

Plan de sensibilisation
des exploitants agricoles
à l'outil d'auto-diagnostic.

CONTEXTE ET OBJECTIFS	4
OBJECTIFS	4
CONTEXTE DE COMMUNICATION	5
Un sujet difficile	5
Une menace abstraite	5
Une culture du risque qui va s'effilochant	5
PUBLICS	6
Une cible dispersée...	6
... fonctionnant par compagnonnages...	6
...et d'une disponibilité limitée.	6
LES ATTENTES DES EXPLOITANTS	7
LES MOYENS DE LA SENSIBILISATION	9
DES MESSAGES AUDIBLES	9
Un sujet complexe et sensible.	9
Une information claire	9
Une approche pédagogique	9
Une nécessaire modularité	10
DES OUTILS ADAPTÉS	10
Réalisation des supports de sensibilisation	10
<i>Inventaire des supports pédagogiques déjà existants</i>	10
<i>Contenu</i>	11
<i>Validation de la conception</i>	11
Les outils de sensibilisation des relais	11
<i>Une plaquette de 6-8 pages</i>	11
Les outils de sensibilisation des exploitants	11
<i>Un dépliant thématique de 3 volets</i>	11
<i>Des simulations de crues</i>	12
<i>Des "cruographes"</i>	12
<i>Une exposition mobile légère</i>	12
Les outils de sensibilisation communs	13
<i>Un documentaire</i>	13
DES RELAIS	14
Attentes et motivations	14
Qualification des relais	15
<i>Culture du milieu agricole</i>	15
<i>Capacité d'intervention</i>	15
<i>Capacité de coopération</i>	15
<i>Légitimité en milieu agricole</i>	15
<i>Rayonnement</i>	15
<i>Légitimité à parler de crues</i>	16
<i>Capacité de mobilisation</i>	16
Typologie	16
<i>Les relais d'information</i>	16

<i>Les relais d'animation</i>	16
<i>Les relais de soutien</i>	17
DES SCÉNARIOS DE MISE EN ŒUVRE DE LA SENSIBILISATION	18
SCÉNARIO 1 : PORTAGE PAR UN ACTEUR CENTRAL FORT	18
Un porteur de projet	18
<i>Impulsant...</i>	18
<i>Animant...</i>	19
Phasage	19
<i>Tester la démarche</i>	19
<i>Évaluation intermédiaire :</i>	22
<i>Généraliser</i>	22
SCÉNARIO 2 : PORTAGE PAR UN ACTEUR CENTRAL FAIBLE	23
Phasage	23
<i>Démarches liminaires</i>	23
<i>Soutien aux premières initiatives</i>	24
<i>Évaluation intermédiaire :</i>	24
<i>Exploitation</i>	24
<i>Développement</i>	24
ANNEXES	26
1 QUEL ACTEUR CENTRAL ?	26
2 UN COMITÉ DE PILOTAGE ?	28

CONTEXTE ET OBJECTIFS

Objectifs

L'Équipe Pluridisciplinaire du Plan Loire Grandeur Nature a été créée en 1995 par l'État, l'Établissement Public Loire, et l'Agence de l'Eau Loire Bretagne pour les assister dans la gestion du plus long fleuve français. Dans le cadre de cette mission, l'Équipe a conduit une vaste réflexion sur la **gestion du risque de crue majeure**, qui l'a conduite à mettre en avant la nécessité de concevoir et de mettre en œuvre des actions de **réduction de la vulnérabilité** dans les territoires concernés par l'occurrence potentielle d'une telle catastrophe naturelle.

Pour cela, l'Équipe Pluridisciplinaire travaille à la réalisation d'**outils** permettant de réduire la vulnérabilité causée par des inondations aux personnes, aux biens, aux activités, et aux territoires. Parmi les opérations développées à cet effet figure la réalisation d'un outil d'auto-diagnostic de la vulnérabilité à l'inondation des exploitations agricoles. Cet outil comporte 2 volumes, l'un destiné au diagnostic de l'état du risque de l'exploitation agricole, l'autre aux mesures qui peuvent être prises pour réduire cette vulnérabilité.

La diffusion de cet outil - et surtout son appropriation par les exploitants - sera déterminée par la représentation que s'en fera le monde agricole. Il faut que les exploitants soient convaincu de l'importance du risque et de l'intérêt de l'outil à cet égard. À cette fin, une campagne de sensibilisation des agriculteurs sera organisée. Elle portera sur l'existence de cet outil, sa raison d'être dans le contexte du risque crue en pays de Loire, et son utilité pour l'exploitant.

L'objectif général de plan d'action est de mettre en œuvre un dispositif de communication territorial cohérent et pertinent sur les enjeux liés à la vulnérabilité dans le bassin de la Loire. Compte tenu du nombre d'acteurs potentiellement impliqués dans ce programme, il est proposé un plan de communication et de pédagogie qui permettra de fédérer toutes les lignes d'action et de structurer par objectifs et moyens associés la progression en communication de la démarche.

Contexte de communication

Un sujet difficile

Toute communication portant sur l'impact potentiellement dévastateur d'une crue d'occurrence rare pose des problématiques d'acceptabilité du message. Ce, d'autant plus, que la thématique « crue » est régulièrement « spectacularisée » par les médias. Cette puissance suggestive du message peut cependant s'avérer un handicap. Par la charge symbolique qu'il contient, et son caractère menaçant pour les biens et les personnes, le risque crue ne se pense pas aisément. Il fait partie des aléas que l'on n'aime guère à évoquer, qu'on ne s'approprie pas sans réticences.

Une menace abstraite

L'absence de crues majeures - depuis plus d'un siècle en certains endroits - sur une grande partie du bassin de la Loire a contribué à rendre extrêmement abstrait et lointain le risque d'une crue de grande ampleur. Ce facteur est aggravé par l'atténuation de la culture du risque - qui se construit usuellement par expérience personnelle et mémoire familiale - chez certains agriculteurs. Or, les agriculteurs qui s'établissent sur un terrain nouveau n'ont pas forcément la culture du fleuve et ne s'inscrivent pas dans une chaîne de transmission familiale.

