

GRANDE CONSULTATION CITOYENNE

2 mai

2 novembre

2005



**tous pour
l'eau**

www.touspourleau.fr

Bilan de la Consultation

BASSIN DE CORSE



Février 2006

**Consultation
sur l'eau et les milieux aquatiques**

2 mai - 2 novembre 2005

Bassin de Corse

Bilan

SOMMAIRE

1.	La Consultation sur l'eau et les milieux aquatiques	3
1.1.	La mise en œuvre de la Directive Cadre européenne sur l'Eau (DCE)	3
1.2.	Objectifs de la consultation	4
2.	Les moyens mis en œuvre.....	5
2.1.	La campagne nationale	5
2.2.	La partie « officielle » de la consultation sur le bassin de Corse	6
2.2.1.	L'organisation de la consultation officielle	6
2.2.2.	Le document de la consultation.....	6
2.3.	La campagne « Tous pour l'eau » en Corse	7
2.3.1.	La charte et les outils de la campagne	7
2.3.2.	Le questionnaire	8
2.3.3.	Le site Internet	8
2.3.4.	Les relations presse	9
2.3.5.	L'exposition	10
2.3.6.	Les forums	11
2.4.	Les actions des partenaires relais.....	11
2.4.1.	La mise en place du dispositif	11
2.4.2.	Les appels à projets :	12
2.4.3.	Processus de sélection des projets	13
2.5.	Le budget de la campagne	13
3.	Bilan de la consultation.....	15
3.1.	Principaux résultats obtenus sur le bassin de Corse	15
3.2.	La consultation officielle	15
3.3.	La campagne « tous pour l'eau »	15
3.3.1.	La charte de la campagne	15
3.3.2.	Le questionnaire	15
3.3.3.	Le site Internet	16
3.3.4.	Les relations presse	16
3.3.5.	L'exposition	17
3.3.6.	Les forums	17
3.4.	Les actions des partenaires relais.....	18
3.4.1.	Les types d'action	19
3.4.2.	Les partenaires relais	21
3.4.3.	Les orientations possibles pour 2007	21
4.	Conclusions pour la poursuite des travaux.....	23

1. LA CONSULTATION SUR L'EAU ET LES MILIEUX AQUATIQUES

Préambule

Le présent bilan, réalisé par l'Agence de l'eau et la Collectivité Territoriale de Corse, opérateurs de la première consultation du public, a pour objet de décrire les différentes opérations menées et d'en faire une évaluation aussi précise et objective que possible.

Rassembler l'ensemble des informations relatives à cette opération permet de constituer un témoignage précieux et de tirer des enseignements pour le futur.

L'analyse qui est faite n'a pas la prétention d'être exhaustive et impartiale mais compte tenu de l'ampleur du projet, des moyens humains et financiers mobilisés et des résultats somme toute encourageants obtenus, il paraissait indispensable de fournir au Comité de bassin les éléments de référence relatifs à cette action spécifique et les pistes de progrès possibles.

Ce document a également vocation à être diffusé auprès des partenaires, collectivités et associations notamment, sans lesquelles cette opération n'aurait pu connaître une telle audience.

1.1. La mise en œuvre de la Directive Cadre européenne sur l'Eau (DCE)

Cette consultation du public s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre de la Directive Cadre Européenne sur l'Eau (directive 2000/60/CE du 23 octobre 2000) et de son article 14 qui définit les modalités d'information et de consultation du public, ainsi que sa transposition en droit français (loi n°2004-338 du 21 avril 2004). L'obligation de consultation du grand public est un des éléments nouveaux apportés par cette directive cadre sur l'eau.

La consultation du public devra s'effectuer en deux temps et portera successivement sur :

- les questions importantes et le programme de travail pour élaborer le plan de gestion ou SDAGE (du 2 mai au 2 novembre 2005) ;
- le plan de gestion ou SDAGE (consultation prévue fin 2007).

La mise en œuvre de la DCE a été confiée en France aux 7 comités de bassins, qui bénéficient des moyens des agences de l'eau, et aux DIREN (délégation de bassin), sous la responsabilité du préfet coordonnateur de bassin. Dans le bassin de Corse, la consultation du public est organisée par le Comité de bassin, avec l'appui de la Collectivité Territoriale de Corse, de l'Agence de l'eau Rhône-Méditerranée et Corse et de l'Etat (DIREN).

Le Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable assure au nom de l'Etat français la coordination du dispositif de consultation du public.

La Direction de l'eau du Ministère anime un groupe de travail inter agences ; une méthodologie commune à l'ensemble des bassins a ainsi été définie. Cette méthodologie est définie dans l'arrêté n°05.27 CE du Président du Conseil Exécutif de Corse du 14 avril 2005 qui s'appuie sur la circulaire DCE 2004/15 comprenant principalement :

- la mise à disposition des documents de la consultation et de l'état des lieux du bassin de Corse dans toutes les préfectures, sous-préfectures, au siège de l'Agence de l'eau, à la Collectivité Territoriale de Corse et dans toutes les mairies de l'île ;
- la parution d'annonces légales ;
- la réalisation d'un questionnaire destiné à faciliter l'expression du grand public.

La Direction de l'eau a mis en place un comité national de suivi de la consultation, réunissant des représentants des bassins (cf. annexe).

Le Ministère a également lancé une campagne nationale de communication afin d'assurer une large promotion et de donner une identité et une légitimité politique forte à l'ensemble du dispositif.

La Commission Nationale du Débat Public (CNDP), sollicitée par le Ministère, a apporté des conseils sur l'organisation de la consultation et proposé l'organisation de forums publics ainsi que la diffusion d'informations au plus près de la population en préconisant par exemple la diffusion systématique, soit avec l'envoi des factures d'eau, soit par une diffusion en boîte aux lettres. Compte tenu de la saisine tardive de la commission et des délais très tendus, aucune de ces deux dernières solutions n'a pu être mise en œuvre dans le bassin de Corse.

1.2. Objectifs de la consultation

Cette opération est la première consultation du grand public menée par le Comité de bassin, plus habitué à conduire la concertation avec les acteurs de l'eau. A noter d'ailleurs qu'une consultation des acteurs institutionnels (conseils généraux, organismes consulaires, commission locale de l'eau, associations départementales des maires ...) s'est déroulée d'août à décembre 2004 et a abouti à l'élaboration du document soumis à la consultation du public.

L'objectif de cette première étape était double :

- informer sur l'état des lieux des milieux aquatiques du bassin ;
- recueillir les avis sur les 8 questions importantes ainsi que sur le calendrier et le programme de travail proposés pour élaborer le futur SDAGE.

Cet exercice s'est avéré relativement difficile. En effet, les questions touchant à la ressource en eau et aux milieux aquatiques sont complexes et font appel à de multiples acteurs. Un premier objectif de cette consultation était donc de sensibiliser le grand public et de mettre à sa disposition des moyens d'information et des documents compréhensibles par tous.

Comment par exemple faciliter l'expression du plus grand nombre à partir du document officiel de consultation, reprenant de façon synthétique les 8 questions importantes, mais demeurant difficile d'accès ? Il a été décidé de recourir à un questionnaire qui a permis de traiter de façon simplifiée et plus lisible les 8 questions importantes.

Un autre enjeu de la consultation était de toucher le plus grand nombre de personnes dans un cadre relativement contraint (délais, budgets, moyens humains, règles de passation des marchés).

2. LES MOYENS MIS EN ŒUVRE

2.1. La campagne nationale

Le Ministère de l'Écologie et du Développement Durable a lancé une campagne nationale d'information sur la consultation du public, parallèlement aux actions conduites par les 7 Comités de bassins.

Programmes courts TV « la minute de l'eau » et relations presse

Le ministère a conçu un logo et un slogan « Respectons l'eau » qui ont été apposés sur tous les documents de la consultation produits dans les bassins (ce logo a malheureusement été élaboré tardivement et a donc été rajouté de façon un peu artificielle aux visuels du Comité de bassin déjà finalisés, ce qui n'a sans doute pas contribué à une grande lisibilité).

Le ministère a organisé des actions avec les médias comprenant une conférence de presse de lancement de la consultation le 21 mars 2005, une campagne de communication sous forme de programmes courts TV « la minute de l'eau » diffusés principalement avant le journal de 13h et 20h sur TF1 (12 spots sur différentes problématiques de l'eau diffusés en deux vagues du 18 avril au 7 mai puis du 8 au 18 juin 2005). Aucun des sujets traités ne portait sur le bassin de Corse.

