

# RISQUES INDUSTRIELS MAJEURS

les bons  
réflexes!

[www.lesbonsreflexes.com](http://www.lesbonsreflexes.com)



*Campagne d'information régionale 2023 sur les risques  
industriels majeurs en Auvergne-Rhône-Alpes*

## PREMIER COMITE DE PILOTAGE

6 mars 2023 – Mixte Présentiel et Visioconférence Zoom



# ACCUEIL & INTRODUCTION

Par les trois Co-présidents

M. Matthieu PAPOUIN – Directeur adjoint DREAL

M. Pierre ATHANAZE – Vice Président Métropole de Lyon

M. Jean-Yves PORTA – Conseiller métropolitain GAM



## Ordre du jour

- 1 – Fondements réglementaire et éléments de contexte
- 2 – Synthèse du REX de la campagne Les Bons réflexes 2018
- 3 – Point d'avancement sur la campagne Les bons réflexes 2023
- 4 – Budget prévisionnel version 1
- 5 – Prochaines échéances
- 6 – Questions diverses



# 1 – Fondements réglementaires et éléments de contexte

Gaëtan JOSSE (DREAL – PRICAE)



# 1 – Fondements réglementaires et éléments de contexte

## Réglementation

- [Article L.125-2](#) du code de l'environnement : Droit des citoyens à une information sur les risques technologiques
- [Article R.741-30](#) du code de la sécurité intérieure : Production et distribution de documents d'information aux populations situées dans la zone d'application du Plan Particulier d'Intervention (PPI)

## Exploitants concernés

- [Article R.741-18](#) du code de la sécurité intérieure : Établissements soumis à PPI, soit :
  - ✓ Installations classées SEVESO seuil haut
  - ✓ Stockages souterrains de matières dangereuses
  - ✓ Sites comportant au moins une installation nucléaire de base
  - ✓ Établissements effectuant des opérations sur des micro-organismes ou toxines hautement pathogènes
  - ✓ Ouvrages d'infrastructure liée au transport des matières dangereuses
  - ✓ Aménagements hydrauliques (*barrages et digues*).



# 1 – Fondements réglementaires et éléments de contexte

## Informations réglementaires

Le préfet fait établir :

- **Une brochure** (*Nature du risque, mesures prévues pour alerter, protéger et secourir*)
- **Des affiches** (*consignes de sécurité à adopter*).

Distribution de la brochure aux populations situées dans la zone d'application du PPI

Affichage des consignes de sécurité à adopter

Mise à jour/diffusion des brochures minimum **tous les 5 ans**



# 1 – Fondements réglementaires et éléments de contexte

## Contenu de la brochure ([AM du 10/03/2006 modifié en novembre 2021](#))

- **Identification** : nom et adresse du site, coordonnées géographique, téléphonique et électronique de l'autorité fournissant les informations
  - **Réglementation** : dispositions auxquelles est soumise l'installation, date de remise d'une étude de dangers, date de la **dernière visite d'inspection\***
  - **Activités exercées et risques générés** : présentation de l'activité, informations générales sur la nature des risques, cas d'urgence pris en compte
  - **Résumé des principaux types de scénarios d'accidents majeurs** et des mesures de maîtrise des dangers permettant d'y faire face\*
  - **Moyens d'alerte et consignes** : manière dont la population sera avertie et tenue informée en cas d'accident, mesures à prendre et comportements à adopter par la population concernée en cas d'accident
  - **Plans d'urgence** : dispositions des plans d'urgence interne et externe
  - **Informations complémentaires** : modalités d'obtention
- \* **Nouveautés ([AM du 16/11/2021](#))** :



*Enjeu sûreté* : cf. Instruction du 19 mai 2016 relative à la mise à disposition et à la communication d'informations potentiellement sensibles pouvant faciliter la commission d'actes de malveillance dans les Ets Seveso



## 1 – Fondements réglementaires et éléments de contexte

- Fonctionnement régional :

**Campagne groupée pour plus de visibilité** (excepté pour les aménagements hydrauliques)

- **123 établissements concernés** (dont 9 avec information seulement qualitative)

**2 visio-conférences de lancement avec les industriels concernés** (septembre et octobre 2022)



## 2 – Synthèse du Retour d'Expérience de la campagne Les Bons réflexes 2018

Corinne THIEVENT (SPPPY)  
Guillaume BREJASSOU (SPIRAL)  
et Fabien POURPRIX (APORA)



