

Présentation de l'appel à projets « L'EAU D'ICI »

Un webinaire proposé par
le réseau CapTer

Mercredi 10 avril 2024

Avec

Sébastien HOARAU,

Chargé de mission Eau, Agriculture et Territoires
DREAL Bourgogne-Franche-Comté

Hélène ENGINGER,

Ginger Blue

Simon VESCOVI,

psychologue social, responsable stratégie et projet, NFÉtudes



A NOTER DANS VOS AGENDAS

LES ATELIERS DE L'EAU



PARTAGE & TERRITOIRES
Rencontres CapTer
1 & 2 OCT. 2024 • CLUNY (71)



Sébastien HOARAU,
Chargé de mission Eau, Agriculture et Territoires
DREAL Bourgogne-Franche-Comté





L'EAU
D'ICI

APPEL
À PROJETS

Accompagner les territoires
dans la reconquête
de la qualité de la ressource en eau



Webinaire de l'AAP « L'EAU D'ICI »

10 avril 2024



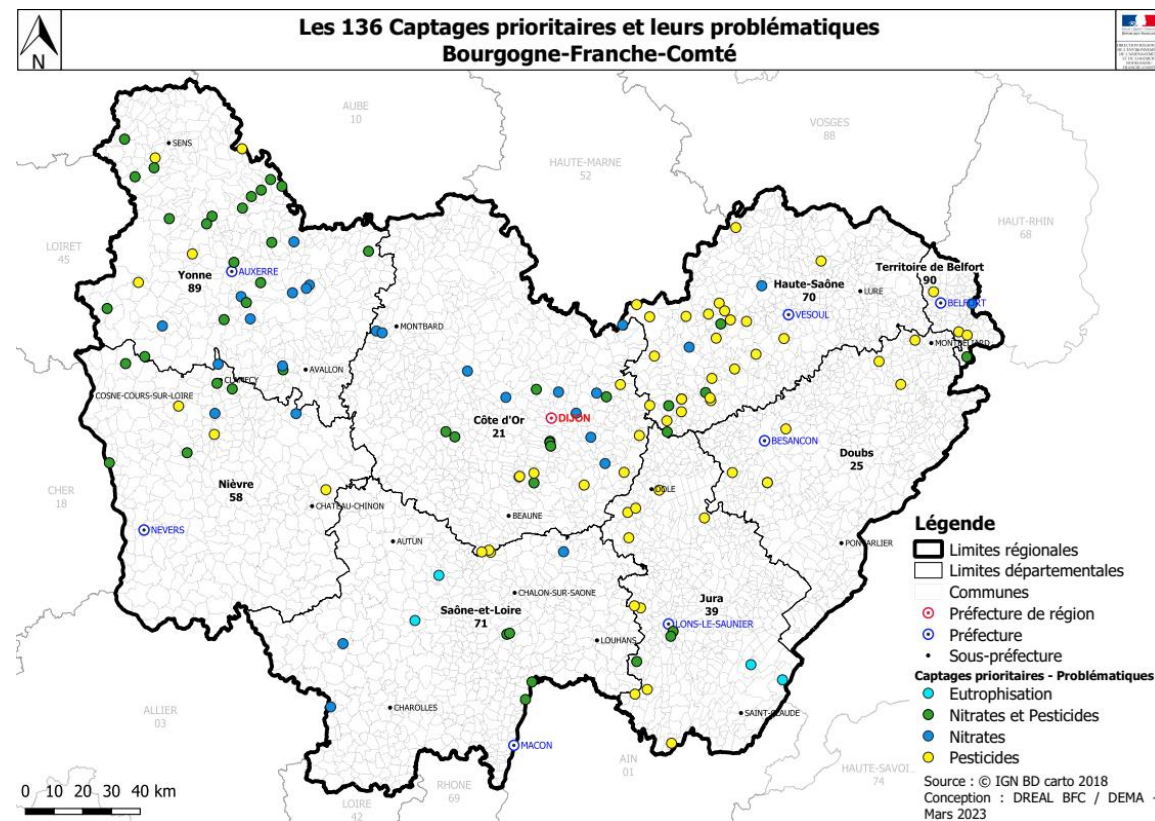
Plan

- 1) Contexte et enjeux en BFC
- 2) Présentation de l'appel à projets
- 3) Modalités pratiques de candidature

Contexte et enjeux en BFC

136 captages « prioritaires » en BFC
seconde région de France la plus
concernée par des problèmes de
pollution de la ressource en eau

**Difficulté de reconquête de la
qualité de façon pérenne**
malgré les mesures engagées depuis
plus de 20 ans

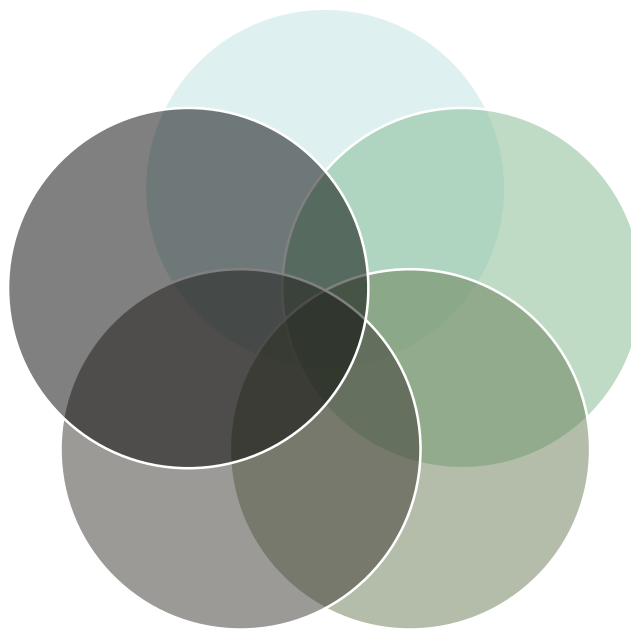


Une démarche innovante de concertation territoriale : « L'EAU D'ICI »

L'Elu(e) au cœur de la démarche

Développer une vision transversale qui intègre les aspects sanitaires, économique, sociaux et environnementaux

Inscrire l'action dans la durée



Démarche non descendante qui part du territoire.