Brochures nationales

Deux plaquettes pédagogiques ont été produites, portant sur les notions générales de cycle de l'eau, milieux aquatiques, bassin versant, Comité de bassin, directive européenne et la consultation du public proprement dite (un dépliant 3 volets et une plaquette A5 de 16 pages en 20 000 exemplaires pour notre bassin).

Ces plaquettes ont été diffusées dans le cadre des 4 forums organisés par le Comité de bassin de Corse, ainsi que par les acteurs partenaires relais de la consultation et par la Collectivité Territoriale de Corse à chaque demande de documentation sur la consultation. Il faut noter que leur réception tardive au cours de l'été 2005 n'a pas permis de les diffuser largement. Mais ces plaquettes pédagogiques peuvent toujours être diffusées car elles répondent bien aux besoins d'information du grand public ou même des scolaires (établissements supérieurs).

Internet

Le Ministère a ouvert une rubrique dédiée à la consultation avec renvoi sur le site de chaque bassin dont le site www.touspourleau.fr du Comité de bassin Corse, avec une première page d'accès commune avec le bassin Rhône-Méditerranée. Il a également mis en place un forum sur l'eau qui s'est tenu du 26 septembre au 23 novembre 2005.

Budget

Le budget de la campagne nationale s'est élevé à 2 millions d'euros qui a été financé par les différentes agences de l'eau, la contribution de l'Agence de l'eau Rhône-Méditerranée et Corse pour les 2 bassins Rhône-Méditerranée et de Corse s'est élevé à 344 000 euros.

Recommandations

Les brochures conçues par le Ministère ont constitué des outils pédagogiques utiles pour le grand public. Pour la prochaine consultation, il conviendrait de disposer d'outils

analogues d'information de base sur le cycle de l'eau, les acteurs, les problématiques, y compris sous forme plus interactive (CD Rom, ou maquette montrant le fonctionnement du bassin versant et des milieux aquatiques). Par contre, il convient que ces outils soient définis et diffusés auprès des relais très en amont de la consultation afin de pouvoir être intégrés aux actions menées au niveau du bassin, notamment en matière de logistique.

La campagne télévisuelle demanderait sans doute également à être améliorée car la minute de l'eau, trop courte et insuffisamment différenciée de spots publicitaires ne semble pas avoir eu l'impact attendu au niveau de l'information du grand public sur la consultation et les possibilités concrètes de participation qui lui étaient offertes au niveau des bassins.

2.2. La partie « officielle » de la consultation sur le bassin de Corse

2.2.1. L'organisation de la consultation officielle

Les modalités de la consultation officielle en Corse sont définies dans l'arrêté n°05.27 CE du Président du Conseil Exécutif de Corse du 14 avril 2005. Elles comprennent :

- la mise à disposition des documents de la consultation et d'un registre dans les 5 préfectures et sous-préfectures, au siège de l'Agence de l'eau RM&C et au siège de la Collectivité Territoriale de Corse, et dans toutes les mairies de l'île. La liste de ces lieux de consultation était consultable sur le site du Ministère ainsi que sur le site du bassin www.touspourleau.fr ;
- la publication de 3 annonces légales avant le 17 avril 2004, soit 15 jours avant le début de la consultation dans un journal national et dans un ou plusieurs journaux régionaux ou locaux. Les Agences se sont réparties les publications dans les principaux journaux nationaux : Le Figaro pour l'Agence Rhône-Méditerranée et Corse. En Corse, les annonces ont été publiées dans 2 publications régionales : le quotidien Corse-Matin (édition Corse de Nice-Matin) et l'hebdomadaire Le Journal de la Corse. Ces 3 annonces ont été publiées à nouveau mi-juillet 2005, au cours du troisième mois de la consultation.

A la fin de la consultation, tous les registres et questionnaires remis dans les lieux de consultation ont été centralisés par l'Agence de l'eau pour leur exploitation.

2.2.2. Le document de la consultation

Le document de la consultation s'intitule : « **Etat des lieux, 1° étape : avis sur les questions importantes** » (17 p). Ce document est celui qui a été validé par le Comité de bassin de Corse, en mars 2005, suite à la consultation des organismes institutionnels.

Il était mis à disposition dans tous les lieux officiels de consultation, accompagné du document complet « Etat des lieux : Caractéristiques du district et registre des zones protégées » (107 p).

Le document de consultation a également été diffusé par la Collectivité Territoriale de Corse auprès des organismes, associations partenaires de la consultation et des participants aux forums.

L'état des lieux a été diffusé à un nombre plus restreint d'exemplaires, s'adressant davantage aux acteurs de l'eau et personnes initiées.

Même si un effort particulier a été fait pour synthétiser les questions importantes de l'état des lieux dans le document de consultation, celui-ci reste cependant un document difficile d'accès pour le grand public. Le questionnaire avait pour objectif de proposer un outil simplifié destiné au grand public.

2.3. La campagne « Tous pour l'eau » en Corse

Le Comité de bassin a mis en place une campagne de communication dont les objectifs étaient de faire connaître la tenue de la consultation, de faire comprendre et d'impliquer le plus grand nombre d'habitants. Cette campagne, dont le slogan était « Tous pour l'eau », s'articulait autour d'un plan de communication (mis à disposition d'une charte graphique et d'outils, maîtrise des messages, actions de promotion) et d'un partenariat avec des acteurs relais : collectivités locales et organismes associatifs ou socioprofessionnels, auxquels il était demandé de développer des actions spécifiques de promotion de la consultation.

2.3.1. La charte et les outils de la campagne

Le slogan retenu pour l'identité de la campagne était « tous pour l'eau », pour les raisons suivantes :

- mémorisation et compréhension aisées pour le grand public (et le personnel Agence) ;
- reprise aisée par les médias (constatée dans les coupures presse) ;
- caractère mobilisateur et positif de l'expression (pas d'injonction « moralisatrice ») ;
- reprise pour le nom du site Internet.

Différents outils de promotion ont été conçus et mis à disposition des partenaires par la CTC et l'Agence de l'eau, en sus des documents de la consultation. Ces outils comprenaient :

- le questionnaire (30 000 ex.) et son présentoir (50 ex.) ;
- un site Internet www.touspourleau.fr ;
- des affiches (1 000 ex.), un dépliant (30 000 ex.) et son présentoir (50 ex.), des cartes postales www.touspourleau.fr pour assurer la notoriété et la promotion de l'évènement ;
- des dossiers de presse pour assurer la notoriété et la promotion (cf. ci-après § Relations presse) ;
- une exposition de 19 panneaux en 4 exemplaires.

Tous ces documents ont été conçus en parallèle par l'Agence de l'eau RM&C avec des variantes d'adaptation pour le bassin Rhône-Méditerranée et pour le bassin de Corse. Le travail d'adaptation nécessaire avait été largement sous-estimé dans la mesure où l'état

des lieux et les questions importantes sont différentes. Même si la trame de fond était identique, le travail sur les contenus est resté important.

2.3.2. Le questionnaire

Format et contenu

Le questionnaire était l'un des outils de la consultation officielle, conçu selon le même modèle : 4 pages en format A4, les pages 1 et 4 présentant la consultation, les modalités de participation, l'annonce de la consultation de 2007 et l'identification du répondant. Les pages centrales étaient consacrées aux questions importantes, spécifiques à chaque bassin.

Afin d'obtenir un document accessible au grand public, le Comité de bassin a fait le choix d'organiser le questionnaire à partir des préoccupations du grand public : « eau et environnement », « eau et vie économique », « eau et gestion solidaire », auxquelles s'ajoute une question ouverte.

Ces thèmes permettaient d'aborder toutes les questions importantes selon une problématique plus accessible. Inversement, le dépouillement des questionnaires permettra de revenir à des avis et recommandations pour chacune des 8 questions importantes.

Diffusion

Le questionnaire a été imprimé à 30 000 exemplaires. Il a été diffusé par la Collectivité Territoriale de Corse :

- dans les préfectures et sous-préfectures, au siège de l'assemblée de Corse, dans les mairies, auprès des partenaires relais ;
- dans les 4 forums ;
- le questionnaire était également accessible sur le site Internet www.touspourleau.fr.

La Collectivité Territoriale de Corse a également diffusé le questionnaire (8 000 exemplaires) au sein de deux publications : le mensuel Corsica, ainsi que l'hebdomadaire Le Journal de la Corse.