Une culture du risque qui va s'effilochant

Cet aspect est loin d'être négligeable dans un contexte ligérien où de nombreuses zones inondables (vals de Loire moyenne en particulier) n'ont pas connu de crues majeures depuis le XIX^{ème} siècle. Des exploitants agricoles peuvent être convaincus d'avoir une bonne connaissance du « risque crue », alors même qu'ils n'avaient été confrontés qu'à des inondations de faible ampleur. La campagne de sensibilisation se heurtera donc de surcroît à une difficulté d'ordre sémantique : le même terme peut recouvrir deux occurrences naturelles de portées extrêmement différentes : une simple gêne ou une réelle catastrophe. Enfin, les ouvrages de protection existants peuvent contribuer à créer un illusoire sentiment de sécurité. Leur efficacité contre des crues de faible ampleur peut conduire à exagérer leur pouvoir de protection en cas de réelle catastrophe naturelle.

Publics

Une cible dispersée...

Les exploitants agricoles résidants en zone inondable représentent une cible d'importance moyenne - quelques milliers d'individus au maximum par département -, mais extrêmement dispersée. Par ailleurs, cette population disséminée n'est pas homogène, en particulier au regard de la nature de l'activité pratiquée. De cette disparité des situations professionnelles se déduit une divergence de représentation du « risque crue ». De surcroît, la culture du risque est extrêmement différente selon l'expérience qu'a l'agriculteur des aléas naturels. Ainsi, un résident de la Sarthe régulièrement exposé à des crues, même si elles ne sont pas d'une ampleur extrême, aura une perception - et donc une écoute - différente de celle d'un agriculteur de la Nièvre, qui n'a jamais connu de véritable inondation.

... fonctionnant par compagnonnages...

En revanche, cet univers professionnel est souvent fortement structuré, organisé en réseaux : mutualisation de la production, organisation en syndicats, vie associative, représentation par chambres consulaires. Le monde agricole semble ainsi se subdiviser en de multiples petits cercles relationnels, où l'information est affaire de proximité, entre gens d'un même lieu et / ou d'une même activité. Il faut ajouter à cela que les leaders d'opinion de ces cercles cumulent parfois les responsabilités. Ainsi, un responsable syndical, est souvent un élu de la chambre d'agriculture et un élu local. Emergent ainsi dans chaque département un certain nombre de têtes de réseaux, qui sont autant de clés d'entrée des différents cercles relationnels.

...et d'une disponibilité limitée.

Il faut noter enfin que les agriculteurs disposent en général de fort peu de loisirs, et donc de relativement peu de temps à consacrer à des activités dont ils ne verraient pas l'intérêt immédiat. À cela s'ajoute une certaine méfiance vis-à-vis des interventions extérieures à la profession stricto sensu, en particulier les démarches issues « de la ville » qui sont considérées - à tort ou à raison - comme des empiètements de la puissance publique sur la vie locale.

Les attentes des exploitants

Des enquêtes menées auprès d'un échantillonnage d'exploitants ont permis de les interroger sur leurs attentes en matière de sensibilisation.

Connaissance du risque

La connaissance du risque naturel par les exploitants est en général issu de leur expérience personnelle, de la mémoire familiale, ou d'informations transmises par leurs prédécesseurs lors de la reprise de l'exploitation.

Portage de la sensibilisation

Les exploitants sont pratiquement unanimes à considérer que la sensibilisation à l'outil doit être portée sur le terrain par des acteurs bénéficiant de leur confiance. Ces "relais" de l'information sont nécessaires, car un simple envoi postal ou une mise à disposition ne suffiraient pas à susciter un intérêt suffisant. Ces relais doivent aller à la rencontre des exploitants pour assurer la pédagogie de l'outil et les enjeux afférents. Certains exploitants considèrent qu'une démarche individualisée (chaque exploitant reçoit la visite d'un relais) serait adéquate ; d'autres préfèrent l'organisation de réunions dédiées à la présentation de l'outil. En tout état de cause, les exploitants sont conscients du fait que la démarche individualisée serait extrêmement lourde à porter pour les relais, en les obligeant à multiplier les démarches.

Crédibilité

Les relais de portage doivent bénéficier de la confiance des exploitants pour être crédible. Dans cette optique, il faut éviter le portage par des représentants des organismes d'état, connotés comme réglementaires et / ou contraignants. Par ailleurs, il est important que l'outil d'auto-diagnostic soit attesté par un organisme faisant autorité en matière de risque cru. De ce fait, la meilleure configuration pour la sensibilisation serait :

- ✓ un référent incontestable en matière de prévention de l'aléas qui garantirait l'outil ;
- ✓ des relais de terrain familiarisés avec la culture des agriculteurs.

Par ailleurs, le tome II de l'outil ne serait vraiment pris en considération que si le financement des mesures en partie ou en totalité est assuré.

Témoignages

Des témoignages d'agriculteurs ayant subi des inondations lors de réunions locales de sensibilisation auraient selon les exploitants interrogés un impact fort. L'exploitant écoute l'exploitant.

Par ailleurs, certains exploitants préconisent l'organisation de rencontres entre des exploitants n'ayant pas encore subis de dommages avec d'autres agriculteurs sinistrés, de préférence sur les lieux de la crue. Mais cette hypothèse de travail pose bien sûr des problèmes d'organisation et de disponibilité.

Phasage

Selon eux, la forme de sensibilisation la plus adéquate consisterait

- à informer dans un premier temps de l'existence de l'outil et de son intérêt par l'intermédiaire des médias lus par les exploitants
- et / ou par une première sensibilisation à l'échelle de leur commune ;
- puis de mettre en place des réunions locales de sensibilisation, animées par des relais et / ou des élus et / ou des responsables agricoles. Cette réunion devrait être cadrée en introduction par des outils présentant la thématique et l'outil.

Selon les exploitants interrogés, il faut tenir compte des contraintes professionnelles des agriculteurs et éviter de mener la campagne de sensibilisation dans les périodes de gros travaux. A privilégier : l'hiver, de préférence le matin ou en début d'après-midi.

Outils

Les exploitants évoquent la nécessité de penser les outils en termes d'image plutôt que de discours. Quels que soient les outils retenus, il est important d'illustrer une problématique, qui reste très abstraite pour certains d'entre eux. Dans cet esprit, des images de simulation de crue survenant sur leur territoire auraient un fort impact, ou alors la diffusion d'un film traitant de la problématique. Plusieurs exploitants ont également exprimé le souhait de disposer d'un document imprimé explicitant l'aléas, les enjeux pour l'exploitant, et les objectifs de l'outil. Ce support imprimé leur serait laissé à disposition. En revanche, les exploitants interrogés ne pensent pas que des outils multimédias (CDROM) soient très adaptés. De toute façon, un certain nombre d'entre eux ne pourrait les utiliser, faute du matériel adéquat.

