

## Faire connaître les résultats du monitoring des micropolluants et les mesures de réduction des risques

*Développer et mettre en œuvre une stratégie de communication raisonnée sur les micropolluants.*

### CONTEXTE ET ENJEUX

De nombreux micropolluants (pesticides, médicaments, cosmétiques) sont mesurés dans les eaux du Léman, dans les sédiments et dans les poissons depuis le milieu des années 2000.

Ce monitoring a montré que beaucoup de substances chimiques étaient détectables en quantité parfois non négligeable et qu'elles pourraient représenter un risque, notamment pour les écosystèmes, mais également pour la santé humaine.

Pour réduire ces risques, des actions ont été entreprises par la CIPEL (par ex. communication sur l'usage des pesticides dans les jardins, discussions avec les industriels) ou ses membres (par ex. traitements supplémentaires dans les STEP, etc.).

Avec son programme de surveillance et d'études, la CIPEL a le potentiel pour alerter dans ce domaine. Pour bien jouer ce rôle, elle doit être dotée d'une stratégie de communication qui s'appuie sur des instruments efficaces et professionnels.

### LES ACTIONS À ENTREPRENDRE

1. Etat des lieux de la pollution par les micropolluants, au niveau historique et spatial. Evaluation des risques et des incertitudes liées, analyse des tendances temporelles (poursuite de l'existant, cf. rapport scientifique annuel).
2. Faire un bilan des mesures prises et de leur efficacité. Faire le bilan des mesures qui devraient être prises et des éventuels freins à leur mise en place.
3. Mettre à jour les besoins de communication mais également les limites (balance entre transparence et sensationnalisme anxiogène).
4. Définir/aboutir et mettre en œuvre la stratégie de la CIPEL pour communiquer sur ce domaine et les moyens à développer à la fois pour une communication planifiée (documents, site internet, blog, médias sociaux...) et en cas d'alerte (relations médias, médias sociaux).
5. Mettre en œuvre le plan de communication.
6. Réaliser un bilan des actions de communication à mi-parcours du plan d'actions et révision de la stratégie.