## 2 – Synthèse du REX de la campagne 2018

### Objectifs / Organisation :

- Campagne organisée sur la **période 2018-2023** : actions déployées sur la durée avec l'objectif d'acculturer les différents acteurs/populations au risque majeur
- **Comité de pilotage (COPIL)** : 6 réunions
- **Secrétariat de la campagne** : 3 personnes (*SPPPY/SPIRAL/APORA*) + 2 chargés de mission en CDD
- **Groupes de travail (GT)** impliquant les industriels notamment :
  - ✓ Documents réglementaires : 7 réunions
  - ✓ Communication : 14 réunions
  - ✓ Actions complémentaires : 2 réunions
  - ✓ Enquête de perception : 3 réunions
- **De nombreux partenaires** : cabinets de communication, routage, ...



## 2 – Synthèse du REX de la campagne 2018

Documents réglementaires :

1 670 000 brochures / 22 versions (1 par bassin)  
distribuées dans enveloppes par les communes à  
compter de septembre 2018



NOTRE COMMUNE EST CONCERNÉE...  
QUE FAIRE EN CAS D'ACCIDENT?

### Début de l'alerte



La sirène émet un son modulé, montant puis descendant. Ce signal est composé de trois cycles d'1 minute et 41 secondes chacun, séparé par un intervalle silencieux de 5 secondes. Dès que vous entendez la sirène, appliquez les consignes ci-dessous.

### A faire

**Je me mets à l'abri**  
Entrez dans le bâtiment le plus proche. Fermez les portes, les volets et les fenêtres, si vous le pouvez, cachez les ouvertures et les atractions, arrêtez la ventilation, le chauffage et la climatisation.

**J'écoute les consignes**  
Elles sont diffusées à la radio (France Bleu, France Info, France Inter), à la télévision ou sur les sites internet d'actualité.

### A ne pas faire

**Je ne téléphone pas**  
Les réseaux téléphoniques doivent rester disponibles pour les services de secours. Écoutez votre conversation si l'appel ne vient pas des autorités.

**Je ne vais pas chercher les enfants à l'école**  
En vous déplaçant, vous mettez votre vie et celle des autres en danger, vous gênez les secours. Le personnel enseignant est formé pour mettre les enfants en sécurité.

### Fin de l'alerte



Elle est signalée par un son continu d'une durée de 30 secondes. Seul ce son indique que le danger est passé et que les consignes sont levées. Sortez de votre lieu de mise à l'abri, aérez les locaux et restez attentif aux éventuelles consignes complémentaires.



90 000 affichettes pour :

- ERP
- Immeuble > 15 logements
- Entreprises > 50 salariés ...

+ Mise à jour du site [www.lesbonsreflexes.com](http://www.lesbonsreflexes.com)





## 2 – Synthèse du REX de la campagne 2018

Nombreuses actions non réglementaires

Au temps fort de la campagne : automne 2018

- 1 670 000 magnets distribués avec brochures
- Numéro « les bons réflexes » : 04 78 77 36 00
- [Clips](#) « les 4 bons réflexes »
- [3 Panneaux d'exposition](#) pour accompagner les actions ponctuelles ;
- La [plaquette de présentation](#) 4pages de la campagne
- Conférence de presse – préfecture du Rhône
- Campagne sponsorisée sur *Facebook*





## 2 – Synthèse du REX de la campagne 2018

Nombreuses actions non réglementaires  
... et dans la durée de 2019 à 2022

- Pièce de théâtre « oui, mais si ça arrivait ... » (> 6000 enfants)
- Présence sur les réseaux sociaux (*Facebook – twitter*)
- Conférences et actions de prévention avec l'IRMa
- Cellules de crise virtuelles ATRISC (*5 sessions en 2021 et 2022*)
- Label « LBR » pour valoriser les initiatives du réseau (*50 actions*)
- Journée annuelle « les bons réflexes » ...

COVID sur 2020-21 a perturbé la réalisation de certaines actions



## 2 – Synthèse du REX de la campagne 2018

### Un bilan plutôt positif pour les actions complémentaires et l'animation continue

- Stratégie de communication établie avec l'expérience des précédentes campagnes ; partenaires expérimentés sur ce type de démarche
- Maintien de la dynamique sur 5 ans, malgré la période compliquée par la crise Covid, mais besoin de renouveler le vivier car difficile de relayer sur territoire aussi vaste
- Essai réussi de la campagne sponsorisé sur FB, même si peu relayée par les partenaires (moins de 7 % des communes)
- Site internet bien identifié, mais dont l'alimentation continue reste très chronophage
- Retours très positifs sur les actions déployées (*théâtre, cellules ATRISC, etc.*)
- Succès du Label Les Bons réflexes, mais à redynamiser car pas toujours connu des porteurs d'initiatives
- Maîtrise des éléments budgétaires



