



Le projet LIFE Eau&Climat (LIFE19 GIC/FR/001259)
a reçu un financement du programme LIFE de l'Union européenne.



Mobilisation des acteurs locaux – analyse des pratiques et recommandations

Mobilisation of local actors - analysis of practices and recommendations

Mars 2022

Auteure : Anne-Paule METTOUX-PETCHIMOUTOU (OiEau)

Co-auteurs



INFORMATIONS SUR LE DOCUMENT

Code du projet	LIFE19 GIC/FR/001259
Acronyme du projet	LIFE Eau&Climat
Nom complet du projet	Supporting long-term local decision-making for climate-adapted Water Management
Action du Grant agreement	C2. Mobilisation des acteurs locaux-analyse des pratiques et recommandations
Sous-action	C2.1. Analyse des initiatives récentes de mobilisation des acteurs
Livrable	D15 – Recommandations provisoires pour la mobilisation des acteurs
Responsable de la tâche	Office International de l'Eau
Auteur(s)	Anne-Paule METTOUX-PETCHIMOUTOU (OIEau)
Relecteurs	Amélie RINGEADÉ (SMAVD), Maxime PANTAROTTO (SMEAG)
Contributeur(s)	Mélanie FAYET (SmCLm), Emilie DARNE (EPAGELL), Stéphane LORIOT (EPTB Vienne), Chloé ALEXANDRE (SMVLB), Véronique DESAGHER (SMAVD), Vincent CADORET (SMEAG),
Date de publication prévue	30/11/2021 (V0) 2024 (V Def)
Date de publication actuelle	17/01/2022
Droit de diffusion	Public

HISTORIQUE DU DOCUMENT

Version	Date	Partenaire	Révisions réalisées
V1	01/12/2021	Anne-Paule METTOUX-PETCHIMOUTOU (OIEau)	1 ^{ère} version circulée aux partenaires
V2	17/01/2022	Anne-Paule METTOUX-PETCHIMOUTOU (OIEau)	2 ^{ème} version relue par les partenaires
V3	25/01/2022	Sonia SIAUVE (OIEau)	Relecture finale - Contrôle Qualité
Vf	07/04/2022	Anne-Paule METTOUX-PETCHIMOUTOU (OIEau)	Version finale (disponible sur Freedcamp)

SOMMAIRE

1. Introduction.....	9
2. MéTHODOLOGIE.....	9
2.1 Recueil des besoins	10
2.2 Collecte des données	10
2.3 Synthèse	12
2.3.1 Création d'une boîte à outils « mobilisation des acteurs locaux ».....	12
2.3.2 Analyse de contenu.....	13
2.3.3 Rédaction de fiches de synthèse.....	13
2.4 Recommandations.....	13
3. La boîte à outils « Mobilisation des acteurs locaux » .	14
3.1 Objectifs.....	14
3.1.1 La boîte à outils pour accompagner les partenaires dans le choix de leurs outils	14
3.2 Contenu et fonctionnement	15
3.3 Enrichissement permanent.....	16
4. Elaboration des premières recommandations de mobilisation des acteurs pour tous.....	16
4.1 Etapes préalables de préparation de toute action de mobilisation	17
4.1.1 Identifier les acteurs.....	17
4.1.2 Définir les objectifs	19
4.1.3 Déterminer les moyens	21
4.1.4 Choisir les actions.....	22
4.1.5 Définir les modalités de mise en œuvre	23
4.1.6 Synthèse des projets des partenaires du Life Eau et Climat.....	24
4.2 Recommandations spécifiques par type d'action de mobilisation.....	25
4.2.1 Promouvoir les ambassadeurs de l'eau et du climat.....	25
4.2.2 Sensibiliser	27
4.2.3 Communiquer	30
4.2.4 Mettre en place des démarches participatives.....	33
4.2.5 Animer.....	36
4.2.6 Guider-accompagner.....	40
5. Les principales recommandations (2021)	41
5.1 Les principaux freins et leviers des actions de mobilisation des acteurs locaux (à développer)	41
5.2 Les clés d'une action de mobilisation réussie	42

5.2.1	Définir les objectifs poursuivis.....	43
5.2.2	Identifier les acteurs-cibles	43
5.2.3	Prévoir la logistique.....	43
5.2.4	Adapter sa communication.....	43
5.2.5	Varier son animation.....	45

6. CONCLUSION ET PERSPECTIVES : VERS LA PRODUCTION DE RECOMMANDATIONS DE MOBILISATION DES ACTEURS POUR TOUS 45

6.1	La fiche retour d'expérience.....	46
6.2	Les partenaires	47

EXECUTIVE SUMMARY

The mobilisation of the territory's actors is an essential element for successful adaptation to climate change. Without the collective mobilisation of all stakeholders, public-private, professionals, elected officials, schoolchildren, managers, etc., adaptation actions cannot be implemented. But how can local actors be mobilised? What type of mobilisation, for which public? How can we create a dynamic, animate it and make it last?

Mobilising means understanding, sharing, committing and acting together. Raising awareness, communicating, facilitating, exchanging, sharing, consulting and educating are all necessary factors for mobilising stakeholders. This is the objective of action C2 of the LIFE Eau&Climat project: "Mobilisation of local stakeholders - analysis of practices and recommendations".

Facilitating the steps of the life partners in the implementation of actions to mobilise local stakeholders is the ambition of this study which is part of the C2.1 task "Analysis of recent initiatives to mobilise stakeholders".

Indeed, actions around mobilisation are envisaged: installation of rainwater harvesters in local authorities, water saving programme, creation of a network of climate ambassadors, awareness raising among the general public..... (Task C2.2). Thus, the aim of this study is to draw up a panorama of existing mobilisation tools and to issue recommendations to support the partners in their approach. The recommendations will evolve as actions are carried out and feedback is gathered. This is a first version of the recommendations for the mobilisation of actors to support the project partners in their field actions (deliverable D15) which will be updated at the end of the project with the development of final recommendations (deliverable D33).

After having collected the partners' expectations and needs, six main themes of mobilisation were selected: promoting ambassadors, raising awareness, communicating, animating, participating and guiding/accompanying. A toolbox was created to gather and make available all the tools and experiences collected concerning the selected mobilisation approaches. From this toolbox, which is an evolving Excel file, a summary of the available tools was produced. Finally, recommendations were drawn up based on this summary. They will be enriched throughout the project by feedback from the partners.

SYNTHESE

La mobilisation des acteurs du territoire est un élément essentiel pour réussir l'adaptation au changement climatique. Sans la mobilisation collective de tous les acteurs, publics-privés, professionnels, élus, scolaires, gestionnaires..., les actions d'adaptation ne pourront pas être mises en œuvre. Mais comment mobiliser les acteurs locaux ? Quel type de mobilisation, pour quel public ? Comment faire émerger des dynamiques, les animer, les pérenniser ?

Mobiliser signifie comprendre, partager, s'engager et agir ensemble. Sensibiliser, communiquer, animer, échanger, partager, concerter, éduquer sont des facteurs nécessaires à la mobilisation des acteurs. C'est l'objectif de l'action C2 du projet LIFE Eau&Climat : «Mobilisation des acteurs locaux – analyse des pratiques et recommandations».

Faciliter les démarches des partenaires du life dans la mise en place d'actions de mobilisation des acteurs locaux est l'ambition de cette étude qui s'inscrit dans la tâche C2.1 « Analyse des initiatives récentes de mobilisation des acteurs ».

En effet, des actions autour de la mobilisation sont envisagées : mise en place de récupérateurs d'eau de pluie auprès des collectivités locales, programme d'économie d'eau, création d'un réseau d'ambassadeur du climat, sensibilisation auprès du grand public..... (Tâche C2.2) Ainsi, cette étude a pour objectif de dresser un panorama d'outils de mobilisation existants et d'émettre des recommandations pour accompagner les partenaires dans leur démarche. Les recommandations évolueront au fil des actions menées et des retours d'expérience recueillis. Il s'agit ici d'une première version des recommandations pour la mobilisation des acteurs pour soutenir les partenaires du projet dans leurs actions de terrain (livrable D15) qui sera mis à jour à la fin du projet avec l'élaboration de recommandations finales (livrable D33).

Après avoir recueilli les attentes et les besoins des partenaires, six thématiques principales de mobilisation ont été retenues : promouvoir les ambassadeurs, sensibiliser, communiquer, animer, participer et guider/accompagner. Pour rassembler et mettre à disposition l'ensemble des outils et expériences recueillies concernant des démarches de mobilisation retenues, une boîte à outils a été créée. A partir de cette boîte à outils qui est un fichier Excel évolutif, une synthèse des outils disponibles a été réalisée. Enfin, des recommandations issues de cette synthèse ont été rédigées. Elles seront enrichies tout au long du projet par des retours d'expérience des partenaires.

TABLE DES ILLUSTRATIONS

❖ Figures

FIGURE 1 : METHODOLOGIE DE L'ETUDE, LES ETAPES.....	9
FIGURE 2 : LES BESOINS DES PARTENAIRES EXPRIMES LORS DES ENTRETIENS (ATELIER DU 29/03/2021-DISTANCIEL) ...	10
FIGURE 3 : METHODE CCQQOP-RECUEIL DES BESOINS.....	11
FIGURE 4 : MOTS-CLES COLLECTE DE DONNEES.....	11
FIGURE 5 : BOITE A OUTILS « MOBILISATION DES ACTEURS ».....	13
FIGURE 19 : LES TYPES D'OUTILS DE LA BOITE A OUTILS « MOBILISATION DES ACTEURS »	15
FIGURE 6 : TABLEAU EXCEL COLLABORATIF « BOITE A OUTILS MOBILISATION DES ACTEURS ».....	15
FIGURE 7 : REPARTITION PAR CATEGORIES DES ELEMENTS DE LA BOITE A OUTILS (09/21).....	16
FIGURE 9 : LES ETAPES DE PREPARATION DE LA MOBILISATION	17
FIGURE 10 : IDENTIFIER LES ACTEURS-CIBLES	18
FIGURE 11 : DES OBJECTIFS SMART POUR LA MOBILISATION	20
FIGURE 12 : FICHE SYNTHESE « PROMOUVOIR LES AMBASSADEURS DU CLIMAT »	27
FIGURE 13 : DE L'INFORMATION A L'EDUCATION	28
FIGURE 14 : FICHE SYNTHESE « SENSIBILISER »	30
FIGURE 15 : LES DIFFERENTES ETAPES D'ELABORATION D'UN PLAN DE COMMUNICATION.....	31
FIGURE 16 : EXEMPLES DE SUPPORTS DE COMMUNICATION	33
FIGURE 17 : LES DIFFERENTS NIVEAUX DES DEMARCHES PARTICIPATIVES (SOURCE : AERMC/INRAE)	34
FIGURE 18 : ORGANISATION D'UNE ANIMATION	37
FIGURE 19 : EXEMPLES D'OUTILS POUR ANIMER.....	39
FIGURE 20 : FICHE RETOUR D'EXPERIENCE DES PARTENAIRES	46

❖ Tableaux

TABLEAU 1 : EXEMPLES CŒURS DE CIBLE, OBJECTIFS, ACTIONS.....	19
TABLEAU 2 : EXEMPLE DU PROJET MACÉAU. L'ACTION « MOBILISATION DES ACTEURS ET SENSIBILISATION AUX GESTES HYDRO-ECONOMES »	22
TABLEAU 3 : EXEMPLE- SENSIBILISATION AUX BONNES PRATIQUES PAR LA FNE MIDI-PYRENEES	23
TABLEAU 4 : EXEMPLE. MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE COMMUNICATION ET DE SENSIBILISATION DU SAGE AUZANCE VERTONNE	24
TABLEAU 5 : ACTIONS DE MOBILISATION DES PARTENAIRES DU LIFE EAU&CLIMAT.....	25
TABLEAU 6 : PORTEE SYMBOLIQUE PAR CATEGORIE D'AMBASSADEUR	27
TABLEAU 7 : EXEMPLES DE SUPPORTS DE COMMUNICATION SELON LA CIBLE ET LES OBJECTIFS.....	32

ABREVIATIONS

AFD	Agence Française de Développement
CC	Changement Climatique
CE	Commission européenne
EPAGE	Etablissement Public d'Aménagement et de Gestion de l'Eau
EPTB	Etablissement Public Territorial de Bassin
FNE	France Nature Environnement
HLM	Habitation à Loyer Modéré
OiEau	Office international de l'eau
REX	Retour d'expérience
SAGE	Schéma d'Aménagement et de gestion de l'eau
SDAGE	Schéma Directeur d'Aménagement et de gestion de l'eau
SMART	Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporels
SMAVD	Syndicat Mixte d'Aménagement de la Vallée de la Durance
SMBVLB	Syndicat Mixte du Bassin Versant des Lacs du Born
SMEAG	Syndicat Mixte d'Etude et d'Aménagement de la Garonne

1. INTRODUCTION

Pour mettre en place une stratégie d'adaptation au changement climatique au niveau d'un territoire, la mobilisation de tous les acteurs est essentielle. En effet, la mobilisation est avant tout une action collective pour changer une situation.