Malheureusement, l'encartage du questionnaire n'était pas accompagné d'enveloppe T pour le retour et cette opération a donné peu de résultats (contrairement à ce qui a été observé pour le bassin Rhône-Méditerranée).

Traitement

Pour exploiter les questionnaires reçus (5 149 pour le bassin de Corse), le Comité de bassin a fait appel à une société spécialisée.

2.3.3. Le site Internet

Un site Internet spécifique www.touspourleau.fr a été conçu à l'occasion de la consultation. L'objectif de ce site était d'offrir au public une information pédagogique sur le fonctionnement des milieux, les pressions qui s'exercent, l'état de ces milieux dans le

bassin et les enjeux associés et de présenter la consultation, les modalités de participation (questionnaire en ligne) et de mettre à disposition des partenaires relais les outils de communication (logos, affiches, exposition...). Le nom du site était largement annoncé dans tous les documents diffusés que ce soit les questionnaires ou dépliants, affiches, cartes postales, ...

Ce site était également accessible à partir d'un lien sur le site de la CTC www.corse.fr qui annonçait également les dates des 4 forums, ainsi qu'à partir de certains sites animés par des partenaires relais.

Le nom du site reprenait l'accroche de la campagne « tous pour l'eau » et était donc facilement mémorisable par tous et a sans doute été un des facteurs de succès du site.

Ce site Internet constitue un outil pédagogique très riche. Il a demandé un travail d'élaboration considérable qui a associé services de l'Agence de l'eau, de la CTC et de la DIREN.

2.3.4. Les relations presse

Les relations presse ont été conçues pour répondre aux objectifs d'une campagne sur une longue période de six mois et pour une opération grand public. Les relations presse ont été conduites directement par la Collectivité Territoriale de Corse.

La campagne s'est déroulée en quatre temps :

- de mars à mai 2005 : lancement de la consultation ;
- en juin et juillet : annonce des forums ;
- été : entretien de la notoriété ;
- septembre, novembre : relance des forums et bilan.

La campagne a été lancée au niveau national par une conférence de presse le 22 mars 2005. Cependant, le référendum du 29 avril 2005 sur la constitution européenne a largement occupé le devant de la scène et rendu difficile le lancement de la consultation du public sur l'eau et les milieux aquatiques.

Dans le bassin de Corse, la campagne a débuté par l'envoi d'un dossier de presse aux journalistes spécialisés en environnement au sein des médias (31 contacts). Le service communication de la CTC a également relayé l'information auprès des contacts presse habituels et participé à la rédaction d'un article de fond dans le supplément hebdomadaire de Corse-Matin.

Une conférence de presse s'est tenue le 10 juin à Ajaccio, précédant le premier forum organisé dans cette même ville. 4 médias locaux étaient présents (Corse Matin, France 3 Corse, Radios Alta Frequenza et Radio Corse Frequenza Mora). Pour annoncer les forums, des spots de 30 secondes chacun ont également été diffusés sur radio France Bleu (RCFM) du 6 au 17 juin. De courts reportages ont également été diffusés sur France 3 Corse sur la gestion de l'eau, rappelant systématiquement l'organisation de la consultation et des forums publics.

Enfin trois émissions sur RCFM-Radio France Bleu ont permis d'aborder les thèmes des « éco-gestes », de la consultation DCE, de l'état des lieux de l'eau en Corse et de

répondre aux questions des auditeurs (Emission « Passage public » sur RCFM le 10 juin, le 4 août et le 10 octobre 2005).

Des communiqués de presse ont rythmé la campagne de communication avec l'annonce de chacun des 4 forums.

Le site Internet www.touspourleau.fr proposait un espace presse avec téléchargement du dossier et des communiqués de presse.

2.3.5. L'exposition

Une exposition sur le fonctionnement des milieux aquatiques a été conçue à l'occasion de la consultation. Elle avait pour objectif de permettre au grand public de comprendre les problématiques de l'eau et les enjeux de la DCE. Elle devait également constituer un outil pérenne d'éducation à la préservation des milieux aquatiques, utilisable au-delà de la seule consultation.

Constituée de 19 panneaux rigides, elle développe les thématiques suivantes :

Thèmes	Panneaux
Directive Cadre Eau	Objectif 2015 : des milieux aquatiques en bon état
Gestion de l'eau	Les acteurs de l'eau en France
Bassin de Corse	Quelle est la qualité de l'eau dans le bassin ?
Cycle de l'eau	Le cycle de l'eau, du nuage à la rivière, via le robinet
Milieux aquatiques : Fonctionnement	Respectons les espaces de liberté des rivières
	Les eaux souterraines, une ressource majeure
	Les zones humides, des réservoirs biologiques menacés
	Le plan d'eau, un milieu particulièrement fragile
	Le littoral, un espace très convoité par l'homme
	Les lagunes, des espaces naturels attractifs
	Les particularités des milieux méditerranéens
Milieux aquatiques : Menaces	Les pesticides, une source importante de pollution
	Les toxiques, des polluants qui nous concernent tous
	Les prélèvements d'eau, une question d'équilibre
	Quelles solutions face au risque d'inondation ?
	L'hydroélectricité, une énergie renouvelable mais contraignante
	Pour un aménagement du territoire respectueux de l'eau
	Agir ensemble et payer pour protéger l'eau
Eco-réflexes	Respectons l'eau au quotidien

4 exemplaires de cette exposition ont été mis à la disposition des partenaires relais pendant toute la durée de la consultation.

2.3.6. Les forums

4 forums publics ont été organisés sur le bassin de Corse à Ajaccio le 16 juin, Porto Vecchio le 4 juillet, Calvi le 26 septembre, Bastia le 10 octobre 2005. Ces forums se sont déroulés en soirée entre 18h et 20h. La CTC a assuré l'organisation des forums de Porto-Vecchio et Calvi (notamment au niveau logistique et financier) et l'Agence de l'eau a assuré l'organisation des forums d'Ajaccio et de Bastia.

Pour la réalisation de ces forums le Comité de bassin s'est inspiré des méthodes d'organisation mises au point pour les débats publics organisés par la CNDP (Commission Nationale du Débat Public). Ainsi les forums étaient ouverts à tous, l'état des lieux et les enjeux de la DCE ont été présentés dans un souci de clarté pour le grand public, un maximum de temps a été laissé à l'expression des avis des participants et au débat.

Les forums étaient tous organisés sur le même mode : un clip vidéo introductif sur les enjeux de la DCE d'une durée de 3 min, un exposé de 20 min sur l'état des lieux et les enjeux au niveau du bassin avec un zoom local sur deux questions importantes en fonction du lieu de la réunion (présentation adaptée à chaque réunion).

Quelques acteurs de l'eau, issus des différents milieux associatifs, socioéconomiques, collectivités territoriales et bien sûr experts de la CTC, de l'Agence de l'eau ou de la DIREN étaient en tribune afin de lancer le débat et participer aux échanges avec les participants.

Il est à noter que tous les forums ont été animés par la DIREN de Corse.

Les débats étaient enregistrés et ont fait l'objet d'une synthèse et d'une retranscription intégrale.

Il faut noter que ces forums ont fait l'objet d'une information sans doute insuffisante qui explique en partie la faible participation (des annonces dans la presse, des courriers envoyés aux partenaires pour qu'ils relaient l'information, des mails sur fichiers d'adresses électroniques ainsi que des affichages ponctuels en lien avec des mairies...).

2.4. Les actions des partenaires relais

2.4.1. La mise en place du dispositif

Lors de sa séance du 28 octobre 2004, le Conseil d'Administration de l'Agence de l'eau Rhône-Méditerranée et Corse a adopté les dispositions suivantes, concernant le soutien aux actions liées à la mise en œuvre de la directive cadre européenne sur l'eau visant à informer et faire participer le public aux décisions relatives à la gestion de l'eau :

- un taux d'aide porté à 80% ;
- une enveloppe globale de l'ordre de 1M € pour les bassins de Rhône-Méditerranée et de Corse.

A la suite de ces délibérations, il a été proposé qu'un appel à projets soit diffusé dès le début du mois de novembre :

- d'une part, auprès d'acteurs tels que les associations, structures locales de gestion de l'eau, etc. (dénommés « Partenaires Relais ») afin de faire émerger des projets d'actions d'accompagnement et d'animation auprès du grand public ;

- d'autre part, auprès des communautés d'agglomération et conseils généraux de Corse (dénommés « Collectivités Ambassadrices ») afin d'assurer une diffusion en masse du questionnaire de la consultation par le biais de leurs publications.

