

GASPIPA'LI GASPIPA'LO

DOSSIER DE PRESSE

Campagne de sensibilisation
du grand public sur les économies
d'eau à la Réunion

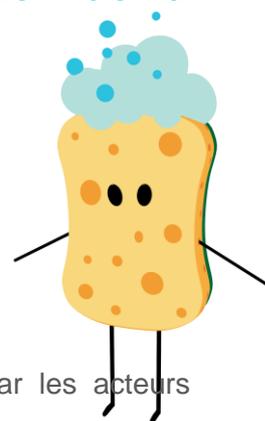
03 septembre 2014





Les Acteurs de l'eau de La Réunion sont heureux de vous présenter la nouvelle campagne de communication de la Bande des Bons Tuyaux : Gaspipali Gaspipalo.

Gaspipali Gaspipalo est une nouvelle campagne de communication visant à sensibiliser la population de notre île sur la nécessité des économies d'eau pour tous les usages. Elle a pour objectif une prise de conscience de l'impact des comportements individuels sur la distribution collective, et ainsi une meilleure responsabilisation de chacun.



Il s'agit de la première campagne d'intérêt général partenariale menée par les acteurs majeurs de l'eau à La Réunion (institutionnels et privés) :

- **ARS OI (Agence de Santé Océan Indien)** : l'agence définit et met en œuvre la politique de santé à La Réunion et à Mayotte. Une de ses priorités est l'amélioration de la qualité des eaux de consommation sur les territoires.
- **CISE Réunion** : entreprise réunionnaise spécialisée dans la gestion de service d'eau potable et d'assainissement pour les collectivités.
- **Conseil Général de La Réunion** : collectivité de rattachement de l'Office de l'Eau Réunion, impliquée de façon large et depuis plusieurs décennies en faveur de la gestion globale des ressources en eau, de l'aménagement hydraulique structurant du territoire, du suivi et de la protection des milieux aquatiques ainsi que de l'organisation partenariale de la gestion et du financement de l'eau.
- La **Compagnie Réunionnaise des Eaux (La Créole)** : régie d'eau potable et d'assainissement (collectif et non collectif) de la Commune de Saint-Paul.
- **DEAL Réunion** : service déconcentré du Ministère du Développement Durable dont la vocation est d'accompagner La Réunion sur la voie du développement durable (la préservation du patrimoine naturel, et donc de la ressource en eau, est une de ses missions prioritaires).
- **Office de l'eau Réunion** : établissement public local rattaché au Conseil général, qui contribue à la gestion globale de l'eau par la diffusion de connaissances et en aidant les opérateurs à planifier les actions et les travaux dans le domaine de l'eau et de l'assainissement.
- **SAPHIR** : Société d'Economie Mixte qui assure la gestion et l'exploitation de périmètres irrigués départementaux ; elle produit et distribue des eaux brutes à destination des usages agricoles, urbains et industriels.
- **VEOLIA EAU Réunion** : entreprise privée spécialisée dans le grand cycle de l'eau (traitement et distribution de l'eau potable, collecte et assainissement des eaux usées).



Cette campagne sera lancée en télévision, en radio et sur Facebook à partir du 05 septembre, mois correspondant au début de la période de sécheresse.



**GASPIPA'LI
GASPIPA'LO**

**DÉCOUVREZ LES CONSEILS
DE LA BANDE DES BONS TUYAUX...**

- CONSEIL N°1**
J'utilise le bocal, plus pratique et économique que le jet d'eau, pour nettoyer ma varangue !
- CONSEIL N°2**
Je ferme le robinet quand je me lave les dents ou fais la vaisselle !
- CONSEIL N°3**
J'utilise le bouton «3 litres» en cas de petits besoins... c'est bien souvent suffisant !

...ET ÉCONOMISEZ DES EUROS !
Pour plus d'informations et de gestes utiles :

www.facebook.com/gaspiralo

Devenons tous **LES ACTEURS DE L'EAU DE LA RÉUNION.**



Contexte

L'eau, une ressource à préserver

L'eau est un élément indispensable au développement de la vie et des activités humaines et économiques. Elle constitue une ressource naturelle précieuse.