D'après le sociologue Alain Touraine, la mobilisation répond à trois conditions : développer une identité commune, en partageant des objectifs ou des intérêts communs ; avoir une solidarité interne (notamment pour s'opposer aux autres groupes) et avoir conscience de l'importance des actions et de leur finalité.

Pour remplir ces trois conditions, qui sont le gage d'une mobilisation effective, les partenaires du projet Life « Eau et climat » proposent de mettre en place diverses actions qui permettront de créer une vision commune, de renforcer les liens entre les acteurs sur un territoire et de prendre conscience de la dimension collective de l'adaptation.

L'étude « Mobilisation des acteurs locaux : analyse des pratiques et recommandations » a pour objectif d'accompagner les partenaires du projet LIFE Eau&Climat dans leur démarche de mobilisation de leurs acteurs locaux, en identifiant des outils utiles pour leur initiative, en proposant des retours d'expérience et en formulant des recommandations.

L'objectif de ce livrable n'est ni d'être exhaustif, ni d'être un guide. Il est d'aider les partenaires du projet dans leurs actions de mobilisation des acteurs sur leurs territoires. Il a pour vocation d'évoluer et de s'enrichir au fur et à mesure grâce aux retours d'expériences des partenaires afin d'aboutir, à la fin du projet, à une nouvelle version de ce livrable contenant des recommandations fiables, utilisables et transférables à tous les acteurs d'un territoire.

Après avoir exposé la méthodologie suivie pour réaliser cette étude, nous examinerons les outils identifiés qui ont été classés et mis à disposition dans une boîte à outils de la mobilisation. Nous rassemblerons les différents éléments de connaissance obtenus lors de la première étape que nous synthétiserons. Enfin, nous émettrons des recommandations sur les diverses actions de mobilisation analysées.

2. METHODOLOGIE

L'analyse des initiatives récentes de mobilisation des acteurs afin d'en identifier les pratiques et de produire des recommandations s'est déroulée en 4 étapes : le recueil des besoins, la collecte des données, une synthèse et des recommandations, comme l'illustre la figure 1.

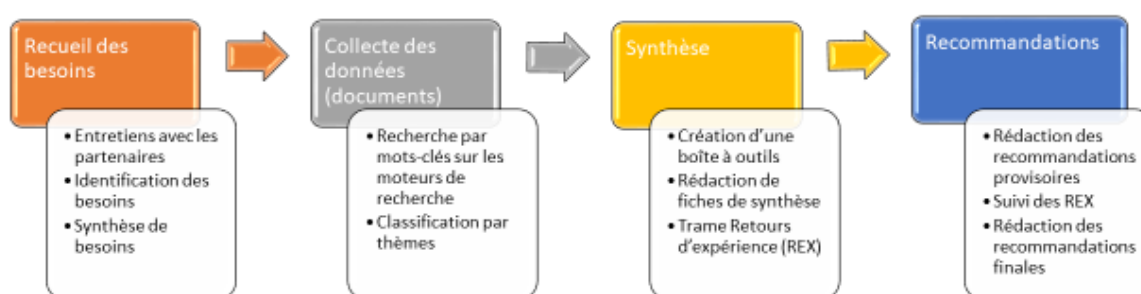


Figure 1 : Méthodologie de l'étude, les étapes.

Tout au long du projet, cette étude sera complétée par les retours d'expérience des partenaires qui permettront l'enrichissement des recommandations.

2.1 Recueil des besoins

La mobilisation des acteurs est un sujet complexe et vaste. Dès la lecture du Grent Agreement, des différences de définitions et de perceptions sur ce que signifie « la mobilisation des acteurs » sont apparues. Il s'avérerait donc nécessaire de redéfinir le cadre de l'étude pour bien cerner ses objectifs.

Chaque partenaire a été sollicité pour s'entretenir avec l'OiEau sur ses attentes et ses besoins en termes de mobilisation et sur ses expériences dans ce domaine.

Des entretiens semi-directifs téléphoniques ont été menés et une réunion de restitution de l'ensemble des résultats a été organisée.

Les besoins exprimés ont principalement porté sur ces questions : quelle mobilisation, pour quels acteurs, à quel moment ?

Life Eau&Climat
Supporting long-term local decision-making for climate-adapted Water Management



Action C2-C2.1 : Etude Mobilisation des acteurs locaux-analyse des pratiques et recommandations

1. Les besoins

Entretiens avec les partenaires SmCLm, EPTB Vienne, SMAVD, EpageLL, SMBVLB

- **Besoins de retour d'expériences** sur les méthodes, les démarches, les dispositifs en lien avec le changement climatique.
- **Questions en vrac :**
 - ✓ Comment mobiliser? Qui? Quels relais? Quels argumentaires? Comment expliquer la mobilisation? Comment choisir le dispositif de mobilisation?
 - ✓ Comment pérenniser les actions de mobilisation? Comment instaurer une dynamique?
 - ✓ Quelle implication du public?
 - ✓ A quel moment la mobilisation doit-elle avoir lieu? Sous quelle forme? Quel sujet?
 - ✓ Comment diffuser l'information? Comment communiquer sur les opérations?
 - ✓ Quelle efficacité? Comment la mesurer?
 - ✓ Comment articuler la mobilisation avec les actions à mettre en place sur un vaste territoire? Quelle échelle?
 - ✓ Comment prendre en compte les enjeux du territoire dans la mobilisation?
 - ✓ Comment organiser une consultation du public?
 - ✓ Comment se sentir concernés alors que le problème n'est pas encore visible?
 - ✓ Quelles perceptions des acteurs locaux sur le CC?

APMP, OiEau

7

METTOUX-PECHIMOUTOU Anne-Paule AG (29/03/2021, Visio)

Figure 2 : Les besoins des partenaires exprimés lors des entretiens (Atelier du 29/03/2021-distanciel)

Un des besoins exprimés par tous les partenaires est la nécessité de s'appuyer sur des retours d'expérience sur les méthodes, les démarches et les dispositifs avec un focus sur le changement climatique.

Les partenaires attendent de cette étude à la fois d'avoir les outils pour mettre en œuvre leur mobilisation (prévue par l'action C2.2) et de partager leurs retours d'expérience en cours et passés.

2.2 Collecte des données

A l'issue de la restitution de la phase de recueil des besoins et attentes, l'idée de proposer une boîte à outils a été émise. Dès lors, la phase de collecte des données a été entreprise.

A partir des résultats du recueil des besoins, la méthode CCQQOP-Comment-combien-quand-qui-quoi-où-pourquoi a été utilisée pour identifier quels types de contenu étaient à chercher. La figure 2 résume les principaux questionnements.

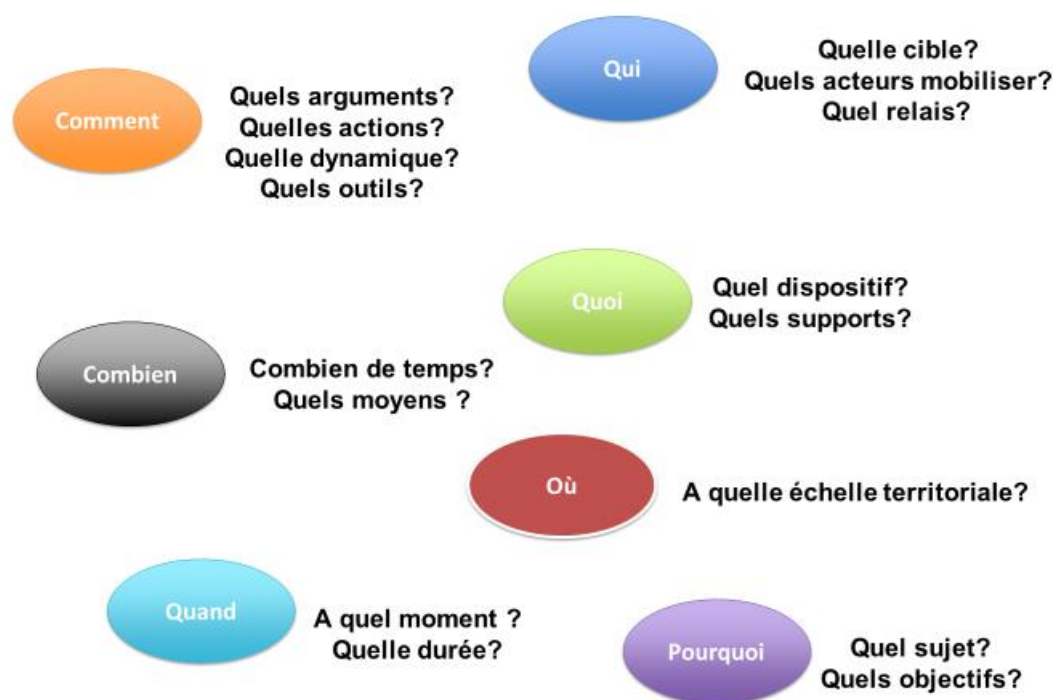


Figure 3 : Méthode CCQQOP-recueil des besoins

Après une recherche exploratoire par mots-clés (mobilisation, participation, changement climatique, économies d'eau, retour d'expériences, guide, animation...), une première collecte d'outils et d'initiatives intéressantes a été effectuée. Elle a permis d'identifier **6 catégories d'actions qui correspondaient aux besoins et attentes des partenaires** :

- promouvoir les ambassadeurs,
- sensibiliser,
- communiquer,
- mettre en place des démarches participatives,
- animer,
- guider.



Figure 4 : Mots-clés collecte de données

Une seconde recherche approfondie (par acteurs, par thématiques) a complété les premiers résultats. Les documents, supports, ressources ont été sélectionnés, triés et classés et ont fourni les éléments de construction d'une boîte à outils « mobilisation des acteurs locaux ».

2.3 Synthèse

2.3.1 *Création d'une boîte à outils « mobilisation des acteurs locaux »*

La boîte à outils « Mobilisation des acteurs locaux » fournit des éléments pour faciliter la mise en place d'une **démarche de mobilisation des acteurs locaux**. Elle a été conçue à partir des besoins exprimés par les partenaires pour mettre en œuvre leurs actions de mobilisation auprès des différents publics et avec des actions variées et donne des exemples d'outils et d'initiatives, classés dans les six catégories d'actions de mobilisation.

Elle donne des éléments de réponse pour réunir les trois conditions nécessaires à une mobilisation : **l'intérêt commun, le sentiment d'appartenance et la prise de conscience de l'importance de son action.**

La boîte à outils est formalisée dans un tableau Excel (cf. figure 5).

Six onglets correspondent aux six catégories d'actions déterminées lors de la phase de collecte :

- promouvoir les ambassadeurs,
- sensibiliser,
- communiquer,
- mettre en place des démarches participatives,
- animer,
- guider.

Les documents sont classés selon (cf. figure5) :

- le nom de l'outil
- la cible
- l'auteur (proposé par)
- les objectifs
- le type d'actions
- la nature des supports
- la date de publication
- le cadre (contexte)
- le lien vers le contenu.

Une entrée thématique sous forme de ligne colorée a été ajoutée en fonction des domaines (ex : ambassadeur du climat) si un thème particulier émergeait.

Action C2-B08a à outils mobilisation des acteurs

Entrée thématique

Catégories d'action

Nom de l'outil	Cible	Proposé par	Objectifs	Type d'actions	Nature du support	Date	Cadre	Lien
Ambassadeur du climat								
Petits Ambassadeur du climat	Tout public	Communauté d'agglomération de Marne et Gondoire	Apprendre aux enfants de l'intercommunalité les écogestes du quotidien. Comprendre les enjeux du changement climatique tout en s'amusant. Des interventions sont également organisées dans les conseils municipaux des enfants et avec les centres de loisirs. À la fin de chacun de ces rendez-vous, les enfants repartent avec leur badge "ambassadeur du climat".	Sensibilisation, éducation, participation	jeu de rôle, mascotte, ambassadeur du climat			http://www.marneetgondoire.fr/routes-les-actualites/actualite-23/les-petits-ambassadeurs-du-climat-2671.html?Chachw997a58b10cc0d3099333c8669f6d23
Jeunes ambassadeurs du climat	lycéens, étudiants, entreprises	Université PSI	Régrouper des jeunes de la "génération climat". Faire entendre les voix des jeunes citoyens dans les négociations internationales. Sensibiliser et éduquer.	Sensibilisation, éducation, participation	Ateliers, conférences, rencontre avec des chercheurs, convention lycéenne du climat, formation		2009	http://jeu-esp.fr/ https://psi.eu/spip.php?le-lyche-jarvis https://www.youtube.com/watch?v=C44vW11v15dpy&list=PLK92w
Ambassadeur du climat/MOOC énergie et climat	citoyens	Avenir Climatique et Association Bilan Carbone	Favoriser l'émergence d'une génération d'ambassadeurs du climat. Élaborer un MOOC original qui aide les éco-citoyens à intégrer la communauté des "ambassadeurs pour le climat".	Formation	MOOC		2017	http://www.associationbilan carbone.fr/mooc-energie-et-climat/
Classe "eau et climat" pour devenir Ambassadeurs du climat	Particuliers, membres d'associations, étudiants, enseignants, entreprises	CPIE	Apporter des connaissances et pistes de solutions concrètes à mettre en œuvre pour prendre conscience de l'importance de l'impact de nos actions quotidiennes.	Formation	Classe eau et climat		2016	http://www.cpie.haute-normandie.fr/cpie/content.aspx?ID=140557

Ambassadeur Sensibiliser Communiquer Participer Animer Guider-accompagner Evaluer

Figure 5 : Boîte à outils « mobilisation des acteurs »

2.3.2 Analyse de contenu

A partir des éléments recueillis dans la boîte à outils, une analyse qualitative de contenu¹ a été effectuée afin de déterminer quels étaient les freins et les leviers des méthodes et outils proposés. Il s'agissait de parcourir les documents et d'extraire les éléments structurants d'une mobilisation des acteurs pour présenter des outils adaptés à la problématique des partenaires.

