



Delphine LABBOUZ,  
psychosociologue  
indépendante



## Synthèse des entretiens

Accompagnement par une équipe de spécialistes des sciences humaines et sociales pour la réalisation du COTEC

19/04/2021



**POLE ENVIRONNEMENT INGENIERIE**

Auteurs :

- Thibaud GRIESSINGER
- Delphine LABBOUZ

## **SOMMAIRE**

<b>Action 1 : Écologie industrielle et territoriale (EIT)</b> .....	<b>4</b>
1. Profil .....	4
2. Contexte et enjeux .....	4
3. Perceptions, freins et leviers .....	4
a- Des intérêts pas uniquement économiques .....	5
b- L'animation, condition <i>sine qua none</i> à la réussite .....	5
c- L'enjeu de la gouvernance .....	6
d- Trouver des leviers d'engagement adaptés .....	6
e- Déployer une stratégie d'animation pragmatique et soutenue .....	7
f- Établir une relation de confiance .....	8
4. Éléments complémentaires .....	9
<b>Action 2 : Santé environnement – Qualité de l'air intérieur (QAI)</b> .....	<b>12</b>
1. Profil .....	12
2. Contexte et enjeux .....	12
a. Un manque de connaissance du sujet .....	12
b. Un diagnostic qui souligne l'importance d'articuler santé et environnement .....	12
c. Les particularités des gymnases et des pôles santé .....	12
d. Les enjeux locaux au niveau des piscines .....	13
3. Perceptions, freins et leviers .....	13
a. La QAI ne fait pas partie des préoccupations des usagers .....	13
b. Les usagers n'ont pas de marges de manœuvre sur la QAI .....	14
c. Freins .....	14
d. Leviers .....	15
4. Idées d'actions à mettre en œuvre .....	16
3. Impact du contexte sanitaire .....	17
<b>Action 3 : Maison de la mobilité</b> .....	<b>18</b>
1. Profil .....	18
2. Contexte et enjeux .....	18
3. Perceptions, freins et leviers .....	19
a- Une représentation déformée de la mobilité .....	19
b- Changer, entre crainte et manque d'intérêt .....	19
c- La mobilité, un sujet complexe .....	20

d- Faciliter la prise de décision.....	21
e- Déployer des alternatives adaptées et engageantes.....	21
f- Repenser l’approche des politiques de mobilité.....	22
4. Eléments complémentaires :.....	24
<b>Action 5 : Tarification incitative (TI) .....</b>	<b>26</b>
1. Profil .....	26
2. Contexte et enjeux.....	26
a. Un territoire avec des atouts mais aussi des contraintes financières .....	26
b. Tous les acteurs sont concernés mais pas forcément mobilisés .....	27
c. Des enjeux écologiques et économiques .....	27
2. Perceptions, freins et leviers.....	28
a. Des perceptions favorables mais des risques de mécontentements.....	28
b. Freins.....	29
c. Leviers .....	29
3. Idées d’actions à mettre en œuvre .....	30
4. Impact du contexte sanitaire .....	31
5. Panel d’habitants .....	31
<b>Annexe : Guide d’entretien.....</b>	<b>33</b>

### Méthode :

En janvier / février 2021, nous avons interrogé 18 acteurs clés (entre 3 et 4 par action). Les entretiens se déroulaient par téléphone, pour une durée moyenne d’une heure. Le guide d’entretien utilisé se trouve en annexe. Nous en avons ensuite créé plusieurs déclinaisons pour chaque thématique.

Ce livrable présente la synthèse des propos recueillis lors des entretiens pour les actions 1, 2, 3 et 5. Les entretiens réalisés dans le cadre de l’action 4 sur la méthanisation ont été directement intégrés dans la synthèse bibliographique.

## Action 1 : Écologie industrielle et territoriale (EIT)

---

### 1. Profil

Pour cette action, nous avons interrogé 4 personnes :

- Deux membres de bureaux d'étude et de conseil, un directeur des opérations économie circulaire et un géographe et consultant-chercheur en sciences humaines
- Une chargée de mission « Économie Circulaire » dans une collectivité
- Une coach, présidente d'un réseau d'affaire (club d'entreprise)

### 2. Contexte et enjeux

La thématique de l'EIT a émergé dans le contexte du projet Territoire 100% énergies renouvelables pour lequel a été développée une stratégie sur l'économie circulaire. Ce qui a été moteur pour l'EIT, c'est surtout l'**opération collective tremplin vers l'EIT** porté par l'ADEME et la région. 8 EPCI ont été accompagnés dont Saint-Lô.

L'année et demie qui s'est écoulée depuis le début du tremplin a permis de mettre en œuvre une **phase diagnostic, d'état des lieux et de définition des enjeux**. Des ateliers collectifs ont été organisés par les bureaux d'études, durant lesquels étaient présents élus et agents, sur des thèmes comme "Quelles sont les filières économiques de votre territoire ? ", "Quels enjeux en termes de flux ? ".

Une fois une vision développée avec les agents et les élus, les bureaux d'étude accompagnant Saint-Lô ont rencontré une quinzaine d'entreprises afin d'identifier les enjeux. L'objectif était ensuite d'essayer de caractériser un peu plus leurs besoins en termes d'action afin de faciliter la mise en œuvre de la démarche EIT. Cependant l'épidémie de Covid a contraint l'arrêt de la démarche à la **phase 2**, juste avant de pouvoir discuter des difficultés que les entreprises rencontrent sur le territoire, d'identifier les filières communes, et de pouvoir échanger sur l'organisation.

### 3. Perceptions, freins et leviers

Saint-Lô se caractérise par des **territoires ruraux peu denses** autant lorsqu'il y a des *grands territoires* "il y a une forte hiérarchie au niveau de la collectivité", ce qui rend difficile la mobilisation de l'ensemble des acteurs, autant que des services, mais sur des plus petits territoire "c'est plus simple". Pour autant, sur des petits territoires, il y a moins de grosses entreprises qui peuvent être impliquées. De plus, pour la plupart de ces petites entreprises, il n'y a pas de poste dédié en interne aux déchets ou à l'environnement (même si souvent on observe dans les gros groupes "une inertie des démarches RSE, et du groupe, ainsi que l'ancrage moins fort sur le territoire", phénomène pouvait être expliqué par une identité locale moins importante).

Cependant, cela ne semble pas forcément déterminant car, comme le souligne une personne interrogée, ce n'est pas la taille de l'entreprise qui est déterminante, mais "**la ressource humaine, le temps disponible, la bande passante**".

## a- Des intérêts pas uniquement économiques

Le manque d'argent ne serait pas non plus déterminant, car *“quand on veut des financements on arrive à en trouver, surtout en ce moment avec les plans de relance”*.

Bien souvent, en réalité c'est un manque de temps ou de moyens (humains), d'interlocuteurs, et/ou un manque de connaissances sur ce qui pourrait les aider à passer à l'acte (ou un manque de connaissance sur la législation).

Un écueil récurrent est de tenter de mobiliser les entreprises sur la base d'a priori, **sans voir ce qui les intéresse, sans réussir à se mettre à leur place**. Seulement bien souvent, par méconnaissance, il n'y a *“pas d'attente consciente d'EIT de la part des acteurs économiques”*, il n'y a donc *“pas de demande clairement exprimée, il faut aller chercher l'information directement”*.

Trouver le bon levier d'engagement des entreprises ne marche malgré tout pas tout le temps pour les raisons de compréhension ou de temps évoquées plus haut. Une des personnes interrogées donne l'exemple des prestataires déchet sur son territoire qui n'ont pas réussi à être engagés dans la démarche pour le moment, ce qui est surprenant car *“ils peuvent gagner de l'argent et avoir plus de clients”*. De son aveu, ces prestataires sont parfois *“très peu mobilisés sur ces sujets de circularité et d'environnement sur notre territoire”*, ce qui peut expliquer le **manque d'intérêt car le levier économique n'étant lui seul pas suffisant** (*“on leur dit réduire les déchets, eux ils voient réduire la facture et donc ils ne sont pas motivés”*).

Par ailleurs, il y a souvent une difficulté à mobiliser les entreprises parce que la collectivité n'a pas forcément les **bons canaux de communication** pour les atteindre (*“habituellement [les collectivités ont] un mode de fonctionnement traditionnel sur le mode du courrier mais ce n'est pas la bonne solution car entre ceux qui ne les reçoivent pas car les adresses sont approximatives ou les autres qui ont des agents d'accueil qui filtrent le courrier...”*).

## b- L'animation, condition sine qua none à la réussite

Pour les personnes interrogées, **l'animation est absolument déterminante**, pour créer une spirale d'engagement de la part des entreprises (*“s'il n'y a pas d'animation et donc de réunions alors ça enraye et il n'y a pas d'action qui s'engage”*).

En effet *“si on les ne mobilise pas, qu'ils n'ont pas un moment dédié pour prendre le temps, elles ne le feront pas d'elles-mêmes, mais quand on leur propose ce temps-là, les entreprises sont partantes”*. **Il faut créer l'opportunité et des fenêtres de temps dédiées**. Une autre de confirmer *“La sensibilisation et l'information permet d'initier une dynamique mais ne suffit pas. Très souvent les entreprises ont la tête dans le guidon et ils ne le font pas, même de bonne foi, simplement ils se concentrent sur leur activité prioritaire”*.

Le fait qu'une personne soit mobilisée en interne à la collectivité sur le sujet EC et EIT *“a fait qu'on a pu consacrer du temps ce qui a facilité le portage”* nous témoigne la chargée de mission dans une autre collectivité. Or à sa connaissance, sur Saint-Lô, il n'y a pour le moment pas de personne dédiée, la démarche l'EIT serait porté uniquement par le développement économique. **“Mettre en place une synergie, mutualiser ça demande du temps, d'être avec ses voisins, de discuter de ce qu'on fait, de comprendre, d'identifier ce qu'on peut faire, comment**

*le faire, etc.*”. De plus il y a un travail important à fournir entre les ateliers, *“pour digérer, pour le traduire sur des choses concrètes”*.

Il semblerait aussi que l'engagement des entreprises sur la durée tient finalement aussi beaucoup aux personnes, *“certains s'engagent et sont porteur au sein de groupes de travail, et puis plus le temps, et s'y remettent par à coup, d'autres sont convaincus des gains économiques mais sont suiveurs, etc.”*. Par ailleurs, sur certains territoires il y aurait culturellement *“une habitude de travailler ensemble”*, ce serait alors plus “naturel” de s'engager dans une synergie EIT sur certains territoires que pour d'autres.

### c- L'enjeu de la gouvernance

Un autre frein à l'engagement identifié par les personnes interrogées est la survenue d'un **phénomène de désresponsabilisation** : *“Les entreprises disent “nous on est volontaire on veut bien tout faire mais ce sont les clients qui ne veulent pas”, et à l'inverse les clients nous disent la même chose “nous on veut bien mais les entreprises ne s'engagent pas”. Il y a un fort déport de la responsabilité sur les autres”*. Une des personnes interrogées relève que ce phénomène **peut aussi se retrouver chez les élus** qui se désengagent de la problématique en plaçant la nécessité pour les acteurs du territoire de s'emparer du sujet pour qu'eux puissent ensuite le porter. A l'inverse, une vision développée uniquement par les agents et les élus risque d'être hors sol, *“très stratégique et trop peu opérationnelle”*.

Comme l'explique un des bureaux d'étude accompagnant le tremplin *“La collectivité doit trouver sa place, car nous sommes présent pour la mise en orbite pour accompagner les démarches EIT, mais le portage doit se faire par la collectivité et s'assurer que les associations d'entreprise le prennent en main”*. Et de préciser qu'*“il faut du temps pour mettre en place des grosses synergies, de 3 à 6 ans, il faut des ressources et que la collectivité se place en intermédiaire”*.

