

## REUNION AVEC LES ASSOCIATIONS

DU 7 MARS 2008 A LA D.V.M.

---

### OBJET DE LA REUNION

Informers sur le SDAGE et la consultation du public, faire connaître les instances de bassin et l'agence de l'eau, communiquer sur les dépenses nécessaires pour protéger l'eau. Et en outre, tisser des liens réguliers avec les associations.

Les informations collectées à l'issue de cette réunion seront retranscrites en commission géographique.

### PARTICIPANTS

- Jean-Paul ANGER, Conseiller Régional, membre du Comité de Bassin,
- Marianne BARTHELEMY, GéoSciences Animation, Reims,
- Eric BELNOT, Conservatoire du Patrimoine Naturel Champagne-Ardenne,
- Martine BRETON, AESN,
- Sandrine CHRISTINI, AESN,
- Florent COLIN, DIREN Champagne-Ardenne,
- Raymonde DEGLAIRE, AESN,
- Michel DELAITRE, MNLE Reims,
- Pierre FERTE, Ligue pour la Protection des Oiseaux,
- Nicole GUYOT, AESN,
- Fabrice HEBERLE, CATER Meuse,
- Julien JOURDON, Fédération de Pêche de la Marne,
- Aurélien JOUVENAU, Union des Fédérations et Associations de Pêche de Giffaumont,
- Angélique LALEVEE, AESN,
- Didier LASSAUZAY, MNLE Marne, Sarry,
- Marie-Françoise LICKEL, AESN,
- Madame MARCHAND, Union des Fédérations et Associations de Pêche de Giffaumont,
- Monsieur MELCAREK, Agence d'Urbanisme,
- Marie-Dominique MONBRUN, AESN,
- Jean-Philippe MOULINOT, AESN,
- Michel OLIVIER, Membre du Comité de Bassin,
- Aurélien PICCICUTO, Espace Vacances "Le Val d'Ante".

### POINTS PRESENTES A L'ORDRE DU JOUR

1. L'AESN  
Des hommes  
Des ressources  
Des moyens
2. Le SDAGE / LE PROGRAMME DE MESURES  
Un outil de travail pour planifier et se projeter  
Mais aussi un outil réglementaire pour protéger
3. Comment ont-ils été construits ?
4. Comment les partager avec le public ?

.../...

|   |
|---|
| <b>L'AGENCE DE L'EAU : un budget méritant explication</b> |
|---|

1. **1,5% du budget de l'agence 2006 est consacré aux milieux aquatiques et à la protection de la ressource : c'est peu, quelle est la part consacrée au milieu ?**

Données chiffrées données après la réunion :

| TOTAL<br>8 <sup>ème</sup> programme<br>2003-2006 | Programme initial |                | Aides apportées |             |
|--|-------------------|----------------|-----------------|-------------|
|  | En M€             | % du programme | En M€           | % des aides |
| <b>Protection de la ressource</b>                | 28                | 0,9            | 14,3            | 0,4         |
| <b>Préservation des milieux</b>                  | <b>108</b>        | <b>3,4</b>     | <b>62,7</b>     | <b>1,9</b>  |
| <b>TOTAL</b>                                     | 136               | 4,3            | 77              | 2,3         |

Les dotations ne sont pas totalement consommées.

2. **Le budget 2006 enregistre plus de dépenses que de recettes ? Comment l'expliquer ?**

Le budget est équilibré grâce au flux en retour des prêts.

|  |
|--|
| <b>LE SDAGE : approfondir le mode d'emploi</b> |
|--|

3. ***Proposition* : pour les documents d'urbanisme, on ne doit pas s'arrêter au plan d'urbanisme, mais aussi inclure les cartes communales et tous les documents préconisés pour les communes (sujet à approfondir). Les collectivités doivent être mobilisées pour les rendre compatibles avec le SDAGE.**
4. **A l'occasion d'un CODERST, un projet de lotissement a reçu un avis défavorable de la DIREN et du représentant des associations, mais la commission a émis un avis favorable.**

Le CODERST émet un avis, et le Préfet décide. Seule une action en justice permet d'établir la jurisprudence.

|   |
|---|
| <b>LE PROGRAMME DE MESURES : rechercher cohérence des politiques publiques et rendre les moyens opérationnels</b> |
|---|

5. **Y a-t-il cohérence de l'ensemble des politiques publiques ? Le 9<sup>ème</sup> programme de l'agence est-il cohérent avec le SDAGE ?**

Le programme de l'agence sera ajusté en 2009 pour être en cohérence avec le SDAGE. Les changements de programme seront calés par rapport au calendrier de révision du SDAGE.