Si des recommandations étaient formulées dans les documents, elles étaient relevées et synthétisées pour être ensuite retranscrites dans le livrable.

2.3.3 Rédaction de fiches de synthèse

L'analyse de contenu a permis de structurer le livrable et de mettre en valeur les principales questions à se poser avant de mettre en place des actions de mobilisation sur la cible, les objectifs, les outils, la mise en œuvre effective et les résultats attendus.

Des fiches de synthèse ont été rédigées. Elles concernent d'une part les étapes de préparation pour la mobilisation et d'autre part les types d'action.

Pour une meilleure compréhension, les questions à se poser sont indiquées par un pictogramme  et les exemples sont encadrés en orange.

2.4 Recommandations

Sur la base du contenu de la boîte à outils, par catégories d'action de mobilisation, une analyse des méthodes, des objectifs, des supports et des expériences, a été réalisée et a permis de dégager des premières recommandations pour accompagner les partenaires du Projet LIFE Eau&Climat.

Ces recommandations ont pour objectifs de mettre en valeur les points forts des actions de mobilisation et les éventuels freins rencontrés. Ces recommandations sont opérationnelles et

¹ L'analyse qualitative de contenu a pour objectif de traiter les données qui sont issues d'un texte.

sont formulées dans cette étude sous forme provisoire. Elles seront tout au long du projet actualisées au fur et à mesure de l'avancée des actions de démonstration. Leur version définitive sera publiée dans le dernier trimestre du projet.

Les recommandations sont produites sous une forme synthétique et ont pour objectif d'être accompagnées et /ou illustrées par les retours d'expérience des partenaires, notamment à travers la mise en œuvre de leurs actions de démonstration.

3. LA BOÎTE À OUTILS « MOBILISATION DES ACTEURS LOCAUX »

La boîte à outils a été construite pour répondre aux besoins des partenaires. Elle a pour vocation de proposer des outils et ressources dans 6 domaines d'actions identifiés comme étant au centre de la mobilisation des acteurs pour les partenaires du projet LIFE Eau&Climat.

Les documents identifiés comme pertinents lors de la phase de collecte d'information y sont juste recensés et classés, mais et ne sont pas évalués. Ils sont tous en libre accès et ont été collectés à partir de sites internet.

3.1 Objectifs

L'objectif est d'aider les partenaires dans le choix de leurs méthodes et outils, parmi ceux déjà existant, pour optimiser et mieux organiser leurs actions de mobilisation, notamment en améliorant la communication avec les cibles mobilisables et en s'informant sur les outils existant.

3.1.1 *La boîte à outils pour accompagner les partenaires dans le choix de leurs outils*

La boîte à outils a également un rôle de facilitateur, de passerelle entre un projet et les choix stratégiques pour sa réalisation.

La diversité des outils recueillis témoigne du foisonnement des possibles. Le panorama de méthodes, d'outils, de supports associé au cadre de mise en œuvre de ces outils guide les partenaires vers une sélection qui leur permettra d'améliorer la préparation de leur mobilisation et d'orienter vers la catégorie de mobilisation qu'ils souhaitent mettre en place.

Quatre grands types d'outils ont été répertoriés dans la boîte à outils (figure 19) : les outils pédagogiques, d'animation de communication et de participation.

Outils pédagogiques	Outils d'animation	Outils de communication	Outils de participation
• Cahier d'activités (coloriages, jeux...) • Cahier de vacances • Expositions • Fiches pédagogiques • Jeux de plateau, jeux de cartes... • Livre de bord • Malle (kit pédagogique) • Posters • Quizz • Livret • Supports de présentation • E-learning...	• Maquette • Jeux de rôles • Jeux de plateau • Quizz interactif • Méta-plan • World café • Boule de neige • Post-it/gommettes • Arbre de décision ou de solution • Réunion • Brainstorming • Carte mentale...	• Affiche • Diplôme • Dépliant • Article • Vidéo • Lettre d'information • Message sur les réseaux sociaux • Labels • Brochure • Plaque • Événements • Site internet • Panneaux ...	• Ateliers • Consultation • Réunion publique • Concertation • Commission consultative • Diagnostic participatif • Conférence de citoyens • Barcamp • Concours/challenge • Hackathon • Enquête publique

Figure 6 : Les types d'outils de la boîte à outils « Mobilisation des acteurs »

3.2 Contenu et fonctionnement

La boîte à outils se présente sous la forme d'un fichier Excel collaboratif. Il a pour ambition d'être alimenté tout au long du projet Life.

Nom de l'outil	Cible	Proposé par	Objectifs	Type d'actions	Nature du support	Date	Cadre	Lien
Plan de communication								
Communiquer sur le changement climatique	Gestionnaires des récifs coralliens	Reef resilience network	Elaborer un plan stratégique de communication pour son projet de conservation	Information	Page web, liens ressources, manuel, vidéos	2021	Réseau pour la résilience des récifs coralliens	https://reefresilience.org/fr/communitv-based-climate-adaptation/communicating-climate-change/
Développer un plan de communication pour chaque cible du territoire	Collectivités	Ademe	Assurer la communication auprès des acteurs du territoire	Méthodologie	Référentiels d'actions/exemples de bonnes pratiques	2018	politique énergie climat	https://www.territoires-climat.ademe.fr/ressource/533-175
Plan de communication et de sensibilisation	CLE	SAGE Auzance	Servir à la compréhension et à l'appropriation des notions de gestion de l'eau et de la diffusion d'information	Plan de communication	Document	2016	politique eau/SAGE	http://www.sageauzancevertonne.fr/media/plan_de_communication_sage_valide_075163200_1719_17052016.pdf
Communiquer et mobiliser autour de la lutte aux changements climatiques	Citoyens, décideurs, professionnels, jeunes	équiterre	Contribuer à la responsabilité individuelle; susciter de l'engagement collectif	Méthodologie	page web+ fiche	2015	politique CC	https://www.equiterre.org/fiche/communiquer-et-mobiliser-autour-de-la-lutte-aux-changements-climatiques
Kit de communication								
Supports de communication du GIS climat	Chercheurs	GIS Climat	Renforcer la recherche interdisciplinaire sur le CC et ses impacts	Communication	Plaquette, poster, logo	2010	politique recherche CC	http://www.gisclimat.fr/qui-sommes-nous/communication.html
Informier et sensibiliser sur les effets du changement climatique	Grand public, scolaires et jeunes	Pôle-relais lagunes méditerranéennes	Informier et sensibiliser sur les effets du CC	Information. Redirection vers outils	kit de communication, brochure, kit pédagogique, vidéos	2015	Pôle relais	https://pole-lagunes.org/informer-et-sensibiliser-sur-les-effets-du-changement-climatique/
Communiquer efficacement sur les risques climatiques	Tout public	Réseau environnement	Communiquer en matière de CC	Méthodologie	Acte de conférence	2017	Conférence	https://www.rncreeq.org/images/UserFiles/files/Communiquer-les-changements-climatiques_IsaP.pdf

Figure 7 : Tableau Excel collaboratif « Boîte à outils Mobilisation des acteurs »

Les domaines d'actions identifiés (un domaine, un onglet, une feuille) sont :

- Promouvoir les ambassadeurs,
- Sensibiliser,

- Communiquer,
- Mettre en place des démarches participatives,
- Animer,
- Guider/accompagner.

Ces catégories d'actions s'imbriquent les unes dans les autres. Chaque ligne correspond à un outil ou une méthode. Les doublons ont été éliminés. Par exemple, la finalité d'une animation peut être la sensibilisation, l'outil est placé dans la catégorie « animer » et « sensibilisation » dans la colonne « objectif ».

3.3 Enrichissement permanent

La boîte à outils a pour finalité de s'enrichir et donc d'être en constante évolution.

Elle a été réalisée à partir de 116 éléments² qui ont été répertoriés et classés dans les six catégories prédéfinies.

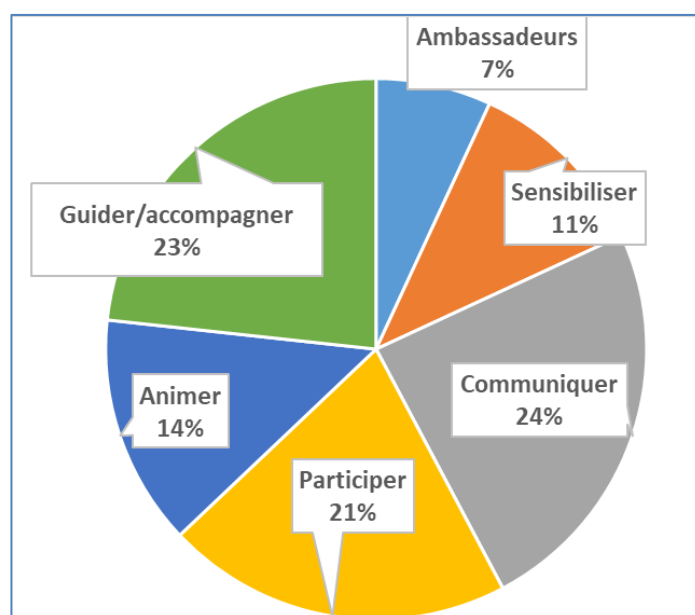


Figure 8 : Répartition par catégories des éléments de la boîte à outils (09/21)

Les 116 éléments constituent le corpus de la synthèse, base sur laquelle les recommandations ont été élaborées.

4. ELABORATION DES PREMIERES RECOMMANDATIONS DE MOBILISATION DES ACTEURS POUR TOUS

Les actions pour mobiliser les acteurs locaux sont multiples et répondent à des objectifs différents. Tout projet de mobilisation des acteurs nécessite une bonne connaissance de sa cible (les acteurs concernés et les acteurs intéressés), de ses objectifs et de ses moyens

² Par éléments, nous entendons les différents types de documents, pages web, guides ...

(humains et financiers). La mobilisation des acteurs se construit et requiert une stratégie de mise en œuvre.

Dans le projet LIFE Eau&Climat, plusieurs partenaires ont prévu de mettre en œuvre des actions de mobilisation à différentes échelles, avec des cibles variées, sur des projets de territoire avec une temporalité variable et des objectifs qui ont tous en commun l'adaptation au changement climatique.

Cette synthèse reprend des actions et des expériences proposées dans la boîte à outils et s'appuie sur les résultats de la collecte documentaire.

Pour réussir une mobilisation des acteurs, plusieurs étapes sont nécessaires.

4.1 Etapes préalables de préparation de toute action de mobilisation

Une mobilisation d'acteurs implique des étapes préalables. C'est un moment à ne pas sous-estimer, ni négliger. De ces étapes dépendent le résultat de la mobilisation.



Figure 9 : Les étapes de préparation de la mobilisation

4.1.1 Identifier les acteurs

Identifier les acteurs-cibles, c'est répondre à la question simple : qui ?

?

- Quels sont les acteurs-cibles à mobiliser ?
- A qui s'adresser pour atteindre les objectifs ?
- Qui motivera et poussera la cible à agir ?
- Quels sont les décideurs, les leaders, les alliés ?
- Quelles sont les caractéristiques des acteurs-cibles ?

Identifier la cible équivaut à déterminer quelles sont les parties prenantes.

Le choix des acteurs est crucial. Toutes les actions découlent de cette première étape. Les acteurs sont alors envisagés comme des cibles, c'est-à-dire les personnes, les groupes d'individus qui sont à mobiliser.

Des cibles particulières peuvent être choisies : les enfants, les élus, les agriculteurs...

Les cibles peuvent également être indifférenciées, le « grand public ».
Selon les objectifs, différents niveaux de « cibles » sont déterminés (figure 8).

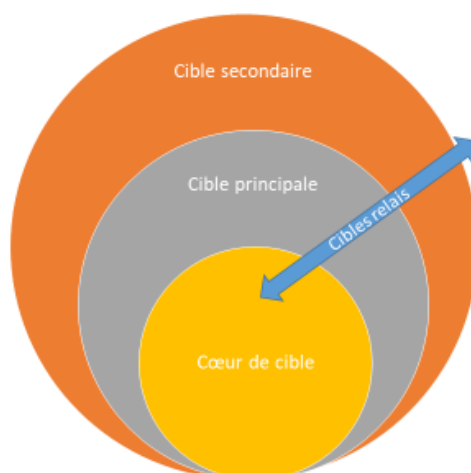


Figure 10 : Identifier les acteurs-cibles

Le cœur de cible correspond aux principaux acteurs visés, la cible principale aux acteurs concernés, la cible secondaire aux acteurs intéressés. Les cibles relais sont envisagées comme des acteurs qui pourraient assurer la diffusion de l'information ou être porteurs d'initiatives. Les cibles relais constituent une catégorie à part. Elles sont un lien entre les différentes cibles.