**Leviers :**

### d- Trouver des leviers d'engagement adaptés

Pour mobiliser les entreprises il faut **aller au contact**, d'abord pour que les entreprises puissent identifier un **interlocuteur** à l'Agglo (*“pour les acteurs il n'y a pas d'interlocuteur unique au sein de l'agglo, il y a des chargés EC, déchets, environnement, économie, etc. Tout ça, souvent, c'est un peu la même chose du point de vue des entreprises”*). Rencontrer les entreprises ou les connaître, ou avoir une porte d'entrée par le biais d'une **personne de confiance** semble crucial (*“en fait lorsque les entreprises ont une personne et un interlocuteur, ils ne le lâchent pas”*).

Et ensuite, parce que les autres **moyens de communication**, comme les réseaux sociaux ne sont *“pas encore trop développés mais c'est surtout que les entreprises ne sont pas habituées à nous voir sur ces moyens de communication là, davantage sur des journaux locaux, très lus”*. De manière générale, il semblerait que si la prise de contact fonctionne mieux par email que par courrier, cela nécessite de *“nombreuses rencontres, de rappels par téléphone”*.

S'il est parfois difficile d'intéresser les **chefs d'entreprises** lorsqu'ils s'embarquent dans la démarche, cela peut être très intéressant car *"ils ont une vision plus globale de l'entreprise en termes de stratégie et sur les enjeux donc l'entreprise peut bouger plus facilement"*.

Les personnes interrogées semblent s'accorder également sur le fait que beaucoup d'acteurs économiques, de personnes, sont malgré les contraintes **prêtes à s'engager**, ils se disent convaincus qu'il est important d'être respectueux de l'environnement : *"tout le monde quand on dit "enfouir ou pas en avoir", ils disent c'est mieux de pas en avoir. L'environnement commence à faire consensus" ; "Il y a une dynamique globale, un réel changement de société". Le point clé serait de trouver ce qui motive ces entreprises-là" ; "Ça reste modéré mais ça existe et c'était pour moi inattendu de la part de chefs d'entreprises. Il y a des gens investis, qui d'eux même le disent sans qu'on leur montre que c'est bénéfique, et ils sont prêt à transformer de plus en plus, il faut s'appuyer dessus, construire avec eux"*.

Il semblerait également que sur les territoires se développe une économie beaucoup plus collaborative désormais, en tout cas les acteurs économiques sont tournés beaucoup plus sur ce **principe de l'écosystème d'être en relation les uns avec les autres** *"Beaucoup cherchent à être mis en relation avec des entreprises de leur territoire. On est plus dans "ma petite entreprise je m'occupe plus de moi"."*

Il y aurait cependant **différents leviers possibles en fonction des acteurs**, *"certains sont plus dans la rationalité, dans le calcul coût bénéfice, d'autre davantage dans l'émotion, dans l'envie de travailler pour un territoire [quête de sens, d'identité, de devoir presque]"*. Une personne interrogée révèle avoir envoyé un sondage aux entreprises pour **identifier les différentes motivations** *"j'ai tout mis dans l'invitation pour l'atelier, de manière à ce que chacun voit midi à sa porte."*

### e- Déployer une stratégie d'animation pragmatique et soutenue

Un point de blocage revenu plusieurs fois concernant l'animation est celui du nombre d'entreprises engagées dans la démarche. Pourtant, un des bureaux d'étude met en garde contre une trop grande attente : *"même si c'est une communauté de 2 acteurs, c'est un point de départ, ça crée une dynamique, pas besoin que tous s'engagent dans un premier temps, sinon on n'y arrive pas"*. *"On ne peut pas forcer les entreprises, on ne peut pas faire à leur place, alors on part avec les personnes motivées, et on les guide, pour qu'ils formulent : "pour faire mieux, nous on a besoin de ça"*.

Il faut cependant prendre du temps pour les mobiliser et leur montrer l'intérêt, *"une fois convaincu, ça marche."* Un interlocuteur confie que *"ce qui leur plaît beaucoup (aux entreprises) c'est la mise en relation des entreprises sur le territoire. Nous avons eu des synergies qui ont poussé les entreprises à devenir clientes l'une de l'autre par exemple"*. Finalement des discours des personnes interrogées, **la dimension économique apparaît presque secondaire** à l'engagement des entreprises *"Dans notre discours de sensibilisation on a moins besoin de mettre l'accent sur la dimension économique que sur la sensibilisation aux bienfaits pour l'entreprise"*



Même si des volontés sont là et que l'intérêt pour l'exercice est réel, **l'acculturation et la sensibilisation semblent primordiales**, ne serait-ce que pour familiariser à la démarche EIT. *“ Il faut des exemples qui montrent que ça marche ”*. Une stratégie qui semble d'ailleurs payante est de se reposer sur **l'apprentissage entre pairs**, d'initier la démarche avec les entreprises motivées pour faire **la preuve par l'exemple** (*“au lieu d'essayer de convaincre des non convaincus, on accompagne les convaincus pour ensuite pouvoir montrer l'intérêt aux non convaincus.”*)

L'animation de **sessions de travail** entre entreprises est une approche qui a fait ses preuves *“C'est toujours mieux quand ils en parlent ensemble de toute façon, car ils savent de quoi ils parlent.”*. Ces échanges permettent aux entreprises de **prendre conscience de l'intérêt d'une synergie** entre acteurs économiques, *“si elles ont conscience de ça, alors très souvent des choses se font. Mais d'eux-mêmes, les acteurs dans leur coin ne réalisent pas.”*

Durant les réunions et ateliers dédiés, c'est là que les entreprises prennent le temps d'identifier des **informations ou savoir manquants** ou des actions possibles (*“c'est là qu'ils vont travailler dessus pour lancer l'action derrière. Si la démarche s'arrête, alors il n'y aura pas de nouvelles actions qui émergeront. Mais quand des actions sont lancées, alors elles restent en pérennes, et si la synergie se rompt elle peut reprendre après, c'est assez flexible finalement”*). Les ateliers doivent également mélanger les filières car au sein d'une même filière, souvent les besoins sont finalement assez identiques (*“sauf quand il y a une synergie client- fournisseur.”*).

Cependant, de l'avis de tous, la dynamique d'échange, de travail, doit être **alimentée en permanence**, car la démarche EIT c'est une temporalité déconnectée de celle de l'entreprise, elle doit être **modérée, suivie, accompagnée** *“à de rares exception près, il faut soutenir l'engagement, il y a un réel besoin d'animation”*. Il y a des **techniques d'animation** qui peuvent être partagées entre collectivités ou par les bureaux d'étude pour permettre aux acteurs économiques de se rendre compte des synergies possibles (*“Parfois ça se fait avec des cafés ou des points de rencontre type “voilà mon problème”, et alors quelqu'un se propose “ah bah tiens j'ai peut-être une solution”. Nous avons organisé une visite d'un centre de tri sur la thématique plastique, on avait les grosses entreprises du territoire, et puis aussi une journée technique avec des experts, etc. c'était une réussite.”*)

#### f- Établir une relation de confiance

Favoriser une dynamique d'engagement vertueuse nécessite en plus de l'animation d'établir une **relation de confiance** avec, et entre, les acteurs.

La proposition de se reposer ou même de monter un **club d'entreprise** dédié est revenue plusieurs fois (*“ça marche bien et c'est très utile car cela permet d'avoir un échange avec la collectivité et aussi entre les entreprises. C'est catalyseur de plein d'actions.”*)

L'importance d'**embarquer les élus dans la démarche** est également soulignée, *“ils connaissent très bien les territoires, et de manière générale c'est toujours intéressant de croiser les regards des agents et des élus car ils ont des visions différentes, ce qui amène à une vision globale du territoire”*. *“Si les élus ne se joignent pas forcément aux discussions avec les entreprises, ils sont présents pour exprimer une volonté politique auprès des entreprises, ce qui aide les agents à avancer sur sujet”*.



Une des personnes interrogées conseillait cependant de ne pas intégrer les prestataires déchets aux ateliers car *“finalement ça force les entreprises à ne pas les solliciter et à trouver des solutions entre elles sans passer par un prestataire (sans enfouir etc.), ce qui réduit les coûts, et puis aux entreprises ça leur plait, ce sont des valeurs morales qui leur parle”*.

La notion d'exemplarité de la part de la collectivité, le **besoin de cohérence dans les actions menées et dans les procédures** semble également gage de réussite pour la démarche et faciliterait la relation de confiance nécessaire à leur engagement (par exemple *“spécifier ce genre de démarche sur clauses et marchés publics tels que pour les constructions”*).

Un point d'attention supplémentaire ressort des entretiens et concerne la communication et le vocabulaire employé pour **faciliter le dialogue**. Notamment l'utilisation du terme “EIT” qui est très technique, et qui ne prend pas le point de vue des acteurs, donc *“peu parlant mais aussi peu représentatif” (sauf l'aspect “territorial”)*. Il semblerait qu'il faille donc davantage insister sur la dimension *“collaboration”, “développement de synergies inter-entreprises”, des termes de ce registre. “En fait, les entreprises communiquent sur les actions mises en place et donc sur les actions dans le cadre de l'EIT [ex : les cartons, je ne jette pas, je donne], mais pas sur l'EIT qui ne parle à personne. C'est difficile pour les acteurs de se repérer, il y a un manque de traduction, il faut sortir du référentiel de la collectivité pour s'adapter à celui des entreprises”*

#### 4. Éléments complémentaires

##### Pistes d'actions ressorties des entretiens :

- *Faire des trames d'entretiens, pour comprendre les motivations, l'intérêt des entreprises. “J'ai été les voir, j'ai rencontré des entreprises que j'ai considéré comme représentatives du territoire, par filière mais aussi par taille et localisation. “*
- *Créer une sorte de plateforme ou de base de données pour recenser les matériaux, les opportunités de circularité / échange / synergie. Il y a pleins d'outils type “le bon coin” pour poser une base (ex : cycle up), mais la question c'est le prix que ça coute. “Il faudrait qu'à l'échelle de la région il y ait outil unique pour permettre la mutualisation et l'échange car les flux des entreprises ne s'arrêtent pas aux frontières des collectivités.”*
- *Mettre en place un plan d'action cohérent et à un rythme suffisamment soutenu pour que la dynamique ne s'essouffle pas.*
- *“Remobiliser mais qu'ils puissent trouver la formule pour la relancer en interne et tout court à plus grande échelle”*  
*“La particularité de Saint-Lô, c'est son ouverture sur le territoire, et la nécessité de travailler avec les autres collectivités et acteurs de ces territoires (par exemple à Coutance, l'entreprise Florette a besoin d'emballages plastiques, et Algaïa pourrait pourvoir une alternative à base d'algue – Il y a aussi des enjeux autour du bâtiment)”*

### **Acteurs / contacts pertinents mentionnés :**

- Recyclerie Les Champs Jouault, démarche de réemploi de matériaux de bâtiment <https://www.champs-jouault.com/>
- Cycle Up, c'est la plateforme spécialisée dans le réemploi des matériaux de construction avec l'ambition de simplifier et massifier l'économie circulaire dans la construction. Nous mettons en relation les acteurs de la filière : propriétaires, maîtres d'ouvrage, architectes, ingénieurs, démolisseurs et constructeurs. [www.cycle-up.fr](http://www.cycle-up.fr)
- Tous les clubs sur le site. Le club EIT Saint-Lô Agglo se réunit peu (3 réunions par an), contrairement au club réemploi par exemple qui en plus se donne les moyens en travaillant entre les ateliers. <https://neci.normandie.fr/clubs>

