

Evaluation du contrat territorial « Sources en Action »

Recommandations



Etude commanditée par
le Parc naturel régional
de Millevaches en
Limousin



Avec le soutien
financier de :



R É G I O N
**AQUITAINE
LIMOUSIN
POITOU-CHARENTES**

CONTEXTE DE L'ETUDE ET METHODOLOGIE



Contexte

La préservation de l'eau et des ressources aquatiques est un enjeu fondamental à l'échelle locale, nationale et européenne.

Un engagement fort a été mis en avant lors du Forum mondial de l'eau en Corée du Sud : la volonté est d'inscrire l'eau dans les politiques publiques mondiales et en faire l'une des priorités. Nul doute que l'eau est l'une des ressources les plus impactées par le changement climatique. C'est aussi un domaine où les changements sont ressentis directement par les populations. Ces constats ne font que soutenir la nécessité de mettre en place des projets de prévention sur le territoire national.

C'est dans ce contexte que s'inscrit, depuis 2011, la mise en place d'un contrat territorial « Sources en action » visant le maintien et la restauration de la qualité de l'eau et des milieux aquatiques à l'horizon 2015.

Le contrat territorial est coordonné par le Parc régional de Millevaches en Limousin et l'Établissement Public du Bassin de la Vienne. Il rassemble 17 maîtres d'ouvrage autour des objectifs communs tels que la réduction des dégradations morphologiques, la restauration de la continuité biologique et sédimentaire, la gestion et la restauration des zones humides.

Le contrat territorial arrive à son échéance, et afin d'évaluer son application et de réfléchir à la mise en œuvre d'un nouveau dispositif, un bilan sera dressé. La présente enquête de satisfaction s'inscrit dans cette évaluation.

Le but global de l'enquête est de mesurer la satisfaction et la perception des usagers et acteurs du territoire vis-à-vis des travaux et actions mis en œuvre. Plus particulièrement, nous nous intéressons aux points suivants :

- La définition et l'évaluation de la dimension organisationnelle des équipes de travail des différentes structures, de l'efficience de la coordination pour la synergie ;
- La définition des demandes et des besoins identifiés lors de l'émergence du contrat ainsi que des questionnements qui se posent en fin de contrat Sources en action ;
- L'émergence des besoins et/ou des modifications nécessaires pour le renouvellement de « Sources en action » (stratégie globale, pilotage, mise en œuvre, partenariats, animation, etc.)

Les conclusions de l'enquête permettent d'identifier les forces et les faiblesses et de formuler des préconisations sur la base des évaluations qualitatives.

Méthodologie

L'enquête se décompose en 2 phases :

- La méthodologie retenue pour la première phase d'étude est dite « qualitative » par entretiens individuels téléphoniques auprès d'un échantillon de 11 acteurs et bénéficiaires du contrat.

Ces entretiens individuels d'une durée de 45 minutes environ ont pour objectif de découvrir les premières impressions vis-à-vis du contrat territorial et de bâtir un questionnaire sur un format plus ciblé pour une enquête de satisfaction de plus grande envergure auprès des acteurs et bénéficiaires du contrat territorial.

- Cette seconde phase nous permet de collecter 130 réponses : 55 réponses auprès de bénéficiaires du programme et 70 réponses auprès d'acteurs du programme.

Thèmes abordés dans l'enquête

- La satisfaction des acteurs et bénéficiaires vis-à-vis du programme
- La notoriété du programme
- Le niveau d'appropriation du programme
- La perception du programme
- Les succès et les limites du contrat territorial
- Les attentes des acteurs et bénéficiaires sur les 5 prochaines années

CONSTATS / RECOMMANDATIONS



Notoriété, efficacité et compréhension du programme

Constat :

Les bénéficiaires interrogés n'ont pas forcément connaissance des nuisances existantes ; c'est la mise en place des aménagements dans leur environnement proche qui permet aux bénéficiaires de prendre conscience du besoin de préserver les milieux aquatiques, et plus largement de l'environnement dans sa globalité.

Préconisations :

- Mettre en avant les cibles les moins impliqués parmi les bénéficiaires et communiquer sur les actions remarquables et les réalisations efficaces du programme, non visibles ou peu visibles par le grand public.
- Des opérations types 'maison témoin' avec possibilité de visiter et se rendre compte de la simplicité de certains ouvrages mis en place pourraient étendre la notoriété du dispositif aux publics non concernés directement et faire figure d'exemple d'efficience.
- Plus le programme est jugé compréhensible, plus celui-ci est perçu positivement.