## 2 – Synthèse du REX de la campagne 2018

### Éléments budgétaires / synthèse

- Budget initial global en 2018 > 1 million €
- Financement à fin 2021 (*budget géré par APORA*) :
  - ✓ **Actions réglementaires** : financement par industriels à hauteur de près de 900 k€ (*via 2 appels de fonds*)
  - ✓ **Actions non réglementaires** :
    - DGPR (*alloué à DREAL*) : 80 k€
    - Métropole de Lyon : 40 k€
    - Grenoble Alpes Métropole : 30 k€
- **Budgets annuels des SPPPI** (*30 à 40 k€ par an de 2019 à 2022*)



## 2 – Synthèse du REX de la campagne 2018

Un volet distribution très lourd à gérer en lien avec les 410 communes

Rappel de l'organisation de 2018 :

- ✓ 2 chargés de mission embauchés en CDD pour :
- ✓ - contacter individuellement chaque commune en avril-juin 2018,
- ✓ - expliquer démarche, identifier les contacts, recueillir les quantités à livrer
- ✓ - organiser les 410 livraisons, corriger les erreurs de livraisons, etc.
- ✓ Livraisons aux communes étalées entre août et novembre 2018, gérées par Agence en lien avec chargés de mission
- ✓ Distribution BAL, à la main des communes, étalées de août 2018 à mars 2019 selon contraintes internes.



## 2 – Synthèse du REX de la campagne 2018

### Un bilan mitigé qui appelle à requestionner cette organisation

- => 84% des communes se sont déclarées satisfaites ou très satisfaites des échanges
- => Mais logistique de routage individualisée particulièrement lourde, diverses erreurs à corriger
- => **Des reliquats très importants à gérer** (environ 8 % de brochures en trop)
- => Une charge également importante pour les communes, avec des problèmes de qualité de la distribution sur plusieurs grosses communes
- => **Brochures diffusées sur une longue période : pas cohérent avec l'objectif initial**, perte de la synergie avec les actions de communication d'octobre-novembre 2018)

Pour 2023, extension du périmètre à 660 communes, 3,5 million d'hab concernés...

- **APORA passerait commande prestataire unique (Groupe La Poste)** chargé de la distribution en BAL (*estimation actuelle 250 k€ HT, pour 1,7 million d'adresses*)
- **Profond changement pour les communes** : Service mutualisé, Livraison homogène à une date donnée, économie du temps agent et des coûts par rapport à 2018
- **Les grandes communes seraient mises à contribution** pour un effort budgétaire similaire



## 3 – Point d’avancement de la campagne Les Bons réflexes 2023

Corinne THIEVENT (SPPPY)

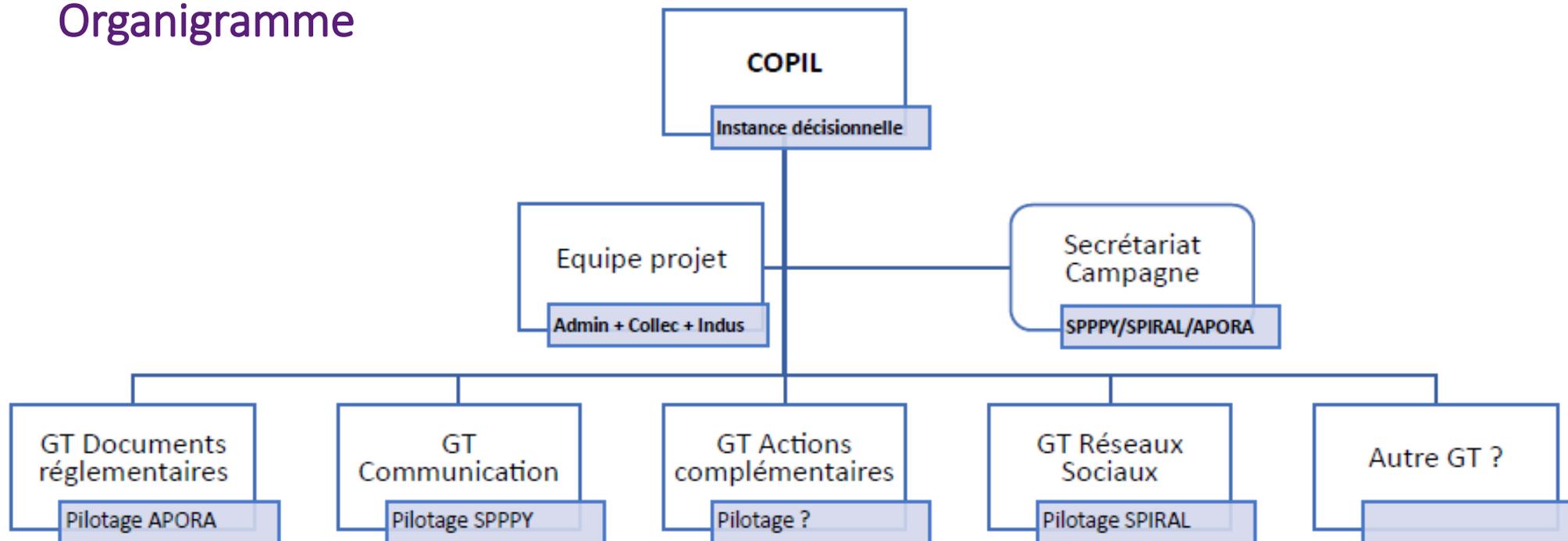
Guillaume BREJASSOU (SPIRAL)