Co-construction d'une feuille de route avec l'ensemble des acteurs

Changer l'échelle d'action, échelle du bassin de vie de la collectivité



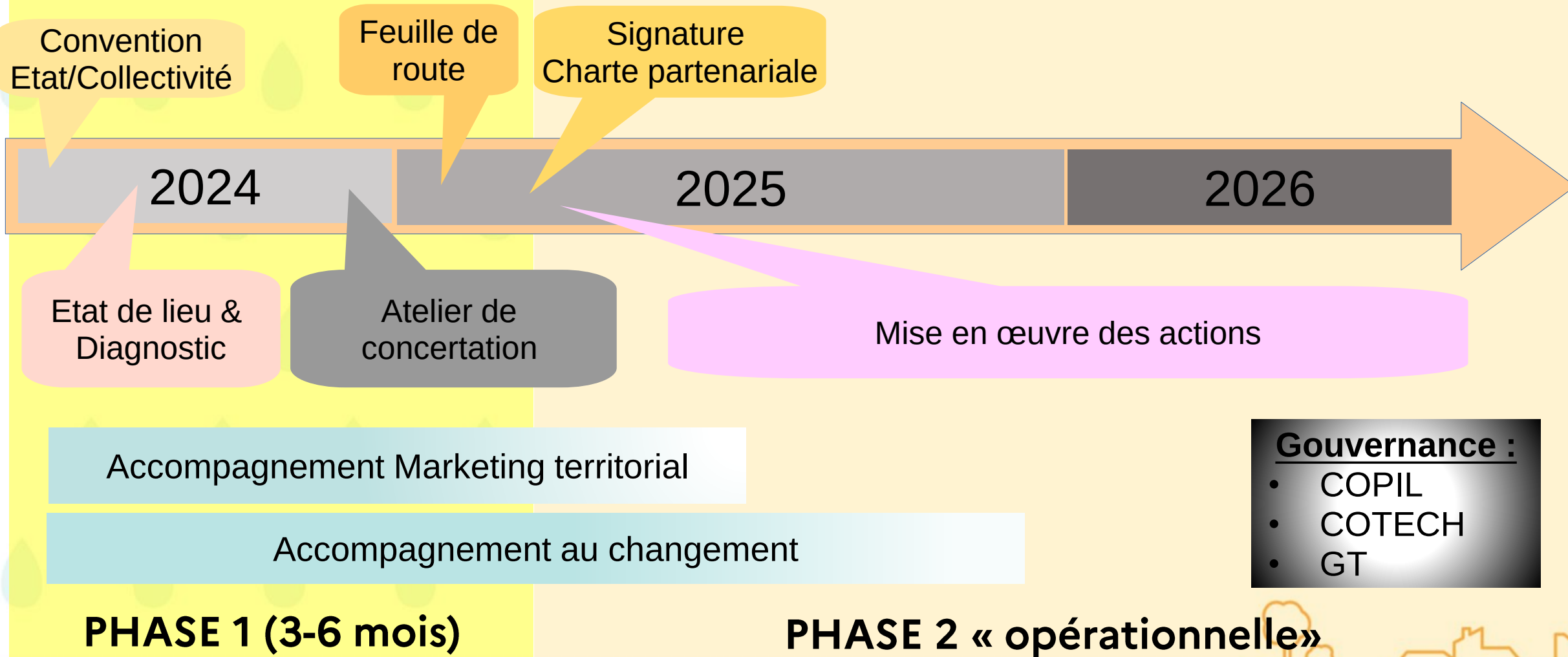


L'EAU
D'ICI

APPEL
À PROJETS

Accompagner les territoires
dans la reconquête
de la qualité de la ressource en eau

Exemple de calendrier



Les bénéficiaires et les projets éligibles ?

Bénéficiaires / Porteurs de projets :

Tous EPCI implantés en Bourgogne-Franche-Comté ayant un/des captage(s) prioritaire(s) sur son territoire.

Les projets éligibles :

Ce sont les projets qui mobilisent à l'échelle de la collectivité tous les acteurs du territoire susceptibles d'apporter leur contribution à la construction d'un projet en faveur de la reconquête de la ressource en eau.



Les bénéficiaires et les projets éligibles ?

Modalités d'aide / Dotation / Accompagnement :

- Aide financière de 10.000€
- Mise à disposition de 2 bureaux d'études (Marketing Territorial et en sciences comportementales)



Quelles sont les étapes de l'AAP « L'EAU D'ICI » ?



Dates importantes :

- **Dépôt de la lettre d'intention pour le 03 mai 2024 inclus,**
- **Dépôt du dossier le 03 juillet 2024 inclus,**
- **Phase de sélection des dossiers en juillet 2024** sur la base d'une grille d'évaluation
- **Sélection des dossiers et mise en place des conventions DREAL/EPCI au plus tard en septembre 2024**

Grille d'évaluation de la candidature :

Critère d'évaluation	Détail du critère d'évaluation	Pondération %
1. Portage politique et technique	<ul style="list-style-type: none">Un « engagement/portage politique » fort, mettant en avant l'implication de la collectivité	Fixée par le Jury
2. Approche et méthodologie	<ul style="list-style-type: none">Ambitions au regard des actions déjà menées localementPertinence du projet qui prend en considération le volet collaboratif, c'est-à-dire une participation multi-acteursPrise en considération de l'ensemble des enjeux eau/environnement/santé/agriculture – alimentation/filières économiques durables et à bas niveau d'intrants sur tous les systèmes agricoles végétales et/ou animales	
3. Synergie de démarches	<ul style="list-style-type: none">Liens, cohérences, complémentarités ou synergies avec d'autres démarches portées sur le territoire (PAT, PCAE, stratégie foncière...)	
4. Faisabilité	<ul style="list-style-type: none">La faisabilité du projet dans ses objectifs globaux	
5. Pertinence	<ul style="list-style-type: none">Conformité aux objectifs généraux de l'AAP et à ses prioritésQualité et la clarté dans le montage du projet à l'échelle du territoire de la collectivité	
6. Capacité organisationnelle	<ul style="list-style-type: none">Le calendrier de construction du projet de territoire (ateliers de concertation à réaliser dans les 6 mois)	