Fédérer un plus grand nombre d'acteurs

Constat :

Le principal succès du contrat repose sur l'implication des acteurs locaux et la fédération des acteurs autour du programme « Sources en action ».

Préconisations :

- Fédérer plus d'acteurs autour du programme : des associations environnementales, touristiques mais aussi d'autres agriculteurs ou exploitants forestiers qui pourraient s'impliquer dans la démarche si ce programme était porté à leur connaissance.
- Donner plus d'envergure au programme permettrait aussi un accompagnement suffisant tout au long des projets mis en œuvre.
- Clarifier le rôle de chacun au sein du contrat afin **de rendre le programme plus lisible par tous** (complexe pour les bénéficiaires) ;
- Donner **plus d'informations et de suivi autour des actions mises en oeuvre** dans le cadre du programme aux bénéficiaires ;

Construire le discours de la marque « Sources en action »

Constat :

Un programme a priori connu par un citoyen sur trois appartenant au territoire et un citoyen sur cinq en dehors du territoire. Les acteurs et bénéficiaires sont quasi unanimes sur cette question : ils sont respectivement 89,4% et 80,4% en moyenne à penser qu'une accentuation de la communication auprès du grand public peut aider à changer les mentalités et les pratiques. La majorité des bénéficiaires pense que les actions mises en place ont modifié leur perception de la gestion de l'eau et des milieux aquatiques.

84% des bénéficiaires affirment que le programme « Sources en action » et l'image qu'il véhicule contribuent à mettre en valeur le territoire.

Préconisations :

- Il faut penser et construire le discours de la marque « Sources en Action », cette marque qui jouit d'une bonne image, d'une image de sérieux.
- Mettre en avant les projets, les solutions, les pistes, le bénéfice environnemental et ainsi renforcer la crédibilité de la marque
- Par la mise en scène d'idées, de valeurs, de territoires qui font évoluer les mentalités et les pratiques liées à l'environnement
- La mise en valeur des projets les plus impactants ; communiquer davantage sur le programme en proposant plus d'actions de sensibilisation.

Communiquer sur la vitalité du programme

Constat :

La majorité des bénéficiaires pense que les actions mises en place ont modifié leur perception de la gestion de l'eau et des milieux aquatiques. Les bénéficiaires sont satisfaits des aménagements qui les concernent. Cependant, leur implication se limite uniquement aux aménagements qui les concernent directement : ils n'imaginent pas l'envergure du dispositif et les autres projets menés en dehors de ceux qui les ont concerné.

Préconisations :

Une communication globale et quantitative (nombre de cours d'eau restaurés et ouvrages réalisés) pourrait parler au plus grand nombre et montrer la **vitalité du programme**.

A l'avenir, des actions de sensibilisation à la préservation des milieux auprès des publics pourraient être mises en place avec l'organisation de journées de la Nature ou encore une accentuation de la publicité

Il semble ainsi utile de mettre en place :

- Une signalisation claire et régulière sur le terrain pour identifier les lieux des réalisations et les mettre en valeur
- Des journées d'échanges sur des thématiques assez généralistes pour vulgariser le programme et le rendre accessible au plus grand nombre
- Un grand événement annuel visant à mettre en valeur les réalisations et à communiquer plus largement autour de la préservation du territoire
- Des actions auprès des entreprises locales afin de sensibiliser les salariés

Créer les ambassadeurs de la marque « Sources en action »

Constat :

Sur l'accompagnement, les bénéficiaires interrogés indiquent être satisfaits de leur accompagnement dans le cadre du programme ; 80% d'entre eux sont satisfaits de la fréquence des échanges avec leur interlocuteur, de la disponibilité de celui-ci et des informations, conseils et explications dispensés.

Préconisations :

Les acteurs, comme les bénéficiaires, soulignent l'importance des animateurs et coordinateurs du programme. Pour les deux cibles interrogées, leur rôle sur le terrain est essentiel.

Ce sont des interlocuteurs privilégiés qui tiennent un rôle essentiel pour impliquer les bénéficiaires.

Ce sont également de **véritables vecteurs de communication autour du contrat**, il s'agit des premiers ambassadeurs de la marque « Sources en actions »

Nous constatons que malgré un niveau d'autonomie idéal, les acteurs souhaitent tout de même un accompagnement dans certains domaines ; les acteurs pointent notamment certaines lourdeurs administratives, ils souhaitent également être accompagnés sur la gestion administrative de leurs missions.