les grands quotidiens comme Le Parisien, La Tribune, Le JDD (Le Journal du Dimanche), 20 Minutes, LCI. La presse quotidienne régionale se fait

largement l'écho des informations diffusées par le Centre d'Information sur l'eau, Ouest France, Sud-Ouest, Presse Océan, Le Journal de Saone et Loire, Le Télégramme, Var Matin, La Dépêche du Midi, Paris Normandie mais également des hebdomadaires à fort tirage comme Femme actuelle. La presse spécialisée, comme Hydroplus, TSM (Technique Sciences et Méthodes), Journ'eau, a également relayé les données du Centre. Le service de presse répond également à de nombreuses demandes des journalistes qui documentent leurs articles sans que le C.I.Eau ne soit cité.

Cette année l'intérêt de la presse se porte, en premier lieu, sur le thème de la qualité et de la consommation d'eau du robinet. Les médias ont largement interrogé le C.I.Eau en s'appuyant sur les chiffres du baromètre qui s'inscrivent complètement dans l'actualité. Environ un article sur deux reprend les données de l'enquête.

Les sujets sur lesquels les journalistes interrogent le service presse du C.I.Eau



## LE PORTE PAROLAT

### UNE PRÉSENCE...

#### Dans les médias

- LCI
- France 2
- France Info
- RTL
- M6
- 20 Minutes
- Le Parisien
- Sud radio
- France bleue et ses déclinaisons régionales
- Le Parisien
- Science et Avenir
- Hydroplus
- TSM

#### Mais aussi auprès d'associations ou d'institutionnels

- CLCV : Consommation, logement et cadre de vie
- Caisse des dépôts
- Salon local des professionnels et associations Valora en Matinique : Village du Développement Durable, de l'Économie Circulaire et Solidaire et des Risques Naturels
- Commission Nationale d'Accessibilité : retour d'expérience sur la solidarité eau
- CAUE (Conseil d'Architecture d'Urbanisme et d'Environnement) des Pyrénées Atlantiques

# FOCUS SANTÉ

## Une communication Qualité-Santé



### UN SERVICE AUX ENTREPRISES

**Le Centre d'Information sur l'eau : un centre de ressource**

► Travail de **veille scientifique, d'analyse** et de production d'**éléments de lan-**

**gage** sur les thématiques qualité-santé. **Accompagnement direct des équipes** dans le cadre de crises ponctuelles de communication : réunions, suivi téléphonique, fourniture d'argumentaires.

**Une démarche concrétisée par l'entretien et la mise à jour de notre plateforme digitale dédiée : Le Doc' MEDICEAU.**

Accessible après accréditation, elle donne accès à un ensemble d'argumentaires traitant de différentes thématiques Qualité-Santé. Cette base d'éléments de communication, consultables en ligne et téléchargeables, est régulièrement enrichie. Cette interface permet également de contacter le Centre afin de demander le développement d'autres thématiques. Au-delà des argumentaires eux-mêmes, la plateforme permet l'envoi régulier d'éléments d'analyse et de langage sur d'éventuels sujets émergents dans l'actualité à l'ensemble de ces membres.

### UNE STRATÉGIE D'IMAGE

**L'eau du robinet : vecteur de santé**

► Entretien et suivi de l'**opération « hydratation »** soutenue depuis plusieurs années par la mise en place d'opérations de sensibilisation à l'importance de bonnes pratiques d'hydratation notamment auprès des plus jeunes, en restauration collective ou auprès des professionnels de santé.

**Une démarche qui permet de renforcer positivement l'image du Centre d'information sur l'eau et, au-delà du bilan hydratation lui-même, de diffuser "autrement" nos messages dans ce contexte valorisant.**

Notre application mobile dédiée "*Mon bilan hydratation*", après avoir fait l'objet de communication dans le cadre d'événements médicaux et avoir été validée par MedAppCare (société experte en e-santé qui labellise les applications santé quant à leurs qualités, leur pertinence et leur intérêt), a été retenue en 2016 pour faire partie des applications présentes sur le premier kiosque de recommandation d'applications mobiles de santé labellisées mis en place par AG2R LA MONDIALE. Cet espace est proposé aux adhérents de cette mutuelle et nous offre ainsi une plateforme de choix et de qualité pour porter la présence et le discours du Centre d'information sur l'eau. Au-delà des argumentaires eux-mêmes, la plateforme permet l'envoi régulier d'éléments d'analyse et de langage sur d'éventuels sujets émergents dans l'actualité à l'ensemble de ces membres.