Modalités pratiques de candidature

Dépôt dématérialisé du dossier de candidature :

Pour la collectivité, le dossier est à déposer en **2 étapes** :

1. **une lettre d'intention** est à transmettre **au plus tard le 03/05/2024** par courriel à :
dema.sbep.dreal-bourgogne-franche-comte@developpement-durable.gouv.fr
2. **le dossier est à saisir au plus tard le 03/07/2024** en remplissant le **formulaire en ligne** disponible sur l'adresse internet suivante :
<https://www.demarches-simplifiees.fr/commencer/aap-l-eau-d-ici-accompagner-les-territoires>





Modalités pratiques de candidature

Les documents d'informations utiles et téléchargeable pour construire son dossier sont disponibles en ligne sur le site de la DREAL :

<https://www.bourgogne-franche-comte.developpement-durable.gouv.fr/appe-a-projet-l-eau-d-ici-accompagner-les-a10550.html>

- Modèle de lettre d'intention (Docx)
- Formulaire de demande (PDF) + lien <https://www.demarches-simplifiees.fr/commencer/aap-l-eau-d-ici-accompagner-les-territoires>
- Règlement de l'AAP



Modalités pratiques de candidature

Renseignement et contact :

Référent appel à projet « L'EAU D'ICI » : **Sébastien HOARAU**, Chargé de mission eau, agriculture et territoires

Tél mobile : **06-61-82-22-16**

Courriel : sebastien-j.hoarau@developpement-durable.gouv.fr



Éléments partagés à l'issue du webinaire d'information :

- 1/ Compte rendu du webinaire
- 2/ Diaporama
- 3/ Résumé de la séance de questions-réponses
- 4/ Enregistrement du webinaire

Retrouvez ces éléments (et bien d'autres) dans la rubrique dédiée au réseau CapTer sur le site d'Alterre : <https://www.alterrebourgognefranchecomte.org/actions-en-cours/reseau-capter> ou directement à cette adresse : <https://www.alterrebourgognefranchecomte.org/ressources?detail=56731>





L'EAU
D'ICI

APPEL
À PROJETS



Accompagner les territoires
dans la reconquête
de la qualité de la ressource en eau



**Merci de
votre
attention**



Hélène ENGINGER,
Ginger Blue





ingénierie
du bien commun

LE MARKETING TERRITORIAL

UN OUTIL AU SERVICE DES COLLECTIVITÉS ENGAGÉES DANS « L'EAU D'ICI »

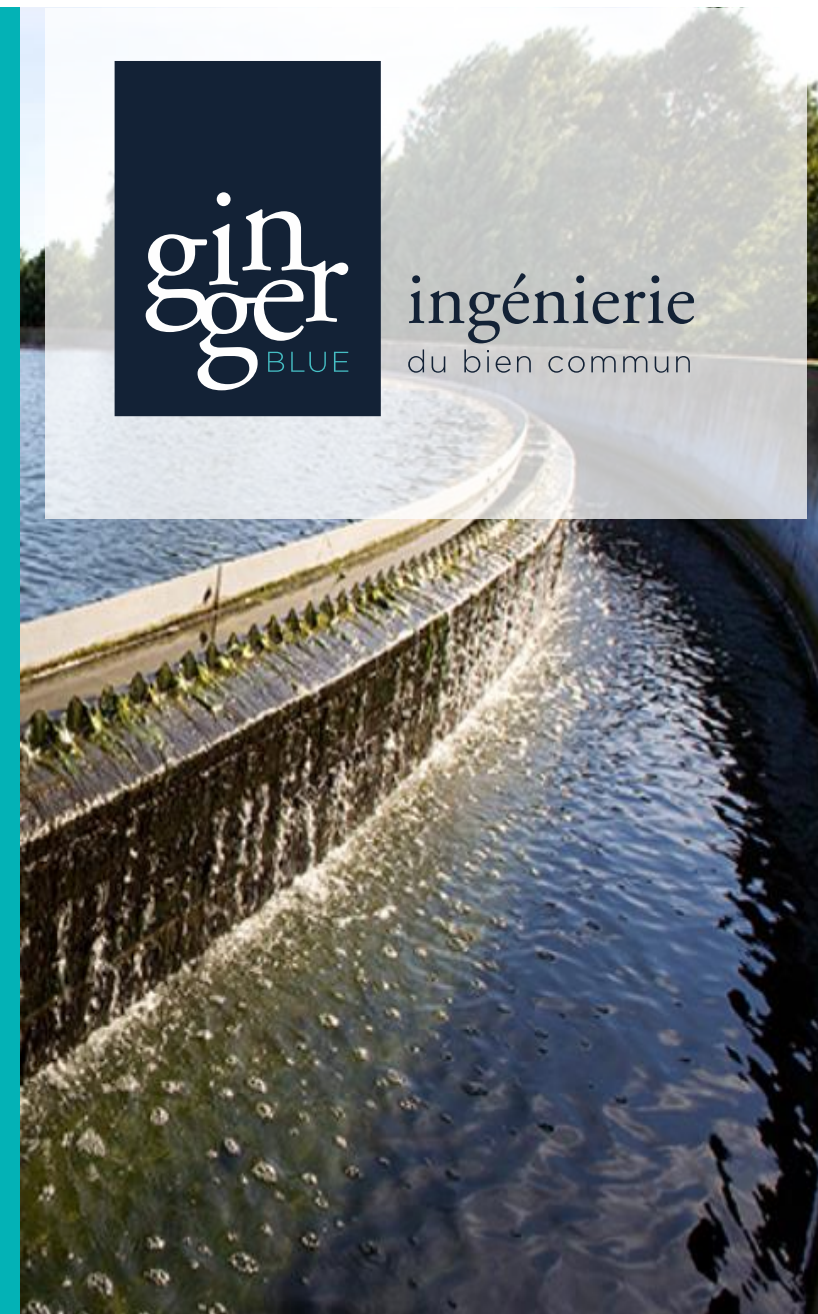


Ginger Blue, ingénierie du bien commun

- Spécialiste en communication publique et en stratégies d'influences
- Coordination de projets complexes de politiques publiques
- Forte expertise du secteur de l'eau et de l'environnement et bonne connaissance de l'écosystème de l'eau en France et dans le monde.