.../...

**6. Certaines structures susceptibles de faire émerger des maîtres d'ouvrage se heurtent à des limites administratives et financières. Comment leur faciliter les choses ?**

Le SDAGE est le fil rouge des financeurs ; mais les outils financiers peuvent être ajustés. Les agences ont été créées pour résorber les rejets ponctuels. Maintenant l'outil financier est confronté à des enjeux autres : pollutions diffuses, valorisation des milieux aquatiques.

**7. La Région souhaite s'engager dans une politique plus volontaire en déclinaison du SDAGE. Elle va faire en sorte d'aider à illustrer des actions exemplaires.**

FEDER et FEADER sont aussi des outils financiers pouvant être mobilisés sur la période 2007-2012. La préservation des milieux aquatiques a été inscrite dans ces programmes, mais il reste à affiner le partenariat Etat/Région/Agence, rendre opérationnels les objectifs.

Les délais de paiement de ces fonds sont cependant très lents (1 à 2 ans).

Ces dispositifs financiers sont très mal connus des maîtres d'ouvrage.

**8. Est-il bien réaliste de proposer des zones sans intrants en Champagne crayeuse ?**

Les objectifs retenus dans le programme de mesures ne correspondent pas à ce qui serait souhaitable car c'est difficilement acceptable par les activités économiques.

Il existe cependant 3 voies :

- les progrès dans les pratiques les plus raisonnées possibles,
- la prise en compte par les filières des dommages environnementaux (internalisation). Actuellement un travail est engagé dans le cadre de l'appellation Champagne. Mais pour les autres filières c'est plus difficile. Le pôle de compétitivité n'a pas prévu d'actions sur ce sujet à notre connaissance,
- et puis des productions sans intrants sont possibles : bio (sans phytosanitaires), productions de biomasses (mais à suivre attentivement car les monocultures finissent par demander des traitements).

Il manque un observatoire de progrès.

Les systèmes de production de Champagne posent problème : les aides publiques devraient intégrer l'éco conditionnalité.

La consultation du public peut permettre une prise de conscience et de position.

Le travail est important, l'agence avec 500 personnes sur l'ensemble du bassin Seine Normandie, ne pourra faire seule.

**9. Deux actions peuvent être engagées :**

- **un dossier unique pour financement FEDER FEADER et AESN,**
- **coordination des actions AESN/ Natura 2000**

Ces souhaits peuvent être testés sur les marais de SAINT GOND.

**LA CONSULTATION DU PUBLIC** : comment aborder les questions locales, quel rôle pour les associations et partenariats avec agence, quelle exploitation des avis.

.../...

**10. Poser une question locale sur les difficultés d'atteindre le bon état des eaux souterraines pour Marne vignoble et Marne craie est l'enjeu principal de la consultation.**

La formulation d'une question sur l'acceptation d'un coût supplémentaire par habitant est ambigu : quid de la participation industriels et agriculteurs ?

Poser une question locale nécessite de bien expliquer la géographie et l'articulation avec Région Ile de France et Vallées de l'Oise.

**11. Comment faut-il considérer les coûts affichés ?**

Le budget de l'agence ne constitue pas la seule origine des dépenses : les co-financements européens, ou bien des collectivités locales sont aussi à prendre en compte.

*Remarque post réunion* : Le prix de l'eau comprend également les dépenses liées aux services rendus (prélèvement, assainissement de l'eau).

**12. Qu'attend l'agence des associations**

Toutes les associations n'ont pas les mêmes compétences.

Les associations peuvent réagir sur les projets, être des relais d'information ou des relais éducatifs, être force de propositions pour faire remonter des avis, et mobiliser des maîtres d'ouvrage, se porter elles-mêmes maîtres d'ouvrage.

Elles ont également une action politique au sein des instances auxquelles elles participent, elles peuvent engager une action juridique, exprimer un avis lors des enquêtes publiques.

**13. Si les associations sont relais de l'agence, elles ont besoin de l'aval de l'agence pour faire de l'information.**

Les associations peuvent intégrer un lien Internet vers le site de l'agence.

Elles ont besoin d'une fiche qui récapitule les conditions de partenariat, ce qu'elles ont le droit de faire, ce qui est réaliste.

**L'expérience de 2005 montre que l'agence n'a pas mis assez de matériel à la disposition des associations. Le débat public n'a pas suffisamment donné la parole à la salle.**

Il est important de préciser comment seront gérés les retours d'avis et l'exploitation des questionnaires.