2.4.2. Les appels à projets :

De manière générale, la démarche entreprise par l'Agence de l'eau consistait à faire émerger des projets ayant une double vocation : d'une part sensibiliser le public aux enjeux de l'eau en améliorant sa connaissance et sa capacité d'appréciation des actions conduites globalement et localement ; d'autre part évaluer la position du public vis-à-vis de la politique de l'eau menée à l'échelle du bassin et localement, en facilitant son accès et sa compréhension du dispositif de consultation.

Ainsi, l'opportunité a été donnée aux partenaires locaux de proposer des opérations originales, innovantes, permettant une bonne couverture géographique, expérimentant de nouvelles relations avec le public, favorisant une participation qualitativement et quantitativement la plus large possible.

Partenaires relais

L'appel à projets diffusé fin novembre, à destination des partenaires relais, définissait deux grandes catégories d'actions éligibles :

- d'une part, « des projets locaux qui s'appuient sur des outils ou dispositifs de communication grand public existants, susceptibles de faire l'objet de compléments dédiés, de promouvoir les enjeux de la consultation et de permettre la diffusion en nombre du questionnaire.

Exemples : publications régulières (dans la perspective par exemple d'un numéro spécial où le questionnaire serait encarté), manifestation événementielle (fête de l'eau, semaine du développement durable)... » ;

- d'autre part, « des projets susceptibles de développer des modes de contacts et d'échanges privilégiés avec le grand public (ou avec des publics spécifiques*) originaux, innovants, contribuant aux objectifs de sensibilisation, de diffusion et d'administration du questionnaire, de production.

Exemples : débats, conférences, séminaires, tables rondes, ateliers thématiques, sondages, bus ou bateau support d'une exposition itinérante, portes ouvertes, inauguration, animation autour de sentiers à thème, formation, etc.

*Maires, pêcheurs, pratiquants de loisirs nautiques, riverains de cours d'eau, étudiants de filières spécialisées, aménageurs, professionnels du tourisme vert, touristes, public de musée... ».

Collectivités ambassadrices

L'appel à projets ciblant les collectivités visait à mobiliser leurs moyens de diffusion auprès du grand public (publication, affichage), et proposait les actions suivantes :

« ... l'impression et la diffusion du questionnaire de 4 pages [*ndlr : au sein de la publication de la collectivité en question*] et la mise en place d'une exposition sur le Cycle de l'eau durant la période de consultation officielle, en rapport avec ses actions. »

2.4.3. Processus de sélection des projets

La date limite de dépôt des dossiers de partenariat était fixée au 15 février 2005, et l'Agence de l'eau a reçu en retour 5 dossiers de propositions de partenariats émanant de Corse.

Au final, 3 dossiers Partenaires relais ont été approuvés. Une collectivité, le Conseil général de Haute-Corse avait répondu favorablement mais, pour des raisons techniques (contrainte du marché public d'impression en cours), le projet n'a pu aboutir. En échange, ce conseil général a mis à disposition dans son hall d'accueil du public, les documents de consultation et de l'état des lieux du bassin de Corse.

Liste des partenaires sélectionnés

Réf.	Porteur	Subvention Agence sur budget prévisionnel
CORSE 01	CAUE Haute-Corse / Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et de l'Environnement	25 600,00 €
CORSE 04	CRIJ Corse / Centre Régional Information Jeunesse	16 700,00 €
CORSE 05	CAPA / Communauté d'Agglomération du Pays Ajaccien	14 960,00 €
TOTAL =		57 260,00 €

2.5. Le budget de la campagne

L'Agence de l'eau (avec la CTC pour la Corse) conduisant les 2 consultations au nom des Comités de bassin, il est difficile d'imputer précisément les coûts sur l'un ou l'autre des bassins car les 2 consultations ont été menées avec le souci d'optimiser les moyens. Ainsi une même charte graphique et le même ensemble de supports ont été déclinés sur chacun des bassins en adaptant bien sur aux spécificités et problématiques de chacun. Par exemple, le site Internet www.touspourleau.fr est à double entrée, site Rhône-Méditerranée ou site Corse ; les expositions ont été conçues sur les mêmes bases (graphique, plan, rédaction).

Le budget de la consultation du public s'élève à environ 2 millions d'€ pour les 2 bassins qui comptent environ 14 millions d'habitants au total (260 000 hab. environ pour la Corse) dont 344 000 € prélevés pour la contribution à la campagne nationale.

La Collectivité Territoriale de Corse a financé de son côté 11 750 €.

Il ne comprend pas les coûts salariaux des personnels mobilisés pour mener à bien cette consultation : service de l'Eau et de l'Environnement, service de la Communication de la CTC, Service de l'Eau et des Milieux Aquatiques de la DIREN, et pour l'Agence de l'eau, équipes de la délégation de Marseille, de la Direction de la Communication, de la Direction de la Programmation et de la Planification.

Le budget détaillé est présenté dans le tableau ci-après.

Budget de la consultation	Coût € HT	%	RM	Corse
1 CAMPAGNE DE COMMUNICATION RM&C	470 410	22%	380 895	89 515
Actions de communication Affiches, dépliants, relations presse, exposition, site Internet Coût impression sup. Qaires pris en charge par la CTC	245 000		196 000	49 000
Forums (Coût Calvi et Porto Vecchio pris en charge par la CTC) Clip, PowerPoint, location de salles et matériel, sténotypies	69 160		66 695	2 465
Préfectures	25 500		20 400	5 100
Annonces légales, documents de consultation (10%)				
Questionnaires Conception, exploitation des résultats	98 000		78 400	19 600
Documents de consultation (*) 8 000 ex. RM et 1 200 Corse	8 000		6 400	1 600
Envois Postaux de documents dont courriers aux Maires Coût envois mairies corses, pris en charge par la CTC	13 000		13 000	2 000
2 SUBVENTIONS PARTENAIRES (42 RM et 3 Corse)	1 262 674	61%	1 205 414	57 260
3 PARTICIPATION FINANCIERE CAMPAGNE NATIONALE	344 000	17%	275 200	68 800
TOTAL CONSULTATION DU PUBLIC DCE	2 077 084	100%	1 861 509	215 575

3. BILAN DE LA CONSULTATION

3.1. Principaux résultats obtenus sur le bassin de Corse

- **Retour de 5 170 questionnaires et 1 courrier** adressé au Président du Comité de bassin ;
- **200 participants aux 4 forums** organisés à Ajaccio, Bastia, Calvi et Porto-Vecchio ;
- environ **16 700 participants aux 58 actions d'animation** conduites par 3 partenaires relais ;
- **16 articles** dans la presse locale et régionale ;
- **32 000 visiteurs sur le site www.touspourleau.fr**, dédié à la consultation, partagé avec le bassin Rhône-Méditerranée.

3.2. La consultation officielle

Des exemplaires du document de consultation, de l'état des lieux et des questionnaires, un registre et une urne étaient disponibles dans chaque préfecture, sous-préfecture, au siège de la CTC et au siège de l'Agence de l'eau.

5 questionnaires seulement ont été renseignés dans les 5 lieux de consultation et une note du CRAPNEC (Comité Régional pour l'Aménagement et la Protection de la Nature et de l'Environnement de Corse) a été reçue par la préfecture de Corse du Sud (sur la prise en compte de l'évolution climatique).

3.3. La campagne « Tous pour l'eau »

3.3.1. La charte de la campagne

Le nom et la charte graphique de la campagne semblent avoir été bien perçus - et ce, malgré le rajout tardif du slogan national « Respectons l'eau » - ce qui constitue sans doute un élément sur lequel capitaliser dans la perspective de la prochaine consultation et ce d'autant plus que le site Internet du même nom a vocation à perdurer et à créer une passerelle entre les deux temps de la consultation.

3.3.2. Le questionnaire

5 170 questionnaires ont été reçus par le Comité de bassin de Corse.

La plupart des questionnaires (90 %) a été collectée via les actions des partenaires relais. 7 % des questionnaires ont été renseignés directement en ligne sur Internet et 3% proviennent de diverses origines.

L'analyse des questionnaires a été confiée à un prestataire spécialisé dans le traitement statistique et l'analyse stratégique dans les domaines de l'eau et de l'environnement.