Références :

- Eau De Paris : Conseil stratégique et d'accompagnement en communication, relations presse, communication d'influence et communication de crise.
- Agence de l'Eau Loire-Bretagne : accompagnement en relations presse et communication de crise.
- Dijon Métropole : accompagnement de la marque territoriale Just Dijon, de grands projets de transition écologique et d'aménagement du territoire (Hydrogène, projet européen Response...).
- Régies publiques de l'eau Seine & Bièvre et RESO : marketing territorial, stratégies de communication et communication de crise.
- Ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales : Conseil stratégique en communication et accompagnement dans l'organisation de l'événement « 10 ans du plan ville durable ».





« L'EAU D'ICI » :

UN APPEL À LA MOBILISATION
EN FAVEUR DE LA PROTECTION
DE L'EAU

QUI S'APPUIE SUR LES FEUILLES
DE ROUTE

LA DÉMARCHE DE MARKETING TERRITORIAL

Le marketing territorial permet de bâtir une stratégie d'action collective, au service de la promotion du territoire et de l'intérêt général en :

- Valorisant la feuille de route co-construite avec les acteurs et portée par les collectivités.
- Mobilisant les parties-prenantes et les citoyens autour d'une ambition commune : la protection de l'eau.

L'appel à mobilisation « L'eau d'ici » propose à l'ensemble des **acteurs du territoire d'agir en faveur de la reconquête de la ressource** en eau.

LES OBJECTIFS DE LA MISSION DE MARKETING TERRITORIAL AU SERVICE DES COLLECTIVITÉS

- 1.** Construire un discours et défendre une vision politique ambitieuse et partagée à l'échelle du territoire sur les pollutions diffuses comme enjeu de santé publique
- 2.** Créer une véritable dynamique territoriale autour des enjeux de l'eau
- 3.** Rassembler et mobiliser les grands acteurs du territoire pour remettre la protection des captages au cœur des priorités et en faire un levier d'attractivité et de développement économique du territoire
- 4.** Développer des conditions favorables pour convaincre et mobiliser plus largement les agriculteurs en faveur de pratiques plus protectrices de l'environnement



UNE DÉMARCHE BASÉE SUR UNE DOUBLE APPROCHE



UNE STRATÉGIE D'ENGAGEMENT

Pour mobiliser l'écosystème du territoire dans une démarche transversale de protection de la ressource en eau

UNE STRATÉGIE DE PROMOTION DU TERRITOIRE

Pour encourager les collectivités et les acteurs de l'eau, notamment les agriculteurs, à faire de la qualité de la ressource en eau un levier d'attractivité du territoire

OBJECTIF :
la mobilisation des collectivités pour s'approprier une nouvelle méthode nommée « l'Eau d'ici »



**ACCOMPAGNER LES COLLECTIVITÉS
VOLONTAIRES À TRAVERS
PLUSIEURS ÉTAPES POUR METTRE EN
ŒUVRE LA DÉMARCHE DE
MARKETING TERRITORIAL**



**IDENTIFIER LES LEVIERS LOCAUX QUI VONT
PERMETTRE DE SUSCITER L'ADHÉSION LOCALE**

Pour fédérer les parties
prenantes et les
habitants autour des
enjeux de l'eau

**ÉLABORER UN DISCOURS ADAPTÉ
AU NIVEAU LOCAL POUR CHAQUE
TERRITOIRE**

Pour susciter l'engagement
autour d'une identité et
d'une ambition commune,
reconnue par tous dans le
territoire

**DÉFINIR UN PLAN DE COMMUNICATION ET
DE MARKETING POUR CHAQUE
COLLECTIVITÉ ENGAGÉE**

Pour avoir des bénéfices sur l'image
et l'attractivité du territoire qui
valorise l'action publique et
l'engagement des acteurs locaux



Mise en œuvre du plan d'actions co-construit avec les acteurs du territoire

Le plan d'actions de marketing territorial du dispositif L'Eau d'ici est déployé sur l'année selon :

- Les axes définis dans la feuille de route commune.
- Le calendrier établi par les acteurs et celui des actions propres à chaque collectivité.

Des points d'étapes réguliers

- Un suivi régulier du plan de marketing territorial est effectué avec des points d'étapes entre l'ensemble des partenaires (ARS, collectivités, Chambre d'agriculture, associations...)

5.4 - Des supports pédagogiques et d'information

Ces moments de rencontre et de partage des connaissances seront l'occasion de **diffuser des supports de connaissance** (fiches, brochures), également téléchargeables sur les sites et réseaux.

La plaquette de présentation sur la démarche « L'eau d'ici », produite par l'association Alterra et la CCST, destinée aux élus et agents des collectivités, doit leur permettre de relayer l'information sur la démarche. Elle pourrait être déclinée sur des kakémonos ou des panneaux facilement transportables pour une exposition itinérante dans les communes du Territoire.

La plaquette de présentation doit être en cohérence avec la campagne d'affichage et reprendre les mêmes messages, graphismes et visuels.

Les informations pratiques relatives aux ateliers et divers événements seront relayés par les collectivités sur les panneaux d'information, par des affiches et affichettes dans les locaux communaux et sur les sites et réseaux.

NB : Il est important de prévoir des visuels de bonne qualité pour la production des supports de communication.



5.5 - Les actions de communication en direction des agriculteurs

• **À l'automne** - Organisation des **ateliers de concertation avec les agriculteurs** : le travail d'intelligence collective qui sera mis place dès septembre par la CCST en collaboration avec la chambre d'agriculture, doit être largement valorisé. **L'Action Tank est un outil innovant** qui va permettre de **co-construire des solutions concrètes** sur une période définie.

Cette opération devra faire l'objet de **publications dans les magazines des collectivités et de la chambre d'agriculture, et sur les réseaux**. Une vidéo pourrait être produite à cette occasion.

Les propositions ci-dessous sont à valider avec les agriculteurs lors des ateliers

- Des supports d'information et/ou de formation pourraient être produits, en partenariat avec la Chambre d'agriculture, par exemple un **Kit de l'agriculteur responsable**, mallette comprenant un guide des solutions alternatives et des fiches techniques de formation « pas à pas ».