Fabien POURPRIX (APORA)



### 3 – Point sur l'organisation mise en place

#### Organigramme



Extrait : note d'organisation de la campagne LBR 2023 – Janvier 2023

- Autres GT, plutôt à compter de septembre 2023, selon les chantiers identifiés par le GT COMM
- Besoin d'une reprise de l'animation sur le GT Réseaux Sociaux



## 3 – Point sur l'organisation mise en place

### Compositions / Rôles / Missions

Instances	Composition	Rôles/missions	Organisation
<b>COFIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Co-présidence</b> : DREAL/GAM/Métropole de Lyon</li> <li>✓ <b>Composition</b> : ensemble des parties prenantes et membres des différents GT</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Partager/valider les orientations stratégiques</li> <li>✓ Recueillir les attentes complémentaires et répondre aux interrogations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>2023</b> : 1 réunion tous les 2 à 4 mois selon besoin – <b>COFIL 1 le 6/03/23</b></li> <li>✓ <b>2024 à 2027</b> : 1 réunion par an</li> </ul>
<b>Équipe projet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Secrétariat Campagne</li> <li>✓ DREAL – PRICAE &amp; ASN (<i>M. Thomas, J. Bai</i>)</li> <li>✓ Préfecture 38 (<i>V. Forand</i>)</li> <li>✓ Industriels (<i>M. Guironnet, P. Pouchot, I. Bonnassin et X. Fargues</i>)</li> <li>✓ Collectivités (<i>N. Chavanis et F. Dhainaut</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Faciliter la prise de décision en COFIL</li> <li>✓ Superviser les travaux / orientations des GT</li> <li>✓ Définir les positions stratégiques à faire remonter au COFIL</li> </ul>	Réunions régulières ( <i>toutes les 2 à 4 semaines</i> ) <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Réunion 1 : le 12/01/23</li> <li>✓ Réunion 2 : le 01/02/23</li> <li>✓ <b>Réunion 3 : le 28/02/23</b></li> </ul>
<b>Secrétariat Campagne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ SPPPY (<i>C. Thievent</i>)</li> <li>✓ SPIRAL (<i>G. Brejassou</i>)</li> <li>✓ APORA (<i>F. Pourprix</i>)</li> </ul>	« Cheville ouvrière » <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Participer à la préparation/pilotage de toutes les réunions</li> <li>✓ Préparer/piloter le projet (<i>budget/planning/organisation</i>)</li> <li>✓ Préparer les documents, ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Réunion a minima hebdomadaire</li> <li>✓ Échanges réguliers/quotidiens sur travaux en cours</li> </ul>