Exemple : [Guide économies d'eau dans les bâtiments et espaces publics de l'EPTB Vienne](#)

Cœur de la cible du guide : administrations, services publics et collectivités désireuses de maîtriser leur consommation en eau.

Cible principale : Structures publiques et para publiques

Cible secondaire : les particuliers

Par exemple, supposons que l'objectif soit de sensibiliser les agriculteurs aux économies d'eau.

Le groupe « agriculteurs » est vaste. Il regroupe des professionnels avec des préoccupations différentes : éleveurs, arboriculteurs, céréaliers... Parmi ces agriculteurs, certains appartiennent à des coopératives, des groupements, des filières... Ils sont syndiqués, sont plus ou moins impliqués dans les réseaux professionnels et sociaux. Parfois certains ont de multiples casquettes : agriculteur-élu-membre de la chambre d'agriculture, membre de la FNSEA...

Cœur de cible	Objectif	Moyen	Types d'actions
Irrigants	Faire baisser les prélèvements dans la rivière	Proposer des alternatives de matériel et de techniques (système d'irrigation goutte	Réunion d'information en lien avec la chambre d'agriculture, les fédérations ou syndicats locaux des irrigants

		à goutte, aspersion basse, horaire d'irrigation...)	Journée technique Visite sur une exploitation
Eleveurs	Diminuer la consommation d'eau du bétail	Utiliser des abreuvoirs économiseur d'eau	Démonstration Journée technique Accompagnement financier
Tous les exploitants agricoles	Diminuer la consommation d'eau de l'exploitation	Installer des récupérateurs d'eau de pluie Réutiliser l'eau de pluie pour le lavage Créer des mares Vérifier le matériel pour détecter les fuites	Exposition/démonstration Réunion d'information en partenariat avec chambre d'agriculture, coopératives... Diagnostic dans les exploitations Accompagnement technique et financier...

Tableau 1 : Exemples cœurs de cible, objectifs, actions

S'appuyer sur les réseaux du territoire existant est également un levier qui permet d'atteindre sa cible. Par exemple, l'APCA-Assemblée permanente des chambres d'agriculture accompagne ses membres pour réaliser des diagnostics des exploitations pour déterminer quels sont les impacts du changement climatique.

Identifier les acteurs-cibles est une première étape. Cependant, pour mobiliser, connaître les compétences, les expertises, les expériences, les besoins et les attentes des acteurs est important. Quelle est la forme d'engagement souhaitée ? En d'autres termes, quelles sont les attentes en termes de mobilisation et quels sont les objectifs de cette mobilisation ?

4.1.2 Définir les objectifs

Mobiliser les acteurs territoriaux suppose l'adhésion à un projet commun qui se base sur un partage de valeurs, une vision partagée. La question simple est : pourquoi ?



- Quel est l'objet de la mobilisation ?
- Quels sont les enjeux de la mobilisation ?
- Quels sont les objectifs à atteindre ?
- Pourquoi mobiliser ces acteurs ?
- Quelles sont les motivations de la cible pour agir et se mobiliser ?
- Quels sont les leviers ?
- Quel est le degré de mobilisation souhaité ?

Des objectifs de la mobilisation découlent les actions. Définir ses objectifs, c'est permettre à la cible de se sentir concernée et de susciter son engagement.

Les objectifs doivent être smart, c'est-à-dire clairs, concis, facilement compréhensibles, réalistes et mesurables. La mobilisation s'inscrit dans un cadre particulier, dans un temps

délimité. La motivation de la cible, mais également de ceux qui provoquent la mobilisation, est un facteur à prendre en compte.

Objectifs de la mobilisation

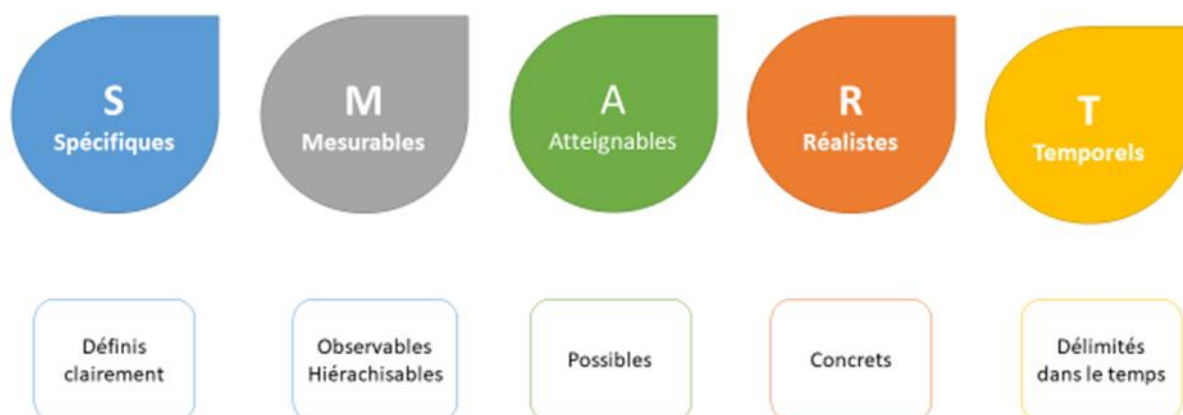
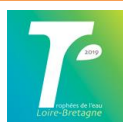


Figure 11 : Des objectifs SMART pour la mobilisation

La mobilisation des acteurs repose sur plusieurs phases :

- l'acquisition de savoirs communs (informer, sensibiliser, partager),
- l'intégration de ces savoirs acquis pour coopérer et se fédérer (participer, concerter),
- la diffusion plus large (communiquer),
- l'adhésion des acteurs locaux aux orientations proposées (réalisation d'actions communes, émergence d'initiatives, changement de pratiques...).

S'interroger sur le niveau d'implication facilite la mise en place des actions. Mobiliser pour informer, consulter, construire, décider n'engage pas au même degré.



Exemple : [Des trophées pour populariser des actions exemplaires.](#)

Tous les deux ans, des Trophées de l'eau, décernés par l'agence de l'eau Loire-Bretagne, récompensent des actions exemplaires pour l'eau. C'est l'occasion d'illustrer les enjeux de l'eau mais surtout de mettre en valeur (vidéos, reportages...) et de faire connaître des actions à reproduire sans modération.

De même, la question de la mobilisation dans le temps est importante. Plus le processus est long, plus le maintien de la mobilisation se pose. Le rythme et la durée de la mobilisation doivent s'ajuster aux objectifs. L'approche de mobilisation peut être envisagée comme un processus avec une progression, différents objectifs, un suivi, une évaluation...

4.1.3 Déterminer les moyens

La mobilisation des acteurs est un processus complexe qui nécessite de bien déterminer quels sont les moyens humains, techniques, logistiques et financiers... à engager. En d'autres termes, évaluer le « combien ».



- Quelle est l'équipe en charge des actions ?
- Quels sont les outils et matériels dont l'équipe dispose ?
- Quels sont les appuis potentiels ou existants ?
- Quels organismes peuvent être sollicités ?
- Quelle est l'enveloppe financière ? Sur quel budget ?
- Quels sont les outils financiers pouvant être sollicités (aide financière des agences de l'eau, de l'Ademe, des collectivités...) ?
- Quelles sont les compétences requises ?
- Quelles dépenses prévoir ?

La temporalité est à prendre en compte. Si par exemple, vous lancez une campagne de sensibilisation, sera-t-elle sur quelques jours, plusieurs semaines, plusieurs mois ?

Quels sont les moyens à disposition ? (enseignants déjà sensibilisés, ambassadeurs du climat, associations environnementales, kit pédagogique de l'Education Nationale...) ?

Objectif	Cible	Actions	Coût
Informier pour mobiliser la population	Ménages, élus locaux et professionnels de l'eau Bailleurs sociaux comme cible relais Département de la Gironde et Chambre des Métiers et de l'Artisanat Interdépartementale comme relais des professionnels	Lettres envoyés aux élus Réunions publiques Distribution de kit hydro-économes aux ménages Formation proposée aux professionnels (plombiers)	Total : 122 000 €. Frais en ressources humaines : 113 000 € Frais en support de communication : 9 000€
Sensibiliser	Grand public, collectivités locales et professionnels de l'eau Espaces Info Economies d'Eau comme acteurs	Distribution de kit hydro économe Intervention dans les écoles et collèges	Total : 39 000 € Frais en ressources

	relais auprès des élus et du grand public Associations locales comme relais auprès du grand public Sensibilisation des scolaires en lien avec actions du SAGE, dispositif « l'eau, un enjeu majeur »	Séance de coworking avec les étudiants Réunions publiques Stands lors d'évènements particuliers (salon, foire, évènements communaux) Animations autour des gestes hydro-économiques auprès de publics ciblés (agents municipaux, personnes en maison de retraite, personnes en difficultés sociale, etc.) Conseils directs aux particuliers, par rendez-vous, par téléphone ou par courrier Interventions dans des centres commerciaux	humaines : 32 000 € Frais de déplacement : 7 000 €
Communiquer	Tous les publics	Création d'une signalétique (logo) Supports de communication (affiches, plaquettes, site web...) Articles dans la presse régionale et locale	Frais inclus dans les deux actions précédentes

Tableau 2 : Exemple du projet MacEau. L'action « Mobilisation des acteurs et sensibilisation aux gestes hydro-économiques »

4.1.4 Choisir les actions

Une fois la cible identifiée, les objectifs fixés et les moyens budgétés, les actions sont à définir, à décliner et à prioriser.



- Quel format est le plus adapté ?
- Quelles sont les actions adaptées à la cible ?
- Quelles sont les actions prioritaires ?
- Quelles sont les formes de mobilisation souhaitée ?

Réaliser un tableau avec les objectifs, les cibles et les moyens alloués, peut être un outil simple à utiliser pour choisir les actions. La boîte à outils propose de nombreux exemples d'actions.

Objectifs	Acteurs-cibles	Actions proposées
-----------	----------------	-------------------

Sensibilisation aux bonnes pratiques	Acteurs de l'eau du bassin, représentants de l'Etat, établissements publics, collectivités, agriculteurs, industriels, pêcheurs, associations	Recueil de 20 bonnes pratiques
	Tout public	Exposition
	Enfants	Jeu du hérisson « protégeons l'eau, changeons nos pratiques »

Tableau 3 : Exemple-[Sensibilisation aux bonnes pratiques par la FNE Midi-Pyrénées](#)

4.1.5 Définir les modalités de mise en œuvre

Pour mobiliser, il est important de bien connaître les acteurs territoriaux et le potentiel du territoire. Les modalités de mise en œuvre répondent au « comment ? ».



- Quel lieu ?
- Quelle date ?
- Quelle organisation ? (Qui fait quoi ?)
- Qui inviter ? Comment ?
- Comment communiquer sur l'évènement ?
- Sous quelle forme ?
- Comment dimensionner les actions ?
- Quel livrable ?
- Quelles compétences locales associées ?

Les modalités d'action permettent d'élaborer une feuille de route. Les actions sont décrites et planifiées.

Les principaux leviers sont :

- la qualité de l'information,
- un budget prévu pour chaque action,
- des calendriers pour chaque déroulement d'actions.

Les actions se déclinent en court, moyen et long termes.

N° action	Action	Description	Lien avec PAGD	Objectifs	Groupe cible	Opérateur(s)	Fréquence
1	Site internet	Informier, sensibiliser, conseiller sur les thématiques liées à l'eau	DP 36, 37 OP 16, 17	1,2,3,5,6	TOUS	SMSAV	MAJ 1-2x/mois
2	Newsletter	Par mail, diffusion des informations clés du mois postées sur le site internet		1,2,3	Collectivités Spécialistes Abonnés	SMSAV	1x/mois
3	Observatoire du Bassin Versant (OBV)	Diffuser des informations et données du territoire	DP 15, 36 OP 3, 10, 11	2	TOUS	SMSAV	MAJ annuelle ou semestrielle
4	Echo de l'OBV	En fin de réunion de CLE, informer sur l'OBV et les retours d'expériences éventuelles liés à une thématique	DP 36 OP 16	2,4	Membres CLE	SMSAV	1x/ réunion CLE (estimation : 2x/an)
5	Les Rendez-vous de l'eau	Proposer une rencontre thématique avec exposé en salle et visite terrain	DP 7, 8, 10, 28, 35, 37 OP 6, 8, 9, 10, 15, 17 OB 2.3.4 ; 3.3.1 ; 3.3.2	1,3,4,5	CLE Elus	SMSAV Spécialistes	1x/an
6	Journée d'échanges territoriale	Echanger sur les données et les pratiques du territoire (thématiques variées)	OP 15, 17 OB 2.3.4 ; 3.3.1 ; 3.3.2	1,2,4	Agents techniques Elus	SMSAV Spécialistes	1x/an
7	Brochure explicative sur le SAGE et ses actions	Expliquer l'intérêt des actions du SAGE	DP 37	3,5	TOUS (priorité élus)	SMSAV	1x en début de SAGE (estimation : 12 pages - x1200)
8	Supports d'animation sur le SAGE et ses actions	Présenter en quelques paragraphes et illustrations bien choisies, les missions et actions liées au SAGE	DP 37 OP 16	(2),3,5	TOUS Grand public	SMSAV	1x en début de SAGE (estimation : 3 roll-up)
9	Tableau de bord du SAGE	Informier sur l'avancée du SAGE et ses actions	OP 2, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 15, 16, 17 DP 17, 28, 35 OB 2.3.4 ; 3.3.1 ; 3.3.2	1,2,5,6	TOUS Acteurs territoire	SMSAV	1x/an (estimation : 80 pages - x100)
10	Lettre d'information	Information annuelle sur le SAGE et ses actions (syndicat mixte et CLE)	DP 37 OP 16	1,2,3,5 (6)	TOUS (priorité élus) Grand public	SMSAV	1x/an (estimation : 4 pages - x1500)
11	Articles Communiqués de presse	Informier dans les bulletins municipaux sur les actions en cours, conseiller sur des bonnes pratiques / aides selon thématique	DP 37 OP 16, 17	1,2,3	Habitants	SMSAV Collectivités	4x/an

Tableau 4 : Exemple. Mise en œuvre du plan de communication et de sensibilisation du SAGE Auzance vertonne

4.1.6 Synthèse des projets des partenaires du Life Eau et Climat

Dans les projets des partenaires du « Life Eau et climat », les objectifs de la mobilisation attendue se placent dans ces différentes phases.