Des vidéos-tutoriels pourraient être également réalisées et mises en ligne sur les sites de la CCST, des communes qui en disposent et de la Chambre d'agriculture.

Nous proposons de créer un **label des agriculteurs engagés** pour mettre en valeur leur implication dans la démarche « L'eau d'ici ». **La création d'un label peut faire l'objet d'un atelier de co-construction afin d'en définir les critères d'accès**. Le message porté par le label serait celui-ci :

« Je m'engage à préserver les ressources environnementales »

6 - PLANNING PRÉVISIONNEL

Septembre :

- Courrier aux agriculteurs (CCST/CA) pour les informer de la démarche L'eau d'ici et des ateliers prévus pour co-construire les actions de communication.

- Organisation des ateliers de co-construction avec les agriculteurs (dates à caler au plus tard en octobre).

Octobre :

- Information aux maires des collectivités sur la démarche « L'eau d'ici » (lors d'un Conseil communautaire par exemple).

- Préparation de la campagne d'affichage (validation des messages, « casting » des habitants, agriculteurs et représentants des partenaires susceptibles de figurer sur les visuels, réservation des espaces dans les magazines des collectivités et supports publicitaires urbains et médias, éventuellement mise en place de partenariat avec la presse).

- Ateliers de co-construction avec les agriculteurs.

En prévision de la conférence de presse de novembre : préparation des invitations presse et du dossier de presse

Novembre :

Début novembre : conférence de presse par le Préfet Raphaël Sodini, entouré d'agriculteurs et citoyens engagés dans la démarche et de l'ensemble des partenaires. Présentation de la démarche « L'eau d'ici », des outils innovants de concertation et d'intelligence collective.

UNE COMMUNICATION CO-CONSTRUITE AUTOUR DE GRANDS RENDEZ-VOUS



Les grandes étapes de communication autour de la démarche sont identifiées et planifiées en concertation. Par exemple :

- Un temps de communication spécifique aux élus des communes, ambassadeurs de la démarche.
- Le lancement du projet, marqué par la signature de la charte et d'une conférence de presse en présence du Préfet.
- Une opération intégrant les citoyens au projet.



DES ECHANGES RÉGULIERS POUR AVANCER ENSEMBLE

La démarche de marketing territorial lié à L'Eau d'ici implique l'engagement des parties prenantes dans la durée.

- Des échanges programmés pour faire le point sur les avancées et les questions
- Une mise en commun des éventuelles difficultés rencontrées pour ajuster les actions ou leur planning
- Une circulation des informations et documents via une plateforme d'échanges commune.
- Des référents identifiés pour chaque partie-prenante.