## Point sur l'organisation mise en place

### Compositions / Rôles / Missions

Instances	Composition	Rôles/missions	Organisation
GT Docs	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pilote : APORA (<i>F. Pourprix</i>)</li> <li>✓ Composition : Secrétariat campagne + Industriels + Collectivité + Administration + <b>cabinet de com.</b></li> <li>✓ <i>Ss groupe : GT Docs resserré (15 pers.)</i></li> </ul>	Piloter la conception et la production des documents réglementaires en lien avec le cabinet de communication	5 à 6 GT d'ici l'été 2023 en distanciel via Teams ✓ GT 1 : le 13/12/22 ✓ GT 2 : le 21/02/23 ✓ <b>GT 3 : le 14/03/23</b>
GT Comm	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pilote : SPPPY (<i>C. Thievent</i>)</li> <li>✓ Composition : Secrétariat campagne + Industriels + Collectivité + Administration + Association</li> <li>✓ <i>SS groupe à constituer ?</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Définir la stratégie de communication</li> <li>✓ Piloter l'élaboration de supports complémentaires</li> </ul>	5 à 6 GT d'ici fin 2023 ✓ <b>GT 1 : le 27/03/23</b>
GT Actions complémentaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Pilote : à définir</i></li> <li>✓ Composition : Secrétariat campagne + Industriels + Collectivité + Administration + Association + Education nationale</li> </ul>	<i>Voir si pertinence de l'intégrer au GT Com ?</i>	?
Ss GT : réseaux sociaux / site internet ...	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pilote : SPIRAL (<i>G. Brejassou</i>)</li> <li>✓ Composition : Secrétariat campagne + industriels + Collectivité + PRICAE (<i>mission communication</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Définir et déployer la communication d'accompagnement sur RS</li> <li>✓ Piloter une refonte partielle du site</li> </ul>	5 à 6 GT d'ici fin 2023



## 3 – Consultation « documents réglementaires » Choix du prestataire

- Définition d'un cahier des charges en 2 lots :
  - ✓ **Lot 1** : conception des brochures/affiches/enveloppes voire magnets (*pré-production : charte graphique, message/accroche, format, ...*)
  - ✓ **Lot 2** : impression, assemblage et mise sous pli des documents
- Consultation engagée le 24/01/23 auprès de 5 prestataires
- 4 réponses reçues & évaluation (*équipe projet + GT Docs resserré suivant grille d'évaluation à 20 critères*)
- **Conclusion de l'évaluation** : le prestataire historique est le seul à la hauteur des enjeux de la campagne et du CDC, avec des propositions « innovantes »



## 3 – Consultation « documents réglementaires » Choix du prestataire

### Évolution 1

# Le format de la brochure

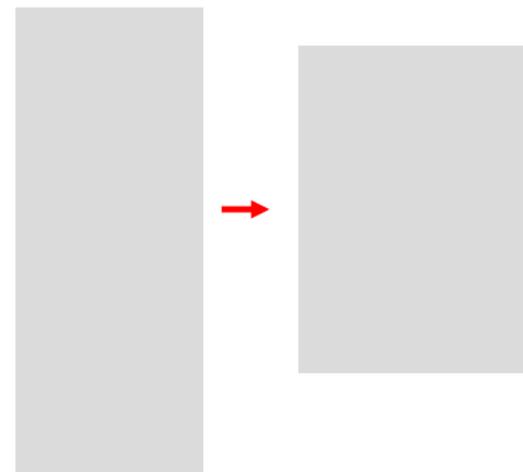
## Principales évolutions envisagées

### Passage de 12x30 cm à A5

Bien que plus classique, le A5 présente l'avantage :

- d'offrir une bonne prise en main (pas de risque que le document s'affaisse car trop long) et donc de permettre une **réduction du grammage** du papier
- de permettre une **optimisation de l'impression** (par rapport à l'ancien format)
- d'être moins contraignant en termes de mise en page.

**La fin des prospectus de la grande distribution dans les boîtes aux lettres en septembre 2023** augmente en outre les chances que la brochure ne passe pas inaperçu au milieu du courrier.





## 3 – Consultation « documents réglementaires » Choix du prestataire

### Évolution 2 La pagination

## Principales évolutions envisagées

### Fin des pages entières dédiées aux entreprises



Nous pensons qu'une marge de manœuvre dans la quête d'allègement des plaquettes réside au niveau des pages entreprise. En effet, une page par entreprise nous semble conséquent. Or non seulement ce type d'information intéresse probablement peu les lecteurs, mais les intéressés peuvent la trouver sur le site internet de la campagne. C'est pourquoi nous proposons de réduire cette emprise en **ramenant les présentations d'entreprise à 3 ou 4 par page**, selon volume du tableau des risques.

Pour y parvenir, nous proposons de réduire le texte à ce qui nous semble être l'essentiel (dénomination, coordonnées, type d'industrie - sans rentrer dans le détail - et tableau des risques) associé à un QRcode permettant de consulter une information enrichie.

Remarque : cela implique d'améliorer la présentation en version mobile des fiches entreprise, et de travailler un système efficace d'url de redirection faciles à lire et à composer.