Partenaires	Cibles	Objectifs	Actions prévues	Calendrier
SMCLM	Collectivités	Mise en place de dispositifs de récupération d'eau de pluie	Réalisation d'un questionnaire Appui financier et technique Communication	2020-2022
	Eleveurs	Organiser la diffusion des résultats de l'étude	Rencontre technique Diagnostic Conseil individuel	2022-2023
	Propriétaires de plans d'eau	Valoriser les plans d'eau existant	Réaliser un diagnostic des plans d'eau Animation Appui technique	2022-2023
EPTB Vienne	Acteurs du territoire	Mettre en œuvre un programme d'actions d'adaptation au changement climatique	Rencontre avec les décideurs locaux Guide	2022-2023

SMAVD-Durance	Tout public	Sensibiliser Communiquer Fédérer Vulgariser	Animation Supports de vulgarisation Atelier Séminaire Ambassadeur	2022-2023
EPAGELL	Différents publics : Gestionnaires, Grand public	Sensibiliser Informé Communiquer	Réunions publiques Réunions techniques Ciné-débat Panneaux Plaquettes Articles de vulgarisation	2022-2023
SMEAG	Décideurs (maître d'ouvrage) Acteurs agricoles	Mettre en place un réseau Sensibiliser Communiquer Favoriser la prise de conscience Faire émerger des dynamiques locales	Appui technique Animation Commission/ambassadeur	2022-2023
SMBVLB	Acteurs locaux	Sensibiliser Etablir un diagnostic partagé	Groupes de travail thématiques Concertation/diagnostic partagé	2022-2023

Tableau 5 : Actions de mobilisation des partenaires du LIFE Eau&climat

4.2 Recommandations spécifiques par type d'action de mobilisation

4.2.1 Promouvoir les ambassadeurs de l'eau et du climat

Derrière le terme « ambassadeur », se trouvent plusieurs actions avec des objectifs bien différenciés.

- Les « éclairés »,
- Les « relais »,
- Les « référents »,
- Les « missionnés ».

4.2.1.1 Les ambassadeurs « éclairés »

Les ambassadeurs « éclairés » sont des individus qui ont été sensibilisés aux éco-gestes ou aux problématiques du changement climatique et qui, à l'issue de ces activités, sont déclarés « ambassadeurs ». Ils repartent avec un badge ou un diplôme.

Exemple : Les Petits ambassadeurs du climat de la Communauté d'agglomération de Marne et Gondoire

Des rendez-vous sont organisés auprès des enfants pour faire comprendre les enjeux du changement climatique en s'amusant. Des badges leur sont remis à la fin des rencontres.

4.2.1.2 Les ambassadeurs « relais »

Les ambassadeurs « relais » sont des individus formés pour transmettre un message, « porter la bonne parole » et être un relais entre les instances de décision et les citoyens. Ils relayent les informations auprès des cibles définies au préalable. Ils peuvent développer, présenter et animer des actions. Parfois, ils sont en charge d'une création de réseau pour « passer » l'information.

Exemple : le réseau ambassadeurs du climat du Grand Narbonne

Le réseau « ambassadeurs du climat du Grand Narbonne » est un réseau de citoyens bénévoles. Ces bénévoles ont pour objectifs d'animer des actions en faveur de la transition écologique et de favoriser les changements de comportement, notamment pour réduire la consommation d'eau. Ils organisent des apéros, des visites de terrain, des rencontres pour relayer l'information auprès des citoyens dans le cadre du PCAET.

4.2.1.3 Les ambassadeurs « référents »

Les ambassadeurs référents sont des individus, identifiés comme tels, qui ont pour mission d'apporter des connaissances, de sensibiliser et d'éduquer, de participer aux débats, voir aux négociations sur les conséquences du changement climatique ou les écogestes.

Exemple : Les Ecodélégués

Les Ecodélégués sont des élèves qui sont formés pour promouvoir les comportements respectueux de l'environnement dans leur classe et proposer des initiatives pour contribuer à la protection de l'environnement dans leur établissement.

4.2.1.4 Les ambassadeurs « missionnés »

Les ambassadeurs missionnés sont issus des politiques de l'environnement territoriales. Les ambassadeurs ont pour mission de développer des outils d'animation et de sensibiliser différents publics sur une thématique comme les économies d'eau.

Ces ambassadeurs sont employés par exemple en contrat service civique par des collectivités territoriales.



JUSTE L'EAU QU'IL FAUT !

Exemple du Bassin Rennais

La Collectivité Eau du Bassin Rennais a mis en place un programme nommé ECODO qui a pour objectif « *d'économiser de l'eau potable à toutes les étapes du cycle de l'eau : la production, la distribution ou encore la consommation* »

Pour mettre en place ce programme, des ambassadeurs d'eau ont été recrutés. Ils ont pour mission de fixer des rendez-vous et de se rendre au domicile des abonnés en porte-à-porte afin de les informer sur le cycle de l'eau et sur les bons gestes à accomplir pour réduire sa consommation d'eau. Des démonstrations avec du matériel économe en eau sont réalisées.

Des animations sont également proposées auprès des scolaires

4.2.1.5 Les ambassadeurs, un même terme à utiliser avec parcimonie

Selon l'objectif et le message, le terme ambassadeur ne revêt pas la même réalité et le même niveau d'action. Sa portée symbolique est forte. Selon le contenu de sa mission, un ambassadeur a un rôle de transmission du savoir, de médiation et de représentation plus ou moins important qu'il est essentiel de bien prendre en compte dès le début du projet.

Catégorie d'ambassadeur	Type d'action	Portée symbolique
Eclairé	Information	+
Relais	Sensibilisation/animation	++
Référent	Formation/participation/représentation	+++
Missionné	Sensibilisation/promotion/animation	+

Tableau 6 : Portée symbolique par catégorie d'ambassadeur

Fiche synthèse

Promouvoir les ambassadeurs du climat

- Intitulés : Petits ambassadeurs du climat, jeunes ambassadeurs, classe eau et climat, réseau ambassadeurs de climat, citoyens du climat, éco-délégué, ambassadeur de l'eau
- Cibles : tout public, scolaire, étudiants, enseignants
- Objectifs : informer, sensibiliser (faire prendre conscience,...); apporter de la connaissance (comprendre); Eduquer (former); créer un réseau (agir, animer)
- Supports : jeux, kit pédagogique, ateliers, classe eau et climat, rencontre, conférence, animation, stand, démonstration
- Cadre : PCAET, COP, politique d'éducation nationale

Figure 12 : Fiche synthèse « Promouvoir les ambassadeurs du climat »

4.2.2 Sensibiliser

Sensibiliser est une première étape dans une démarche de mobilisation, le premier pas vers l'engagement individuel ou collectif.

Sensibiliser équivaut à rendre réceptif, sensible un individu ou un groupe d'individus à un sujet qu'ils ne connaissent pas, dans notre cas « eau et changement climatique ».

Ce qui est fondamental dans une action de sensibilisation est la finalité. Pourquoi sensibiliser ? Informer pour porter à connaissance ? Changer des comportements ? Modifier des habitudes ? Faire comprendre ? Promouvoir une démarche ?

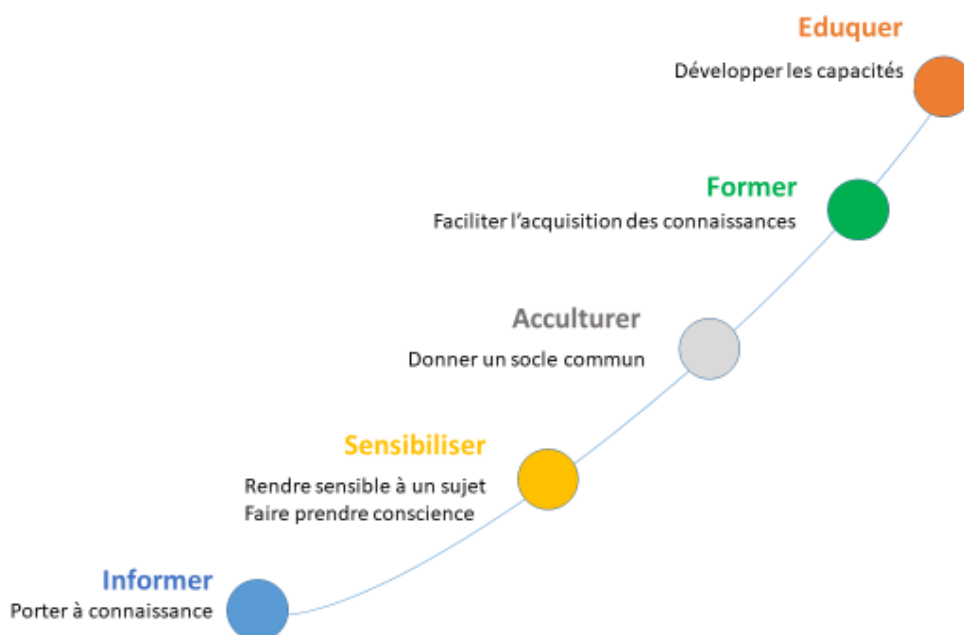


Figure 13 : de l'information à l'éducation

La sensibilisation est plutôt de l'ordre de l'émotionnel. Quand je suis sensibilisé, je prends conscience et donc je réagis plus ou moins fortement quand je suis confronté à une situation.

Par exemple, je suis sensibilisé aux économies d'eau, quand je vais me laver les dents, j'ouvre le robinet, mouille ma brosse à dents et soudain, pendant que je me brosse les dents, je m'aperçois que l'eau coule et je ferme le robinet. A force de répéter ce geste, il deviendra une habitude.

La sensibilisation permet de favoriser la réflexion, de susciter une prise de conscience, de proposer des solutions ou des alternatives à un problème.

4.2.2.1 Sensibiliser par la réflexion

Sous forme d'ateliers par exemple, l'objectif est de présenter, de façon simple ou ludique, le changement climatique et ses impacts sur l'eau, pour jouer ou débattre.



La fresque de l'eau proposée par EAU'DYSSEE

« La Fresque de l'Eau sensibilise tout public aux enjeux liés à l'eau et aux impacts du changement climatique sur cette ressource. Grâce à 35 cartes, les joueurs doivent reconstruire le cheminement de l'eau, que ce soit au travers de son cycle naturel ou de son utilisation dans les activités humaines. Une fois la vision globale atteinte, il est alors possible d'évaluer certains impacts du changement climatique sur toute la chaîne construite. »

4.2.2.2 Sensibiliser par les alternatives

Sensibiliser par les alternatives est lié aux usages. Pour modifier un comportement, un geste, une habitude, il s'agit de proposer une alternative, un autre geste, un autre comportement.



Economisons l'eau, chaque goutte compte

Dans le cadre d'une campagne de sensibilisation aux économies d'eau, l'association Graine-Paca propose des kits hydroéconomes au grand public (régulateur de débit de douche, sac débitmètre, régulateur de débit robinet, Eco WC sac) lors d'événements locaux.

4.2.2.3 Sensibiliser par l'exemple

Montrer quelles sont les bonnes pratiques permet de sensibiliser par l'exemple. Dans ce cadre, des visites sur site, des démonstrations ou des recueils d'expériences peuvent être proposés.



Sensibiliser aux bonnes pratiques de gestion de l'eau

Ce recueil propose 20 retours d'expérience autour de la gestion de l'eau : sur la tarification sociale, sur la renaissance d'une zone humide, sur la mise en place de matériel hydroéconome dans des HLM...

4.2.2.4 Sensibiliser dans le cadre scolaire

La sensibilisation des scolaires introduit une dimension pédagogique forte et suppose en amont une implication des personnels en charge de l'éducation. Des manuels, des guides, des fiches pédagogiques, des kits pédagogiques sont mis à disposition des animateurs, des enseignants... Sensibiliser est alors une première étape vers éduquer et les actions peuvent être graduées dans un projet éducatif.