### UN PARTENARIAT AVEC UNE CIBLE-RELAIS ESSENTIELLE : LES MÉDECINS

**La salle d'attente : lieu de communication privilégié et valorisant**

► Le Haut Conseil de la Santé Publique avait souligné, il y a un peu plus d'un an, dans sa recommandation « eau », que le dispositif actuel d'information du public devait être repensé au profit d'**une véritable stratégie de communication sachant mobiliser l'ensemble des acteurs concernés et notamment les professionnels de santé**. Il insistait également sur le fait que l'information diffusée ne devait pas se résumer à la seule reprise des « résultats d'analyse » mais s'appuyer sur les « perceptions, croyances et connaissances des consommateurs relatives à la qualité de l'eau ».

**Dans cet esprit, le Centre d'Information sur l'Eau a lancé une opération de communication auprès des professionnels de santé, relais « référents » vers le grand public pour toutes les thématiques « qualité-santé » touchant l'eau.**

Cette initiative s'articule autour de plusieurs axes :

☑ la diffusion de documents dans un ensemble de cabinets de groupes nous permettant de toucher près de 12 000 médecins. Notre brochure *Tout savoir l'eau* est remise et présentée à chacun d'eux. Parallèlement, des dépliants d'information « Eau-qualité-Santé », labellisés « Centre d'information sur l'eau », sont mis à disposition des patients dans leurs salles d'attente. Ce sont 150 000 leaflets qui auront été ainsi distribués ;

.../...



# FOCUS ENSEIGNANTS

.../...

☑ nos dépliants sont également proposés par simple commande sur un site médical professionnel qui rassemble environ 12 000 autres médecins. La promotion régulière des éléments proposés sur ce site est réalisée par une newsletter mensuelle ;

☑ création d'un « quiz » en ligne pour le grand public sur les « Idées reçues eau- santé ». Il est intégré à un site dédié qui comporte un ensemble de questionnaires de ce type. Le quiz permet de tester ses connaissances sur l'eau et redirige vers notre site internet. Ce site « quiz » est promu dans les salles d'attente par affichage.

Une initiative qui nous aide donc à mieux diffuser nos messages, tant vers la « cible relais » essentielle que sont les professionnels de santé que vers le grand public.

**Le C.I.Eau collabore depuis 16 ans avec l'association EVEIL\*** dont les missions principales consistent en la formation d'enseignants, la conception, la réalisation et l'animation de projets pédagogiques pour la classe.



## LES SESSIONS DE FORMATION DES ENSEIGNANTS

Près de 4 000 élèves enseignants sont formés depuis 16 ans. Chaque enseignant enseigne à son tour à environ 150 élèves en collège ou 30 en primaire/an. Depuis la réforme des IUFM, Le Centre d'information sur l'eau réalise désormais ses sessions de formation des **Professeurs stagiaires en formation continue, en université.**

Le programme proposé est modulaire. Les séquences convergent toutes vers les nouveaux programmes de l'école primaire, mais elles sont indépendantes les unes des autres et peuvent être traitées à différents degrés d'approfondissement. Elles sont interactives et ludiques pour intéresser les professeurs, qui peuvent ainsi imaginer quelles animations réaliser avec leur classe.

**Le ministère de l'Éducation nationale a saisi l'opportunité de la conférence Paris-Climat 2015 pour intensifier l'éducation au développement durable**, dans tous les établissements scolaires dans l'ensemble des académies et conduire une politique exemplaire en la matière. Ainsi, dès la rentrée 2015, pour l'école primaire, de nouveaux programmes sont entrés en vigueur, parmi lesquels les problématiques de développement durable, introduites notamment par le biais du thème de l'eau et l'énergie.