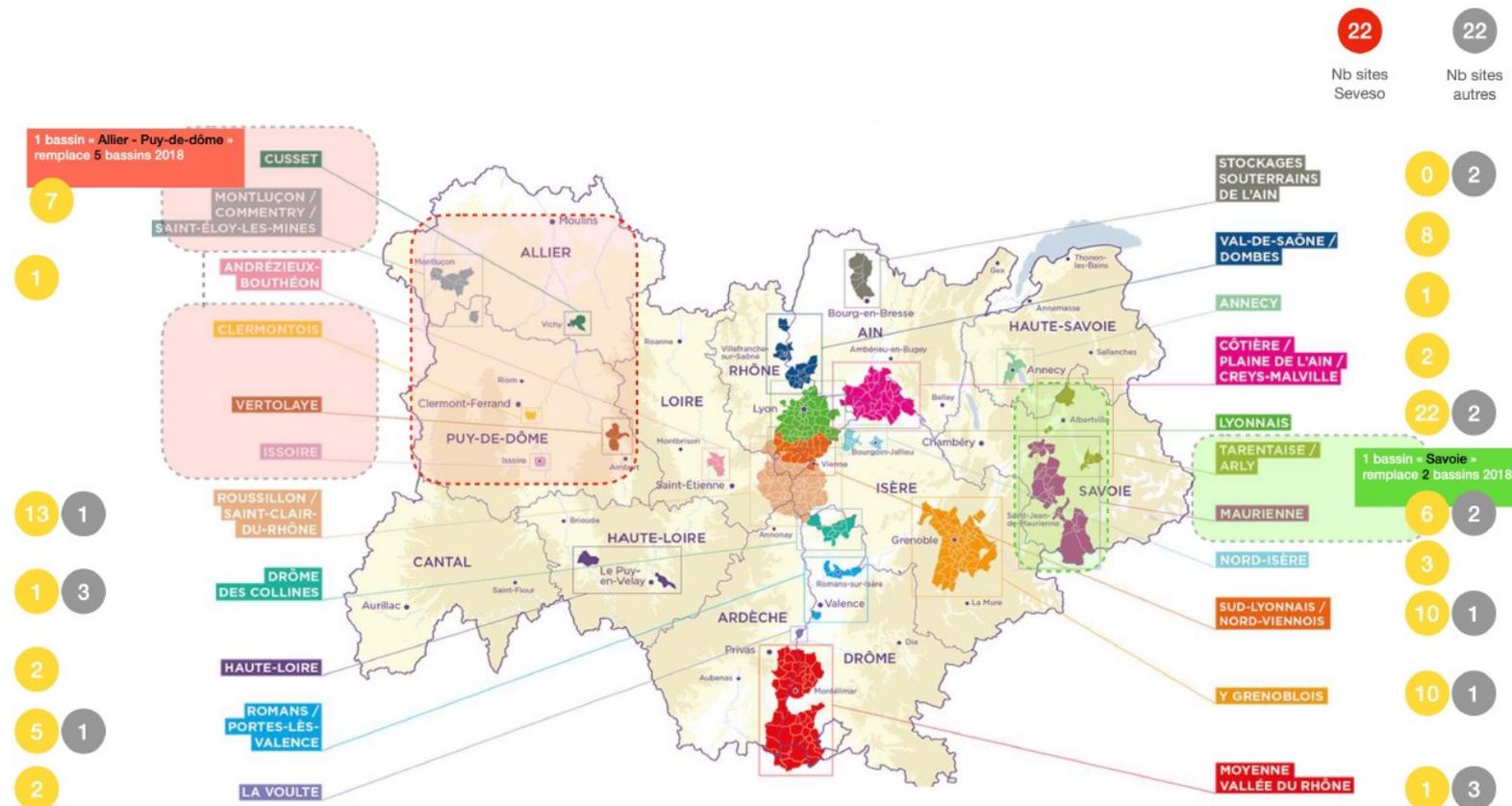


# 3 – Consultation « documents réglementaires » Choix du prestataire



## PROPOSITION 2023 : 17 BASSINS

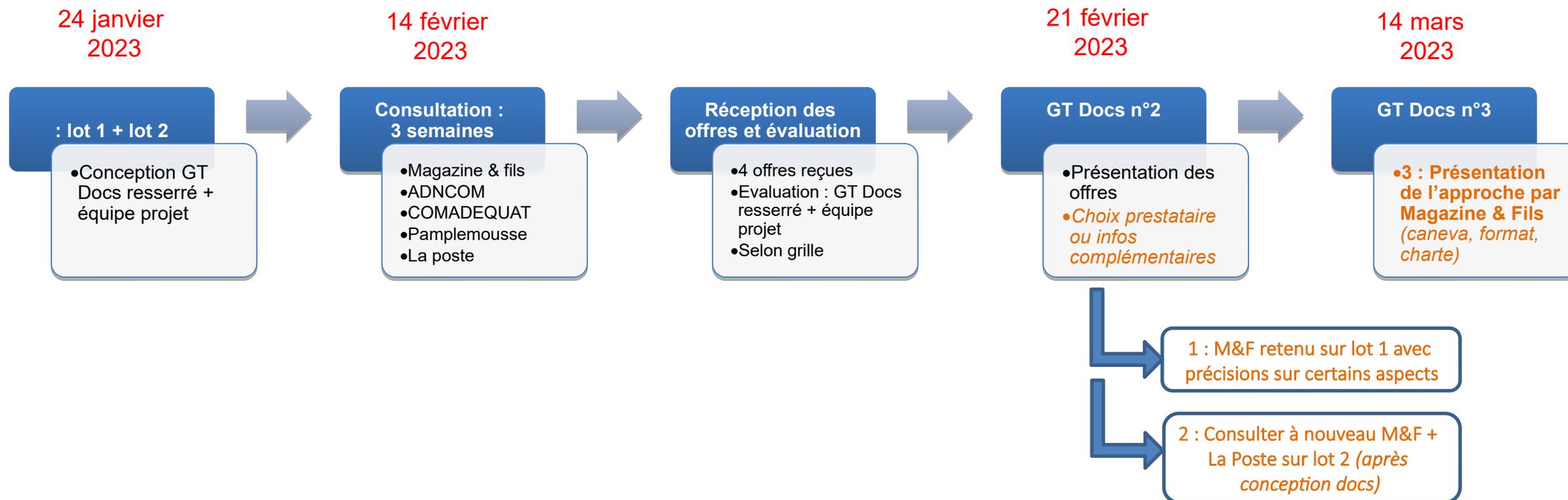
Principales évolutions envisagées





## 3 – Consultation « docs régl. »- Choix du prestataire

- Synthèse et choix





## 3 – Consultation « docs régl. »- Choix du prestataire

- Et la suite...
- => Phase de travail cruciale avec Agence sur la conception des supports sur les 2 prochains mois

Tâches	Mars				Avril				Mai			
	Semaine 10	Semaine 11	Semaine 12	Semaine 13	Semaine 14	Semaine 15	Semaine 16	Semaine 17	Semaine 18	Semaine 19	Semaine 20	Semaine 21
<b>GT DOCS N°3 : 14/03/23</b>												
<b>Nouvelle consultation lot 2 (M&amp;F / La Poste)</b>												
<b>Travaux GT Docs resserré avec M&amp;F</b>												
choix des contenus/textes												
mise en page												
validation maquette de référence												
<b>GT DOCS N°4 : Mi-Mai</b>												
présentation des travaux												



## 3 – Point sur le volet distribution

- Volonté de confier à La Poste la **distribution des brochures**
- **Choix stratégique motivé au regard du REX 2018 et de l'augmentation du périmètre en 2023**
- **Objectifs :**
  - ✓ Assurer la distribution sur un temps « court » (*10 jours max*) correspondant au temps « fort » de la campagne (*à partir du 13/10/23*) ;
  - ✓ Assurer une synergie avec les autres actions de communication, initiées au démarrage de la campagne ;
  - ✓ Dimensionner au mieux les volumes à imprimer, au regard du nombre de BAL du périmètre « campagne » fortement élargi Vs 2018 ;
  - ✓ Simplifier le processus logistique et la gestion de reliquats.
- Échanges en cours avec plusieurs communes pour évaluer la faisabilité de leur contribution financière à la distribution



# 4 – Budget prévisionnel version 1

Fabien POURPRIX (APORA)



## 4 – Budget prévisionnel version 1

### Budget / Principes

- Les industriels financent essentiellement la partie réglementaire : conception/impression des brochures & affiches : **appels de fonds par APORA**
- Actions non réglementaires financées par des subventions des autres acteurs (*Etat / collectivités*) à solliciter en ce sens.
- **La clé de répartition des dépenses entre les industriels sera reconduite pour 2023** (*forfait fonction taille établissement et ratios calculés selon effectifs / nb de communes concernées / périmètre PPI et nb d'habitants concernés*)