### **Points d'attention / retours d'expérience :**

- *Pour les ateliers, nous avons fait le choix de ne pas ré-ouvrir à des entreprises déjà présentes à la première réunion, mais peut-être était-ce un tort au final. On s'était dit qu'il fallait que ce soit en continuité de la première réunion mais en même temps, c'est aussi pertinent pour d'autres raisons pour les autres acteurs, et puis on a forcément moins de participants à la seconde, alors ça permettrait d'augmenter le nombre de participants.*
- *Il faut identifier les besoins et ne pas penser "outil". Il y a plein d'alternatives aux outils type plateforme, quelque chose qui permet la même chose peut être tout aussi bon. Par exemple, en Ile et vilaine ils ont fait un fascicule avec tous les biens, qui répertorie tout ce qui peut être échangé à moindre coût par entreprises. On a aussi des bourses aux déchets.*
- *La collectivité s'engage dans des démarches de communication, mais les acteurs économiques sont déjà prêts à y aller, ce dont ils ont besoin, c'est d'aide. Il ne faut pas les inciter, il faut les accompagner, les aider à voir l'intérêt de telles démarches, les gains économiques, etc...*
- *On parle souvent des territoires comme Dunkerque avec des gros acteurs de l'EIT, mais il faut voir que ça a demandé du temps, 10 ans presque, et de l'accompagnement avant qu'ils soient autonomes.*

### **Impact du contexte sanitaire :**

- *Les entreprises sont débordées, mais elles restent très motivées, et certains sont mêmes pressées de refaire des réunions.*
- *Ça a été positif d'un côté car il y a désormais plus d'opportunités de financement, mais d'un autre côté, nous n'avons plus fait d'événements durant cette période. Après, ça dépend des entreprises et du contexte. Par exemple, la filière plastique : on a pu faire visiter le centre de tri en décembre. Dans ce cas-là, on a maintenu la rencontre, car pour la filière plastique, c'était une question de pérennisation des activités, au même titre que la crise Covid car les entreprises sentent bien que la réglementation sur les plastiques est en cours et qu'ils doivent l'anticiper. Avant la crise, mais plus depuis, la filière plastique est en détresse et ils ont besoin d'évoluer rapidement, et donc cette réunion avait un caractère urgent pour eux.*
- *Depuis 2 ans et davantage encore avec la crise Covid, on ressent vraiment des entreprises qui ont pris conscience des enjeux. Car derrière les entreprises il y a aussi*

*des citoyens, et puis les clients sont aussi des citoyens, alors ils demandent de plus en plus et s'engagent dans une dynamique plus vertueuse*

- *Les entreprises ressentent le besoin de se retrouver, de travailler ensemble, à travers des réunions, des réseaux, des webinaires. Il y a une demande des entreprises pour continuer les démarches EIT après la crise du Covid. Avec la crise, on observe finalement plus de coopération et de motivation à essayer de travailler ensemble pour trouver des points d'accroche communs. Ateliers, démarches de coopération sont moins difficiles désormais.*
- *Un sentiment plus vif avec la crise mais déjà présent : les entreprises ancrées sur les territoires ont compris que si elles travaillent entre elles, ensemble, elles vont pouvoir rester, si les collectivités ont compris ça alors elles sont prêtes à s'engager, même avec d'autres territoires, pour ancrer l'activité*
- *Avec la crise sanitaire s'est vraiment révélée cette idée de démondialisation. Une volonté de connaître ses voisins. C'était déjà palpable avant la crise sur les territoires de plus faible densité.*
- *La crise a peut-être impacté l'engagement R&D d'entreprises comme Algaïa (à vérifier cependant)*
- *Saint-Lô Agglo doit relancer la dynamique d'avant confinement, sur l'axe "Algue" et zone industrielle de la chevalerie en priorité. Mais actuellement, ces axes de travail ne sont pas assez mûrs, il y a besoin de plus de rencontres pour établir des liens de confiance entre les acteurs pour qu'ils puissent définir un projet. Sur la zone d'activité de la chevalerie, il n'y a pas d'entreprise particulière, il faudrait mobiliser la zone pour essayer de lancer une dynamique locale.*

Contexte des élections municipales :

- *D'après les bureaux d'études interrogés, avant 2020, il y avait un engagement très fort de la collectivité de Saint-Lô. Une série d'ateliers collectifs avait été initiée, le vice-président avait été d'ailleurs présent plusieurs fois, le projet avait été aussi présenté en commission, il y avait un réel soutien et un engagement très fort dans les actions initiées avec l'accompagnement des bureaux d'études. Et puis, après élections de 2020, ils ont eu un sentiment de flottement, bien sûr impacté par la crise Covid, les choses ont été moins simples à suivre. Il y a sans doute eu une réorganisation interne des services avec les élections, à leur connaissance il y aurait en plus une nouvelle personne chargée du développement économique, avec une mission EIT finalement partagée entre développement durable et développement économique, ce qui est susceptible d'impacter la reprise de dynamique. (N.B : en réalité cette personne s'occupe avant tout du développement du réseau économique, mais pas du développement durable).*

## Action 2 : Santé environnement – Qualité de l'air intérieur (QAI)

---

### 1. Profil

Pour cette action, nous avons interrogé 3 personnes :

- Un professeur de gymnastique et responsable technique d'une association sportive.
- Un chargé de mission santé qui travaille au service de proximité aux communes.
- Une conseillère en prévention des risques au travail.

Les 3 personnes interrogées sont sensibles dans leur quotidien à la problématique de la QAI mais elles ont très peu d'informations sur ce sujet.

### 2. Contexte et enjeux

#### a. Un manque de connaissance du sujet

Les personnes interrogées ne connaissent pas le contexte et les enjeux locaux. **Le sujet de la QAI n'est pas abordé** dans le cadre de leurs missions, elles n'ont pas été formées sur cette thématique, qui ne fait pas partie de leur travail au quotidien, que ce soit dans le domaine de la santé, de la prévention des risques au travail ou du sport. Ce n'est pas une thématique sur laquelle le service de médecine préventive a alerté.

En santé, il y a des actions de prévention sur de nombreuses thématiques (addiction, suicide, santé mentale,...) mais pas sur la QAI.

Pourtant, **les enjeux sont importants** concernant la santé sur le long terme et l'espérance de vie. La QAI influe sur l'organisme et joue aussi un rôle sur l'ambiance de travail, le bien-être

*« La qualité de l'air intérieur, c'est un vaste sujet. Je pense que c'est un sujet essentiel, mais qui est en fait un non-sujet. »*

#### b. Un diagnostic qui souligne l'importance d'articuler santé et environnement

Saint-Lô Agglo s'est engagée en 2018 dans un "**Contrat local santé**" pour répondre aux besoins de santé des habitants, mettre en avant les actions existantes et les offres innovantes.

En 2020, un **diagnostic** a été réalisé lors de **4 ateliers** réunissant 130 participants, avec l'accompagnement de l'Observatoire Régional de Santé (OR2S). 5 thèmes ont été retenus dont "environnement / cadre de vie / santé" qui inclut la QAI. Elle pourra donc faire l'objet d'une fiche action, avec des objectifs précis.

Des ateliers participatifs avec des acteurs en santé et des élus commenceront en février 2021. D'après un questionnaire adressé aux adultes du territoire, ayant obtenu environ 1000 réponses, **l'articulation entre environnement et santé est la deuxième préoccupation la plus importante.**

#### c. Les particularités des gymnases et des pôles santé

Dans les gymnases, l'utilisation de magnésie entraîne un besoin de nettoyage régulier pour ne pas qu'elle se dépose sur les tapis. Étant donné qu'il y a beaucoup de poussières, l'air est sec.

Dans un gymnase datant de 1987, il y a eu une nette amélioration de la QAI perçue car la soufflerie a été remplacée par des radiateurs suspendus donc il n'y a plus de flux d'air pulsé qui soulevait la poussière et entraînait des sensations d'air sec et poussiéreux, accompagnées d'irritations. Les usagers ont senti la différence et perçoivent une meilleure QAI, bien qu'il n'y ait pas eu de mesures pour confirmer ces ressentis.

**La problématique principale concerne l'aération des locaux.** En effet, à part le flux de personnes important qui génère des entrées et sorties régulières et donc l'ouverture des portes, il n'y a pas de moment dédié pour l'aération.

Il faudrait qu'elle soit réalisée dans un laps de temps suffisamment éloigné de l'activité physique pour ne pas engendrer d'inconfort thermique pour les sportifs.

Dans les pôles de santé, les locataires travaillent en profession libérale. Ils sont centrés sur les prestations et ne sont pas prêts à passer du temps sur la QAI.

Il est difficile de mobiliser les médecins libéraux, d'autant plus qu'ils ne travaillent pas ensemble dans les pôles de santé, il n'y a pas d'équipe donc **pas d'esprit collectif, ce qui limite l'investissement sur des actions de prévention.**

#### d. Les enjeux locaux au niveau des piscines

Lorsque les usagers des piscines trouvent qu'il y a une forte odeur de chlore, ils se posent beaucoup de questions et sont inquiets pour leur santé. Il faut faire de la **sensibilisation** pour expliquer pourquoi il y a, dans certaines circonstances, une odeur de chlore plus forte que d'habitude (par exemple lors des périodes de forte fréquentation) et **rassurer les usagers** sur l'absence de nocivité pour leur santé. Il faut également inciter les usagers à prendre une douche avant d'entrer dans la piscine pour permettre de limiter l'utilisation du chlore.

Les maîtres-nageurs peuvent être impliqués pour faire passer les messages car ils sont déjà sensibilisés et vigilants sur le sujet de la QAI.

*« Les maîtres-nageurs ont une visite médicale de suivi tous les 2 ans. Certains trouvent que c'est un métier à risque avec les chloramines. Ils sont en vigilance. S'ils estiment que l'air est moins bon, ils en réfèrent au technicien. »*

### 3. Perceptions, freins et leviers

#### a. La QAI ne fait pas partie des préoccupations des usagers

Dans l'ensemble, il n'y a pas de plaintes, **pas de remontées négatives**, ni de retours des usagers concernant des gênes ou des inconforts liés à la QAI. C'est un sujet qui n'est pas abordé.

Une personne a mentionné une tour dans laquelle travaillent les agents de Saint-Lô Agglo et qui pose des questions concernant la QAI. En effet, certaines pièces sont mal ventilées, ce qui entraîne une mauvaise QAI. Il y a également des inconforts olfactifs liés aux odeurs des sanitaires qui sont situés sur les paliers des escaliers. Le bâtiment est vétuste et l'aération est compliquée car elle crée un inconfort acoustique lié aux bruits de la ville, et un inconfort thermique en hiver.

Par ailleurs, un autre retour d'expérience concerne un agent asthmatique qui présente des difficultés respiratoires à cause de la moquette. Les agents ont des interrogations concernant l'impact de la moquette sur la QAI et la santé et, de façon plus générale, le bien-être au travail.

**Les usagers des bâtiments sportifs et communautaires ne connaissent pas et ne perçoivent les conséquences pour la santé d'une mauvaise QAI ni les sources de pollution** (produits chimiques, aération, ventilation automatique, climatisation, mobilier neuf, peinture). Ils n'ont pas conscience du problème et ne se sentent pas concernés donc la QAI n'est pas un sujet de préoccupation.