Pour répondre à ces engagements nationaux, Le Centre d'information sur l'eau a réactualisé un CD Rom pour les enseignants de primaire en formation, intitulé **De la ressource au robinet, la maîtrise de l'eau en France**. Son contenu transdisciplinaire articulé autour de 10 à 15 séquences utilisables en l'état, assorties d'expériences, de quiz, d'analyses d'images pour répondre aux instructions de 2015.

\*Association agréée par le ministère de l'Éducation nationale

## UNE STRATÉGIE DE CONTENUS

### Conception et production de contenus « Qualité Santé »

► Implémentation des rubriques du site **cieau.com** ayant trait à la santé. Des réponses flash aux questions « de tous les jours » à des articles plus fouillés dans le cadre de notre rubrique dédiée : « thématique santé ». Ils traitent de sujets très variés allant de l'hydratation chez l'enfant ou le senior, à la radioactivité en passant par les nitrates, les pesticides, l'aluminium ou l'émergence de nouveaux polluants. Réponse aux interviews concernant la thématique Qualité- Santé

## LE DÉVELOPPEMENT DE PARTENARIATS INSTITUTIONNELS

### Travail de fond - indicateur de qualité

► Partenariat avec la direction générale de la santé (DGS), autour d'un travail sur l'élaboration d'un indicateur global évaluant la qualité sanitaire de l'eau du robinet : participation à la conception de l'indicateur et apport de l'expertise du Centre d'Information sur l'eau en terme de perception-consommateur.



# INFORMATION GRAND PUBLIC...

## Traitement des demandes d'information



### DES RÉPONSES AU QUOTIDIEN À TOUS LES UTILISATEURS DE L'EAU

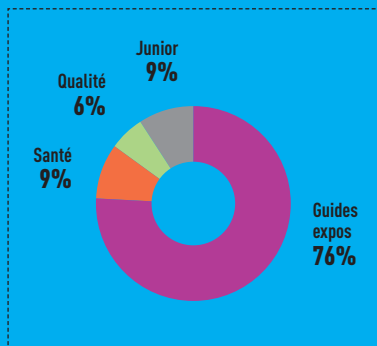
**2 488 demandes traitées**  
(1 348 en 2015) + **84,6 %**

La quasi-totalité des demandes sont désormais faites via le site **cieau.com**  
**26 outils de communication** sont disponibles (26 en 2015)

**21 333 documents « papier » ont été diffusés** (23 000 en 2015) - **8,7 %**

Cette diminution s'explique par le basculement vers le digital qui s'affirme d'année en l'interactivité de brochures sur le site offrent l'opportunité d'une plus large diffusion (cf. chiffres de diffusion au chapitre site internet).

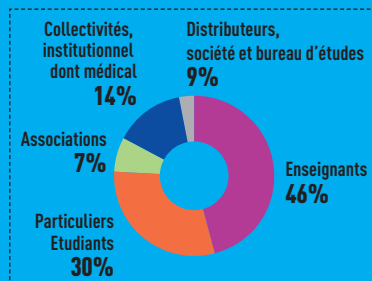
- 16 292 brochures « guides d'expositions »
- 1 856 brochures « junior » (à destination des écoles)
- 1 831 brochures santé, hygiène
- 1 354 brochures qualité, eaux usées, prix, service.



**635 demandeurs en 2016** (l'écart entre le nombre de demandeurs et le nombre de demandes traitées s'explique par le fait qu'un même contact peut faire plusieurs demandes).

#### ► Profil des demandeurs :

- Associations : 46
- Autres : 27
- Collectivités et institutionnel : 70
- Distributeurs : 5
- Enseignants : 286
- Etudiants : 22
- Médical : 2
- Particulier : 166
- Société et bureau d'études : 11



#### ► Thèmes des brochures commandées

- (jusqu'à deux thèmes par brochures)
- Qualité : 1 143
  - Prix : 303
  - Consommation : 266
  - Ressources/Eaux usées : 2 663
  - Généralités : 7 217
  - Santé : 1 745
  - Service : 575

#### ► Origine des contacts

- (comment nous ont-ils connu ?)
- NC : 36 contacts
  - Autre : 19
  - Autres média : 4
  - Bouche-à-oreille : 50

- Brochure CIEAU : 38
- Exposition, salon : 6
- Internet : 479
- Mailing : 1
- Salle d'attente : 2

#### ► Origine des demandes

- (comment nous ont-ils contacté ?)
- NC : 10 demandes
  - Courrier : 1
  - e-mail : 28
  - Internet : 605
  - Téléphone : 8

## Nos expositions

### RECORD DES DEMANDES DE PRÊTS DEPUIS 2011

Les expositions sont systématiquement proposées à chaque contact téléphonique, ou par mail auprès des collectivités, institutions médicales, associations, mairies.