LES MOYENS DE LA SENSIBILISATION

La sensibilisation à l'outil d'auto-diagnostic requiert donc un certain nombre de conditions de réussite. Ces conditions sont de deux ordres :

- **conditions de communication** : trouver les messages convaincants diffusés par des outils adaptés au contexte particulier de communication ;
- **conditions d'animation** : faire porter la sensibilisation par des médiateurs pertinents au regard des exploitants.

Des messages audibles

Un sujet complexe et sensible.

L'intelligence de l'outil d'auto-diagnostic pourrait souffrir de sa complexité, car il traite en même temps du « risque crue » et de la réduction de vulnérabilité. Il faut ajouter à cela la possible confusion entre la notion de réduction de vulnérabilité - qui peut laisser sous-entendre des aides publiques - et celle d'auto-diagnostic - qui indique clairement une démarche individuelle. Par ailleurs, il s'agit d'un message de type prospectif, sur un sujet extrêmement sensible. Cette opération de sensibilisation s'inscrit donc dans un contexte de faible réceptivité initiale. De ce fait, il importe de construire une communication

Une information claire

Les messages doivent être d'autant plus clairs que la problématique est complexe. Trop de questions tuent la question posée : simplifions. La communication territoriale parle de territoire, c'est-à-dire d'usages, de logiques d'usages et de représentation.

Cela implique la capacité de l'émetteur à établir un fil conducteur net et une information bien hiérarchisée, et donc de bien identifier les différents registres de communication. Il faut donc construire un message simple, construit logiquement : **l'aléa existe, il est inéluctable mais imprévisible, il peut avoir des impacts importants pour votre exploitation, il y a des anticipations possibles, il est possible de prendre des mesures concrètes, pour cela, il faut faire un diagnostic, à cet effet il existe un outil.**

Une approche pédagogique

Il faudra veiller à la bonne adéquation des niveaux de lecture aux particularismes des différents publics, trouver le bon équilibre entre les excès de la vulgarisation et l'écueil d'une prose trop technicienne. Le rappel des données élémentaires, la mise en regard de l'importance des enjeux et de l'efficacité de l'outil d'auto-diagnostic, doivent s'exprimer signes intelligibles par des publics disposant de peu de temps et soumis à des contraintes

multiples La « traduction » de la problématique en illustrations, schémas de fonctionnement clairs, cartes de situation, éléments de contexte illustrés... permettra de fournir de véritables clés de compréhension, de partager un savoir technique avec les publics visés. L'accent mis sur l'illustration à forte valeur didactique permettra de limiter l'encombrement des textes, de concevoir des maquettes épurées, légères, aérées, afin de donner un vrai confort de lecture. Le pari d'une pédagogie de qualité repose sur la progressivité dans l'apport de connaissances, l'interactivité à partir de l'expérience de chacun (proximité de l'utilisateur), la crédibilité de celui qui parle.

Une nécessaire modularité

Autant que faire se peut, il faudra concevoir une organisation des outils en deux parties :

- ✓ un "socle commun" valable pour tous les territoires et toutes les filières ;
- ✓ une partie personnalisée (selon une logique de filière et/ou de territoires), qui sensibilisera aux risques spécifiques de ces sous-cibles.

La partie personnalisée devra permettre une meilleure appropriation des messages par les publics identifiés, selon plusieurs critères.

Type de vulnérabilité au risque crue :

- élevage ;
- capital fixe ;
- etc.

Degré et nature de la capitalisation ;

1. Statut de l'exploitation ;
2. grande, petite, moyenne ;
3. un exploitant, plusieurs, des salariés ;
4. etc.

Des outils adaptés

Nous recommandons la réalisation de 6 supports de sensibilisation : un dépliant thématique, une plaquette plus généraliste, des simulations de crues, un reportage documentaire, un objet promotionnel "le Cruographe", et une exposition mobile légère.

Il faut distinguer :

- les outils spécifiques de sensibilisation des relais ;
- les outils spécifiques de sensibilisation des exploitants ;
- les outils utilisables pour les deux publics.

Réalisation des supports de sensibilisation

Inventaire des supports pédagogiques déjà existants

et analyse comparative des moyens utilisés (supports écrits, maquettes, audiovisuels) sur ces thématiques et / ou auprès de ces publics et des événements locaux organisés sur le sujet de la vulnérabilité. Cette recension liminaire, effectuée par la ou les structure(s) en charge de la réalisation des outils, peut permettre de s'inspirer de communications ayant

des objectifs similaires, et d'avoir des retours critiques sur l'efficacité de ces divers outils en matière de sensibilisation.

Contenu

Après la réalisation de l'inventaire des outils existants, il s'agit à cette étape de définir : le chemin de progression logique du message, le contenu informatif, les éléments iconographiques, et les éventuelles variantes par publics et / ou territoires des supports de sensibilisation. En ce qui concerne le reportage documentaire, le choix des personnes interviewées et les thématiques abordées seront décisifs pour l'impact de ce film, et devront faire l'objet d'un soin particulier.

Validation de la conception

Après accord général sur le cahier des charges des outils de sensibilisation, l'univers d'expression - qu'il s'agisse des messages, de l'ambiance graphique, ou des choix esthétiques retenus - sera soumis à l'acquiescement de la ou des structure(s) en charge de la réalisation des outils. Une première maquette devra être proposée et validée afin d'y intégrer d'éventuels correctifs. En ce qui concerne le reportage documentaire, un premier montage sera présenté pour commentaires critiques du fond et de la forme.

Ces différents supports de communication peuvent avoir des objectifs distincts : certains pourront être utilisés pour sensibiliser les relais, d'autres directement les exploitants ; d'autres enfin pourront servir aux deux usages.

Les outils de sensibilisation des relais

Une plaquette de 6-8 pages

- ✓ Informant de l'existence de l'outil d'auto-diagnostic et de son intérêt.
- ✓ Indiquant l'importance cruciale du rôle des relais et ce qui est attendu de leur part.
- ✓ Exposant les avantages qu'ils peuvent retirer de leur participation, en particulier en termes d'image.
- ✓ Identifiant les partenaires.

Les outils de sensibilisation des exploitants

Un "Quiz"

Sous la forme d'un petit jeu de questions - réponses portant sur la connaissance :

- du risque "inondation" ;
- et de la vulnérabilité des exploitations.