*« On n'y pense pas du tout, on ne le sent pas, on ne s'en rend pas compte. On ne se sent pas concerné, on n'en ressent pas les conséquences immédiatement. »*

De façon générale, **les individus ne se soucient pas de la QAI**, ils n'y prêtent pas attention, ce n'est pas palpable, **le risque n'est pas visible**, il n'y a pas de jauge affichée à l'entrée d'un bâtiment pour indiquer si la QAI est bonne ou non. Les usagers ne peuvent pas le constater par eux-mêmes donc la QAI est une thématique qui n'interpelle pas.

La pollution de l'air extérieur ou la pollution industrielle sont davantage connues, notamment en ce qui concerne les pics de pollution.

Les perceptions et les croyances peuvent être erronées. Par exemple, un bâtiment neuf est souvent associé à une bonne QAI et un bâtiment propre est considéré comme sain.

*« On ne se méfie pas du neuf, du beau, du nickel. »*

Il y a donc un **fort enjeu de sensibilisation des usagers**.

### **b. Les usagers n'ont pas de marges de manœuvre sur la QAI**

D'après les personnes interrogées, les usagers ne peuvent pas influencer sur la QAI car **ils ne savent pas comment faire**, ils ne connaissent pas les techniques ou les méthodes à mettre en place et ils sont souvent **simplement de passage** donc ils n'ont pas les moyens d'agir sur la QAI.

*« On peut les sensibiliser, les informer mais ils ne sont qu'utilisateurs. »*

Les actions visant à améliorer la QAI doivent être mises en place par Saint-Lô Agglo, les techniciens ou les exploitants qui gèrent les lieux et qui ont des marges de manœuvre. Les personnels d'entretien doivent aussi être impliqués.

### **c. Freins**

D'après les personnes interrogées, l'évolution des pratiques pour améliorer la QAI se heurte à plusieurs freins liés aux habitudes des usagers, aux mentalités, aux contraintes et efforts perçus, aux conflits de priorités, au confort de vie.

*« Pour les adhérents, il ne faut pas que cela soit une contrainte, ni que ça ait d'impact sur leur pratique. S'ils doivent pratiquer à 12°C, on risque de perdre des adhérents. »*

Certaines **habitudes** entraînent une mauvaise QAI. Par exemple, dans un bâtiment recevant du public, le cendrier est placé à l'entrée donc les bureaux situés à proximité reçoivent la fumée et l'odeur, accompagnées d'une problématique de tabagisme passif.

Sur les lieux de travail, l'amélioration de la QAI ne fait pas partie de la fiche de poste et du travail quotidien. De plus, les agents n'ont pas l'habitude d'aérer leurs bureaux et **l'aération peut être perçue comme une contrainte** car elle a un impact sur le confort thermique en hiver. Elle pose également la question de **l'impact écologique en termes de chauffage** en période hivernal. Comment concilier aération et réduction des consommations énergétiques ?

*« C'est difficile de renouveler l'air sans engendrer une dépense énergétique importante pour chauffer l'air ensuite. »*

Lorsque les usagers viennent pour une prestation, comme participer à un cours de sport ou aller à une consultation médicale, **ils sont dans une posture de consommateurs ce qui rend leur implication difficile.**

De façon générale, les individus sont sur-sollicités pour répondre à des enquêtes sur différents sujets, mais ils n'ont pas le temps d'y réfléchir, ils ne sont pas disponibles car ils sont happés par leur quotidien.

Les usagers ont un **manque de connaissance du sujet qui est réservé aux experts et aux techniciens.** Il y a de nombreuses incertitudes, même dans la communauté scientifique.

Il peut y avoir un **frein économique** si améliorer la QAI entraîne une augmentation des prix. L'amélioration de la QAI s'inscrit dans un **temps long**, qui inclut la conception du bâtiment, sa gestion et son usage. Il faut agir à tous les niveaux et impliquer toutes les parties-prenantes.

#### d. Leviers

Les personnes interrogées estiment qu'il faut sensibiliser les usagers, faire comprendre le rôle que chacun peut jouer, expliquer les enjeux, les impacts, **montrer l'intérêt et les bénéfices** de l'amélioration de la QAI, aussi bien pour les professionnels que les usagers.

Le calcul coûts / bénéfices doit pencher en faveur de l'amélioration de la QAI. Par exemple, il faut mettre en lumière et faire prendre conscience aux usagers du lien de causalité qui existe entre QAI, état de santé, performance, productivité et bien-être.

Il faut montrer que **les actions pour améliorer la QAI sont faciles** à mettre en place, qu'elles demandent peu d'efforts ou de contraintes, et qu'elles sont **efficaces.**

*« Il faut montrer que "ça demande peu de choses pour améliorer beaucoup". »*

Il y a un **seuil d'acceptabilité** à respecter pour concilier bonne QAI et **satisfaction des usagers.**

*« On rend un service aux gens donc l'adhérent doit être satisfait. »*

Il ne faut pas être trop ambitieux et ne pas en demander trop pour obtenir au moins quelques changements qui vont dans le bon sens.

Il ne faut pas faire appel à la peur ni générer d'inquiétude avec des messages qui disent que l'air n'est pas bon et que c'est dangereux pour la santé. Au contraire, il faut **parler de façon positive** et montrer qu'une bonne QAI est liée à une **amélioration de la qualité de vie.**

*« Il faut aborder le sujet de façon positive, sans faire peur mais permettre à chacun de prendre conscience du sujet. »*



Afin de toucher les usagers, il est aussi nécessaire de **vulgariser l'information** et de ne pas utiliser de termes techniques difficilement compréhensibles (par exemple formaldéhydes).

Pour inciter les usagers à agir en faveur de la QAI dans les bâtiments communautaires et sportifs, il peut être utile de **faire le lien avec les habitudes au domicile**, par exemple pour l'aération.

Dans les bâtiments publics, il faut également un **portage politique**, un appui des élus et de la direction générale. L'aspect coercitif n'est pas efficace, il faut faire de la **pédagogie** pour expliquer les mesures aux agents et les **impliquer** en amont pour obtenir leur **adhésion**.

*« C'est essentiel de trouver les mécanismes du changement, dans tous les domaines. On ne peut pas imposer, il faut expliquer pourquoi. »*

#### 4. Idées d'actions à mettre en œuvre

D'après les personnes interrogées, il serait efficace de mettre en œuvre des **actions ludiques et pédagogiques**, par exemple lors d'un événement ou une journée dédiée à la thématique de la QAI. Un événement ponctuel permet de **susciter l'intérêt et la curiosité**.

Lors d'**ateliers participatifs**, les usagers pourraient être amenés à discuter, échanger et réfléchir ensemble sur les thèmes et les problématiques à aborder, sans qu'aucun sujet ne leur soit imposé. Puis, ils pourraient travailler en petits groupes pour rechercher un consensus et retenir 2 thèmes. Des animations de type « world café » invitent à travailler autour d'une table sur les déterminants du problème.

Ces techniques d'animation permettent à chaque participant d'**être acteur** et de s'impliquer pleinement sur le sujet, en choisissant les thèmes à aborder et en **co-construisant les solutions**.

*« Les gens ont le sentiment qu'ils ont pu aborder ce qu'ils voulaient. »*

Par ailleurs, il est important d'utiliser des **outils pour mesurer la QAI** et **montrer l'impact de l'aération**, par exemple en mesurant la QAI avant ouverture des fenêtres, pendant et après, ce qui redonne à chacun des possibilités d'action.

Présenter des chiffres concrets, montrer des preuves, faire des feedbacks et des évaluations est source de motivation pour les usagers.

Les campagnes de mesures permettent aussi de **prioriser** pour savoir dans quels bâtiments il faut agir en urgence pour améliorer la QAI.

*« Grâce à des mesures de la qualité de l'air, on pourrait savoir s'il y a plus de pollution dans un gymnase ou dans un amphithéâtre avec des matériaux neufs et peu d'aération. »*

Faire un **diagnostic** avant d'intervenir permet de vérifier qu'il y a un réel besoin d'améliorer la QAI, ce qui donne de la **crédibilité** à la démarche.

Les personnes interrogées n'ont pas connaissance de campagnes de sensibilisation ou d'information sur la QAI mais elles pensent que **les campagnes** sur la pollution de l'air extérieur en ville **ne sont pas efficaces car elles sont trop contraignantes**.

*« Si à cause de la pollution de l'air, on ne peut pas faire son jogging, c'est trop de contraintes pour l'utilisateur. »*

**Les avis sont mitigés sur l'utilité des campagnes de sensibilisation** car elles permettent de faire prendre conscience du problème, mais il en existe un trop grand nombre, sur divers sujets de prévention (maladies, dépistage,...)

*« Une campagne de prévention sur la qualité de l'air intérieur serait noyée dans la masse car il y a trop de sujets ! »*

Il faudrait arriver à **cibler** les populations concernées par le sujet et trouver un marketing sympa, avec des communications qui sortent du lot et qui marquent.

Il faut montrer des **exemples concrets**, des situations vécues, des phrases entendues et des témoignages de personnes à qui l'on peut s'identifier.

La sensibilisation peut aussi se faire au niveau des **enfants** qui fréquentent les clubs de sport par exemple. Montrer que la QAI est bonne dans les gymnases permet de rassurer les parents.

Les **incitations fiscales** et le **financement public** peuvent inciter les gestionnaires de bâtiment à réfléchir à QAI. Mais il faudrait **vérifier l'efficacité** de ce type d'incitations.

Dans les **marchés publics**, on pourrait inclure des **critères** concernant le mobilier et la réduction des impacts sur la pollution de l'air.

### 3. Impact du contexte sanitaire

Le contexte sanitaire actuel a fait prendre conscience des **enjeux d'une bonne aération** et a permis d'aborder le sujet de la QAI. Les protocoles de ménages ont dû être adaptés.

Le principal problème concernant l'aération est qu'une seule personne est présente dans chaque bureau donc si elle oublie d'aérer, ce n'est pas fait, notamment quand il fait froid dehors.

Un questionnaire a été passé en mars 2020 et a montré que **les questions de santé sont au centre des préoccupations des habitants**.

Néanmoins, avec la crise du coronavirus, les habitants saturent d'informations sur la santé et n'ont pas envie de réfléchir à toutes les sources de danger pour la santé, ils préfèrent aborder des sujets plus légers et moins anxiogènes. La période n'est pas propice pour parler des risques pour la santé liés à une mauvaise QAI.

*« Les gens en ont marre de se faire des psychoses. Il y a déjà le covid, ils n'ont pas envie d'avoir peur avec d'autres sujets. Le grand public a envie de se concentrer sur autre chose que les dangers. »*

## Action 3 : Maison de la mobilité

---

### 1. Profil

Pour cette action, nous avons interrogé 4 personnes :

- Un animateur thématique mobilité à l'ADEME
- Un élu en charge des transports et de la mobilité au niveau de l'agglomération
- Deux membres d'associations en lien avec le transport en zone peu dense

### 2. Contexte et enjeux

Le développement d'une nouvelle offre de mobilité pour répondre aux enjeux sociaux et environnementaux sur Saint-Lô Agglo s'est fait par étape.