# Projet de Budget V1 : objectif maîtrise des dépenses



CHARGES EN EUROS HT	2018-2023	2023-2028 sans magnet/17 bassins	RECETTES EUROS HT	2018-2023	2023-2028
<b>Actions réglementaires : financement par industriels</b>					
<b>Lot 1</b>					
Pré-production et création brochures/affiches/enveloppes	77 080 €	96 000 €	Reliquats contributions campagnes précédentes	47 384 €	126 526 €
carte des bassins	2 000 €				
<b>Lot 2</b>					
Impression brochures/enveloppes, assemblage et mise sous pli	375 680 €	270 000 €	Appels de fonds industriels	888 033 €	800 000 €
Impression affiches	9 770 €	7 000 €	Participation communes / distribution	0 €	à préciser
<b>Distribution</b>					
Distribution brochures habitants/entreprises La Poste	0 €	250 000 €			
Distribution affiches/brochures (pour entreprises, ...)	2 176 €	15 000 €			
Colisage/routage/transport/stockage	98 868 €	15 000 €			
<b>Autres</b>					
Frais de gestion et Prestation APORA sur 5 ans	121 362 €	120 000 €			
REP CITEO	6 102 €	8 000 €			
Site internet (création, formation WP, mise à jour CNPE, ...) *	29 944 €	15 000 €			
Hébergement maintenance site 5 ans	6 270 €	7 000 €			
N° vert LBR 5 ans (enregistrement, abo et communication)	3 590 €	4 000 €			
Enquête de perception	44 500 €	40 000 €			
CDD campagne	64 464 €	0 €			
<b>SS TOTAL 1</b>	<b>841 806 €</b>	<b>847 000 €</b>	<b>SS TOTAL 1</b>	<b>935 417 €</b>	<b>926 526 €</b>
<b>Actions non réglementaires : financement par subventions publiques</b>					
Distribution des brochures par les communes			Reliquats subventions campagnes précédentes		14 878 €
Actions complémentaires diverses (scolaires, ATRISC, ...)	30 062 €	100 000,00 €	Subventions DGPR/DREAL	80 000 €	à préciser
Magnets et 4 pages *	124 020 €		Subventions SPPPY SPIRAL		à préciser
Réseaux sociaux		60 000,00 €	Subventions GAM	30 000 €	à préciser
			Subventions Métropole de Lyon	40 000 €	à préciser
			Autres subventions (AFPCNT, autre)		à préciser
<b>SS TOTAL 2</b>	<b>154 082 €</b>	<b>160 000,00 €</b>	<b>SS TOTAL 2</b>	<b>150 000 €</b>	<b>14 878 €</b>
<b>TOTAL</b>	<b>995 888 €</b>	<b>1 007 000,00 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1 085 417 €</b>	<b>941 404 €</b>

\* prise en charge pour partie DREAL

\*\* financement industriel complet 2018 = 808 891,18 €



## Un budget 2023 maîtrisé

- Le budget du volet à charge des industriels sera maîtrisé, malgré plusieurs éléments de contexte défavorables (*inflation, extension géographique, intégration du volet distribution*).
- Les propositions de rationalisation de Magazine (*passage en format A5, diminution du grammage des brochures, regroupement des bassins, suppression des magnets*) permettent d'envisager une optimisation du budget « impression » des brochures.



## 5 – Prochaines échéances



## 5 – Prochaines échéances

### GT Documents réglementaires n° 3

- Le 14 mars 2023 de 9h30 à 11h30 – Visio-conférence Teams

### GT Communication n°1 :

- Le 27 mars 2023 à 14h00 – Visio-conférence Zoom

### COFIL n°2, date à confirmer

Juin 2023 – Mixte présentiel (*Lyon*) / Distanciel

### COFIL n°3

Septembre 2023 – Mixte présentiel (*Lyon*) / Distanciel



## Prochaines échéances

- Envoi d'un courrier à tous les industriels concernés par la DREAL AuRA : avril/mai 2023
- Premier appel de fonds industriels par APORA : mai/juin 2023
- Envoi d'un courrier à toutes les communes concernées par les préfets : mai 2023
- Webinaire pour les communes concernées : mai / juin 2023





## 6 – Questions diverses



# Merci de votre attention

[www.lesbonsreflexes.com](http://www.lesbonsreflexes.com)

[www.facebook.com/bonsreflexes](http://www.facebook.com/bonsreflexes)

<https://twitter.com/LesBonsReflexes>

[www.youtube.com/channel/UCKNxUXwWBVtQOVINQN8\\_m\\_w](http://www.youtube.com/channel/UCKNxUXwWBVtQOVINQN8_m_w)