Ce petit questionnaire pourrait être proposé en introduction à des rencontres de sensibilisation des exploitants afin de donner un premier "cadre" des problématiques qui seront abordées lors de ces réunions.

Un dépliant thématique de 3 volets

rappelant les données pédagogiques élémentaires de l'opération :

- ✓ historicité des crues ;
- ✓ leur caractère inévitable ;
- ✓ l'impact dévastateur ;
- ✓ l'intérêt de l'outil d'auto-diagnostic dans ce cadre.

Partie commune : les deux premiers volets qui traiteront des informations valables pour l'ensemble des publics.

Partie personnalisée : le troisième volet qui exposera les vulnérabilités particulières des sous-cibles.

Des simulations de crues

En édition papier :

des scénarios de simulation des crues qui pourraient se produire sur le territoire des exploitants concernés par la diffusion de l'outil d'auto-diagnostic pour mise à disposition lors d'envois de courriers et / ou remise lors d'une réunion.

En modules vidéos :

pour projection sur écran lors des réunions d'information / sensibilisation.

Ces simulations de crues permettront aux exploitants de mieux s'approprier la réalité du risque pour leur exploitation.

Des "cruographes"

Il s'agit de réaliser par territoire une règle graduée comprenant

- d'un côté les occurrences de l'aléas ;
- en regard, les hauteurs d'eau qui seraient atteintes.

Cet objet promotionnel accompagnera les envois et courriers et pourra être distribué lors des réunions d'information.

Une exposition mobile légère

de 6 panneaux illustrant la problématique et les solutions proposées,

- ✓ Panneau 1 : les crues : historique / récurrence.
- ✓ Panneau 2 : les crues : impacts potentiels.
- ✓ Panneau 3 : les points de sensibilité des exploitations.
- ✓ Panneau 4 : l'outil d'auto-diagnostic.
- ✓ Panneau 5 : les mesures possibles.
- ✓ Panneau 6 : les acteurs de l'opération.

La réalisation de cette série aura pour objectif de mettre à la disposition des acteurs désirant s'impliquer dans la sensibilisation un outil de communication permettant :

- ✓ de créer un petit événement, par exemple dans le hall d'une mairie ou dans une salle mise à disposition par l'un des relais, à l'occasion d'une réunion de sensibilisation, en scénarisant et spectacularisant la communication sur le risque et sa prévention ;
- ✓ de disposer d'une approche thématique qui pourra s'adapter au niveau d'appropriation des exploitants par rapport à la problématique. Il sera ainsi possible d'utiliser un seul des panneaux, certains panneaux seulement, ou la totalité, en fonction des besoins de sensibilisation et des objectifs des réunions.

Les outils de sensibilisation communs

Un documentaire

de 10/12 minutes, basé sur des interviews d'exploitants ayant eu à subir des dommages du fait d'inondations. Les témoignages pourraient être entrecoupés d'images spectaculaires de crue et de dégâts subis par des exploitations le long de la Loire.

Partie commune : des témoignages sur l'ampleur et l'inéluctabilité de l'aléas.

Partie personnalisée : des témoignages par filières détaillant la nature des dégâts et présentant les mesures qu'il aurait fallu prendre.

Des relais

La pertinence de cette démarche de communication sera, bien entendu, déterminée par l'adéquation des messages et des outils au public visé. Mais sa réussite sera également tributaire de l'implication de relais, de médiateurs de terrain, identifiés par la profession, ayant une bonne culture du monde agricole, de ses contraintes et pratiques. En l'occurrence, le « marketing de l'offre » requiert une approche extrêmement fine des territoires. L'impact de la sensibilisation dépendra pour une large part de la crédibilité de celui qui la portera.

Attentes et motivations

Les relais de terrain supposés pertinents, donc essentiellement des Chambres d'agriculture, des syndicats professionnels, ADASEA, Jeunes agriculteurs, ou organisation agricoles ne sont en général pas opposés à l'idée de s'investir dans ce type de démarche. D'autant plus qu'ils affirment également qu'un envoi par courrier n'aurait aucun résultat et qu'il faut du portage sur le terrain, c'est-à-dire aller à la rencontre des exploitants pour assurer la pédagogie de l'outil.

Attentes

Ils émettent un certain nombre de conditions à leur engagement éventuel :

- Les relais pressentis veulent voir les guides finalisés avant de se prononcer plus avant.
- Ils souhaitent que l'opération soit légitimée par un acteur ayant une crédibilité incontestable en matière de crue.
- Ils ne souhaitent pas que le référent soit trop "étatique", en particulier les DDE, et surtout les DDA, qui ont une mauvaise image (contrainte, réglementation, contrôles) auprès de leur public naturel.
- Ils veulent que l'opération se déroule pendant une période de l'année compatible avec l'emploi du temps des agriculteurs, donc en hiver, lorsque les agriculteurs ont un peu plus de temps. Par ailleurs, il faudrait libérer les exploitants pour 16h.
- Ils demandent que le financement de la partie mesures soit assuré (en totalité ou partiellement), faute de quoi ils se décrédibiliseraient auprès des exploitants en leur proposant une opération qui n'est pas forcément prioritaire et dont ils auraient à supporter entièrement les coûts.
- Ils souhaitent qu'on leur mette à disposition des supports de communication adaptés au contexte culturel du monde agricole.
- Certains relais souhaiteraient avoir du soutien et des capitalisations méthodologiques sur des expériences menées ailleurs sur le territoire.
- Enfin ils souhaiteraient un peu de publicité par la presse locale et / ou agricole.

Motivations

Les enjeux : qui peuvent être énormes pour leur public naturel

L'image : la prévention du risque crue est une vraie mission de service public à laquelle ils seraient associés. Par ailleurs, ils apparaîtraient auprès des exploitants comme des structures sachant anticiper et proposer des solutions.

Qualification des relais

La compétence première à rechercher sera la familiarité du relais avec les contraintes de la communication en milieu agricole. Ceci implique que cette qualification importera autant - sinon plus - que sa compétence et sa légitimité en matière de réduction du risque crue. Le relais idéal serait ainsi supposé bénéficié des compétences suivantes :

Culture du milieu agricole

Il faut que le relais pressenti ait une réelle connaissance du milieu agricole, à une échelle suffisante - par exemple départementale. Cette culture suppose l'intelligence des contraintes professionnelles des agriculteurs, de leurs structures d'organisation, des sensibilités locales, des habitudes et des saisonnalités qui rythment la vie des agriculteurs.