**Merci et à votre disposition pour échanger sur la démarche
« L'Eau d'ici »**

Hélène ENGINGER

06 79 83 65 55

henginger@gingerblue.fr

Simon VESCOVI,
psychologue social, responsable stratégie et projet
NFÉtudes

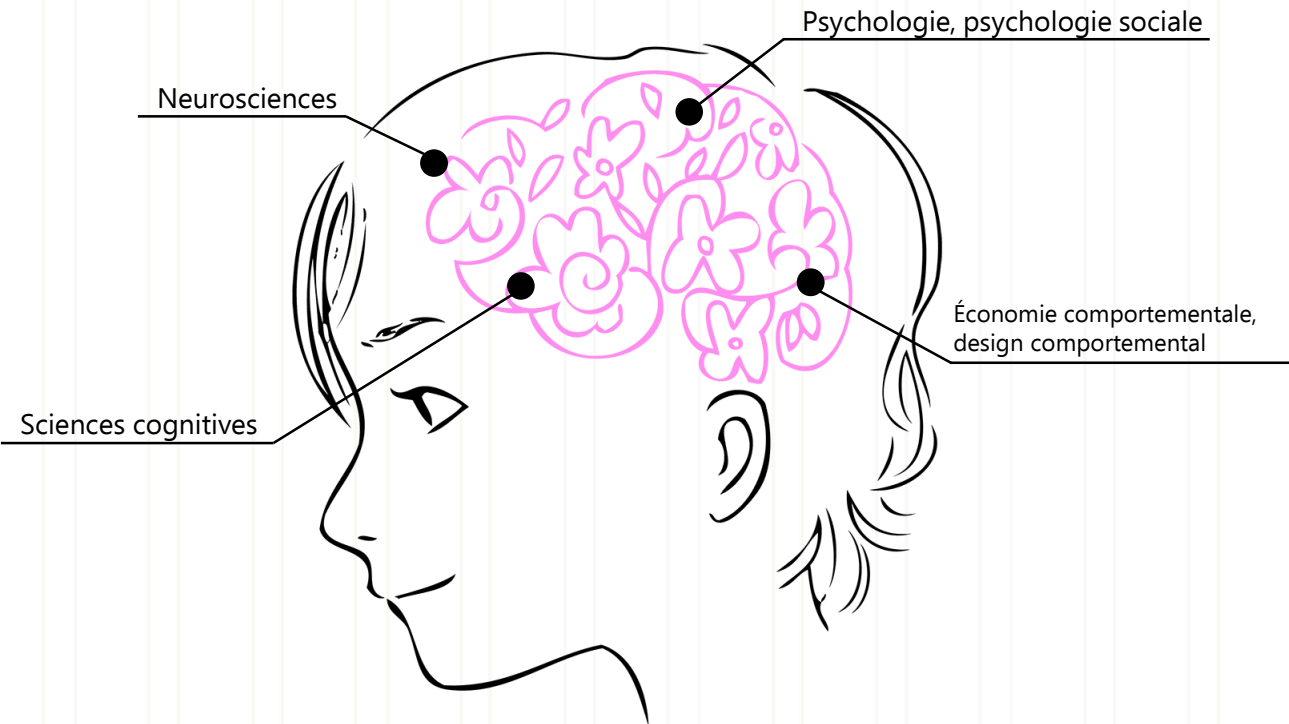


