



***Mobiliser les collectivités locales  
en faveur des zones humides***

**Le regard gémapien**

- ➔ **Cible principale : collectivités locales**
- ➔ **Les hérauts : 4 CEN du bassin RMC**

<https://zones-humides-rhonalpines.org>

Hell'eau !

*Elaboration d'une stratégie  
de communication en  
faveur des zones humides*

**Début 2021**  
*Temps de partage*

*Elaboration d'outils  
de communication  
3 blocs d'actions*

*Elaboration  
d'outils*

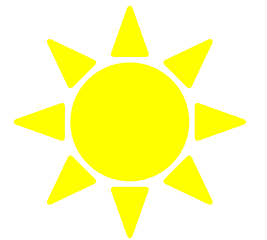
*Aboutissement des outils*

**Vendredi 13**  
*Mobilisation générale*

*Elaboration d'une feuille de route  
de campagne (de mobilisation)*

*Digestion / préparation*

*Un semestre à  
la campagne*



Il était une fois

2021

2022

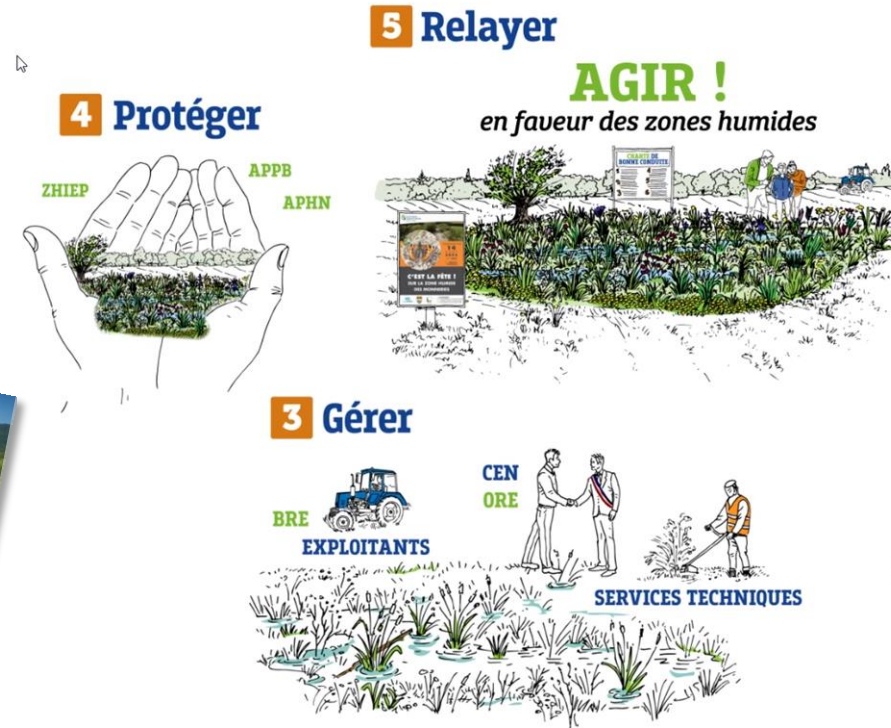
2023

2024

« les ZH, c'est nickel ! »

<https://zones-humides-rhonalpines.org>

- Des ressources techniques
- Des témoignages
- Des fiches pratiques
- 3' de vidéo d'animation



## 1 S'informer



Réglementation  
Collectivités  
compétentes



## 2 Planifier



#DIFFUSION  
SOCIALE

#INTELLIGENCE  
COLLECTIVE

## 1 • L'INTENTION

**MOBILISER LES ÉLU·ES LOCAUX  
SUR LE SUJET DES ZONES HUMIDES, c'est à dire :**

**#1** Rassembler **#2** Mettre en mouvement **#3** Engager

## 2 • LES 3 GRANDS OBJECTIFS

### **#1 CHANGER DE POSTURE VIS-À-VIS DES ÉLU·ES**

#ACCOMPAGNEMENT  
AUX CHANGEMENTS

#### L'ENJEU

Aujourd'hui sur tous les sujets liés à la préservation des écosystèmes naturels et au dérèglement climatique, il y a un **décalage** entre :

- Le pôle des **expert·es**, auquel les CEN appartiennent, qui voient l'urgence à agir et disposent d'une masse de savoirs scientifiques et techniques pour l'étayer.
- Le pôle des **non-sachants**, auquel les élu·es appartiennent, qui ne sont pas prêts à la voir pour différentes raisons (climato-dénialisme, méconnaissance des sujets...).

#### LA RECOMMANDATION

Réduire cet écart demande de passer de la posture d'expert·e à la **posture d'accompagnateur·ice**, pour :

- **Se mettre à l'écoute** en partant des difficultés rencontrées par les élu·es et des problématiques des territoires
- **Créer un espace de dialogue** où les 2 polarités peuvent s'entendre et co-construire
- **Éviter les effets boomerang contreproductifs** (dénî, trollage...)