Cependant, La Réunion souffre depuis plusieurs années de forts déficits pluviométriques, notamment durant l'hiver austral, période de sécheresse (étiage). Durant cette période, les réserves en eau diminuent et, selon les régions, il est important voire indispensable de limiter la consommation globale de la ressource afin d'assurer une distribution à l'ensemble de la population.

Une action partenariale innovante

Les enjeux de gestion des périodes de pénuries d'eau lors de l'hiver austral sont partagés par l'ensemble des acteurs de l'eau de La Réunion, qu'ils soient privés ou publics. Le comité sécheresse est l'instance qui rassemble l'ensemble des acteurs autour de cette problématique, et c'est naturellement au cours de ce comité qu'a émergé le projet d'un partenariat autour d'une action de sensibilisation du grand public sur la nécessité d'une utilisation raisonnée de l'eau, notamment en période de sécheresse. C'est pourquoi les Acteurs de l'eau de La Réunion ont décidé de s'unir et de mettre en place une action partenariale innovante sur le territoire de La Réunion en lançant une campagne de communication.

L'objectif est de sensibiliser l'ensemble des Réunionnais et de faire prendre conscience de la nécessité de ne pas gaspiller la ressource en eau, pour que collectivement, nous puissions avoir un accès continu à l'eau.

Gaspipali Gaspipalo : une campagne de communication grand public sur le ton de l'humour

Les objectifs de la campagne

La campagne a pour objectif de démontrer au grand public qu'un geste domestique a son impact global, qu'aucune action individuelle n'est dérisoire, que chaque geste compte.

Le message principal est qu'il est possible et facile de réduire sa consommation d'eau, sans changer son confort quotidien et que chaque geste particulier a un effet global tant sur la ressource en eau que sur son porte-monnaie. La campagne aborde donc la notion d'enjeu communautaire et d'économies financières associées à l'adoption de gestes économes.

Ainsi, la campagne a pour objectifs de :

- Sensibiliser la population de notre île sur la nécessité des économies d'eau pour les usages domestiques ;
- Insister sur l'impact du comportement individuel sur la distribution collective ;
- Viser à concourir à une meilleure responsabilisation de chacun.

Le public concerné

La campagne vise en priorité les enfants, plus aptes au changement et véritables relais auprès de leurs parents, grands frères et grandes sœurs. Mais touche très largement le grand public.

L'approche privilégiée par cette campagne est une approche humoristique.

La bande des bons tuyaux, les porte-paroles de la campagne

La communication s'articule autour de personnages drôles et attachants, représentant chacun un geste simple, utile et que chacun peut facilement adopter chez lui. Les personnages sont réunis au sein de la « **Bande des Bons Tuyaux** ».



La création s'articule notamment autour d'une chanson, aux paroles simples et drôles, permettant de faire passer le message de manière ludique.

Les trois conseils à adopter dans notre quotidien

Conseil N°1 : J'utilise le balai, plus pratique et économique que le jet d'eau, pour nettoyer ma varangue !

Conseil N°2 : Je ferme le robinet quand je me lave les dents ou fais la vaisselle !

Conseil N°3 : J'utilise le bouton « 3 litres » en cas de petits besoins... c'est bien souvent suffisant !



Les outils de communication :

Cette campagne, d'intérêt général, débutera à partir du 05 septembre.

Les outils de communication réalisés sont :

- ◆ Un spot télé de 30 secondes
- ◆ Un spot radio de 30 secondes
- ◆ Une affiche conseils de la bande des bons tuyaux
- ◆ Une Facebook : www.facebook.com/gaspipalo

La campagne pourra également être relayée sur le terrain auprès des enfants et du grand public (atelier, affichage...)

Les paroles de la chanson

*Gaspipali Gaspipalo, on est tous dans le même bateau
Gaspipali Gaspipalo, pour ça j'ai quelques bons tuyaux*

*Le balai pour la varangue plutôt que le jet d'eau
Mon robinet coule à flot, je le ferme illico
3 litres pour la chasse d'eau sauf en cas de gastro
Je te promets pas des lingots, mais d'épargner des euros*