En ce qui concerne l'appréciation du questionnaire, quelques participants ont jugé qu'il restait difficile d'accès. La durée de réponse au questionnaire a également été jugée trop longue.

3.3.3. Le site Internet

Le site Internet permettait d'envoyer directement un message au Comité de bassin mais ce moyen n'a pas été utilisé pour la Corse.

Si seulement 344 personnes ont renseigné le questionnaire directement en ligne, la fréquentation du site est nettement supérieure puisque près de 32 000 visiteurs l'ont consulté pendant la durée de la consultation (à noter, le site est commun au bassin de Corse et au bassin Rhône-Méditerranée).

Avec le recul, plusieurs remarques sur le site :

- le site a été ouvert en totalité avec retard (le 2 mai, seuls le questionnaire et les documents de consultation étaient accessibles), car les délais de réalisation étaient très tendus eu égard au travail que ce site a représenté ;
- en ce qui concerne la consultation proprement dite, quelques erreurs de conception sont à relever :
 - la page d'accueil du site qui ne mettait pas assez en avant l'actualité, offrant un site relativement statique alors que des informations étaient mises en ligne régulièrement,
 - une organisation des informations insuffisamment ergonomique pour trouver facilement ce que l'on cherchait ;
- le travail d'actualisation du site a également été sous-estimé : comptes-rendus des forums, ensemble des animations organisées par les partenaires relais, rédaction d'une newsletter adressée à environ 1 700 contacts (6 N° prévus et seulement 2 réalisés).

Le site était initialement prévu pour durer juste le temps de la consultation mais compte tenu de son intérêt et d'une fréquentation correcte, il a été décidé de le maintenir au-delà car il constitue désormais le (seul) support de la consultation, permettant de communiquer au public les résultats, les éléments sur l'avancement des travaux de la DCE et de préparer ainsi la prochaine consultation qui se déroulera en 2007.

3.3.4. Les relations presse

La consultation a fait l'objet de 16 retombées presse essentiellement dans la presse régionale (10 articles) dont 6 articles de fond dans Corse Matin, avec une interview le 25 avril 2005 de la responsable du service de l'eau à la CTC lors du lancement de l'opération sur le bassin.

Le Comité de bassin ou l'Agence de l'eau sont cités 9 fois, la CTC, 6 fois. Le site Internet www.touspourleau.fr est cité 6 fois, les forums 7 fois et les actions des partenaires relais 4 fois.

La campagne de presse nationale a eu un très faible impact sur la campagne menée régionalement.

D'une façon générale, les résultats en matière de relations presse ne sont pas garantis et dépendent plus globalement de l'actualité et des arbitrages réalisés par les médias eux-mêmes.

Dans le cas du bassin de Corse, la consultation a été largement relayée par le biais des principaux médias. La relation de confiance et de proximité qu'entretient la CTC avec la presse a été un bon atout pour cette opération.

Par ailleurs, le partage de l'organisation entre le prestataire « 2^{ème} communication », l'Agence de l'eau (mise à disposition des documents de presse) et la CTC (gestion des relations avec les journalistes) a bien fonctionné et paraît satisfaisant.

3.3.5. L'exposition

Les contenus de l'exposition ont été jugés sérieux, riches, parfois trop compliqués. Par ailleurs, des commentaires ont fait état d'un texte trop dense, trop chargé, laissant peu de place à l'image et exigeant parfois un gros effort de concentration.

Enfin, il est à noter que les panneaux et leur boîte de transport, du fait de leur poids et leur encombrement, se sont révélés peu maniables pour leur transport. Cette exposition a eu beaucoup de mal à voyager et par conséquent elle n'a été utilisée qu'en partie en fonction de l'animation proposée (choix de thématiques spécifiques ou choix de mettre en avant certains milieux).

3.3.6. Les forums

Une participation réduite

Les 4 forums tenus sur le bassin de Corse ont mobilisé 200 participants hors organisateurs soit une cinquantaine de participants par forum. Les listes d'émargement n'ont pas été systématiquement tenues lors des forums corses et il ne nous est donc pas possible d'analyser la participation. Très peu de fiches d'évaluation des forums ont été recueillies.

Cette participation réduite peut sans doute s'expliquer par la faiblesse de la publicité de ces réunions malgré l'envoi par la CTC de cartons d'invitation à l'ensemble des élus de Corse et aux organismes liés à l'environnement. Certaines dates de réunions ont également été arrêtées très tardivement par rapport à leur tenue proprement dite.

Les questions abordées par les participants

Des thèmes de débats étaient proposés à chacun des forums :

- Energie renouvelable et protection des milieux aquatiques, lutte contre les pollutions à Ajaccio ;
- Stratégie d'équipement et de gestion de la ressource en eau, Espace littoral à Porto-Vecchio ;

- Valorisation du patrimoine eau, Objectifs environnementaux et socio-économiques à Calvi ;
- Gestion locale par les acteurs de l'eau, Spécificités géographiques de la Corse à Bastia.

Parmi les questions abordées par les participants arrive en tête le thème de la ressource en eau (avec la nécessité d'augmenter les capacités de stockage de la ressource dont les barrages hydroélectriques, le partage de la ressource notamment avec la Sardaigne, les pistes de solutions dont la récupération des eaux de pluie ou les réseaux d'eau brute, les sources d'eau douce en mer, le dessalement de l'eau de mer et la gestion des activités fortement consommatrices), vient ensuite la question des pollutions (forages, macro-déchets, mouillages forains, propreté des ports). La question du prix et du financement de l'eau est également abordée avec évocation du principe pollueur-payeur et de la fiscalité écologique. Puis viennent les questions de lutte contre le gaspillage, de gestion de l'eau par les acteurs (assistance en ingénierie auprès des communes, application de la réglementation) et la nécessité de sensibiliser le public.

Le tableau ci-dessous résume les thèmes les plus fréquemment abordés pendant les forums :

Questions abordées pendant les forums (fréquence)

La ressource en eau	22
Les pollutions	8
Le prix de l'eau	5
La lutte contre le gaspillage de l'eau	4
La gestion de l'eau	4
L'hydroélectricité	2
La sensibilisation du public	2

3.4. Les actions des partenaires relais

Les 58 actions conduites par les 3 partenaires relais ont globalement permis de sensibiliser près de 16 700 personnes et de recueillir plus de 4 600 questionnaires sur le bassin de Corse. Ces actions ont permis de faire vivre la consultation sur les 6 mois, sous la forme d'événements divers. Elles ont aussi partiellement contribué à la mobilisation des médias.

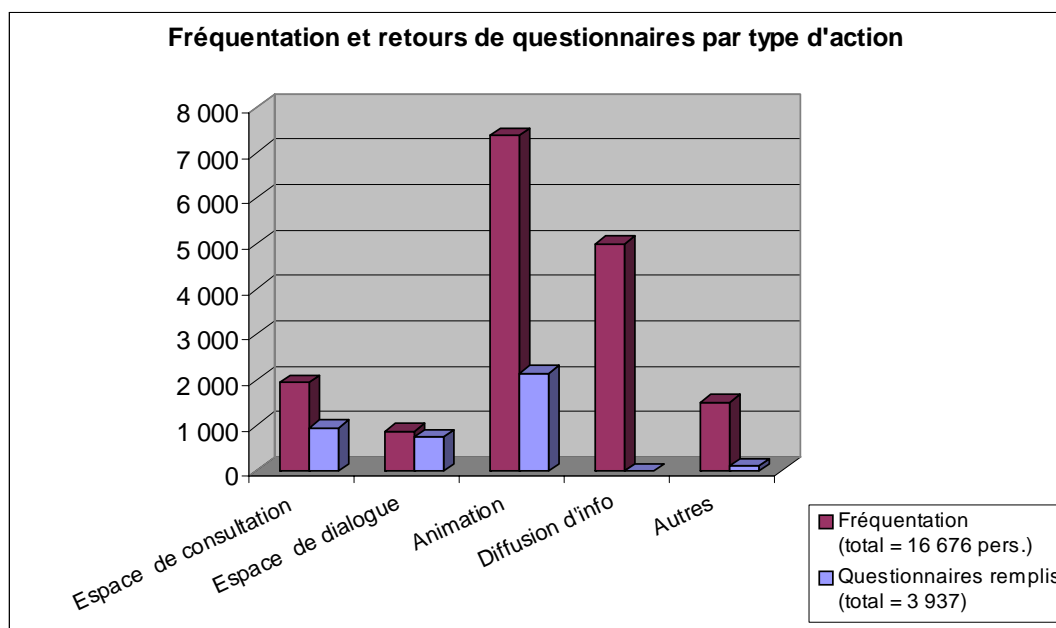
Deux éléments sont à noter :

De même que pour l'évaluation des projets conduits sur le territoire de Rhône-Méditerranée, nous avons souhaité élaborer une typologie des différentes actions et des partenaires afin de procéder à une analyse méthodologique affinée et objective. Ceci a été possible pour les actions. En revanche, les partenaires relais n'étant qu'au nombre de 3, nous ne pouvons analyser leurs résultats qu'individuellement, et non par type.