L'élu interrogé nous rappelle que la loi LOM, qui a renforcé la compétence mobilité des agglomérations, a d'abord poussé Saint-Lô Agglo à amplifier le **transport collectif** en bus. A ensuite été favorisé, il y a 2 ans, le **transport à la demande** pour répondre aux enjeux de précarisation et d'isolement liés au manque de mobilité en zones peu dense. Et depuis peu, la focale s'est tournée sur le **développement du vélo** avec l'aide à l'achat de VAE et la mise en place d'un système de location de vélos électriques. La problématique du **covoiturage** est pour le moment laissée en arrière-plan, mais un projet de mise en place d'une plateforme pour le covoiturage devrait bientôt voir le jour. L'idée d'une navette « hippobus » pour les enfants serait également à l'étude. Par ailleurs, un projet de maison des mobilités à la gare, avec une **plateforme d'échange modale** avec le train (vélo voiture train bus), est en train d'être lancé. Selon l'élu toujours, *“l'objectif c'est de montrer qu'il y a d'autres moyens de transport dans un territoire hyper rural où la voiture, c'est 90% des déplacements.”*

En parallèle, la **situation sur Saint-Lô Agglo devient de plus en plus difficile**, *“il y a de plus en plus de familles dans le besoin, des mères mais aussi des pères isolés, il y en a beaucoup ces derniers temps, ça s'est accéléré on dirait”*. La montée de la **précarité** se voit avec les bénéficiaires sur le territoire (*“+15% de demandeurs RSA sur la manche”*).

Pour une personne interrogée, l'enjeu c'est donc avant tout le **maintien des personnes sur les territoires**, il y a un impératif à *“lutter contre la déshérence des territoires, car il y a là un vrai risque”*, en plus de réduire drastiquement les émissions de gaz à effet de serre, et à gagner en résilience. Il faut donc *“penser les conditions de réussite”*, et pour cela comprendre les freins et les leviers au changement.

Un autre enjeu est celui de la désertification des territoires ruraux, car la question du **développement économique passe par la mobilité**. Pour les employeurs, *“le principal frein à l'insertion et l'emploi ce n'est pas la main d'œuvre, c'est l'absence de mobilité pour la rendre disponible”*. *“Qu'est-ce que l'on veut que soit ces territoires à 30-40 ans, est-ce qu'on veut que le développement économique soit que sur Saint-Lô, ou alors est-ce qu'on veut un territoire dynamique ?”*

### 3. Perceptions, freins et leviers

#### a- Une représentation déformée de la mobilité

Pour arriver à ce que les usagers soient en mesure de pouvoir opter pour une alternative à la voiture individuelle, hégémonique et donc beaucoup plus présente à l'esprit, il y a une nécessité qu'ils puissent aisément **se représenter l'offre complète de mobilité à leur échelle**. Or *"le sujet de la mobilité est diffus et fragmenté. Siloté"*.

Comme l'explique une personne interrogée *"Quand on parle de mobilité, on en a une image très limitée. Prenez un lieu de réparation de vélo, les gens ne se rendent pas compte que le vélo c'est une forme de mobilité, on l'assimile souvent au loisir, au fait de sortir le vélo, mais pas le réflexe de penser déplacement"*.

Mais ce n'est pas la seule difficulté que les entretiens ont révélé. Un obstacle important est la **dépendance à la voiture**, car les services se sont de plus en plus éloignés *"maintenant on est rapidement amené à devoir sortir du département pour les soins, il faut aller sur Caen ou sur Rennes"*, ce qui génère aussi une disparité forte en besoin de mobilité entre les communes, en fonction de leur **sociologie et de leur situation géographique**.

Il y aurait donc un impératif à sortir du **"discours culpabilisateur sur la voiture [qui] peut être contre-productif"**. *"L'idée, ce n'est pas de culpabiliser la personne qui va faire ses courses au supermarché car là-dedans il y a aussi des choix de vie et des convictions personnelles. Si on ne va pas trop contre les convictions personnelles, on ne réussira pas"*.

Avant tout, il y a pour chaque type de mobilité des **contraintes**, et celles-ci doivent être prises en compte. *"Il ne suffit pas de dire il y a deux aires de covoiturage pour que le covoiturage prenne, ou une solution avec applis pour que ça fonctionne, car ce n'est pas évident de prendre quelqu'un qu'on ne connaît pas"*. Une personne interrogée cite à titre d'illustration des difficultés à faire évoluer les pratiques, l'expérimentation "rézo pouce", un système d'auto-stop local, lancé par territoire du Mené (22) en 2016 et arrêté en 2019<sup>1</sup>. **"Il ne suffit pas de mettre des panneaux ou de convaincre"**. De plus, la difficulté peut être liée à l'organisation d'autres acteurs du territoire, pour le covoiturage domicile-travail par exemple, est citée à plusieurs reprises la **difficulté de synchroniser les trajets** des employés d'entreprises, certaines fonctionnant même en leur sein en horaires décalées (ou en "deux ou trois - huit").

#### b- Changer, entre crainte et manque d'intérêt

En effet, faire évoluer les pratiques nécessite d'une part d'être en mesure de **comprendre les situations et les besoins**, mais aussi de **répondre à des craintes et des peurs**, *"Lorsqu'on a proposé la limitation à 30km/h en ville, il y a eu des craintes de la part des commerçants que ça allait rebuter les gens"*, et à **des intérêts et des motivations propres à chaque type d'acteur et qui parfois s'opposent**, comme en témoignent les retours des commerçants qui ont dit aux élus que ce type de mesure était "anti-commerce".

---

<sup>1</sup> Le rapport de l'expérimentation, et l'analyse des raisons de sa non réussite est disponible ici : <https://www.reseaurural.fr/sites/default/files/documents/fichiers/2020-03/Fiche%20R%C3%A9zopouce%20Le%20Men%C3%A9.pdf>.

Pour une personne interrogée, *“les gens dans les plus petites villes sont peut-être moins sensibles à l’environnement, à la nécessité de changer leurs comportements”*, même si d’autres témoignent d’un changement important des mentalités ces dernières années. Un changement **observable aussi au niveau des élus**, qui pourtant sont freinés eux aussi par des appréhensions, justifiées (*“il faut trouver le bon truc, les élus se sentent coincés avec cette foutue bagnole individuelle. Si on trouve un système qui fournit une alternative aux territoires ruraux, alors faut qu’il soit crédible car la peur d’un nouvel exode rural est présent dans tous les esprits”*), et parfois moins (*“Quand je vois les villes qui sont passées écolo, je me dis que si on l’avait acté, finalement ça serait peut-être passé. Des fois, ce sont les minorités qui parlent le plus fort et non une majorité comme on pourrait le penser car en fait il y a 2-3 « criards » qui font peur, ça grogne un peu mais c’est surtout une question d’habitude”*).

En effet, les habitants ne sont pas les seuls à parfois s’opposer à de nouvelles mesures. Les élus de certaines communes par exemple peuvent se sentir **dépossédés de leur maîtrise de la mobilité** lorsque l’Agglo, ou même des associations viennent proposer des services qui par ailleurs n’ont pas de conséquences négatives. Des **conflits locaux** entre personnes à différentes échelles d’organisation de la collectivité vont venir entraver le déploiement de mobilités alternatives. *“Quand 2-3 communes n’adhèrent pas sur un même territoire, on a une offre non unifiée, et on perd en visibilité et en cohérence.”* A l’inverse, des communes qui ont sur leur territoire des acteurs de la mobilité partagée peuvent se **déresponsabiliser** et se reposer sur ces structures souvent bénévoles et désinvestir ce champ politique.

### **c- La mobilité, un sujet complexe**

La nature **complexe** de la problématique de mobilité rend également difficile l’appréhension au niveau politique. D’abord, parce que bien souvent, c’est **le moyen qui est pensé avant la fin** (*“Le covoiturage, on a tendance à voir ça comme la solution magique à tous problèmes de mobilité”*; *“Le covoiturage peut très bien marcher, mais à condition de ne pas faire que de l’intermodalité covoiturage transport collectif car ça ne marche pas”*). Ensuite, parce que la compréhension des obstacles au changement est opaque et stéréotypée. **La vision rationaliste de l’usager semble encore majoritaire** *“L’argument très fort pour faire changer, hormis la santé pour le vélo ou le bien commun avec l’environnement, c’est l’argument économique”*, conduisant à une approche centrée sur les moyens (*“bonus-malus”*, la question du coût économique de la voiture individuelle par exemple n’est jamais évoquée spontanément par les personnes interrogées).

En plus de ne pas prendre systématiquement en compte les besoins, la question de **l’évaluation est souvent négligée** par les décideurs. *“On veut “tendre vers” mais on ne met pas de chiffres ni d’indicateurs précis. Parce que derrière l’évaluation, il y a la cible et donc on doit faire le point et c’est plus exigeant pour les élus, il faut se mettre d’accord sur un objectif et donc un constat de départ. Quand l’objectif est flou, on est tous d’accord, mais si on dit qu’il faut augmenter de 5% la part de déplacement en vélo, en bus, etc. alors là on va se crêper le chignon.”*

## Leviers :

### d- Faciliter la prise de décision

Un premier levier évoqué est celui qui consiste à **clarifier l'organisation de l'offre de services**. *“Ce qui serait intéressant, c'est de travailler avec tous les acteurs de la mobilité, de répertorier a minima les actions sur le territoire (ex : “les voies vertes”), et idéalement les propositions et modèles développés sur d'autres territoires.”*. Même les acteurs de la mobilité n'ont pas suffisamment **connaissance des alternatives** et des autres propositions de mobilités qui existent pour conseiller. Seulement, communiquer sur les offres de mobilité nécessite de trouver les bons canaux. Typiquement, la communication autour du transport solidaire se fait principalement *“soit par bouche à oreille, soit auprès d'un relais médical ou dans les centres sociaux.”*

Mais également de **renforcer les outils déjà disponibles** *“savoir comment on adapte ou complète le système par d'autres offres. Et que tout le monde ait accès au service”*. *“Il y a besoin de faire un **état des lieux des solutions** offertes sur le territoire, et remettre tout ça à plat car peut-être qu'une solution existe mais que ce n'est pas la meilleure manière d'aborder les choses.”*. Renforcer les outils mais aussi la collaboration entre acteurs, et éviter la concurrence inutile et les doublons, *“il faut **se coordonner davantage**, travailler ensemble, ce n'est pas à celui qui proposera le mieux, il faut qu'on couvre un maximum les besoins”*.

### e- Déployer des alternatives adaptées et engageantes

Un second levier est de réussir à proposer une alternative à la voiture qui soit **attractive**. La personne de l'ADEME interrogée souligne qu'il faut que l'alternative soit aussi **“évidente que facile”**. Pour cela, une approche est de **répondre à des besoins réels**. *“C'est très bien qu'on s'intéresse à la mobilité, mais il faut partir du territoire et des besoins. Il faut parler insécurité, même en tant que piéton en ville, de pourquoi on n'a pas envie de prendre le vélo, aussi partir de l'existant, ne serait-ce que l'architecture, on doit composer avec notre urbanisme, ses recoins”*. Cette **approche par les besoins** est celle déployée par les associations sur le territoire qui proposent des services pour répondre à un besoin spécifique. Le transport solidaire est une réponse au manque de possibilité d'une partie de la population de se déplacer aisément, en zones éloignées des services, qui ont besoin de se rendre à des rendez-vous médicaux, à des formations ou de faire des démarches administratives. Ce besoin n'est d'ailleurs **pas uniquement une question de mobilité** *“il y a un besoin d'accompagnement dans les démarches”*, un rôle que remplissent bien souvent les bénévoles des services de TAD (qui en pâtissent d'ailleurs). Une autre personne relève que *“La question des jeunes se pose, quelles sont leurs attentes sur un territoire rural. Il faut avoir des éléments de réponse à leur proposer, pour qu'ils continuent à se voir, échanger. Peut-être ramener des services de proximité ?”*.