Capacité d'intervention

Le médiateur pressenti devrait avoir une pratique de l'animation, de la communication de terrain, ainsi que les moyens suffisants en hommes. Un relais exerçant une action motrice sur les réseaux de sensibilisation en milieu agricole - même s'ils portent sur des thématiques éloignées - peut s'avérer extrêmement précieux.

Capacité de coopération

Il peut s'avérer essentiel que le relais vive en bonne intelligence avec d'autres médiateurs potentiels, qu'il ait la culture et la pratique de la coopération. Chacun des relais pourrait ainsi bénéficier des opportunités créées par les autres et capitaliser sur l'expérience de ses partenaires. Cette coopération peut être facilitée par le fait que le monde agricole est généralement un petit milieu, où tout le monde se connaît.

Légitimité en milieu agricole

Le médiateur doit bénéficier d'un préjugé favorable dans le monde agricole, afin que ses messages soient écoutés, qu'ils aient du poids, de l'audience.

Rayonnement

Parmi les critères de sélection des relais figure l'échelle d'intervention du médiateur. Que cette échelle soit trop importante - une région par exemple -, et le relais ne pourra pas avoir une connaissance suffisante du terrain. Qu'elle soit trop réduite et l'impact de son action ne justifierait pas la conception d'un dispositif de sensibilisation dédié. Il s'agit donc de concilier l'efficacité - agir sur un territoire sociologiquement identifié -, la rentabilité - toucher une population suffisamment nombreuse -, et la cohérence - agir à l'échelle du périmètre d'intervention du principal relais local

Légitimité à parler des inondations

Même si la compétence « agriculture » doit être impérativement recherchée, des relais ayant une réelle capacité à débattre du « risque inondation » sont nécessaires. L'Équipe Pluridisciplinaire a bien entendu une réelle légitimité sur ce sujet, mais sa notoriété auprès des exploitants agricoles est insuffisante. Il faut donc associer à l'opération des acteurs dont la légitimité et la notoriété sont indiscutables, en matière de risque crues.

Capacité de mobilisation

Il faut enfin, que le relais soit convaincu de l'intérêt du message, de la pertinence de l'outil, et de l'adéquation de la démarche à la problématique. Il importe qu'il ait l'opportunité et la volonté de jouer le rôle qui lui sera imparti. Et bien entendu, il serait judicieux qu'il y trouve son intérêt.

Typologie

Les relais pressentis auraient des fonctions différentes lors des diverses phases de la campagne de sensibilisation.

Les relais d'information

Ces relais pourraient - en amont de la campagne de sensibilisation - donner une première information et prévenir les exploitants agricoles de la survenue d'une campagne d'animation autour de cet outil. Ils initieraient la communication, constitueraient son facteur déclenchant.

Nature :

- Journaux professionnels
- Presse locale
- Ainsi que peut-être :
- Groupements professionnels ?
- Conseil généraux ?

Les relais d'animation

Il faudrait créer un petit réseau informel regroupant les acteurs centraux de la vie paysanne :

- Chambre départementale d'agriculture
- Syndicats

Ainsi que peut-être :

- Groupements professionnels ?
- Mutuelles d'entraide ?

auxquels pourraient s'ajouter d'autres acteurs moteurs, ADASEA, Parc Naturel Régional, et pourquoi pas les exploitants eux-mêmes, selon les départements. Ces relais, impulsant

l'action - au niveau départemental par exemple - verraient leurs efforts soutenus localement par des élus de terrain et / ou des mutuelles d'entraide, des associations, etc.

Ces relais d'animations seraient chargés de porter l'outil sur le terrain, soit en créant des occasions de rencontre avec les exploitants afin de les sensibiliser à l'intérêt de l'outil d'auto-diagnostic, soit en créant les conditions d'une diffusion efficace. Cela implique de travailler à la constitution de ce type de groupement, de leur mettre à disposition les outils d'animation qui pourraient être conçus, de travailler à la coopération entre les acteurs et entre les départements. Ce sont les porteurs locaux du projet, secteur par secteur. C'est le cœur du dispositif.

Les relais de soutien

- Conseil généraux
- DDE
- DDA
- Préfectures et sous-préfectures
- Fédérations de pêche
- Fédérations de chasse

Ces relais peuvent intervenir en parrainant l'opération, en fournissant des données utiles, en créant des événements, et en intégrant de l'information sur l'outil d'auto-diagnostic dans leur communication habituelle.

DES SCENARIOS DE MISE EN ŒUVRE DE LA SENSIBILISATION

Ces propositions de scénarios sont rendues nécessaires par le fait qu'aucun porteur évident de la campagne de sensibilisation ne se distingue clairement au moment où est rédigé ce plan d'action. Plusieurs acteurs potentiels pourraient tenir concurremment ce rôle (voir annexe I). De ce fait nous dégagerons deux hypothèses de travail :

1. le portage par un acteur central fort et décidé à tenir le rôle d'animateur actif de l'ensemble de la démarche d'auto-diagnostic et de la campagne de sensibilisation ;
2. l'absence de portage par un acteur fort, l'ensemble de la démarche d'auto-diagnostic et la sensibilisation étant alors impulsée des territoires et soutenue sporadiquement par une structure réagissant à ces initiatives par du soutien ponctuel.

Scénario 1 : portage par un acteur central fort

Ce scénario suppose que la campagne de sensibilisation soit légitimée et portée par une structure ressource fortement impliquée et active.

Un porteur de projet

Impulsant...

Un interlocuteur référent, pilotant l'ensemble de l'opération, fédérant les initiatives, assurant la production des outils de communication, donnera le coup d'envoi, la "**commande politique**" en quelque sorte, de l'opération de réduction de la vulnérabilité agricole, et sécurisera l'implication des autres acteurs.

Cet opérateur devra être en capacité de :

- rayonner sur l'ensemble du bassin de la Loire ou sur une partie du territoire (dans le cas de porteurs multiples) ;
- disposer des ressources nécessaires en hommes et en moyens ;
- être garant de la pérennité du portage de l'opération dans la durée, en y incluant les diverses phases de la sensibilisation ;

Il devra par ailleurs avoir la légitimité à porter le message de sensibilisation au risque crue et être crédible pour les relais de la sensibilisation et les publics visés.

Animant...