Par ailleurs, l'analyse qui suit prend en compte les chiffres que nous ont transmis les partenaires relais eux-mêmes, établis sur la base du nombre de questionnaires qu'ils ont renvoyés à l'Agence de l'eau. Ainsi, ces chiffres ne tiennent pas compte des questionnaires qui nous sont parvenus de manière isolée, bien que consécutivement à des actions menées par les partenaires.

3.4.1. Les types d'action

Données quantitatives par type d'action



Espace de consultation

Lieux ouverts au public, libres d'accès, accueillant l'exposition et mettant à la disposition du public le questionnaire, voire un registre.

Les 3 partenaires ont ainsi accueilli l'exposition « Tous pour l'eau » et mis à disposition le questionnaire dans des lieux fréquentés du public (hall d'accueil, etc.) et ce, pendant une partie importante de la consultation.

La Collectivité Territoriale de Corse et le Conseil Général de Haute Corse ont également mis à disposition dans leur hall les documents officiels de consultation, ainsi qu'un ordinateur (pour la CTC seulement) afin de permettre au public visiteur de répondre en ligne.

Ces lieux ont bénéficié d'une fréquentation assez moyenne (1 934 personnes). En revanche, la moitié des personnes ayant visité l'exposition a rempli le questionnaire (955).

Dans la perspective d'une consultation future, dans laquelle les partenaires joueraient un rôle d'accompagnement essentiellement qualitatif, il pourrait être envisagé de maintenir ce type d'action, dans la mesure où il semble qu'il offre une bonne visibilité du message à un public divers et nombreux. Par ailleurs, les coûts générés restent minimes.

Espace de dialogue

Débats ou conférences suivis de discussions ouverts au grand public, ou à destination de groupes cibles spécifiques : professionnels, élus, étudiants...

Les débats et conférences ont été relativement peu nombreux sur le territoire de Corse (6), bien que l'objet de la consultation soit de susciter le dialogue et de faire émerger les avis.

Néanmoins, la fréquentation s'est avérée très forte (en moyenne 145 personnes par événement) et 84% des personnes s'étant rendues à une réunion-débat ont renvoyé un questionnaire rempli. Ce taux de retour est le plus performant. Cependant 5 des 6 débats ont été organisés par le même partenaire (CRIJ Corse) dont les adhérents constituent un public essentiellement « jeune » (moins de 25 ans). De ce fait, on peut se questionner sur la représentativité de la population touchée.

En tout état de cause, et parallèlement à l'analyse faite sur le bassin Rhône-Méditerranée, il semblerait intéressant de se questionner sur la pertinence de confier aux acteurs relais la charge de l'organisation de débats. En effet, se posent les questions de leur légitimité et de leur capacité à organiser des débats auxquels, par ailleurs, leur rôle d'intervenant / participant est primordial.

Animation

Interpellation du public sur le terrain par divers moyens (stands, etc.) afin d'amorcer une discussion en face à face et d'accompagner le remplissage du questionnaire.

Les animations ont attiré un public très nombreux (près de 7 400 personnes) et ont également permis le retour le plus important de questionnaires remplis (2 150).

Les actions menées ont généralement consisté en la mise en place d'un stand d'information dans le cadre d'une manifestation (festivals, etc.) ou de rendez-vous bénéficiant déjà d'une fréquentation du public (campings, etc.). Il apparaît assez clairement que le public apprécie ces animations et semble trouver dans le contact avec les animateurs une possibilité de réponse directe aux questions qu'il se pose sur la gestion de la ressource. Il exprime ainsi plus facilement son avis.

Globalement, les animations s'avèrent être la catégorie d'action la plus intéressante en matière de sensibilisation. Cela dit, il conviendra, dans la perspective d'une future consultation, de s'assurer que ce type de mission est confié à des partenaires dont le cœur de métier repose sur l'animation et le contact direct avec le grand public.

Diffusion d'informations par le biais de publications

Utilisation des supports de communication (publications, mailing, etc.) des partenaires pour la diffusion de l'information sur la campagne.

En dépit d'une diffusion importante (5 000 exemplaires) faite auprès du réseau du CRIJ, les retours de questionnaires sont inexistantes ou difficiles à évaluer.

De son côté, la Collectivité Territoriale de Corse a favorisé la diffusion du visuel de la campagne, du rédactionnel et du questionnaire (CORSICA, et JOURNAL DE LA CORSE). Mais là encore, cela n'a pas généré de retours de questionnaires.

La simple parution d'informations dans des publications ou sur des sites Internet ne semble donc pas efficace en termes de retombées ; pas plus que l'encartage du questionnaire si il n'est pas proposé un moyen simple pour répondre (enveloppe T). L'expérience de Rhône-Méditerranée montre que ce qui marche est de prévoir conjointement : la parution d'informations (article ou dossier sur l'eau), l'encartage du questionnaire et une enveloppe T pour le retour.

Autres

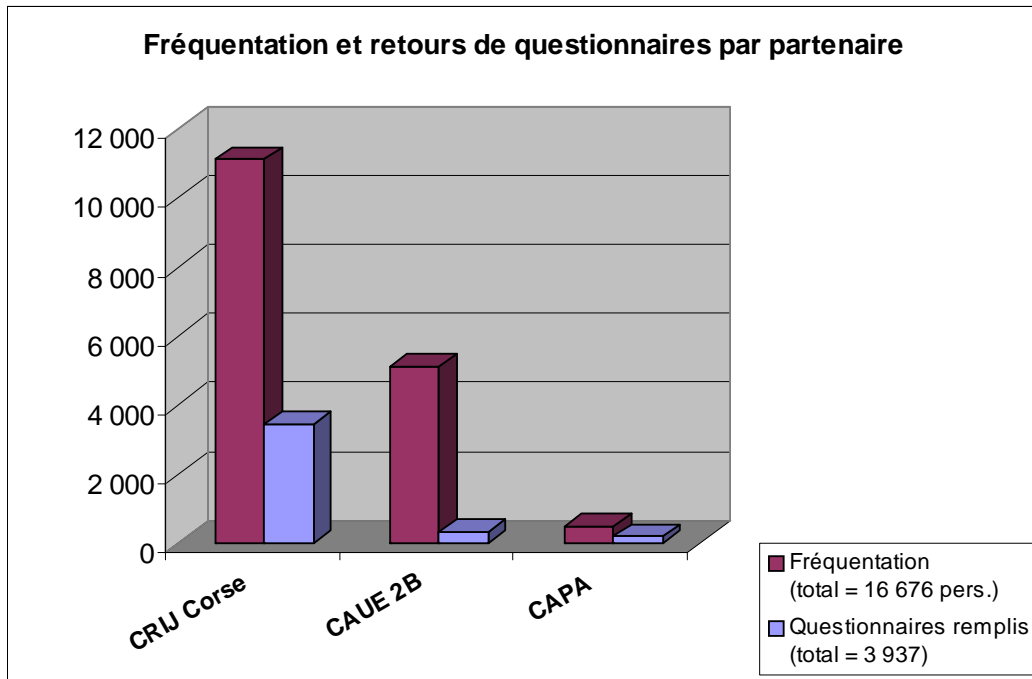
Une action, menée par le CAUE 2B, sort du cadre général des autres actions, puisqu'elle a été mise en place dans l'environnement scolaire. Elle a ciblé plus spécifiquement le

public des parents d'élèves et a consisté à assurer une permanence et des séances d'information dans 35 écoles.

Sur les 1 500 personnes ciblées par cette action, seules 100 ont rempli un questionnaire. Un manque de mobilisation significatif a été déploré par le CAUE.