#### POUR ALLER + LOIN

- Travail réalisé par le GRAINE AURA sur [l'accompagnement aux changements](#)
- Emission de BLAST sur les limites de la posture d'expert·e [«Malgré l'été de tous les records, tout continue comme avant»](#)

### **#2 CRÉER DU LIEN ENTRE LES ÉLU·ES QUI AGISSENT ET LES ÉLU·ES QUI VEULENT AGIR**

#### L'ENJEU

En matière de préservation des zones humides, il y a :

- les élu·es **«aux mannettes»** (compétence Gémapi) pour lesquels il fait sens de prendre en compte les zones humides ;
- les élu·es qui **portent les compétences de planification** (SCOT, PLU, tourisme, économie, agriculture...) qui peuvent voir les zones humides comme des contraintes au développement de leurs projets.

Il y a aussi des **élu·es pionniers**, qui ont expérimenté des actions exemplaires, et les CEN qui disposent d'une pratique éprouvée en matière de gestion d'espaces naturels.

#### LA RECOMMANDATION

**Mettre en réseau** les élu·es et les acteurs :

- **Faire grandir** «le club qui agit»
- Utiliser le levier des **échanges de bonnes pratiques entre élu·es** (les élu·es qui font parler à ceux qui veulent agir)
- Valoriser les **réalisations exemplaires**
- Démontrer qu'il **y a des choses à faire**

### **#3 FORMER LES ÉLU·ES AUX ENJEUX DE L'EAU**

#### L'ENJEU

Les élu·es locaux **méconnaissent les enjeux de l'eau et des écosystèmes naturels**. Dans les programmes de formation qui leur sont proposés, les sujets du développement durable sont très minoritaires, et le thème de l'eau est abordé sous l'angle de l'assainissement ou de la gestion de la sécheresse.

#### LA RECOMMANDATION

Arriver à glisser le sujet de la ressource en eau dans le **programmes de formation des élu·es**, comme finalité ultime de cette campagne :

- Lobbying auprès des associations de maires et clubs d'élu·es
- Lobbying avec les EPCI auprès de leurs collectivités membres

#PÉDAGOGIE  
DU BA-ba

## 3 • LES CIBLES DE LA CAMPAGNE

### #1 LES ACTEURS « AUX MANNETTES » DE LA PRÉSERVATION DES ZONES HUMIDES

#### QUI SONT-ILS ?

- **Élu·es Gémapi** qui travaillent étroitement avec les CEN.
- Tous les acteurs, **élu·es, administrateur·ices et salarié·es, de l'écosystème partenarial** : Agence de l'eau, comités de bassin, réseaux DDT, Office Français de la Biodiversité, réseaux Association rivière Rhône-Alpes Auvergne, CPIE, Graine, France Nature Environnement, Départements, Agate en Savoie...

#### LA CAMPAGNE VA LES INVITER À..

- **Lancer un mouvement d'acteurs engagés** en faveur des zones humides et qui se fédèrent sous une bannière (exemples de mot d'ordre : #TERRITOIRES MOBILISÉS POUR L'EAU ou #TERRES D'EAU, BASSINS DE VIE)
- **Témoigner** / partager leurs bonnes pratiques
- **Co-construire** des solutions pour l'**avenir des territoires**

### #2 LES ÉLU·ES QUI AMÉNAGENT LE TERRITOIRE

#### QUI SONT-ILS ?

- **Maires et élu·es** de communes, de communautés de communes et de syndicats ayant les **compétences de planification** (SCoT, PLU-i)
- Élu·es à l'**urbanisme**, au **tourisme**, au **développement économique**, à l'**agriculture**...

LEUR MESSAGE  
#LES ZONES HUMIDES,  
L'INVESTISSEMENT

LEUR MESSAGE  
#LES ZONES HUMIDES,  
PÔLES DE SERVICES GRATUITS

#### LA CAMPAGNE VA LES INVITER À..

- **Comprendre les enjeux** de la ressource en eau et des zones humides
- **Découvrir les services** rendus par les zones humides
- **Avoir envie de travailler avec des expert·es** et de solliciter leur expertise lorsque des projets impliquent des zones humides
- **S'engager sur des « petits pas possibles »** voire des « petites expériences irréversibles »

### #3 LES CIBLES-RELAIS

#### QUI SONT-ELLES ?

- L'**écosystème partenarial**
- Les **associations de maires** et clubs d'élu·es, notamment l'Association des Maires Ruraux, l'Association des élus des Bassins, l'Association Nationale des Élus de Montagne...
- Les **EPCI** pour toucher les collectivités membres
- Les **médias** : presse professionnelle spécialisée (collectivité, environnement, économie, bâtiment tourisme...) et réseaux sociaux (vecteur de communication très utilisés par les élu·es)
- Les **agent·es de collectivité** : DGS et services techniques dans les communes de moins de 3000 habitants, services environnement, urbanisme, tourisme... dans les communes plus importantes et communautés de communes.