Cet acteur central s'assurera de la bonne conduite des opérations, de la pertinence de son dimensionnement, et des éventuelles réévaluations en fonction des premières expériences.

Il devra :

- ✓ Dimensionner et cadrer l'opération :
 - ✓ Quelle ampleur ?
 - ✓ Sur la totalité du bassin de la Loire ou seulement sur des territoires définis ?
 - ✓ En une seule campagne ou en plusieurs ?
- ✓ Proposer des publics
 - ✓ Quels exploitants seront concernés ?
 - ✓ Le cadre d'intervention sera-t-il déterminé par une logique de filières ;
ou de territoires ;
ou de territoires par filières ;
ou par logique de pollution potentielle.
- ✓ Identifier les structures relais de terrain, les sensibiliser, monter des partenariats avec elles.
- ✓ Établir un calendrier en fonction des objectifs de diffusion et des contraintes propres à ce type d'opération (période de disponibilité des relais et/ou des exploitants, délais de mise en oeuvre des différentes phases etc.) .
- ✓ Animer éventuellement un comité de suivi et de pilotage (voir annexe II).
- ✓ Assurer le "secrétariat général" des opérations.
- ✓ Concevoir, réaliser, et diffuser les outils de communication.

Phasage

Tester la démarche

Il s'agit de tester la méthodologie et les outils sur 3 / 4 territoires et / ou filières emblématiques et représentatifs de la diversité des situations.

Cette phase de test suppose résolues les conditions suivantes :

- ✓ Un acteur central opérationnel.
- ✓ La réalisation d'un nombre limité d'outils de sensibilisation des exploitants : 3 / 4 expositions mobiles, et une centaine de cruograpes, de dépliants, de simulations de crues, et de duplications du documentaire.
- ✓ Des relais identifiés, sensibilisés, et prêts à soutenir l'opération.
- ✓ Un comité de pilotage éventuellement constitué (voir annexe II).
- ✓ La validation des zones tests et des publics en coopération avec les relais (et le comité de pilotage si cette option est retenue) .

Ces tests devront permettre de :

- ✓ valider et / ou réorienter les protocoles de coopérations entre l'acteur central et les relais ;
- ✓ valider et / ou réorienter les messages ;
- ✓ valider et / ou réorienter les outils de sensibilisation ;

- ✓ valider et / ou réorienter les modalités d'approche des exploitants (démarches individuelles, réunions en petit comité, organisation d'un petit événement de présentation de l'outil...).

T1 : Initialisation

La structure ressource devra:

I) Identifier des relais

(avec l'aide du comité de pilotage si cette option est retenue)

1-1) en fonction de l'adéquation supposée des diverses structures pressenties pour relayer la sensibilisation et plus particulièrement :

- la capacité de coopération ;
- la légitimité en milieu agricole ;
- le rayonnement ;
- la connaissance du milieu agricole sur le territoire d'intervention ;
- l'intérêt pour les problématiques agricoles.

1-2) selon les résultats de démarches spécifiques menées à cet effet auprès des organisations suivantes :

- ✓ structures communales et intercommunales ;
- ✓ services de l'Etat (DDE, DDA...)
- ✓ compagnies consulaires (Chambres des métiers, d'agriculture, ...)
- ✓ presse régionale, locale et professionnelle ;
- ✓ fédérations ou ligues régionales et départementales ;
- ✓ réseaux d'associations ;
- ✓ organisations professionnelles

afin de les interroger sur les meilleurs relais possibles.

1-3) en fonction des recommandations croisées des différents acteurs déjà contactés qui connaissent souvent bien leur territoire, la psychologie des exploitants et les acteurs les mieux à même de porter la sensibilisation.

II) Sensibiliser ces relais

Cette opération suppose que les relais potentiels dans les différents territoires ne manifestent pas spontanément leur intérêt pour l'outil d'auto-diagnostic et son portage sur le terrain.

Il s'agira alors de motiver ces acteurs locaux en :

- ✓ rappelant les données élémentaires de l'opération (le contexte, les enjeux, l'outil, sa nécessité, l'importance du rôle des relais dans le dispositif de sensibilisation des agriculteurs ...) ;
- ✓ écoutant les souhaits du relais d'animation pressenti en matière de coopération avec des relais de soutien et des relais d'information (médiats) sur son territoire d'intervention ;
- ✓ exposant au relais pressenti son intérêt à participer à l'opération :
 - capitalisation en matière d'image ;
 - capitalisation en matière de coopération ;
 - capitalisation en matière d'occupation du terrain.
- ✓ en lui faisant parvenir des exemplaires de l'outil d'auto-diagnostic.

- ✓ et bien entendu en lui faisant parvenir :
 - des outils de sensibilisation des relais (pour la "revente en interne" de l'opération ;
 - les outils de sensibilisation des exploitants qui lui seront remis à disposition.

La complexité de l'opération, l'ampleur du territoire, les particularismes des publics à sensibiliser, nécessitent une approche progressive, partagée par les différentes parties prenantes, et soumise à réévaluation en fonction des premiers résultats.

III) **Valider** la participation des relais pressentis à ces opérations tests.

IV) **Concevoir** avec ces relais un dispositif d'intervention adaptés aux spécificités du terrain et aux capacités du porteur de projet local (le relais d'animation) et procéder à une approche affinée des éléments de calendrier et de la nature de l'intervention des relais d'information et / ou de soutien en corrélation avec le projet du relais d'animation.

V) **Mettre à disposition** des relais d'animation des outils de sensibilisation des exploitants dont ils ont exprimé le besoin.

T2 Lancement

Préparation avec les relais de réunions de sensibilisation / information des exploitants agricole à l'outil d'auto-diagnostic.

Annonce par les relais d'information du démarrage de la campagne de sensibilisation.

Ceci étant réalisé : envoi aux exploitants agricoles des zones tests concernés par la démarche du dépliant 3 volets et d'un courrier les informant de la démarche.

T3 Animation

Organisation des réunions / rencontres de sensibilisation / information des exploitants agricole à l'outil d'auto-diagnostic.

En introduction à la réunion, projection du film documentaire et / ou de l'exposé de simulations de crues.

Présentation de l'outil d'auto-diagnostic et mise en regard des enjeux pour les exploitants.

Débat avec les exploitants.

T4 Bilan local

Chaque relais d'animation fera un bilan de la démarche sur son territoire d'intervention, en particulier des réunions rencontres. Ces bilans devront établir l'efficacité de la méthodologie et des outils, en précisant les résultats selon la nature des publics (ils pourront avoir lieu dans le cadre du comité de pilotage si cette option est retenue).