3.4.2. Les partenaires relais

Données quantitatives par partenaire



Le CRIJ Corse est le partenaire qui a rassemblé le public le plus nombreux (+ de 11 100 pers.) avec également le retour de questionnaires le plus important (+ de 3 460). Il s'agit d'une structure ayant une habitude du contact direct avec le public jeune. C'est d'ailleurs par le biais des animations – catégorie d'action qu'il a majoritairement proposée – qu'il est parvenu à de tels résultats.

Le CAUE 2B, familier des problématiques environnementales, a attiré plus de 5 000 personnes, mais a généré un retour de seulement 295 questionnaires. Il est à noter qu'il a également entrepris une série d'actions dans le contexte scolaire, qui ne faisait pas partie de la cible initiale de la campagne.

Les actions menées par la CAPA ont produit des résultats très modestes : 180 questionnaires remplis pour un public de 450 personnes. La raison est sans doute à chercher du côté d'un manque de mobilisation et de suivi tout au long des 6 mois de la consultation.

3.4.3. Les orientations possibles pour 2007

A l'issue de cette analyse et des avis formulés par la délégation de Marseille de l'Agence de l'eau qui a instruit et suivi les dossiers, plusieurs enseignements sont à tirer de cette

première consultation. Globalement la consultation, et plus particulièrement le dispositif mis en place avec les partenaires relais, a été vécu comme un exercice intéressant et positif, permettant de faire émerger des projets novateurs, générateur d'une dynamique forte. Toutefois, dans une perspective d'amélioration du dispositif pour la prochaine consultation de 2007, il serait nécessaire de prendre en compte certains facteurs, dès l'amont de sa mise en place.

Processus de sélection des projets

De manière générale, concernant la consultation de 2005, il est ressorti un sentiment de précipitation à tous les niveaux de sa préparation : l'élaboration de l'appel à projets, le temps de réponse, le temps d'appropriation nécessaire à la délégation de Marseille afin de maîtriser le cadre dans lequel les projets devaient être instruits... . A l'avenir, dans la perspective d'améliorer le processus d'émergence des projets relais, il conviendrait donc d'observer les points suivants :

- un cadrage plus affiné de l'appel à projets (contenu, question du plafond financier, mode de sélection des partenaires, etc.) ;
- un délai plus confortable accordé aux partenaires pour élaborer leur projet ;
- une meilleure anticipation des plans de charge et une identification plus précise de l'implication concrète de chacun dans la consultation.

Un groupe de travail pourrait se réunir courant 2006 afin de définir une méthode de travail plus performante, prenant en compte les éléments mentionnés ci-dessus.

Quels partenaires ? Pour quelles actions ?

Partenaires relais

En Corse, c'est le CRIJ qui s'est illustré lors de la première consultation, proposant des actions pertinentes, et mettant en valeur son savoir-faire ainsi que sa capacité à mobiliser son réseau, dans des lieux pertinents, proches du public. Ce qui confirme ce qui ressort de l'expérience menée sur le bassin Rhône-Méditerranée : les partenaires les mieux positionnés en tant qu'interlocuteurs directs du grand public sont les structures d'éducation à l'environnement et/ou de protection de la nature et de l'environnement.

Actions de sensibilisation

Les animations sont, de manière générale, le type d'action à favoriser. Par ailleurs, les espaces de consultation offrent également de nombreux avantages dans la mesure où ils assurent une certaine visibilité du message.

Néanmoins, dans l'objectif de donner à ces actions un impact plus important, une réflexion restera à mener quant à l'identification de manifestations déjà existantes, dans le cadre desquelles pourraient se dérouler ces actions, des lieux bénéficiant d'une fréquentation du public, de la promotion qui pourrait être faite de ces actions, etc.

4. CONCLUSIONS POUR LA POURSUITE DES TRAVAUX

La consultation du public sur l'eau et les milieux aquatiques est une grande première en France. Confiée de surcroît à des opérateurs, les comités de bassin, pour lesquels le grand public n'est pas le public habituel, il était admis que sa conduite aurait nécessairement un caractère empirique. De ce fait, les modalités d'accompagnement adoptées par les bassins, à côté de la partie réglementaire imposée par la loi, étaient relativement diversifiées :

- création de gammes d'outils (affiches, posters, plaquettes, CD Rom...) et actions de promotion, diffusion par des mailings ;
- partenariat plus ou moins poussé (enveloppes financières variables, taux d'aide plus ou moins élevés) avec le monde associatif pour relayer et assurer promotion et animation locale : tous les bassins ont réalisé peu ou prou ces actions ;
- plans médias (Adour-Garonne et Artois Picardie) et/ou actions presse (tous les bassins) ;
- certains bassins ont ciblé également le public scolaire (nous avons a priori volontairement écarté ce public, compte tenu de la difficulté de l'exercice et de la nécessité de recueillir des avis « légitimes ») ;
- tous les bassins sont allés au-delà de ce qu'exigeait la partie réglementaire (qui impliquait uniquement les préfetures) et ont informé/sollicité les maires...

Au final, partant de l'indicateur «nombre de questionnaires retournés», trois bassins ont obtenu des résultats significatifs : le bassin Rhin-Meuse, le bassin de Corse et le bassin Rhône-Méditerranée avec respectivement plus de 72 000, 5 170 et 82 000 questionnaires. Il est donc intéressant de comparer les méthodes utilisées.

Le bassin Rhin-Meuse a adopté une stratégie très cadrée basée sur la diffusion exhaustive dans les boîtes aux lettres du questionnaire avec enveloppe T pour la réponse, précédée d'un plan médias (intégrant des spots TV sur France 3) et qui s'est révélée la plus payante puisque c'est le meilleur score enregistré au niveau national, avec celui du bassin de Corse, compte tenu de la population.

Les résultats de Rhône-Méditerranée sont surtout le fait du retour via les publications des collectivités, agglomérations et conseils généraux, qui ont permis de faire remonter 66 % du total (les autres partenaires n'en ont fait remonter que 20 % alors que les projets ont mobilisé environ 2/3 des aides accordées). Plusieurs facteurs à ce succès : les publications des collectivités, connues des administrés, bénéficient d'une certaine audience ; les questionnaires étaient accompagnés d'articles ou de dossiers expliquant l'opération, son intérêt et renvoyant à des informations locales ; une enveloppe T, pré adressée à l'Agence de l'eau, permettait de répondre sans frais.

Sur le bassin de Corse, l'opération d'encartage a pu se faire mais de façon plus partielle puisque n'était pas prévue d'enveloppe T pour le retour, condition apparemment essentielle au succès car les résultats obtenus sont essentiellement, comme on l'a vu, le fait de deux partenaires associatifs (90 % des questionnaires).

Quelles conclusions tirer de ces expériences ? Il apparaît clairement que la stratégie payante a été celle de la « proximité » avec l'action de boîtage systématique à tous les foyers du bassin de Rhin-Meuse (1,8 millions de boîtes aux lettres). Mais rappelons que le bassin Rhin-Meuse est un « petit bassin », qui couvre 8 départements et compte 4 200 000 habitants. Cette stratégie serait sans doute plus délicate à mettre en oeuvre

dans les « grands bassins » (cas de Rhône-Méditerranée, de Seine-Normandie et de Loire-Bretagne) car quid des moyens humains et financiers à mobiliser ? Par contre, elle serait sans doute judicieuse pour les petits bassins comme le bassin de Corse et le bassin Artois-Picardie.

On peut également lui reprocher une mobilisation excessive de moyens sur des actions dites de « communication » car peut-on réellement parler dans ce cas de « concertation/participation réelle du public » ?

Les stratégies mises en œuvre sur Rhône-Méditerranée et la Corse, dans le respect des principes qui fondent l'action des agences de l'eau, s'appuyaient sur les partenaires légitimes à la fois territorialement et politiquement pour conduire la consultation. Malheureusement, compte tenu d'une saisine tardive et de délais extrêmement serrés, le partenariat n'a pas été aussi étendu qu'il aurait été souhaitable. On peut donc aujourd'hui reprocher à ces dispositifs, basés sur le volontariat et donc aléatoires, de ne pas avoir permis le même accès à l'information de tous les citoyens.

Pour autant, indépendamment du nombre de questionnaires retournés, le partenariat, en particulier avec les associations et structures locales de gestion, a permis d'informer un nombre non négligeable de personnes, participants aux diverses animations mises en place (estimées à plus de 160 000 pour les bassins Rhône-Méditerranée et de Corse, dont 16 700 pour la Corse) et a permis de maintenir un certain intérêt sur les 6 mois de la consultation.