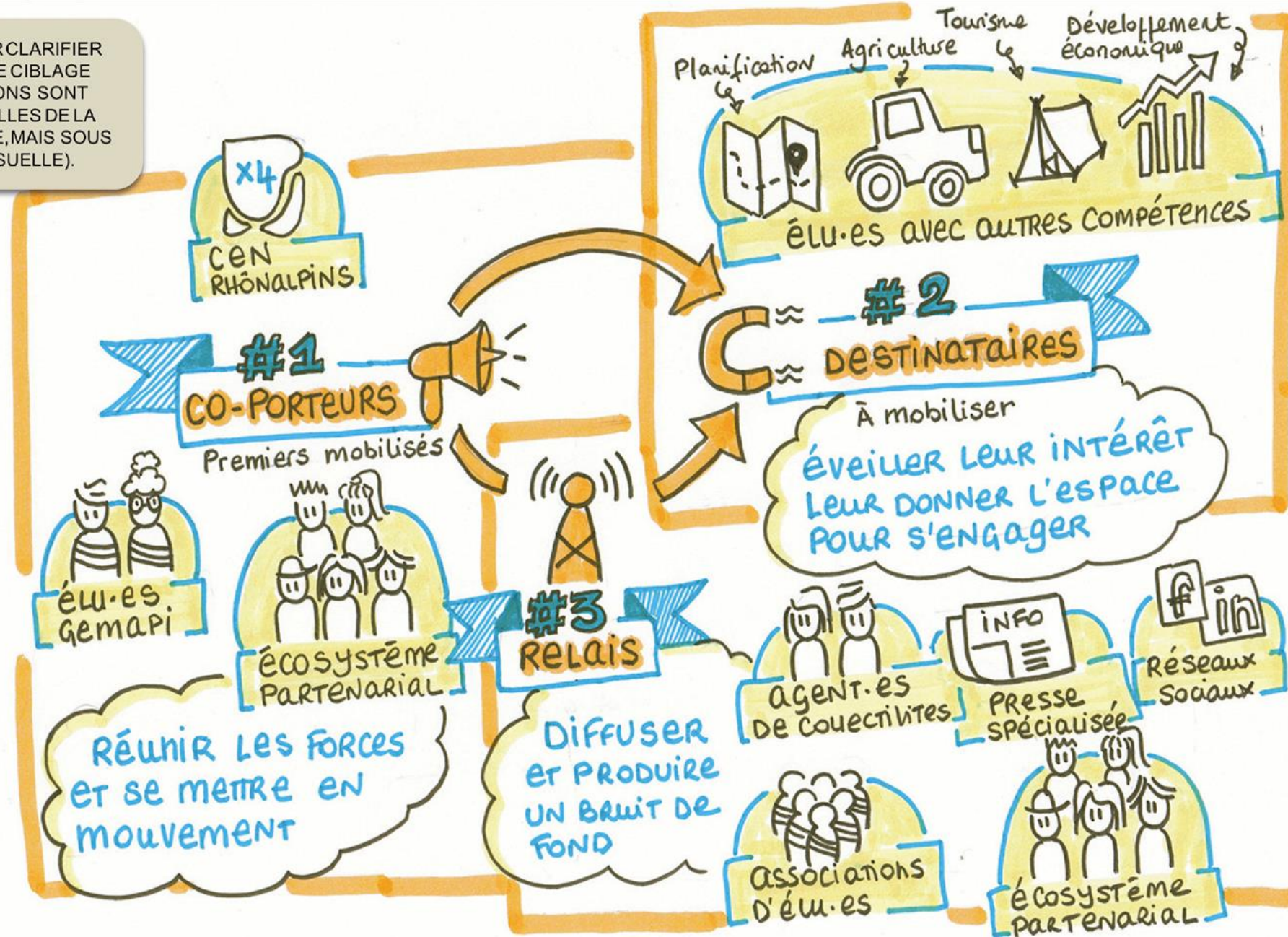
#### LA CAMPAGNE VA LES INVITER À..

- **Diffuser** l'information
- **Sensibiliser** les élu·es ciblés par la campagne
- **Rejoindre le mouvement** des acteurs engagés

LEUR MESSAGE  
#LES ZONES HUMIDES,  
ATOUTS POUR LES  
TERRITOIRES

# Partis pris - Objectifs et cibles

UN SCHÉMA POUR CLARIFIER  
LA STRATÉGIE DE CIBLAGE  
(LES INFORMATIONS SONT  
IDENTIQUES À CELLES DE LA  
PAGE PRÉCÉDENTE, MAIS SOUS  
UNE FORME VISUELLE).





*Il faut un kit de campagne !*

*et mobiliser du théâtre forum !*



*formation des élu·es sur le thème  
« comment aménager le territoire pour  
préserver les ressources en eau ? »*

*Il ne s'agit pas de faire  
du nouveau, plutôt capitaliser  
sur ce que tous les acteurs  
engagés font déjà et de  
mettre en commun.*

*Un événement de départ :  
« une matinée en bottes ».*

*Trouver un parrain /une  
marraine pour nos zones  
humides, ce serait génial,  
non ?*



*Imaginer des nudges pour  
favoriser la compréhension  
des services rendus par les  
zones humides.*