Mieux comprendre les enjeux climat et environnement

Ce kit pédagogique réalisé par l'AFD propose des fiches thématiques et des séances à destination des enseignants pour faire comprendre les sujets liés à l'accès à l'eau, au climat...

4.2.2.5 Fiche synthèse « Sensibiliser »

Fiche synthèse

Sensibiliser

- Intitulés : kits pédagogiques, sensibiliser sur le changement climatique, fiches
- Cibles: tout public, scolaires, enseignants, collectivités
- Objectifs : organiser des opérations de sensibilisation, fournir les clés pour comprendre le CC, disposer d'outils pédagogiques, diffuser des informations scientifiques et techniques
- Supports : fiches pratiques, kits pédagogiques, jeux, quizz, vidéos, cahier de jeux, expositions...
- Cadre : politiques d'éducation, environnementale

Figure 14 : Fiche synthèse « Sensibiliser »

4.2.3 Communiquer

Pour transmettre information et connaissance, bien communiquer s'avère fondamental. Quand communiquer, à qui, quoi, quel message et par quel canal ...?

La communication est avant tout un processus interactif entre différents acteurs pour partager du sens. Cette notion de « faire sens » est l'essence même de la mobilisation.

4.2.3.1 Elaborer un plan de communication

Etablir un plan de communication donne une portée stratégique aux actions de communication et permet de clarifier la cible (qui est visé), les objectifs (le message) et les moyens de la communication. Le plus important pour établir ce plan de communication est de bien définir son objectif.

Pourquoi établir un plan de communication ? Quel est le contexte ? Quelles sont les attentes de cette communication?

Un plan de communication traduit de manière opérationnelle les actions de communication relative à un projet. Il est adaptable en fonction de l'évolution du contexte. Il peut se décliner en plusieurs actions, à différents moments, avec des cibles variées...

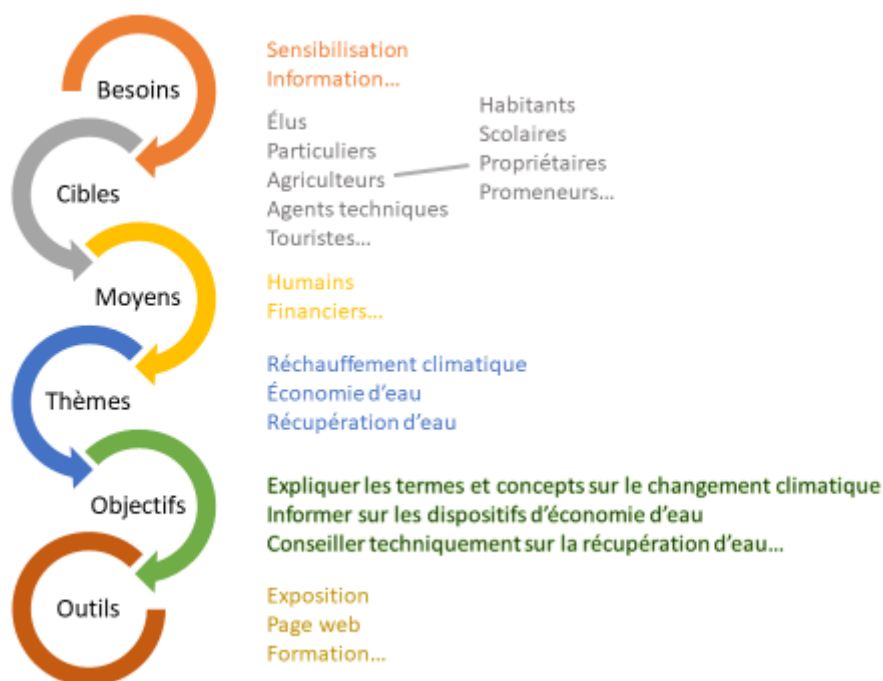


Figure 15 : Les différentes étapes d'élaboration d'un plan de communication



Plan de communication et de sensibilisation du SAGE Auzance Vertonne et cours d'eau côtier

Le plan de communication du SAGE Auzance-Vertonne a pour but de mettre en cohérence les actions de communication et les objectifs du SAGE.

4.2.3.2 Organiser une campagne de communication

Une campagne de communication est un ensemble d'actions mis en œuvre pour faire passer un message à un public ciblé.



Eaux du Morbihan : Campagne « laisse pas couler »

Le syndicat « Eau du Morbihan » a lancé une campagne de communication en faveur des économies d'eau. Un site web a été créé. La communication a été relayée par la presse locale et sur le site du syndicat.

Cette campagne doit avoir un objectif clair, une cible, un message et un format adapté. Le succès d'une campagne de communication réside dans son accroche, ses slogans. Le message doit être clair, court et percutant pour être compris. Enfin, pour que le message soit lu, la campagne doit être visible et donc diffusée.



En immersion : une campagne de communication des Agences de l'eau

Les agences de l'eau et le ministère de la Transition écologique et solidaire ont lancé en 2018 une campagne autour des enjeux liés à la ressource en eau. L'ambition est de partager des données locales autour de la qualité de l'eau et d'informer le citoyen des actions menées pour sa préservation.

La campagne aborde différentes thématiques sur des supports variés (vidéos, podcast, articles, lettre d'information, abécédaire de l'eau et de la biodiversité, poster...).

4.2.3.3 Les outils et supports de communication

Comment communiquer pour susciter la mobilisation ? Quel message ? Le message est le contenu de la communication. L'outil et le support sont les moyens par lesquels le message est transmis.

Il est donc important de prendre le temps et le soin nécessaires pour élaborer son message et pour choisir ces supports. Plus le message est percutant et efficace, plus la mobilisation sera forte.

Les messages s'adressent à une certaine cible et il est donc essentiel qu'ils soient en adéquation avec elle en utilisant le même langage, en évitant les sigles et les acronymes.

Les outils et les supports sont choisis en fonction des objectifs et de la cible. Par exemple, si l'objectif est un changement de pratique agricole, la cible est les agriculteurs, le support privilégié sera une journée technique ou une rencontre avec d'autres agriculteurs qui maîtrisent cette nouvelle pratique.

Ils doivent être adaptés à la cible. Pour des personnes âgées, une lettre d'information sera privilégiée à un podcast ou à une story sur Instagram.

Cible	Objectif	Support
Grand public	Sensibiliser au changement climatique	Presse (publication, plaquette, lettre...) ; journée « j'économise l'eau », conférence, réunion d'information, exposition, organisation de visites
Elus	Concerter, co-produire	Diagnostic territorial, formation interne, rédaction d'un guide
Enfants	Faire prendre conscience	Concours de dessin, chantier de rivière, exposition...

Tableau 7 : Exemples de supports de communication selon la cible et les objectifs



Figure 16 : Exemples de supports de communication

4.2.3.4 Fiche synthèse « Communiquer »

Fiche synthèse

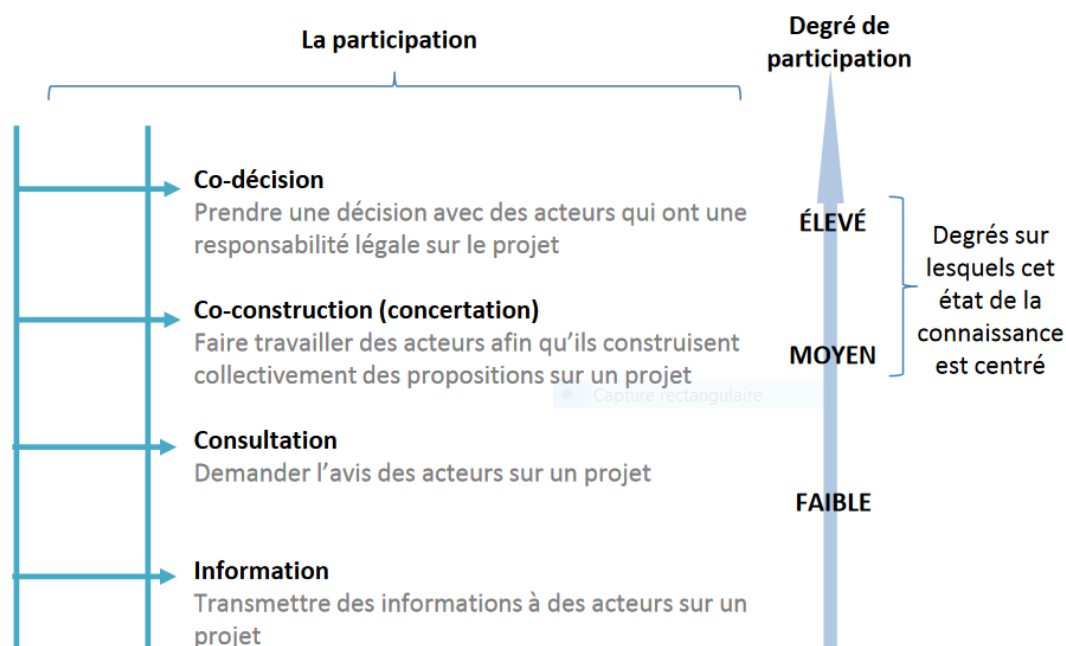
Communiquer

- Intitulés : communiquer sur les CC, développer un plan de communication, boîte à outils des élus, centre de ressource, campagne de communication
- Cibles: tout public, usagers, collectivités
- Objectifs : communiquer sur le changement climatique, sur la transition écologique, sur les économies d'eau.
- Types d'action : information, communication, recommandations
- Supports : boîtes à outils, vidéos, liens, guides, plaquettes, manuels
- Cadre : politiques publiques

4.2.4 Mettre en place des démarches participatives

Les démarches participatives autour de la gestion de l'eau et de l'adaptation au changement climatique sont nombreuses. Les pratiques de participation ont été développées notamment dans la gestion territoriale de l'eau (SAGE, contrats territoriaux, SDAGE...).

Dans le cadre du projet LIFE Eau&climat, plusieurs actions de participation sont prévues qu'ils s'agissent de diagnostic partagé ou de mise en place d'ateliers.



(adapté de Lisode, 2017, & Arnstein, 1969)

Figure 17 : Les différents niveaux des démarches participatives (source : AERMC/INRAE)

Il est essentiel de ne pas confondre les différentes démarches participatives. Elles ne répondent pas aux mêmes objectifs. Souvent, le terme concertation est employé de manière erronée. La concertation est un processus qui permet aux acteurs de travailler ensemble et de construire un projet commun et est différent d'une démarche informative ou consultative.

Les démarches participatives s'intègrent dans un cadre plus large de participation des citoyens dans la vie démocratique. L'objectif est d'impliquer le citoyen dans les processus décisionnaires.

Le degré de participation dépend de l'objectif, des acteurs-cibles et des moyens.

4.2.4.1 Démarche informative

La démarche informative consiste à apporter de l'information aux acteurs-cibles.



BASSIN VERSANT DE LA BRÈCHE

Ateliers élus Eau et climat du SMBVB

Le SMBVB a organisé des ateliers « élus eau et climat ». Il s'agit de 6 journées dédiées aux enjeux principaux du SAGE et basées sur des interventions de professionnels du domaine, illustrées par des visites de sites.

4.2.4.2 Démarche consultative

La démarche consultative consiste à demander leur avis aux acteurs-cibles sur un sujet ou un projet.



Une plateforme pour la consultation du public. Agence de l'eau Seine-Normandie

Le comité de bassin Seine-Normandie a organisé une consultation sur le projet du plan de gestion de l'eau : le Schéma Directeur d'Aménagement et de Gestion des Eaux (SDAGE) qui s'appliquera pour les années 2022 à 2027.

4.2.4.3 Démarche de co-construction dite de concertation

La co-construction suppose une mobilisation collective. L'objectif est de construire ensemble, collectivement un projet ou une action, ce qui suppose des acteurs-cibles multiples. Il s'agit de faciliter un dialogue entre des personnes concernées par une problématique commune, de se comprendre et d'identifier un intérêt commun.

La mise en place d'une action de concertation nécessite de prendre le temps. La démarche de concertation est souvent utilisée pour réussir à motiver et à engager les acteurs pour changer une pratique par exemple.

La démarche de concertation est confrontée à la complexité des situations qu'elle soit sociétale, géographique, administrative, sectorielle... Ces complexités sont à prendre en compte dans le choix de cette démarche.

Atelier de concertation. Dordogne 2050

La démarche de concertation s'est déroulée en différentes phases : un diagnostic territorial, des entretiens ciblés complétés d'une enquête en ligne et par des ateliers territoriaux. Elle a permis de définir quels étaient les enjeux et quelles orientations pouvaient en découler ainsi que de réaliser des propositions d'actions.

4.2.4.4 Sciences participatives

Un programme de sciences participatives est un programme qui est conduit entre des observateurs et un laboratoire ou une unité de recherche, à visée scientifique. L'objectif est d'observer et d'étudier un phénomène (par exemple la disparition d'une espèce) dans le cadre d'un protocole défini. (D'après Tela Botanica).

Cette forme de mobilisation est très présente sous l'angle climat et biodiversité. Ces programmes peuvent être des passerelles et des relais pour sensibiliser et impliquer des citoyens dans les actions liées au changement climatique.