Une approche complémentaire est de s'appuyer sur **les aspirations et les motivations des usagers**, par exemple *“il faut donner des éléments de comparaison pour faire voir les économies qui peuvent être réalisées avec les alternatives”*, des économies d'argent mais aussi de temps (*“Si les usagers sont convaincus et qu'ils font l'effort de prendre vélo, alors le temps de trajet peut être hyper concurrentiel”* rapporte une personne interrogée).



Ce qui n'est pas uniquement valable pour les usagers, par exemple *“Les entreprises sont attentives aux questions de mobilité dans la dimension mise à disposition de main d'œuvre mais aussi parce que cela s'aligne avec envie de s'engager en RSE”*.

Pour l'élu, *“[“En plus de la pédagogie”,] l'enjeu c'est à la fois d'avoir des alternatives séduisantes et d'appliquer des contraintes, c'est facile d'acheter un vélo et en plus il y a moins de places de stationnement en ville”,* sur le modèle de l'association entre **“carotte et bâton”**, mais en comprenant réellement ce qui motive et ce qui rebute.

Un autre type de motivation engagée, qui n'est pas économique, est celle du **lien social et de l'entraide**. Le covoiturage solidaire typiquement repose sur le fait que même si *“beaucoup se contentent de la voiture pour aller au travail [] tout le monde n'en a pas et alors faire un détour en tant que conducteur pour prendre quelqu'un en stop, peut permettre, même ponctuellement, à des gens d'accéder à l'emploi”*.

Est aussi suggérée l'idée de favoriser un **« état d'esprit » de solidarité et d'entraide** qui limiterait autant que possible les trajets. *Un tel état d'esprit permettrait de favoriser des questionnements réflexes avant de prendre la voiture pour se rendre quelque part, soit en proposant aux autres de les emmener, “je vais dans le centre, je te dépose ?” soit en demandant aux autres de les transporter “j'ai une course à faire, tu n'irais pas aujourd'hui et demain dans le centre par hasard ?”. L'enjeu est également de rendre plus courant des réflexions comme « oui il y a Super U mais c'est ridicule d'y aller 4 fois par semaine”*.

Afin de pouvoir mieux comprendre les besoins, la **concertation** semble évidente pour les personnes interviewées, même si l'une d'entre elles prévient *“ce n'est pas facile la concertation, d'arriver à savoir ce dont les gens ont vraiment besoin, et ce qu'ils veulent ou accepteraient de changer. Il faut éviter de tomber dans l'énumération des souhaits, et se rappeler qu'on peut susciter aussi les envies”*.

Un autre type de leviers qui ressort des entretiens est de réussir à **comprendre les craintes**, pour être en mesure de les lever. Une des manières d'y arriver pourrait être de mettre en avant des exemples de politiques alternatives de mobilités réussies dans des petites communes.

#### **f- Repenser l'approche des politiques de mobilité**

De manière générale, il ressort l'idée que les politiques de mobilité doivent être pensées de **manière transversale**, voire détournées du sujet même de la mobilité : *“C'est à nous élus de réinventer de l'urbanisme paysage, de faire en sorte que la ville soit agréable et qu'elle réponde à un besoin de nature.”*

La notion de **co-bénéfice** apparaît aussi en filigrane dans les entretiens : *“On a une dynamique en centre bourg avec des commerces itinérants par exemple, alors on peut en profiter pour amener un autre sujet : “je me déplace pour une raison pratique de commerce de bouche alors je profite de ça pour autre chose comme service”, ou encore “Peut être que mettre en place des lieux d'attente dans les commerces de proximité, des espaces conviviaux pour lire le journal ou se faire offrir le café lorsqu'une personne attend la demi-heure pendant que l'autre personne est encore en rdv pour favoriser la mobilité mutualisée”*.



Comme le souligne une personne interrogée *“Révéler la dimension systémique, montrer qu'on est tous impliqués dans la mobilité, par la mobilité.”*

L'élu interrogé souligne également la nécessité, au niveau de la collectivité, d'arriver à **conjuguer les compétences techniques** : *“La question de la mobilité pour une collectivité, finalement, ça touche à tous les domaines, l'aménagement, qui peine à s'ajuster aux nouvelles formes de mobilité, ce qui pose des questions de sécurité. Si on met en place des espaces piétonniers, il faut amener de l'animation, des choses, de la vie, pour que le centre-ville soit considéré comme le plus grand centre commercial de la ville. Il y a un enjeu sur l'éducation aussi, sur le comportement sur les routes, et les réflexes des gens pour se déplacer, leur rapport à la mobilité”. “Il y a clairement un effet de vase communiquant entre soutien aux associations, la végétalisation et l'urbanisme, la mobilité, il y a des interactions. C'est global. On souhaite aller dans ce sens, mais ce n'est pas évident.”*

C'est dans cette perspective que **l'idée d'une maison itinérante de la mobilité** semble intéressante *“La mise en place de temps d'échange et de partage en petits groupes d'habitants où il y a des solutions proposées et un espace pour les remises en question, peut fonctionner”, “si la proposition c'est de créer une proposition hybride entre un lieu d'information et un lieu de conseil et d'accompagnement c'est assez génial comme idée”*.

D'autres précisent : *“Parfois les solutions émergent juste en allant poser le sujet auprès des habitants, des employeurs, etc. Il ne faut pas tout attendre d'une appli géniale et onéreuse, les outils peuvent être rudimentaires. Réunir les acteurs, trouver collectivement des solutions, car il y a toujours des pistes d'action ici et là à repenser, intégrer, mettre en réseau. Être moteur, dans l'action et non subir et attendre des autres, et que les citoyens eux-mêmes se mobilisent, alors il y a là des conditions de réussite”*.

*“Le concept de maison itinérante de la mobilité, il ne faut pas que ça soit juste la personne qui conduit le bus qui reçoit une personne ou 3 dans l'après-midi, il faut que ça soit plus visible ou reconnu, que ça vive et que ça soit animé”*.

L'engagement des usagers eux-mêmes dans la **co-construction des solutions** semble faire l'unanimité (*“les jeunes, eux, n'ont besoin de personne pour être en réseau, pas besoin d'aide pour commander quoi que ce soit, mais il y a autre chose complémentaire peut-être qu'on peut apporter, comme un lieu d'échange de débat d'information de conseil peut-être ?”*), même si cela *“nécessite pour les collectivités locales de mettre en place un écosystème d'acteurs locaux pour pousser le projet”*.

Pour éviter que la maison itinérante ne soit juste un lieu d'information, il est suggéré de faire en sorte que les habitants se posent des questions et que se faisant ils aillent chercher une partie de la solution.

#### 4. Éléments complémentaires :

##### Pistes d'actions ressorties des entretiens :

- *Le maire peut dans son édito du journal local mensuel (très lu) écrire non pas juste "la maison itinérante sera tel jour ici", mais plutôt interroger sur des sujets pratico pratiques pour créer un effet de demande, proposer un questionnaire.*
- *Récemment, le conseil départemental a proposé des vélos électriques pour aller travailler. Il y a eu une centaine de réponses positives, mais on peut s'interroger : est-ce qu'il y a des vestiaires pour qu'ils se changent ? On voit que dépenses collatérales doivent être prises en compte par les entreprises.*
- *En matière de mobilité, on est loin d'avoir fini l'expérimentation. Je songeais à prêter des bus aux grandes entreprises pour faire du ramassage des salariés comme avant, avant que la voiture ne vienne concurrencer le modèle, car la voiture est moins rentable pour les salariés mais aussi pour l'entreprise (en fonction de sur qui repose la responsabilité de la mobilité). On avait essayé avec Areva mais ça n'avait pas pris, car ça ne répondait pas à un besoin réel, et les salariés préféraient toujours prendre leur voiture, mais c'était une première tentative il faudrait affiner, coconstruire avec des PME en impliquant les salariés. L'agglomération pourrait innover sur ce volet. Pour l'entreprise, en fait peu importe le moyen de locomotion : l'important est que les salariés soient à l'heure et à leur poste. Mais, à part quand il y a un accroc, globalement ils ne savent pas comment les salariés viennent au travail.*
- *Financer un chargé d'étude permet de faire prendre la mayonnaise, d'avoir un temps rémunéré et dédié pour aller voir les employeurs, les associations locales, pour proposer des expérimentations, faire des groupes de travail et faire venir le réseau régional pour trouver des solutions.*
- *Le concept d'itinérance dans les territoires ruraux, avec des projets comme "mon petit camion", un camion à pizza qui se déplace, et plus largement de la restauration itinérante peut permettre d'animer les centres bourg, de recréer du lien. On voit de plus en plus de salons de coiffure itinérants, mais on pourrait étendre à la bibliothèque, à la garde d'enfant etc. pour amener les services là où il n'y en a plus. Ça peut être aussi des façons d'apporter le service numérique ou informatique (on peut penser à une maison des services publics, sous forme de camionnette qui se déplace, avec une connexion de qualité, etc.)*
- *La question des défis famille, par exemple est intéressante. On a accompagné avec les ambassadeurs le tri, on a vu aussi des familles à énergie positive. Et bien pourquoi pas intégrer la mobilité là-dedans ? Les ambassadeurs pourraient avoir un rôle fort pour induire une dynamique de changement*
- *Le concept de maison itinérante de la mobilité doit être un lieu de sensibilisation très pratico-pratique. Changer de voiture OK mais laquelle ? A quoi j'ai droit ? etc. On est à cheval entre amener les services à proximité et le champ du convaincre de l'intérêt de repenser la mobilité*

- *Pour le portage des courses à domicile, il y a eu une expérimentation en Côte d'Armor, à Ploumilliau, où ils se sont demandés ce qu'ils pouvaient mettre en place comme service, sachant que le développement du taxi solidaire coûte de l'argent, ils se questionnaient et ont réalisé qu'une personne passe une fois par semaine au moins au domicile : c'est le facteur. En partant du facteur comment point de mise en relation, ils ont tenté de passer par la poste comme intermédiaire.*
- *La téléconsultation peut répondre à un besoin quand il s'agit de renouveler une ordonnance par exemple, évite un déplacement, a fortiori long.*

### **Impact du contexte sanitaire sur la mobilité à Saint-Lô Agglo :**

- *Seuls les déplacements essentiels ont été maintenus et au deuxième confinement, on a maintenant les rendez-vous médicaux. Par contre, les chauffeurs bénévoles ont maintenu un lien, pris des nouvelles, etc.*
- *Il y a un effet d'un côté de méfiance, mais au final peu de baisse de la demande et de l'autre, surtout il y a eu un rapprochement des personnes. En effet, à l'échelle des communes, de nouveaux rapports de voisinage se sont mis en place. Et puis aussi, à l'échelle des familles. Des enfants sont revenus durant l'été par exemple puisqu'ils pouvaient télétravailler depuis chez leurs parents, ce qui a leur permis d'aider ainsi que les voisins, qui du coup ont eu moins besoin de service de transport durant cette période*
- *Pas mal de chauffeurs se sont retrouvés eux même en EHPAD, ce qui a limité l'offre parfois d'un coup.*
- *Depuis janvier, la demande accroît à nouveau, les jeunes pour le boulot, et puis avec les vaccinations, déjà pour aller se faire vacciner, et puis maintenant beaucoup sont protégés.*
- *Nous n'avons pas vu d'impact de la Covid au niveau de la mise à disposition de véhicules, le service continu à fonctionner pour éviter de mettre les personnes au chômage. Idem pour les bus.*
- *On voit une montée de la précarité sur le territoire avec la crise au niveau du RSA, ça a été +15%*
- *Il y a toujours eu une problématique du médical en milieu peu dense, et peut-être que le contexte Covid va permettre de reposer sur la table la question de l'accès aux soins, aux médicaments et à leur renouvellement, afin de mutualiser les bonnes pratiques aussi car le sujet de la santé est d'actualité.*

## Action 5 : Tarification incitative (TI)

---

### 1. Profil

Pour cette action, nous avons interrogé 3 personnes :

- Un élu qui travaille sur l'économie circulaire et le réemploi.
- Un habitant en milieu rural et une habitante en milieu urbain, qui se sont inscrits pour faire partie du panel d'habitants.