Évaluation intermédiaire :

Le porteur de projet centralisera les remontées de la phase test, en fera un bilan général qui sera mis en débat (en particulier dans le cadre du comité de pilotage si cette option est retenue).

Il s'agira d'évaluer les pertinences :

- ✓ de l'animation de terrain ;
- ✓ de l'efficacité des outils ;
- ✓ des résultats auprès des exploitants.

En fonction de ces résultats pourra être proposé une éventuelle réorientation / adaptation :

- ✓ du dispositif ;
- ✓ des discours ;
- ✓ des outils.

(cette évaluation pourra se faire dans le cadre du comité de pilotage si cette option est retenue).

Généraliser

Valorisation des phases tests :

La phase de test de la campagne de sensibilisation sur des publics et / ou des territoires limités peut contribuer à mieux faire connaître l'opération générale auprès des exploitants. Pour cela, il faudrait communiquer autour des résultats de cette phase, son déroulement, les territoires concernés, les acteurs qui y ont participé, le nombre d'exploitants rencontrés etc. Cette communication pourrait avoir valeur d'exemple et d'incitation pour la grande masse des agriculteurs qui restent à sensibiliser. Sa conduite pourrait être menée sur l'ensemble du territoire par :

- ✓ les relais de soutien : diffusion de comptes-rendus de cette phase test par les supports habituels de leur communication.
- ✓ les relais d'information : principalement les journaux bénéficiant de la meilleure diffusion en milieu agricole.

Réalisation de l'ensemble de la campagne de sensibilisation.

Intégration des éventuelles demandes de modifications dans la méthodologie d'approche et / ou les outils qui auraient pu être exprimées à la suite de la phase de test.

Estimation des besoins en outils de communication pour une opération sur l'ensemble des territoires et des publics retenus en concertation avec les relais d'animation et le Comité de pilotage.

Production de ces outils selon les besoins quantifiés à l'étape précédente.

Le déroulement de la campagne de sensibilisation généralisée ne diffère pas des phases tests pour les 3 premières phases

T1 : Initialisation

T2 : Lancement

T3 : Animation

En revanche, la phase T4 devient conclusive de l'opération et donne lieu à un mémoire tirant un bilan définitif de l'ensemble de la campagne de sensibilisation.

Par ailleurs, cette phase "généralisée" donnera - autant que faire se peut - une plus grande place à l'événementiel. Il s'agit d'organiser :

au niveau régional :

une journée sur le thème "le risque crue pour les agriculteurs dans notre Région" dont un des objets serait la présentation de l'outil d'auto-diagnostic. Cette journée proposerait des animations autour de la thématique et permettrait des rencontres entre les acteurs de la sensibilisation et les exploitants. L'outil d'auto-diagnostic bénéficierait ainsi d'une plateforme promotionnelle particulièrement adaptée à son objet.

Au niveau du bassin de la Loire :

un grand événement sur la thématique "prévention des dommages liés aux crues sur le bassin de la Loire pour les exploitants agricoles". Cet événement s'adresserait plus spécifiquement aux prescripteurs, aux principaux acteurs du monde agricole, et aux médias, afin qu'ils en assurent la publicité.

Scénario 2 : portage par un acteur central faible

Ce scénario suppose l'intervention d'une structure ressource faiblement impliquée dans la démarche de sensibilisation, intervenant ponctuellement. Son rôle consiste essentiellement à soutenir les initiatives locales et à communiquer autour de l'opération pour inciter d'autres acteurs à porter la sensibilisation sur leur territoire.

Phasage

Il s'agit de mener une information liminaire minimale sur l'existence de l'outil et de répondre aux sollicitations des acteurs qui prendraient l'initiative de sensibiliser les exploitants à la démarche d'outil d'auto diagnostic.

Démarches liminaires

T1 : Préparation

Cette phase consiste en :

- ✓ la réalisation d'un certain nombre d'outils de sensibilisation qui pourraient être mis à la disposition des acteurs de terrain qui en exprimeraient le besoin ;
- ✓ la préparation de notes d'appui méthodologiques ;
- ✓ l'impression des 2 tomes du guide en nombre suffisant pour des phases tests.

T2 Publicité

Il s'agit de faire connaître :

- ✓ par le biais des médias généralistes et professionnels ;
- ✓ par la communication habituelle d'un certain nombre de relais de soutiens (Régions, Départements, DDA, DIREN...) ;
- ✓ par envoi d'un mailing spécifique dans le monde de la profession agricole (Chambres départementales, Syndicats, groupements professionnels) ;

l'existence de l'outil et d'une structure ressource.

Soutien aux premières initiatives

Cette phase consisterait à fournir aux acteurs de terrain qui en exprimeraient le besoin auprès de la structure ressource :

- ✓ des informations sur les enjeux et l'intérêt de l'outil d'auto-diagnostic ;
- ✓ du soutien méthodologique et du conseil ;
- ✓ des exemplaires de l'outil d'auto-diagnostic ;
- ✓ des supports de sensibilisation.

Évaluation intermédiaire :

La structure ressource organisera une réunion de bilan avec les acteurs des premières initiatives.

Il s'agira d'évaluer les pertinences :

- ✓ de l'animation de terrain ;
- ✓ de l'efficacité des outils ;
- ✓ des résultats auprès des exploitants.

En fonction de ces résultats pourra être proposé une éventuelle réorientation / adaptation :

- ✓ du dispositif ;
- ✓ des discours ;
- ✓ des outils.

Exploitation

Il s'agit :

1) de communiquer autour des premiers acquis de la sensibilisation son déroulement, les territoires concernés, les acteurs qui y ont participé, le nombre d'exploitants rencontrés par exemple en diffusant le compte-rendu des acquis des premières initiatives de terrain de sensibilisation. Cette communication pourrait avoir valeur d'exemple et d'incitation pour d'autres acteurs. Il faudrait à cet effet solliciter :

- ✓ les relais de soutien : par les supports habituels de leur communication.
- ✓ les relais d'information : principalement les journaux bénéficiant de la meilleure diffusion en milieu agricole.