Les sentinelles du climat



Le programme « Les sentinelles du climat » est conduit en Nouvelle Aquitaine. Il est financé par l'union Européenne et la Région Nouvelle-Aquitaine. Il a pour objet l'étude de l'impact du changement climatique sur la faune et la flore de la région via l'observation des espèces dites « sentinelles ». Une [plateforme de science collaborative](#) permet de participer au projet.

Fiche synthèse

Mettre en place des démarches participatives

- Intitulés : concerter les acteurs du territoire, comment mobiliser, favoriser le dialogue territorial, manuel processus participatif
- Cibles: tout public, collectivités
- Objectifs : partager des expériences, diagnostiquer, identifier des actions, aider les acteurs pour mieux agir, développer des approches participatives...
- Types d'action : concertation, ateliers, inventaire, réflexion
- Supports : retours d'expérience, rapports, outils, guide, étude
- Cadre : Dynamique régionale, politique de l'eau, projets

4.2.5 Animer

L'animation joue un rôle prépondérant dans un processus de mobilisation. A la posture de l'animateur s'ajoute sa légitimité (quelle mission, quelle confiance, quelle expérience). L'animation se base avant tout sur des techniques qui seront mises en place en tenant compte de 4 facteurs : objectif, nature (sensibilisation, formation, présentation, débat...), durée et participants.

Les techniques d'animation sont des modalités de travail qui requièrent pour l'animateur des compétences particulières. Le choix d'une technique d'animation est fondamental et est lié aux objectifs et aux acteurs-cibles. Il détermine la dynamique de groupe et oriente les résultats.

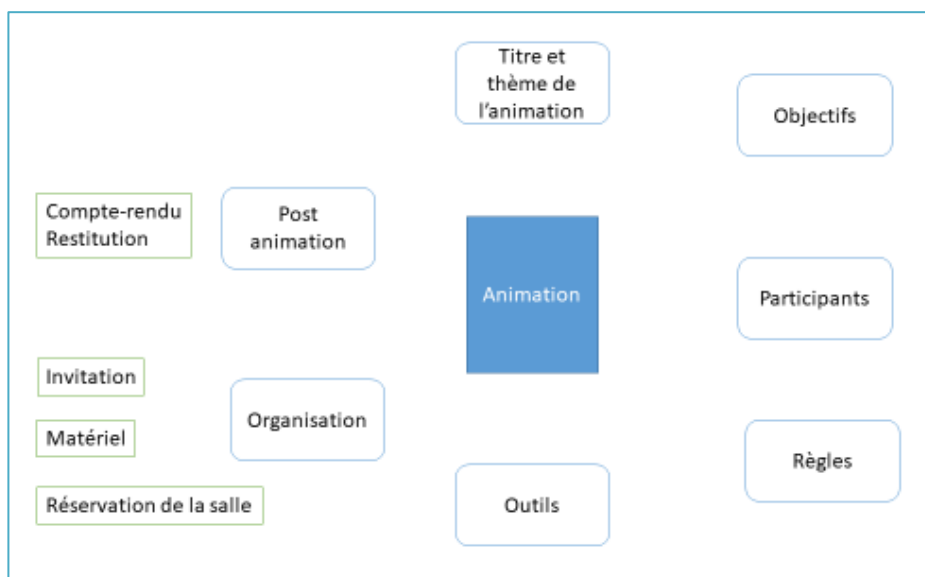


Figure 18 : Organisation d'une animation

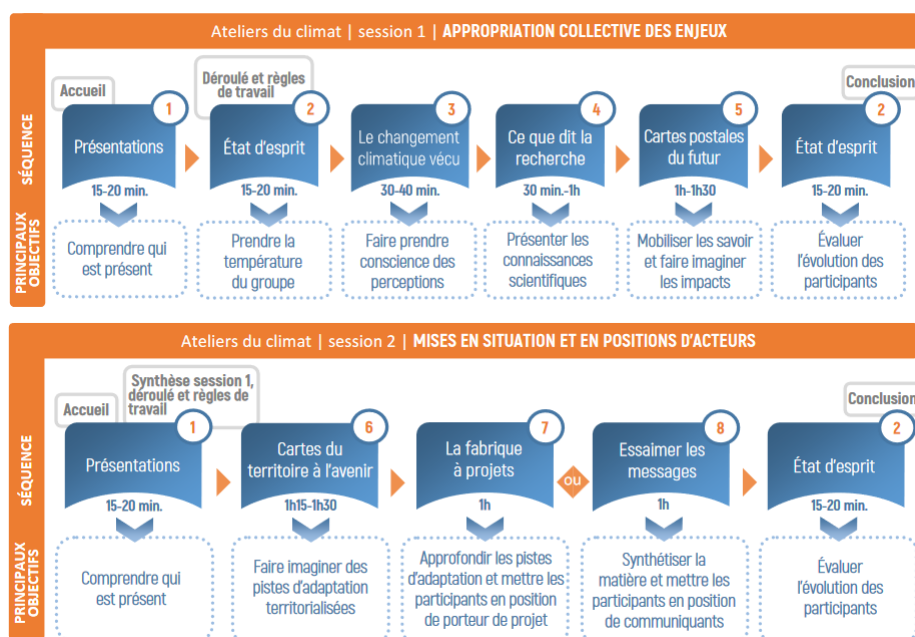
Différents types d'animation existent : table ronde, groupe de travail, atelier, cours, exposé...

4.2.5.1 Préparation de l'animation

Le temps de préparation de l'animation est à anticiper : définir quels sont les objectifs, le déroulé, la durée et le matériel. L'animation peut être découpée en séquences et en session avec différents temps (présentation, représentation (perception), mise en situation...).

Les ateliers du climat (Alterre Bourgogne)

Les ateliers du climat ont été organisés par Alterre Bourgogne dans le cadre du projet HYCCARE Bourgogne. Ils avaient pour « *objectifs de sensibiliser tous les acteurs aux impacts du changement climatique sur la ressource en eau et de lancer une dynamique collective sur le sujet.* »



Des éléments très concrets sont également à prendre en compte : nombre de participants, accessibilité, configuration de l'espace et du mobilier, matériel d'animation...

De nombreux guides existent (cf boîte à outils « animer »).

4.2.5.2 L'animation en milieu scolaire

L'animation en milieu scolaire repose sur les processus d'apprentissage et sur les aspects pédagogiques. Le contenu pédagogique est donc au centre de l'animation. De nombreux outils-soutiens sont proposés : panneaux d'information, mallette, kit pédagogique, sorties scolaires...

Les animations en milieu scolaire se construisent avec les professionnels de l'enseignement et avec des approches pluridisciplinaires.

Les ressources du Ministère en charge de l'Education nationale

Les ressources du Ministère en charge de l'Education Nationale proposent des supports pédagogiques mais présentent également des actions menées dans les milieux scolaires avec différents partenaires.



Le projet Viv'l'Eau-cycle d'animations scolaires sur l'eau et le changement climatique

« Le projet Viv'l'Eau est un cycle d'animations scolaires sur l'eau et le changement climatique destiné aux élèves de primaire et aux collégiens. Il cherche à vulgariser les nouveaux enjeux de l'eau dans le contexte du changement climatique. Mêlant apports de connaissances scientifiques, expériences en groupe et visites de terrain; Viv'l'Eau veut concrétiser la manière dont on peut protéger la ressource en eau. » (Ecocene, 2019)

4.2.5.3 Les animations participatives

Les animations participatives ont pour objectif de faire participer les acteurs-cibles. L'animateur a un rôle central. Il a pour mission de respecter les objectifs qui ont été fixés en amont. Il fait avancer la réflexion, modère, encourage, régule le temps de parole, veille au respect des points de vue, synthétise, reformule, relance...

L'objectif de l'animation est central. Pourquoi mettre en place une animation participative ? Est-ce pour partager une culture commune, faire travailler des acteurs-cibles ensemble, faire prendre conscience, mobiliser des connaissances, interroger les perceptions, créer une dynamique de groupe... ?

Quel est le résultat attendu de cette animation ? Est-ce une réflexion collective, un échange d'expériences ou de point de vue, un diagnostic partagé, un consensus ?

Par exemple, si le groupe est composé de professionnels d'un même secteur et que l'objectif est qu'ils construisent ensemble un projet commun, chacun peut donner une idée, débattre puis prioriser les actions à mener ensemble.

Les outils d'animation participative sont nombreux et ont des objectifs différents.

Par exemple, une activité de brise-glace (tour de table, retrouve qui...) a pour objectif de créer un climat de confiance et de mieux se connaître tandis qu'un brainstorming ou remue-ménages sera proposé pour faire émerger différentes réponses à une question donnée.

Les outils d'animation pour mettre en œuvre la participation

Le GRAINE Guyane est un réseau régional d'éducation à l'environnement en Guyane.

Il propose des outils pédagogiques et a publié en 2017 un guide pratique d'accompagnement pour mettre en œuvre la participation dont une synthèse d'outils ainsi qu'un recueil de retours d'expérience sur les projets participatifs.



Figure 19 : Exemples d'outils pour animer

4.2.5.4 L'animation d'une démarche territoriale

Instaurer une dynamique pérenne est un enjeu majeur de l'animation autour d'une démarche territoriale. Le succès de la démarche repose sur la compréhension mutuelle et une vision commune des objectifs à réaliser. La complexité du territoire implique une stratégie pour toucher tous les acteurs-cibles. Des groupes thématiques, des commissions géographiques, des réunions avec des familles d'acteurs (professionnels) sont autant de structures qui permettent de construire cette vision commune. L'animateur est, dans ce cas, une interface entre différents publics-cibles.

Dans le cadre d'une animation territoriale, le portage politique devient fondamental pour réussir à mobiliser l'ensemble des acteurs-cibles du territoire.

Une animation par des jeux pour appréhender le territoire

[Wat a game : un outil de modélisation au service de l'animation](#)

Wat-a-game est un kit méthodologique pour modéliser la gestion de l'eau dans des bassins versants.

[Adour en jeu : jeu de rôles en appui à la gestion quantitative de l'eau](#)

Conçu pour le grand public, ce jeu permet de découvrir les principaux enjeux de la gestion quantitative de l'eau et de se mettre à la place de ces différents acteurs. Il a été utilisé lors de café-débat.

Fiche synthèse

Animer

- Intitulés : guide d'animation, animer un défi, postures de l'animation, livret d'outils, outils d'animation
- Cibles : animateurs, gestionnaires, enseignants, enfants
- Objectifs : comprendre le CC, aider les collectivités, présenter les outils, animer des ateliers
- Types d'actions : projet éducatif, animation, guide
- Supports : kits pédagogiques, guides, fiches, mémoire, projet, REX, enquêtes, jeux...
- Cadre : politiques eau, éducation à l'environnement, développement durable

4.2.6 Guider-accompagner

Guider et accompagner pour mobiliser, impliquer, orienter et fédérer les acteurs-cibles. Les guides ont pour objectifs d'accompagner les acteurs-cibles pour maîtriser, modifier, orienter les pratiques.

4.2.6.1 Les guides

Un guide est à la fois un outil d'aide à la décision mais il est également un outil de transfert de connaissances.

[Guide des économies d'eau de l'EPTB Vienne](#)

Ce guide a pour objectif d'apporter un appui méthodologique et des pistes d'économies d'eau dans les bâtiments et espaces publics.

Pour mettre en œuvre la démarche, l'EPTB Vienne propose également un accompagnement méthodologique et technique.

4.2.6.2 Les accompagnements techniques ou financiers

Accompagner techniquement ou financièrement les acteurs-cibles contribue également à la mobilisation. Par exemple, les diagnostics climat au niveau des exploitations agricoles permettent de prendre en compte les impacts des pratiques agricoles sur le climat et de lancer le débat sur les activités agroécologiques.

Les kits hydro-économiques sont, par exemple, des vecteurs importants dans la prise de conscience de la rareté de l'eau et surtout dans l'évolution des pratiques.

Kit hydroéconomiques SAGE Nappes profondes de Gironde

A Mérignac, 7471 kits ont été distribués. 1 ménage sur 5 est à présent équipé.