Toutes les personnes interrogées sont concernées et intéressées par le sujet de la prévention des déchets car elles sont **engagées en faveur de la transition écologique**, de l'écoresponsabilité et du développement durable, dans leur vie personnelle, professionnelle et/ou politique, même si elles ne sont pas des spécialistes de la question.

### 2. Contexte et enjeux

#### a. Un territoire avec des atouts mais aussi des contraintes financières

Saint-Lô Agglo est un territoire qui possède un **très bon taux de tri**, meilleur en milieu rural qu'urbain.

Une des spécificités du territoire concerne le **taux de service important en milieu urbain**, avec notamment la collecte de papier et des emballages en porte-à-porte sur une partie du territoire. Lors du passage à la tarification incitative, le papier sera collecté porte-à-porte avec les autres emballages recyclables, dans des **bacs jaunes dont seront dotés la totalité des usagers, sur l'ensemble du territoire**.

De façon générale, la collectivité devrait encourager à mettre des stop-pub pour limiter les déchets papier.

Actuellement, les déchets verts sont collectés à domicile (tous les 15 jours ou toutes les semaines) à Saint-Lô, Agneaux et Condé-sur-Vire. **Le service va évoluer** puisque la prestation sera maintenue, harmonisée, mais deviendra optionnelle et payante.

En ce qui concerne le compostage, la loi obligera en 2023 à une collecte sélective des biodéchets. En attendant la collectivité peut **inciter au compostage** en distribuant gratuitement des bacs à compost, comme cela a été fait par le passé par le Syndicat Mixte du Point Fort.

*« Il y a 10 ans, la collectivité a distribué beaucoup de bacs à compost, ça a bien plu, c'est dans l'air du temps, comme avoir des poules. »*

**Le contexte local est marqué par la dette** qui a été accumulée et qui va devoir être facturée aux citoyens. Par conséquent, la part fixe de la redevance incitative sera importante.

Étant donné que le centre de traitement des déchets est en difficulté financière, les discussions sont focalisées sur ce sujet, laissant de côté les autres actions à mener.

*« On en oublie qu'il y a d'autres actions à mener. On a de grosses lacunes. »*

Le service actuel de gestion des déchets essaie de faire au mieux avec les moyens qui sont mis à sa disposition. **La future offre de service sera plus simple, avec des consignes plus claires** grâce à l'extension des consignes de tri à tous les emballages plastiques.

Pour améliorer le système de gestion des déchets, il faudrait **optimiser les déplacements** et limiter la pollution avec des **véhicules écologiques** (électriques ou à hydrogène). La collectivité pourrait développer des **innovations** pour le recyclage ou les déplacements, en trouvant de nouvelles solutions et en s'inspirant des autres pays. Par exemple, le centre de tri pourrait être alimenté en énergie de façon écologique, avec des panneaux solaires.

### **b. Tous les acteurs sont concernés mais pas forcément mobilisés**

Selon les personnes interrogées, la prévention et le tri des déchets concerne tous les acteurs : les citoyens, les entreprises, les industriels, les grandes surfaces, la collectivité, les élus, etc. Néanmoins, ils ne sont pas forcément impliqués sur le sujet.

*« Dans une société idéale, chacun devrait se sentir concerné. Mais ce n'est pas le cas. »*

Il faut des **actions à toutes les échelles** : au niveau des autres pays, de l'état, du département, de l'agglomération, de la mairie et des citoyens.

*« Je suis convaincu que chacun peut agir à son échelle. »*

Les **grandes surfaces** jouent un rôle important pour orienter les **phénomènes de mode** vers des **achats davantage écologiques**, comme les shampoings solides, le vrac, l'utilisation de bocaux, les produits biologiques ou la mode de faire soi-même.

Elles doivent également participer au recyclage et limiter les déchets, en réduisant les emballages et suremballages inutiles, par exemple pour les tubes de dentifrices ou les yaourts.

Les changements au niveau des grandes surfaces sont **impulsés par les consommateurs**.

**La collectivité doit porter le sujet**, notamment à travers un Plan de Prévention des Déchets et des actions concrètes, accompagnées de communication.

*« La collectivité ne fait pas le job et doit faire. »*

**Les élus doivent aussi se mobiliser** sur le sujet, définir une stratégie claire et communiquer.

*« Il n'y a pas de stratégie au niveau des élus. Il faut une ambition affichée, une stratégie claire. »*

### **c. Des enjeux écologiques et économiques**

Les enjeux se situent avant tout au niveau de la **prévention des déchets**, pour réduire les quantités produites.

*« Le déchet qui coute le moins cher et qui a le moins d'impact sur l'environnement, c'est celui qu'on ne crée pas. »*

Les retours d'expérience des autres collectivités qui sont passées à la tarification incitative montrent une **baisse de 30% des ordures ménagères**. Le seul écueil identifié est le fait que la TI est pénalisante pour les familles à faible revenu, qui payent peu d'impôts et verront leur facture augmenter.

La prévention des déchets est associée à une envie plus générale de modifier les modes de consommation pour ne plus surconsommer et se tourner vers des achats plus raisonnés et écoresponsables.

À ces enjeux écologiques s'ajoutent des enjeux économiques importants.

## 2. Perceptions, freins et leviers

### a. Des perceptions favorables mais des risques de mécontentements

Les habitants interrogés ne connaissent pas le terme de tarification incitative, ils n'en ont jamais entendu parler. Néanmoins, **ils y sont favorables car ils sont déjà engagés** dans une démarche de réduction de leurs déchets.

*« Ça ne me fait pas peur car on trie beaucoup et on veut réduire nos déchets. »*

Ils considèrent que c'est une bonne idée, qui est très **juste** et qui permet de valoriser les personnes éco-responsables.

Par contre, ils considèrent que **leur entourage n'y sera pas favorable**, par **manque d'intérêt** ou si cela engendre des **contraintes supplémentaires**.

*« Mes parents, ça ne les intéresse pas, il faut faire un effort. Quand il faut chercher où sont les points d'apports volontaires, ça décourage. »*

En ce qui concerne les autres habitants de Saint-Lô Agglo, les personnes interrogées pensent que **les jeunes sont plus sensibilisés** donc ils pourront accepter la tarification incitative, mais elle posera davantage de problème pour les personnes qui ne sont pas sensibles au sujet et qui ne font pas attention à réduire leurs déchets, donc qui verront leur facture augmenter.

*« Nous, on est déjà sensibilisés. Mais ceux qui ne font rien, ils vont payer cher. »*

De façon générale, **la tarification incitative est bien perçue car elle permet de rendre les citoyens acteurs**.

*« Avec la redevance incitative, on rend acteur le citoyen, dans la continuité du tri. »*

Elle repose sur le principe de payer en fonction du service. Mais, en réalité, **les habitants des communes rurales vont payer 20 à 40% plus cher pour un service qui va diminuer** donc il risque d'y avoir beaucoup de mécontentements et ce ne sera pas facile à assumer pour la collectivité.

Il faut **donner aux élus des arguments** et une boîte à outils pour justifier cette augmentation, avec des messages clairs qui expliquent que les habitants ne payaient pas suffisamment initialement, ce qui augmente la dette.

Finalement, les comportements de réduction des déchets ne permettront pas aux habitants de réduire leur facture, mais de limiter l'augmentation.

*« Il faut que les élus expliquent aux habitants qu'ils peuvent "diminuer l'augmentation" en étant plus vertueux. »*

## b. Freins

De nombreux freins ont été identifiés par les personnes interrogées :

- le **manque d'informations** : manque de connaissance des consignes de tri, confusion entre le Point Vert et le logo qui indique que le produit est recyclable, nécessité d'être proactif pour chercher les informations, etc.
- le **manque de confiance** dans les autorités et les **fausses croyances**.  
« *Il y a des gens qui pensent qu'en vrai, ce qu'on tri n'est pas recyclé.* »
- les **contraintes matérielles** : containers d'apports volontaires éloignés du domicile, besoin d'acheter des poubelles et d'avoir de la place pour les stocker, etc.
- les **efforts perçus**, le **manque de temps** et les **habitudes**.

« *Si les gens ont la flemme, ils jettent n'importe où. Il faut faciliter au maximum le tri.* »

Un autre frein majeur réside dans l'incompréhension de l'**augmentation continue de la facture**, alors que les habitants doivent trier davantage.

« *Depuis 30 ans, on encourage le tri mais la facture augmente, surtout sur la taxe, ce qui est incompréhensible pour les habitants. Ils ont l'impression de faire toujours plus d'efforts, mais sans aucun retour.* »

## c. Leviers

Pour aider à changer les comportements sur cette thématique, il faut **donner du sens** à ce qui est demandé aux habitants.

« *Il y a de plus en plus une recherche de sens et de cohérence pour mobiliser les gens.* »

Pour donner du sens, il faut également **prouver aux habitants l'utilité et l'efficacité de leur geste de tri**, en leur montrant concrètement à quoi ça sert et ce qui est fabriqué avec les matériaux recyclés. Cela permet de valoriser le tri des déchets.

« *On devrait montrer ce qu'on fait avec le plastique recyclé : montrer le centre de tri, puis l'entreprise de recyclage, puis le devenir du plastique. C'est concret et valorisant.* »

Il faut permettre aux habitants de **prendre conscience du devenir de leurs déchets** et du travail lié à la gestion des déchets : savoir qui s'en occupe, quel est le trajet des déchets, etc.

Il est important de montrer que réduire et trier ses déchets a un **réel impact sur l'environnement**. Si les citoyens sont convaincus des conséquences positives de la tarification incitative, alors ils accepteront de payer davantage.

« *Les gens accepteraient de payer plus cher s'il y a une vraie plus-value pour l'environnement. Les mentalités évoluent, les gens acceptent de payer plus cher pour le made in France et le bio. Il faudrait faire pareil pour le tri, en valorisant la finalité écologique.* »

De nombreux leviers peuvent être utilisés :

- **Sensibiliser en s'appuyant sur des valeurs éthiques, humanistes, morales.**  
« *On doit tous être acteur et consomm'acteur.* »
- **Donner envie**, sans obliger, motiver, convaincre et **montrer que c'est facile**.



*« Il faut montrer que ça ne prend pas plus de temps, mais qu'il faut juste changer d'habitude. »*

- **Modifier le contexte pour faciliter la réduction des déchets et le tri**, avec du matériel adapté et des consignes claires.  
*« Il faudrait avoir des bacs et des bennes adéquates, des conteneurs proches du domicile. Sur les bacs, il faut mettre des affiches claires, avec une bonne image qui montre ce qu'on doit mettre dedans. Nous, on a la démarche d'aller vérifier mais beaucoup font des erreurs car ils ont de mauvais réflexes. »*
- **Utiliser des incitations financières** pour aider à se lancer, motiver et encourager.  
*« Une incitation efficace est de faire une réduction pour ceux qui viennent avec leurs contenants. Il faudrait aussi diminuer le prix du vrac car c'est bien mais trop cher. »*
- **Accompagner les changements en aidant les habitants à mieux s'organiser**, anticiper, planifier, s'équiper du matériel nécessaire (bocaux, sacs à vrac, sac à pain...) et savoir quels gestes mettre en œuvre concrètement.  
*« Les gens se demandent ce qu'ils peuvent faire à leur échelle. »*
- **Permettre aux habitants de se rencontrer et d'échanger**.  
*« Il faut réunir les gens, parler, échanger pour les convaincre. »*

### 3. Idées d'actions à mettre en œuvre

Les personnes interrogées pensent qu'il faut faire beaucoup plus de **communication**, de **sensibilisation** et de **prévention**, de façon **ludique**, avec des challenges entre familles ou entre voisins. La collectivité pourrait proposer aux habitants de faire des **visites** de centre de tri, un stage sur le sujet, des ateliers gratuits ouverts à tous ou un cours sur le compost par exemple.