SCIENCES COMPORTEMENTALES ET RECONQUÊTE PÉRENNE DE LA QUALITÉ DE LA RESSOURCE EN EAU

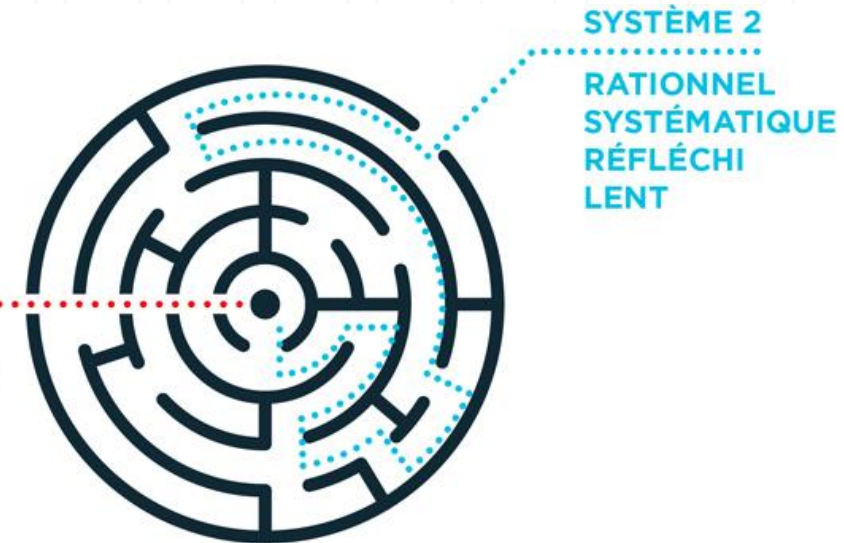
Accompagner le changement



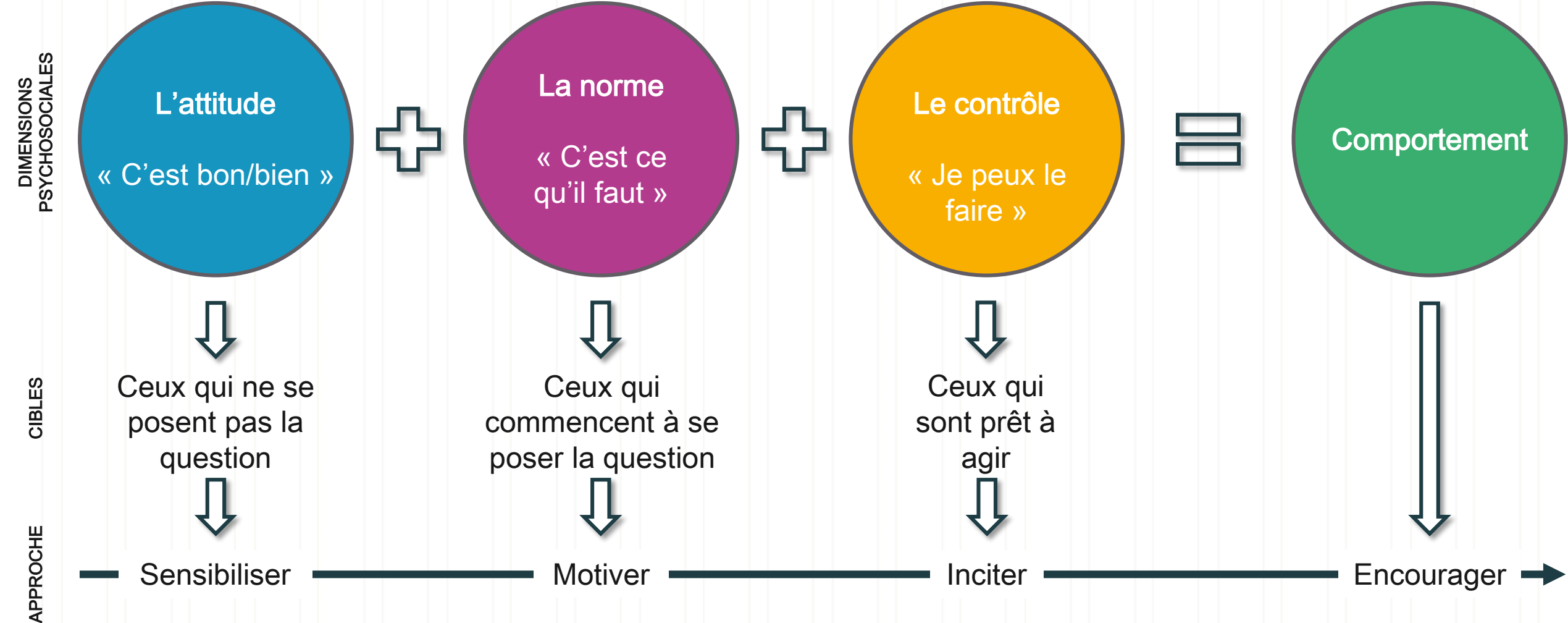
LES SCIENCES COMPORTEMENTALES



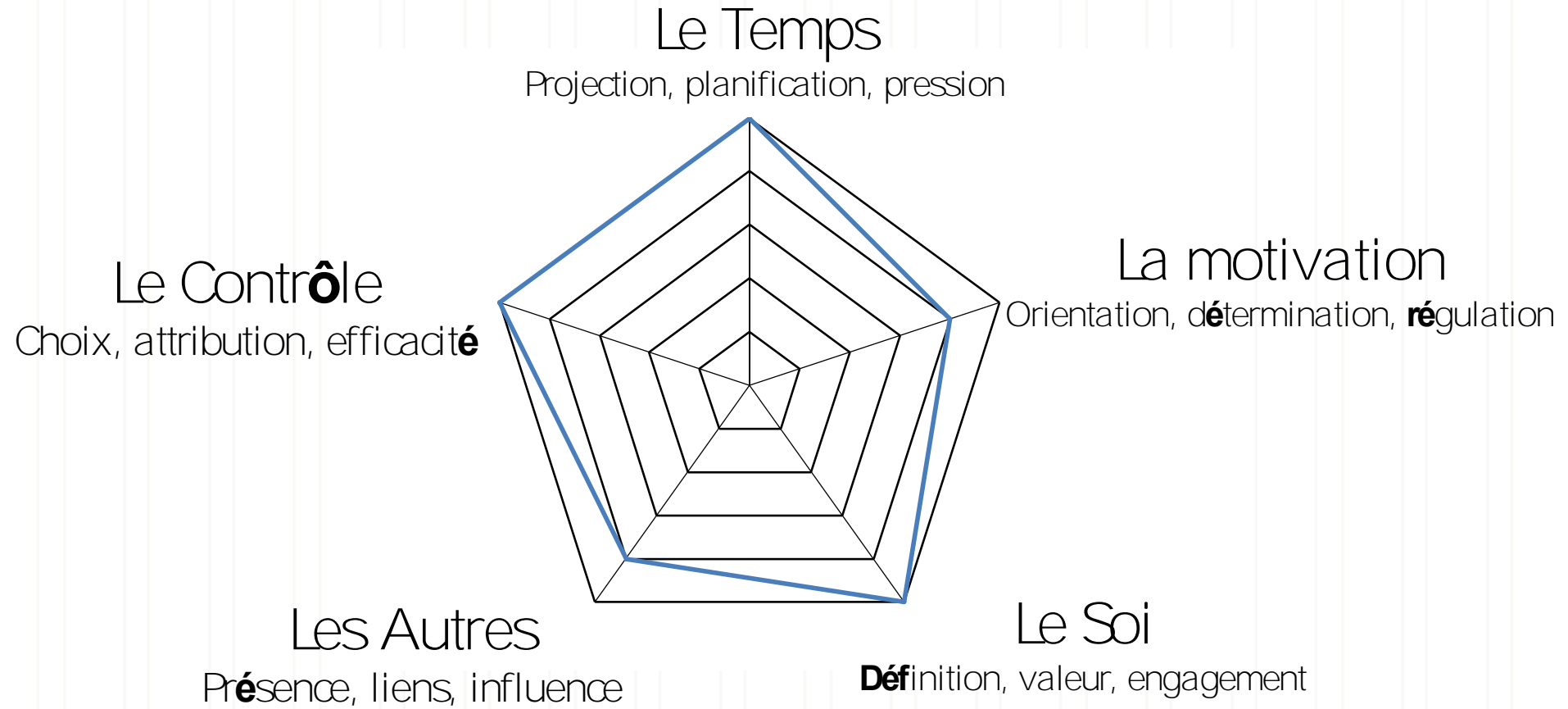
SYSTÈME 1
.....
INTUITIF
PRESENTIMENT
RACCOURCIS
RAPIDE