**77 expositions prêtées** (51 en 2015) + **51 %**

**1 274 jours de prêts cumulés** (511 en 2015) + **149 %**

**64 710 personnes en contact avec nos expositions** (estimation basée sur les déclarations des organisateurs) (21 000 en 2015) + **208 %**

**12 509 guides d'exposition distribués**

#### ► Répartition des 77 prêts par thème abordé :

- Eau approuvée (30 prêts) : 39 %
- L'eau des métiers et des hommes (24 prêts) : 31 %
- Eau protégée (17 prêts) : 22 %
- Eau, forme et santé (6 prêts) : 8 %

# ... ET COMMUNICATION DIGITALE

## Vecteur de communication n° 1 vers tous les publics... toujours en plein essor



### CIEAU.COM

**610 509 sessions** (559 056 en 2015)  
+ 9,2%

**967 153 pages vues** (907 266 en 2015)  
+ 6,6%

Pour démultiplier notre auditoire sur le Web, 543 liens sont proposés par des sites externes. En très large majorité, les liens renvoient directement à la page d'accueil du site cieau.com.

74% des internautes accèdent à notre site à *via* les moteurs de recherche (Google à plus de 90%) et à 16% par un accès direct sur la barre d'adresse (cieau.com).

4 657 internautes ont consulté nos brochures mises en ligne, soit 7 556 pages vues.

### LE BLOG MARILLYSMACE.COM

**35 971 sessions** (30 876 en 2015)  
+ 16,5%

**45 417 pages vues** (40 425 en 2015)  
+12,3%

122 liens sont proposés par des sites externes.

### LE C.I.EAU ANIME SES COMMUNAUTÉS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

#### Facebook

**800 personnes "aiment" notre page.** Tous les résultats ci-dessous s'entendent "à portée virale", c'est-à-dire sans aucune promotion payée.

#### ► L'audience

- 27 961 affichages de tout contenu associé à la page
- 17 761 impressions provenant de toutes nos publications
- 13 394 personnes ont vu du contenu associé à la page
- 7 761 personnes ont vu des publications de la page.

#### ► Les interactions

- 774 personnes ont interagi avec la page
- 1 867 clics ont été enregistrés sur l'un des contenus de notre page.

#### Twitter

#### ► Compte @marillysmace

—1 001 abonnés (805 en 2015) + 24%

#### ► Compte @cieau

- 1 321 abonnés (1 016 en 2015) + 30%
- 6 720 visites du profil
- 51 900 impressions
- Taux d'engagement : 0,72%
- Engagements : 546.
- Mentions « J'aime » : 95
- Retweets : 201
- Clics du lien : 240
- Réponses : 10.

#### Youtube

#### Chiffres cumulés (du 1/9/2012 au 31/12/2016)

- Vidéos disponibles : 48
- Durée totale de visionnage : 19 295 minutes soit 13 jours et 9 heures
- 12 851 vues
- Profil des Youtubeurs : 43% de femmes et 57% d'hommes.

#### Chiffres pour l'année 2016

- 7 222 minutes de visionnage, soit 5 jours et 22 minutes : + 44,68% vs. 2015
- 4 334 vues : + 39,94% vs. 2015.

#### Dailymotion

#### En cumul (1/1/2014 jusqu'au 31/12/2016)

- Vidéos disponibles : 57
- Durée totale de visionnage : 25 600 minutes
- 52 411 vues.

#### Chiffres pour l'année 2016

- Durée de visionnage : 10 295 minutes
- 9 121 vues.

#### SoundCloud

- Titres audio disponibles : 22
- Écoutes totales : 396
- Écoutes en 2016 : 171.