*« J'ai participé à un cours sur compost il y a un an, ça m'a vraiment sensibilisée et j'ai eu envie d'en faire. C'était génial ! »*

Étant donné qu'il va y avoir de réels changements, parfois difficiles à faire accepter, il faut compenser en apportant des choses **positives**, par exemple en donnant des composteurs ou des poules à tous les foyers, ce qui aura un vrai rôle incitatif.

*« Il va y avoir des « douloureuses » à digérer. Il faut trouver des artifices qui ne coutent pas cher pour faire passer la pilule, comme donner des composteurs ou donner des poules. »*

La collectivité pourrait proposer de ramasser le compost pour les habitants qui n'en ont pas besoin et le redistribuer ensuite.

*« Au Canada, quand on achète une maison, on a d'office un bac à compost, qui est ramassé par la mairie, qui redistribue le compost sur besoin. La collectivité s'occupe de collecter et redonner. Si c'est facile, tout le monde le fait. »*

D'après les personnes interrogées, **la pédagogie doit s'accompagner d'incitations financières**. Le volet incitatif met en avant les comportements vertueux.

*« Je doute de l'efficacité du bâton. Par contre, la carotte a un volet incitatif. »*

Par ailleurs, il faudrait **faire évoluer la loi pour proposer des tarifs sociaux** comme pour l'eau ou l'énergie. Une aide financière pourrait également être donnée par l'intermédiaire du CCAS.

Les personnes interrogées n'ont pas connaissance de campagnes de communication ou de sensibilisation sur le sujet, mais elles pensent que **la communication institutionnelle doit s'accompagner de relations humaines**, par exemple avec les ambassadeurs du tri, qui ne sont pas assez connus, et les relations de voisinage.

*« Il faut relancer les ambassadeurs du tri dans les quartiers, remettre de l'humain. Les gens reçoivent beaucoup d'informations. C'est plus efficace de diffuser les informations en face-à-face ou par le bouche à oreille. »*

Il faut être vigilant lors des actions en porte-à-porte car **le domicile fait partie de la sphère intime**. Pour que cela ne soit pas perçu comme intrusif, il faut prévenir en avance du passage des ambassadeurs du tri ou donner aux habitants la possibilité de s'inscrire.

*« Je n'ai pas envie d'être dérangée chez moi. Quand quelqu'un sonne, on se dit "qu'est-ce qu'il veut nous vendre ?" »*

La télévision peut également être utilisée pour indiquer l'extension des consignes de tri, par exemple *via* un spot publicitaire.

*« On devrait parler autant de déchets que de covid. »*

#### 4. Impact du contexte sanitaire

La crise du coronavirus a accéléré les tendances actuelles, le développement de l'économie circulaire, et la prise en compte de l'environnement. C'est donc un **contexte favorable**, une bonne occasion pour faire de la sensibilisation et de la pédagogie.

*« Le Covid a sensibilisé à l'écologie. En plus, les gens sont plus à la maison donc ils cuisinent davantage. »*

Par ailleurs, les collectivités ont un budget qui n'a pas été utilisé, pour la culture par exemple, et qui pourra servir pour former et informer sur l'environnement. Il faut utiliser les ressources financières économisées pour **investir dans l'écologie**, la qualité de l'eau et de l'air, mais aussi l'état psycho-émotionnel des habitants.

#### 5. Panel d'habitants

*« L'idée d'un panel d'habitant est pertinente car il faut tester et expérimenter la co-construction. Ça permet de faire écho au grand débat et à la convention citoyenne pour le climat. Il faut rendre les procédures efficaces pour que les gens ne se sentent pas dupés. Par contre, il ne faut pas se tromper, bien le mener, que ce ne soit pas perçu comme un truc d'élus ou d'experts uniquement, mais ça doit servir d'exemple.*

*Il y a une forte demande d'horizontalité dans la population, il ne faut pas imposer les choses. Le panel d'habitants permettra de justifier les choix qui seront faits. Ce sont des processus nouveaux et intéressants mais il ne faut pas les discréditer.*

*La collectivité n'a pas la culture de la co-construction. Pour moi, ce projet aura valeur d'exemple pour d'autres projets, comme le PLUI. Le fait que d'autres acteurs participent à la décision peut être perçu comme une contrainte, mais au final, il y a un grand intérêt d'avoir un autre regard. »*

*« C'est une bonne idée mais pour faire quoi ? Ce n'était pas précisé. Moi, je suis d'accord pour répondre à des enquêtes, des sondages, des interviews.*

*J'aimerais peser et réduire mes déchets. J'ai envie de participer, d'avoir des informations. Il faudrait que ce soit ludique et qu'il y ait un effet de groupe entraînant. Quand on sait que les autres le font, ça nous aide à voir l'impact de nos gestes individuels et c'est très motivant. Il faudrait aussi communiquer sur le COTEC car je n'étais pas au courant que Saint-Lô Agglo était engagée pour la transition énergétique. C'est important car ça montre l'exemplarité et ça suscite de la fierté. En tout cas, le panel d'habitants, c'est une super initiative ! »*

*« C'est très motivant. Bravo ! J'ai envie de faire des rencontres avec d'autres habitants. Il pourrait y avoir des ateliers de fabrication de ruches, en récupérant les déchets industriels par exemple. Je veux bien apporter mon aide, ma participation, mon soutien à ce projet. Je suis favorable à toutes les initiatives sur le développement durable et l'écologie. »*

## Annexe : Guide d'entretien

COTEC : Guide d'entretien général		
<b>Consigne générale</b>	<p><b>Contexte</b> : Bonjour, avant de commencer, je vais vous présenter rapidement le contexte de cet entretien. J'appartiens à une équipe de 3 consultants-chercheurs en Sciences Humaines et Sociales. Nous avons pour mission d'accompagner Saint-Lô Agglo dans la mise en œuvre de 5 actions dans le cadre d'un COTEC : Contrat d'Objectif Territorial Énergie Climat. Ce contrat a été signé avec l'ADEME pour soutenir des projets territoriaux exemplaires en matière de transition énergétique. L'objectif est de tester de nouveaux modes opératoires, d'expérimenter des actions innovantes ou de nouvelles méthodes, puis de les évaluer pour déterminer si l'action ou la méthode est pertinente, en vue de la transposer. La mise en œuvre de la transition écologique nécessite d'importants changements individuels et collectifs. Ainsi, le changement de comportement a été choisi comme fil conducteur du COTEC. Nous accompagnerons Saint-Lô Agglo pour ce volet comportemental sur 5 actions portant sur l'écologie industrielle et territoriale, la qualité de l'air intérieur, les pratiques de mobilité, la méthanisation et la tarification incitative. Nous allons aujourd'hui aborder le thème de.....</p> <p><b>Objectifs</b> : L'objectif est de nous aider à mieux cerner le contexte et les problématiques locales, les enjeux, les éventuels freins, les perceptions individuelles,...</p> <p><b>Confidentialité</b> : Tout ce que vous direz sera strictement confidentiel et anonyme, les résultats seront diffusés sous forme de synthèse globale.</p>	
Thèmes	Sous-thèmes	Questions
<b>Profil</b>	Parcours, expertise	Tout d'abord, est-ce que vous pouvez vous présenter brièvement ? Quel est votre parcours professionnel et les fonctions que vous occupez actuellement ?
	Lien avec le sujet	En quoi êtes-vous concerné par ce sujet ? La thématique vous intéresse-t-elle à titre personnel et/ou professionnel ?
<b>Contexte et enjeux</b>	Enjeux et difficultés	De façon générale, quels sont les grands enjeux de cette problématique ? D'après vous, en quoi est-elle particulièrement complexe et quelles sont les difficultés ou obstacles principaux à sa mise en œuvre ?
	Contexte local	Savez-vous quels sont les enjeux locaux liés à ce sujet ? Y a-t-il, selon vous, des particularités ou des contraintes propres à ce territoire ? Avez-vous identifié des difficultés particulières (tensions, conflits, paradoxes, actions contradictoires)?
	Actions passées et état actuel	Est-ce que vous pouvez me raconter ce qui a été fait sur ce sujet ? Des objectifs ont-ils été fixés ? Si oui, quand et par qui ? Quel est l'état du service ? Quelles sont les infrastructures matérielles, les conditions techniques et logistiques ?

	Acteurs clés	Selon vous, quels sont les acteurs clés sur ce sujet ? Est-ce que tous les acteurs prennent leurs responsabilités ? Pensez-vous que chaque citoyen a un rôle à jouer ? Ou que seuls les pouvoirs publics doivent agir ?
<b>Perceptions, freins et leviers</b>	Perceptions et normes	À votre avis, qu'est-ce que les [principaux concernés] pensent de ce sujet ? Sont-ils plutôt favorables ou défavorables ? Savez-vous quels sont leurs comportements ? Et vous, quelle est votre opinion sur ce sujet ?
	Freins au changement	Selon vous, pourquoi est-ce difficile de faire évoluer les pratiques ? Quelles sont les obstacles ou les freins au changement ? Exemples : habitudes, émotions (inquiétude, anxiété, peur,...), postures, croyances, incertitudes, manque de connaissance, sentiment d'impuissance, absence de marges de manœuvre, etc. Sur quoi basez-vous votre opinion (observation, étude, expérience personnelle,...) ?
	Motivations et leviers	Qu'est-ce qui vous motive personnellement sur ce sujet ? Qu'imaginez-vous qui puisse motiver les autres ? D'après vous, quels sont les bénéfices ? Selon vous, quels seraient les éléments les plus importants pour aider à changer les comportements ? De quoi [les acteurs impliqués] auraient-ils besoin ? Quels sont les moyens nécessaires ? Quelles méthodes et quels outils pourraient être utilisés ? Y a-t-il des leviers qui vous semblent plus prometteurs que d'autres ?
<b>Actions</b>	Exemples d'initiatives	Avez-vous connaissance d'actions ou d'initiatives fructueuses sur d'autres territoires ? Y a-t-il des exemples qui vous inspirent ou qui vous donnent envie ?
	Campagnes	Connaissez-vous des campagnes d'information ou de communication sur ce sujet ? Que pensez-vous de leur efficacité ? Selon vous, faudrait-il davantage sensibiliser pour faire prendre conscience des enjeux et des possibilités d'action de chacun ? Que pensez-vous de l'utilité des incitations économiques, des réglementations, des nouvelles technologies ?
<b>Crise sanitaire</b>	Impact covid	À votre avis, quel est l'impact de la crise sanitaire sur ce sujet ? Quelles sont les conséquences ? Avez-vous des données ou des retours du terrain qui permettraient de mieux comprendre ces changements ?
<b>Attentes</b>	Attentes	Pour terminer, avez-vous des attentes particulières sur ce sujet ? Avez-vous des objectifs à atteindre, des choses que vous aimeriez voir changer ? Selon vous, comment un accompagnement en SHS peut aider dans cette démarche ?