À L'ORIGINE DES COMPORTEMENTS



COMPRENDRE L'EXPÉRIENCE PSYCHOSOCIALE



LES GRANDES ÉTAPES MÉTHODOLOGIQUES



CADRAGE

PRISE DE
CONNAISSANCES DES
DOCUMENTS

EXPLORATION DU
CONTEXTE ET DES
ENJEUX

ENTRETIENS
PRÉLIMINAIRES AVEC LES
ACTEURS ET PORTEURS

LECTURE/ANALYSE
DES ENJEUX,
DÉFINITION DE LA
MÉTHODOLOGIE,
CARACTÉRISATION
DU PROJET



DIAGNOSTIC

REVUE DE LITTÉRATURES

ANALYSE DES DONNÉES
EXISTANTES

ENTRETIENS
OBSERVATIONS
FOCUS GROUP

DIAGNOSTIC DE LA
SITUATION ET DU
CONTEXTE /
IDENTIFICATION DES
FREINS ET DES LEVIERS



STRATÉGIE

ANALYSE DE LA
LITTÉRATURE
SCIENTIFIQUE

BENCHMARK

ANALYSE DES
DYNAMIQUES
PSYCHOSOCIALES

ÉLABORATION DES AXES
D'INTERVENTION

STRATÉGIE DE
CHANGEMENT
COMPORTEMENTAL ET
DÉFINITION DES AXES
D'INTERVENTION



IDÉATION

WORKSHOP DE CO-
CRÉATION

APPROFONDISSEMENT ET
ILLUSTRATION

SÉLECTION ET
FINALISATION DES IDÉES
PRODUITES

IDÉES D'INTERVENTION
PRÊTES À ÊTRE
PROTOTYPÉES



CRÉATION

ACCOMPAGNEMENT DE
LA PHASE DE CRÉATION

FEEDBACKS SUR LES
PROPOSITIONS

SUIVI DU DÉPLOIEMENT

CAHIER TECHNIQUE
POUR FABRICATION ET
POSE



EXPÉRIMENTATION

PILOTAGE DE LA PHASE
DE TESTS

ÉLABORATION DE LA
MÉTHODE
D'EXPÉRIMENTATION

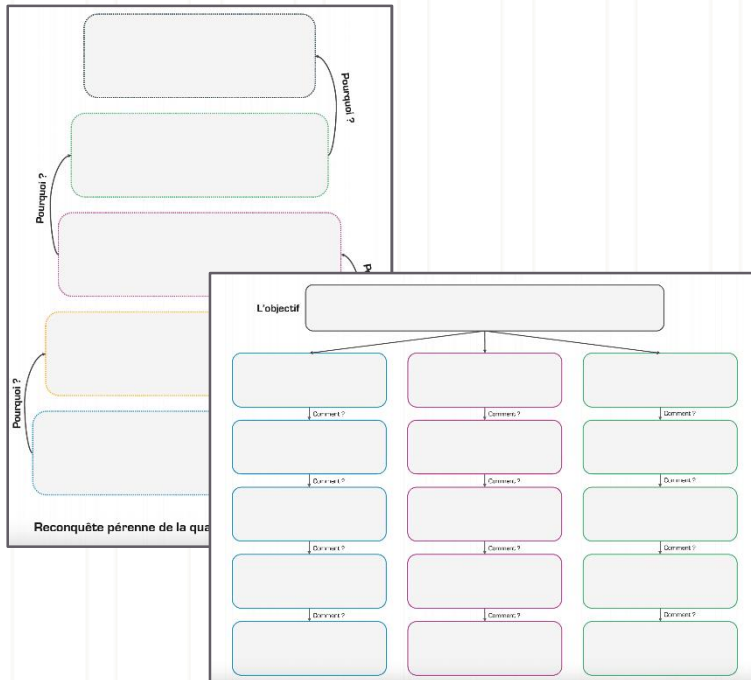
CONSTRUCTION DES
MESURES

RECUEIL ET ANALYSE DES
DONNÉES

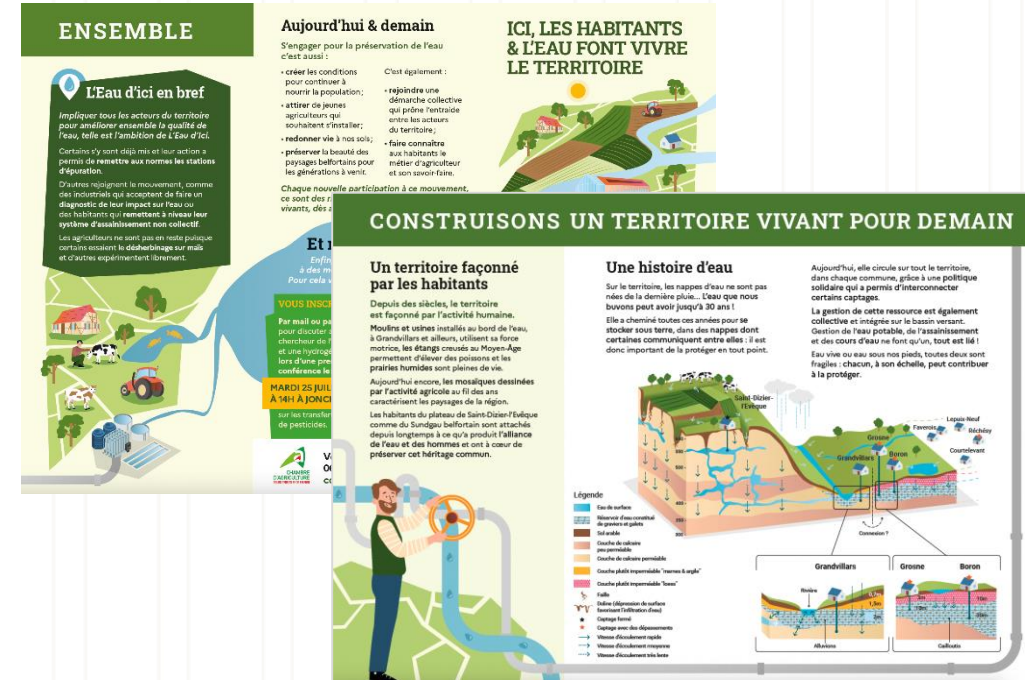
RÉSULTATS
PROUVÉS
SCIENTIFIQUEMENT

QUELQUES EXEMPLES

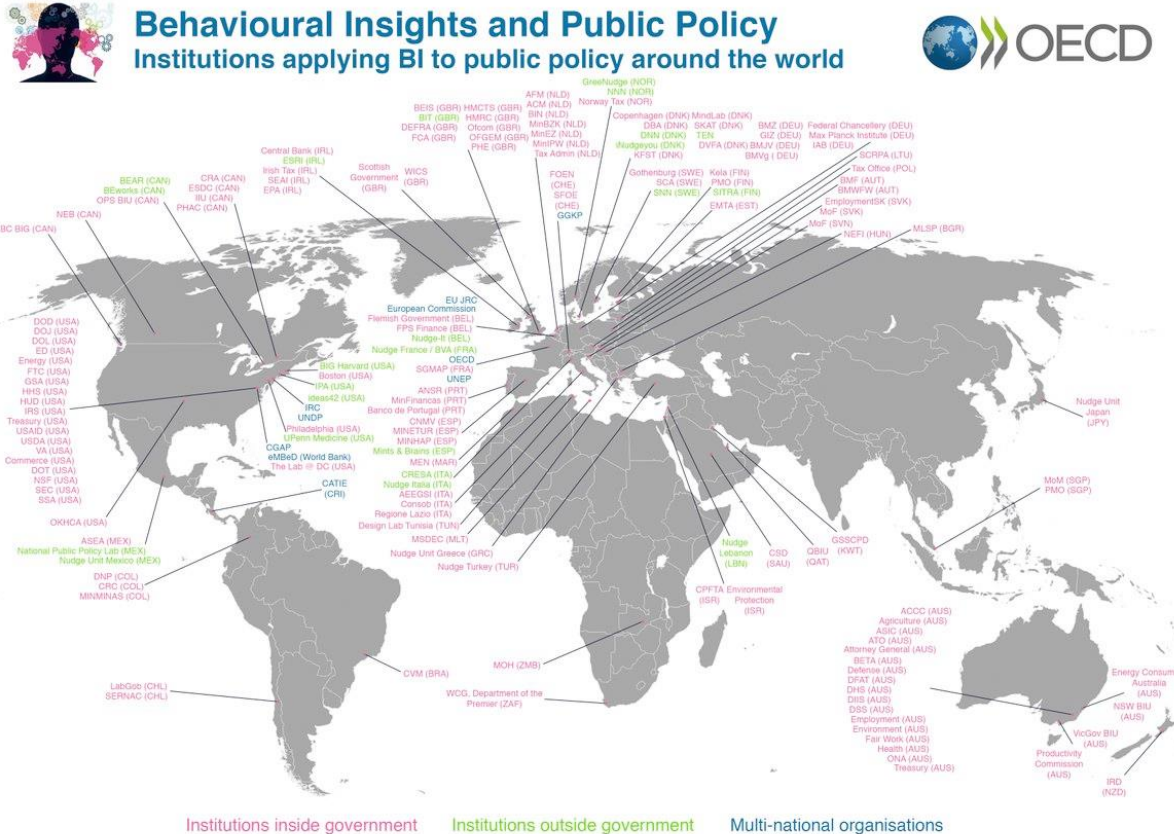
Construire un collectif et co-créer
une feuille de route



Expérimenter et tester de
nouveaux modes d'interaction vers
les publics



UNE DÉMARCHE D'INNOVATION PUBLIQUE



Source: OECD Research (2018)

Place aux questions !



Les rendez-vous à venir

Mardi 21 mai à 9h30 : café CapTer avec
Hélène LEVIEIL, Coordinatrice technique -
Conseillère grandes cultures à Bio Bourgogne
Franche-Comté

Jeudi 27 juin à 9h30 : café CapTer avec
Delphine DUCOEURJOLY, chargée de mission
"territoires bio" à la FNAB



Bonne après-midi !