2) D'organiser un événement sur le thème "le risque crue pour les agriculteurs " dont l'objet principal serait la présentation de la démarche et les premiers résultats. Cette initiative proposerait des animations autour de la thématique et permettrait des rencontres entre des acteurs ayant déjà contribué à la sensibilisation de l'outil et d'autres acteurs

Développement

Cette phase verrait :

- ✓ d'éventuelles modifications dans la méthodologie d'approche et / ou les outils qui s'imposeraient au vu des résultats des premières initiatives de sensibilisation ;
- ✓ la production à grande échelle de l'outil d'auto-diagnostic et des supports de communication ;

- ✓ la sollicitation des relais de soutien (DIREN, Conseils généraux et Régionaux...) afin de les impliquer davantage dans la démarche ;
- ✓ la mise à disposition de ces relais de soutien potentiels des outils méthodologiques et des supports de sensibilisation.

ANNEXES

1 Quel acteur central ?

la mise en œuvre du scénario 1 suppose une structure ressource qui se positionne en porteur de l'opération, à savoir :

- initialisation de l'opération ;
- responsabilité générale de son déroulement ;
- réalisation des outils de sensibilisation ;
- Identification et sensibilisation des relais ;
- suivi et animation ;
- capitalisation et (éventuellement) réorientation.

Différents porteurs sont envisageables. Des entretiens menés à ce sujet avec des responsables des : DIREN de bassin, DIREN Bourgogne, PNR Loire Touraine, Établissement Public Loire, Conseil général du Loiret... ont permis de dégager une liste d'acteurs susceptibles de tenir ce rôle :

L'Agence de l'Eau (selon le schéma : l'Équipe débroussaille puis l'Agence prend le relais).

Forces :

Une certain lien avec le monde des exploitants, les acteurs agricoles faisant partie des comités de bassin de chacune des agences de l'eau.

Rayonnement territorial sur l'ensemble du bassin.

Faiblesses

Légitimité faible à évoquer le risque crue, car la problématique inondation n'est pas un champ d'intervention « classique » pour les agences de l'eau.

Assimilation à la puissance publique par les exploitants (donc à de la contrainte réglementaire).

Cette opération n'est pas prioritaire par rapport à d'autres objectifs de l'Agence (la pollution de l'eau par exemple)

Motivation potentielle :

La prévention des effets des crues n'est pas illégitime en soi au regard des objectifs de la structure, mais cette légitimité n'est pas encore d'actualité.

Les DRAF, qui ont l'ampleur territoriale et la légitimité auprès des agriculteurs .

Forces :

Bonne connaissance du monde agricole

Faiblesses :

Manque de personnels disponibles

Rayonnement territorial limité (à l'échelle du bassin de la Loire), et donc nécessité de multiplier les opérateurs pour couvrir l'ensemble du territoire.

Pas de légitimité particulière en matière de risque crue
Assimilée à l'État, donc au règlement, à la contrainte
Pas de compétence particulière en matière d'animation

Motivation potentielle :

L'effet d'image auprès du monde agricole.

Les Régions

Forces :

Bonne connaissance du territoire
Image plutôt favorable en milieu agricole.

Faiblesses :

Rayonnement territorial limité (à l'échelle du bassin de la Loire), et donc nécessité de multiplier les opérateurs pour couvrir l'ensemble du territoire.
Manque de personnels.
Beaucoup d'autres priorités.
Le public semble trop segmenté et trop limité pour une mobilisation importante de la structure.
Peu d'expérience en matière d'animation de projets territoriaux

Motivation potentielle :

L'effet d'image auprès du monde agricole.

Les Chambre Régionales d'Agriculture.

Forces :

Très bonne connaissance du monde agricole

Faiblesses :

Rayonnement territorial limité (à l'échelle du bassin de la Loire), et donc nécessité de multiplier les opérateurs pour couvrir l'ensemble du territoire.
Manque de personnels
Pas de légitimité particulière en matière de prévention du risque crue

Motivation potentielle :

Il s'agit d'une opération qui représente de vrais enjeux pour les exploitants
L'effet d'image auprès du monde agricole.

L'Établissement Public Loire

Forces :

Légitimité territoriale (le bassin de la Loire)
Légitimité évidente à parler du risque crue
Moyens suffisants pour assumer le portage d'une opération
La prévention du risque fait partie de ses mission
N'est pas assimilé à la puissance publique.

Faiblesses :

L'Établissement n'est pas un interlocuteur identifié par les exploitants
L'Établissement à plutôt vocation à traiter du risque crue dans sa globalité plutôt qu'à des publics particuliers

Tire sa légitimité des collectivités et non de publics particuliers

Motivation potentielle :

Légitimité par rapport à ses objectifs de structure

Effet d'image auprès des collectivités locales

Effet d'image auprès des exploitants agricoles

Le caractère expérimental et novateur de l'outil d'auto-diagnostic

2 Un comité de pilotage ?

L'acteur central pourrait constituer une instance associant des relais potentiels de sensibilisation, des partenaires institutionnel, et des représentants du monde agricole.

L'implication d'acteurs socio-économiques, associatifs et politiques du monde agricole dans la démarche de sensibilisation lui donnera du poids et de la pertinence. La sollicitation de nombreux acteurs du monde agricole (exploitants, techniciens) peut apporter des informations précieuses sur les relais les plus efficaces pour véhiculer des messages, la culture du risque locale ou encore les médias de sensibilisation les plus susceptibles d'avoir de l'impact. A minima, l'expérience semble confirmer l'intérêt d'associer le plus en amont possible ces acteurs afin d'orienter avec justesse la stratégie du porteur de projet et de créer les conditions de consensus nécessaires à une bonne réussite de l'opération : tout est possible mais tout n'est pas souhaitable ni faisable dans les conditions de communication et sur l'étendue du territoire concerné.

À cet effet, un Comité de suivi et de pilotage pourrait être constitué afin de :

- Déterminer les territoires d'intervention, leur situation par rapport à l'aléas, et la nature des publics
- Désigner les relais adéquats sur les territoires considérés, et contribuer éventuellement à leur information et / ou leur sensibilisation.
- Aider à la conception des messages et apprécier la pertinence des supports de communication envisagés.
- Faire circuler l'information entre les relais et l'acteur central (comment se passe la campagne ? efficacité des outils ? du dispositif etc.).
- Mettre en débat les bilans des premières expérimentation.
- Proposer d'éventuelles réorientations.
- Contribuer à l'organisation d'événements liés à la sensibilisation.

En revanche, la constitution d'un tel comité de pilotage pourrait contribuer à ralentir et / ou à alourdir la démarche.