Si l'on examine par ailleurs le détail des actions, quelques conclusions s'imposent :

Forums

Compte tenu du travail que leur organisation a représenté, la participation est décevante même si les débats ont été à chaque fois riches en termes de contenu. Les reconduire lors de la prochaine consultation suppose de mobiliser les moyens conséquents pour assurer une promotion correcte sur leur tenue. Une suggestion : associer de façon plus volontaire les associations et les collectivités pour la promotion ?

Mairies

Associées très tardivement et de façon trop succincte à cette opération, elles n'ont pu jouer convenablement leur rôle de relais. Il paraît impératif à tous que pour la prochaine consultation les maires soient saisis et impliqués plus en amont.

Préfectures

Figure imposée de la consultation, cela permettait de garantir l'accès de tous aux informations. Dans les faits, la fréquentation et le nombre de questionnaires retournés ont été très insuffisants compte tenu des moyens mobilisés.

Documents et supports de communication

Veiller à garder un langage accessible à tous car les documents ont été jugés denses et encore un peu compliqués, notamment le questionnaire et l'exposition. Un temps d'appropriation est nécessaire aux équipes des professionnels de la communication pour comprendre et restituer simplement les messages à partir de documents complexes et denses rédigés par les techniciens. Ce temps a été largement insuffisant.

De façon synthétique, pour la consultation à organiser en 2007 sur le bassin de Corse, et compte tenu de l'expérience acquise, il semblerait opportun de réfléchir, sous réserve des consignes nationales qui ne seront sans doute pas connues avant l'été, à la mise en place d'un scénario mêlant diffusion boîtes aux lettres, partenariats et actions de communication :

- étudier la faisabilité technique et financière, sur la base de l'expérience du bassin Rhin-Meuse, de l'opération « boîtes aux lettres » ;
- étudier la faisabilité technique et financière de la mise en œuvre d'un plan médias ;
- associer de façon plus cadrée et le plus en amont possible de la date de début de consultation les partenaires locaux : mairies, associations et acteurs de l'eau (en espérant également que le cadrage national interviendra dans des délais convenables) ;
- si la reconduction de réunions publiques est recommandée (cf. saisine prévue de la Commission consultation du public, qui est généralement assez sensible à ce type de contact avec le public), se donner les moyens que ces réunions touchent vraiment le grand public : promotion plus soutenue (avec le soutien des collectivités et des associations ?), programme adapté, choix de lieux habituellement fréquentés par le grand public...

En ce qui concerne l'organisation proprement dite, il faut également souligner, pour le bassin de Corse, les difficultés engendrées par l'éloignement géographique (cf. siège de l'Agence de l'eau à Lyon, opérateur de la consultation du public pour les 2 bassins) et la responsabilité partagée entre la Collectivité Territoriale de Corse, la DIREN, la délégation à la communication de l'Agence de l'eau, la direction planification et la délégation de Marseille : toutes choses ayant conduit, et ce, malgré la bonne entente entre les équipes, à rallonger des délais de réalisation déjà très tendus et à complexifier le dispositif notamment de validation. Il a été également difficile d'assurer un accompagnement correct sur le terrain pendant toute la durée de la consultation. Il serait souhaitable pour la prochaine consultation de mieux cadrer les responsabilités et de se donner les moyens d'assurer localement un suivi.

ANNEXE - LE COMITE NATIONAL DE SUIVI ET D'EVALUATION

Consultée par le Ministre de l'écologie et du développement durable sur l'organisation de la première consultation du public, la Commission Nationale du Débat Public (CNDP) a proposé de constituer au plan national une instance, composée d'acteurs représentatifs et de personnalités indépendantes, afin de garantir la transparence du processus et donc la confiance de la population.

Sont membres du Comité national de suivi et d'évaluation les présidents des commissions des comités de bassin, un ou deux représentants par bassin des usagers de l'eau et des membres de la CNDP*.

*En 2005, les présidents des comités de bassin d'Outre-Mer (Guadeloupe, Guyane, Martinique, Réunion et Mayotte) ou leur représentant ont été associés aux travaux du comité de suivi.

1. La composition du comité

Président : M. Payen, inspecteur général de l'environnement, nommé par le Ministre de l'Ecologie.

Au titre des comités de bassin :

Le Comité de bassin de Corse 2004 a désigné pour y participer M. ORLANDI et M. GIORDANI.

M. MIQUEU, M. MAROTEIX, M. COMBY, Comité de bassin Adour Garonne

M. ALPERN, M. LEMAY, Comité de bassin Artois Picardie

M. REGNAULT, M. DETANGER, M. ROUSSEAU, Comité de bassin Loire Bretagne

M. DIETMANN, Mme PATIES, Comité de bassin Rhin Meuse

M. ROUSSEL, M. ABBEY, M. ROUSTAN, Comité de bassin Rhône Méditerranée

Au titre de la Commission nationale du débat public :

Mme MADER-SAUSSAYE, M. GUILLERME, M. MATHIEU

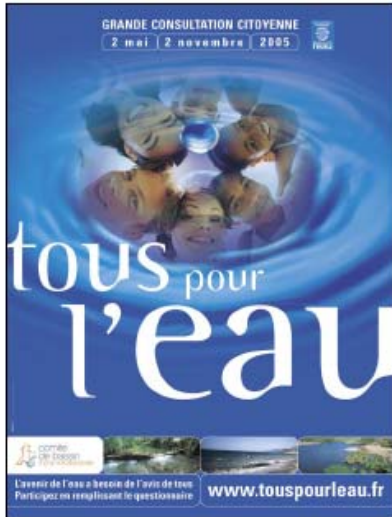
Sont associés aux travaux les agences de l'eau, un représentant des DIREN, la Direction de l'eau et le service communication du ministère.

2. Les missions du comité

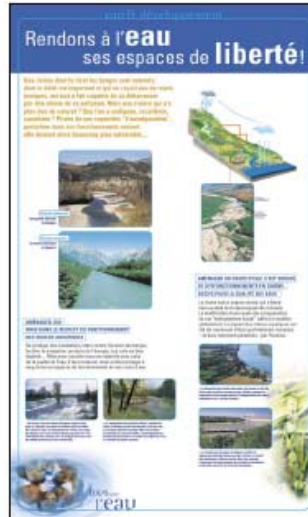
- examiner, dans le cadre de la campagne nationale d'information, le projet de document d'information national apportant des informations générales sur le cycle de l'eau, les problèmes généraux de gestion de l'eau, les fonctions des milieux naturels, l'organisation institutionnelle et le processus de mise en œuvre de la directive cadre ;
- examiner les plans d'action définis au plan national et au niveau des bassins pour sensibiliser le public, l'informer de la consultation et recueillir ses avis et observations ;
- contribuer à l'élaboration du dispositif d'évaluation des actions prévues ;
- dresser un bilan de la mise en œuvre des plans d'action et préciser les outils qui seront à privilégier lors de l'organisation de la seconde consultation du public fin 2007.

ANNEXE – VISUELS ET PHOTOS DE LA CAMPAGNE

LES OUTILS DE LA CAMPAGNE



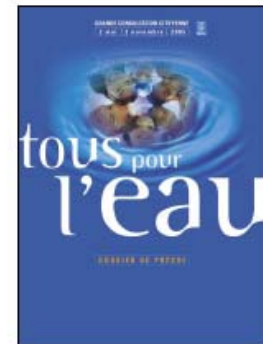
> affiche
60cm x 80cm



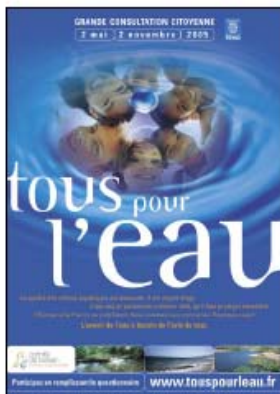
> panneau d'exposition
0,60m x 1m



> site internet www.touspourleau.fr



> dossier de presse
22cm x 30,5cm



> dépliant d'information
15cm x 21cm



> présentoir dépliant
26,5cm x 36,5cm



> questionnaire
21cm x 29,7cm



> présentoir questionnaire
26,5cm x 36,5cm



Dépliant national



Document officiel de consultation



Forum



Espace de consultation en préfecture