Fiche synthèse

Guider et accompagner

- Intitulés : guides des économies d'eau, guide pédagogique, guide pratique
- Cibles : abonnés, usagers, particuliers, collectivités, gestionnaires, habitants, propriétaires
- Objectifs : Apporter des clés de lecture, informer, accompagner, apporter un éclairage sur les bonnes pratiques
- Types d'actions : information, apport de connaissance, conseils, REX
- Supports : guides, fiches techniques, recommandations

5. LES PRINCIPALES RECOMMANDATIONS (2021)

5.1 Les principaux freins et leviers des actions de mobilisation des acteurs locaux (à développer)

	Freins	Leviers
Organisation	Horaires inadaptés (réunion, événement...)	Vérifier les dates, les disponibilités des participants, la mobilité des participants selon le jour et les heures choisis
	Moyens financiers et matériels	Bien établir son budget et anticiper les éventuels frais des participants (exemple : pour les parents, garde des enfants selon l'heure de la réunion)
	Logistique	Anticiper le nombre de participants, la salle, les

		aménagements, repas, audio-visio, matériel...
	Lieu	Choisir le lieu le plus approprié (proximité, accessibilité...)
Temporalité	Durée de l'action	Prendre en compte les temps des acteurs et du projet (court, moyen, long termes)
Date	Mauvais moments (match de foot, élections, fête religieuse...)	Choisir les périodes de l'année propices à la mise en place des actions, tenir compte du climat, du calendrier (agricole, électoral)
Compétences	Mauvaise maîtrise de l'animation, (difficulté d'écoute, gestion des participants, organisation des séquences...)	Former les personnes en charge d'animer les réunions et les ateliers
Format	Absence des acteurs cibles	Varier les formats selon les cibles (½ journée, journée entière, soirée...)
Cible	Méconnaissance des acteurs et de leurs habitudes	Identifier les acteurs concernés, intéressés (cartographie des acteurs, listes...)
Légitimité	L'organisateur n'est pas perçu comme légitime pour porter le sujet	Bien définir le périmètre d'action de l'organisateur et sa légitimité de portage
Contenu	Non implication des participants	Valoriser une vision locale, de proximité

Pour en savoir plus : Fiche « [Mobiliser les acteurs](#) »

5.2 Les clés d'une action de mobilisation réussie

Les clés de la mobilisation des acteurs locaux reposent sur trois éléments essentiels :

- une vision commune, c'est-à-dire un projet, un intérêt, un objectif partagé,
- un engagement, une coopération,
- des actions fédératrices.

Pour réussir une mobilisation, il est essentiel de se poser les bonnes questions en amont.

Quelle mobilisation ? Pour qui ? Pour Quoi ? Par qui ? Comment ? Quand ? Combien de temps ? Quels moyens ? Pour quels résultats ?

Pour chaque projet, il est conseillé de répondre à ces questions :

- qui : bien identifier sa cible,
- quoi : bien définir ses objectifs,
- pourquoi : bien déterminer la finalité,
- comment : choisir la démarche, les actions et les outils adéquats,

- quand : fixer un calendrier,
- combien : préciser les coûts humains et financiers.

Cette recommandation simple est généralement actée, mais dans les faits, elle s'avère plus complexe. En effet, les enjeux sont multiples et les questions qui semblent au premier abord simples se révèlent parfois complexes.

Ci-après, sont décrites les différentes étapes pour la bonne application des recommandations. Elles sont sous forme synthétique et seront reprises ultérieurement avec des exemples issus des retours d'expérience.

5.2.1 Définir les objectifs poursuivis

- Fixer des objectifs précis, clairs.
- Faire sens

5.2.2 Identifier les acteurs-cibles

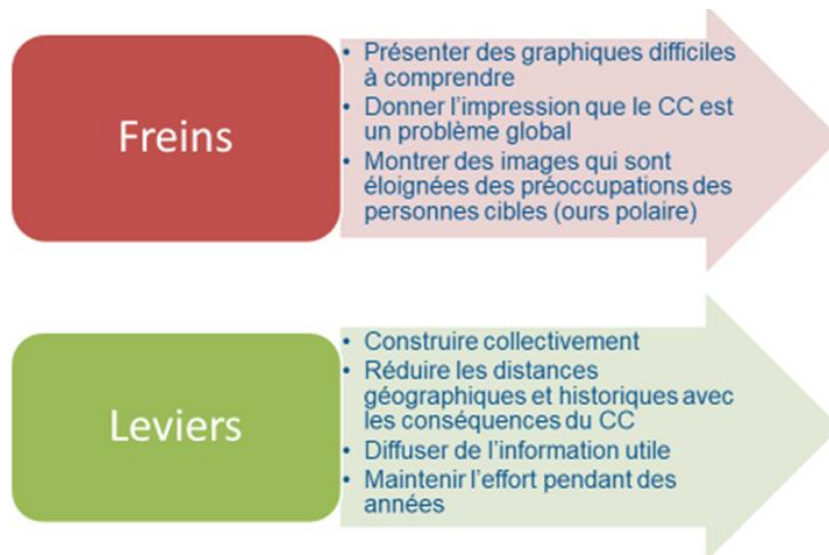
- Identifier tous les acteurs concernés, qu'il faudra soit solliciter, soit impliquer progressivement, soit intéresser.
- Faire une liste d'acteurs à solliciter, soit en fonction de leur importance sociale ou économique, soit selon leurs connaissances, soit en fonction des objectifs de l'activité.
- Identifier les acteurs-cibles susceptibles de relayer ou porter l'engagement
- Formaliser le degré de participation des acteurs-cibles
- Préparer vos attentes vis-à-vis de ces acteurs
- S'inscrire dans des réseaux existants
- Être transparent dans son message

5.2.3 Prévoir la logistique

- Varier les lieux en tenant compte des personnes à mobiliser
- Varier les horaires
- Bien choisir le jour et l'heure en fonction des acteurs-cibles
- Choisir des outils ludiques, simples, attrayants.

5.2.4 Adapter sa communication

- Adapter sa communication au public-cible



- Varier les moyens de diffusion et utiliser ceux existants (journal communal, médias locaux, affichage, médias professionnels...)
- Soigner la forme et le contenu des supports
- Adapter le langage à celui des acteurs-cibles
- Identifier les bons messages
- Avoir un message clair, compréhensible, lisible et légitime
- Connaître les besoins en information, le degré de connaissance du sujet, l'intérêt potentiel.
- Tenir compte des échelles de proximité
- S'appuyer sur des exemples concrets
- Communiquer à travers des images et des histoires
- Définir en amont un budget, les ressources humaines et un calendrier pour les manifestations et les actions de communication (supports...)



5.2.5 Varier son animation

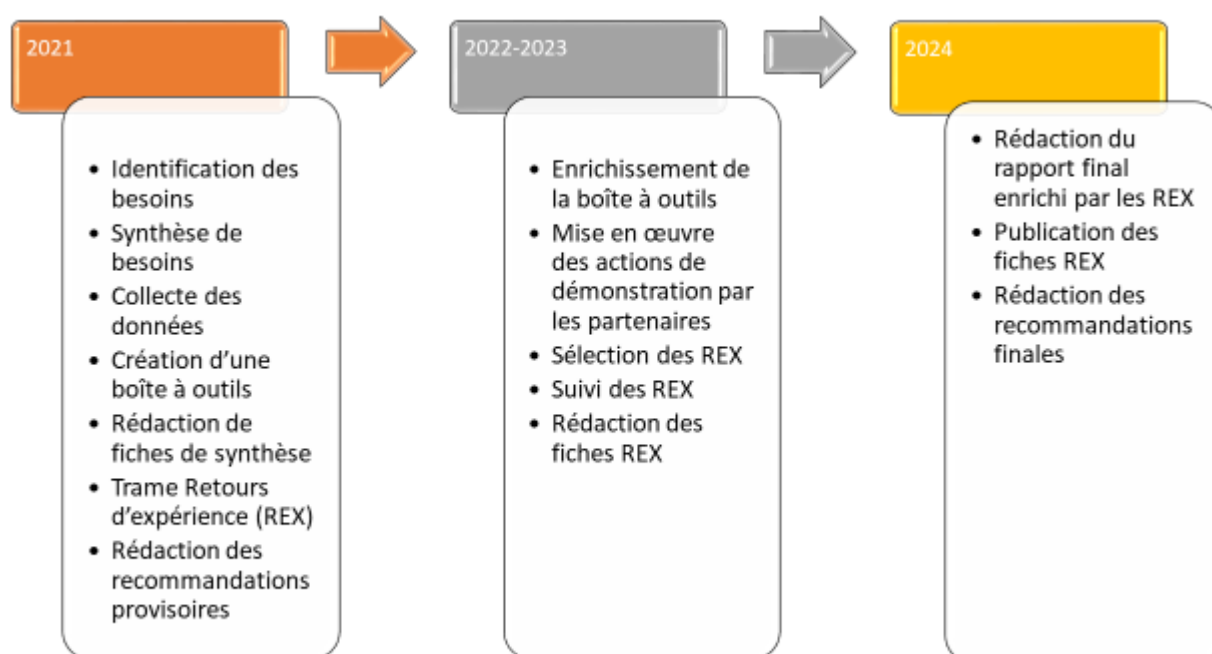
- Rendre ludiques les modalités de l'animation
- Varier les outils : Atelier, forum, réunion publique, soirée-débat, soirée-cinéma...

Mobiliser, c'est demander une participation, susciter un engagement.

Un slogan peut être retenu : Le bon message à la bonne cible au bon moment, au bon endroit.

6. CONCLUSION ET PERSPECTIVES : VERS LA PRODUCTION DE RECOMMANDATIONS DE MOBILISATION DES ACTEURS POUR TOUS

L'action C2 « Mobilisation des acteurs locaux, analyse des pratiques et recommandations » du Life Eau et Climat se présente en deux parties. La première, C2.1., est cette étude qui analyse des initiatives récentes en matière de mobilisation et propose une première ébauche de recommandations, plutôt conceptuelles. La seconde, C2.2., se présente sous forme de démonstration et de retours d'expérience afin de valider les recommandations et de les rendre plus pragmatiques.



Pour permettre de mieux appréhender ces actions, un modèle pour préparer des fiches retours d'expérience a été réalisé. L'objectif est que les partenaires puissent s'en servir pour réaliser leur suivi et proposer leurs retours d'expérience passés, présents et futurs afin d'améliorer la connaissance, de partager entre partenaires du Life sur la mobilisation des acteurs et de compléter les premières recommandations recensées dans ce document.

Figure 20 : Fiche retour d'expérience des partenaires

Dans un premier temps, la boîte à outils est placée sur Freedcamp et est accessible à tous les partenaires. Ils peuvent l'enrichir en ajoutant des lignes pour compléter le tableau et en respectant sa structuration. Une alternative est en cours de discussion afin de faciliter son accès et son enrichissement, ainsi que de le partager avec les autres partenaires du projet et les personnes intéressées.

Les actions de mobilisation (tâche C2.2) sont en cours de préparation, voire de réalisation. Les partenaires vont tester les recommandations et s'inspirer des initiatives identifiées dans la boîte à outils. Les retours d'expérience enrichiront la boîte à outils et nourriront les recommandations. Il est donc important que les partenaires remplissent leur fiche REX pour partager leur expérience, noter les difficultés et les réussites rencontrées.

Une version finale des recommandations sera rédigée sur la base des REX des partenaires du projet sur les 6 actions de démonstration sous un format communicable à tous les acteurs.

6.2 Les partenaires

Partenaires	Type d'actions
	• Supports de vulgarisation • Animations • Echanges et rencontres
	• Sessions d'animation • Fresque de l'eau • Fresque du climat • Support de vulgarisation
	• Monter un réseau • Plan de communication • Sensibilisation
	• Etude prospective • Sensibilisation • Accompagnement des acteurs • Mise en place d'un programme d'actions concrètes
	• Dispositifs récupération d'eau • Etude sur les pratiques d'élevage. • Rencontres techniques • Animation
	• Groupes de travail • Etude prospective locale • Supports de communication

ANNEXES : Bibliographie

Syndicat mixte du SAGE Auzance, Vertonne et cours d'eau côtiers (2016), *Plan de communication et de sensibilisation du SAGE Auzance, Vertonne et cours d'eau côtiers*, Document

http://www.sageauzancevertonne.fr/media/plan_de_communication_sage_valide_075163200_1719_17052016.pdf

CHEMERY JB, GASC G., ARAMA Y., DUBOIS N., DE LA ROCQUE J., RENOULLIN M. (2018), *Etat des lieux des démarches participatives pour une gestion intégrée et durable de l'eau et des milieux aquatiques*, Rapport, AFB

https://www.gesteau.fr/sites/default/files/rapport_-_etat_des_lieux_gestion_de_leau_et_des_milieux.pdf

INRAE-AERMC, ouvrage collectif, (2020), *Quelle stratégie participative pour la gestion locale de l'eau avec les citoyens ? Retours d'expérience et questions à se poser*, Rapport

<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02976121/document>

LOUPSANS D., METTOUX-PETCHIMOUTOU AP (2019), *Une démarche construite avec les territoires : le diagnostic territorial sociologique des enjeux et des acteurs* », Rapport, AFB-OiEau

https://www.oieau.fr/eaudoc/system/files/rapport_dtsea_2019.pdf

FERRATON M., (2016), *Comment impliquer les citoyens dans la gestion de l'eau ? Retours d'expériences sur les Parcs Naturels Régionaux*, Eau&connaissances

https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01468951/file/Ferraton_Melanie_2016_diffusion_1_annexe_Guide_MthodEau-Carnet_THEORIQUE.pdf

GRAINE Guyane, *Guide pratique d'accompagnement pour mettre ne œuvre et animer un projet participatif en Guyane*, septembre 2017

TEDDYF, (2011), *De la mobilisation à l'implication active des acteurs locaux dans la démarche Agenda 2021*, Les cahiers du développement durable en Ile de France.



**Le projet LIFE Eau&Climat (LIFE19 GIC/FR/001259)
a reçu un financement du programme LIFE de l'Union**

Contact projet : Dr Sonia SIAUVE
(Office International de l'Eau)
s.siauve@oieau.fr



Office
International de
l'Eau



gesteau.fr/life-eau-climat



[@gesteau](https://twitter.com/gesteau)