

RAPPORT SYNTHETIQUE

Elaboration et mise en œuvre d'une stratégie de communication pour une convention GIRE participative dans la région Marrakech- Haouz-Mejjate

Atelier de co-construction d'une stratégie de communication



28 JANVIER 2016 – MARRAKECH, MAROC

Amar Imache

LISODE

2512 route de Mende, 34090 Montpellier, FRANCE

www.lisode.com

Tél. : +33 (0)9 84 49 40 96 ; Portable : +33 (0) 6 23 81 64 15

Interlocuteur : Amar Imache

Email: amar.imache@lisode.com

Rappel du contexte d'intervention de Lisode

L'ABH de Tensift en partenariat avec la GIZ et dans le cadre du programme de coopération maroco-allemand «Appui à la Gestion Intégrée des Ressources en Eau - AGIRE» a chargé Lisode pour l'élaboration d'une stratégie de communication autour de la convention de gestion intégrée des ressources en eau dans le bassin du Haouz-Mejjate. Cette étude a pour objectif principale d'assurer une meilleure protection des ressources en eau et leur utilisation rationnelle, économique et durable, selon les principes de l'équité sociale.

Au-delà du renforcement des capacités des institutions marocaines pour une gestion intégrée des ressources en eau dans le cadre du programme AGIRE, un fond supplémentaire de bonne gouvernance « Elaboration et mise en œuvre d'une stratégie de communication pour une convention GIRE participative dans la région de Marrakech-Haouz-Mejjate – CommunicEau » a été mobilisé et intégré dans la thématique 5 (Plans Gire régionaux et locaux) du Programme AGIRE.

L'objectif principal du projet CommunicEau est de toucher les usagers de l'eau dans leur diversité afin d'insister sur leur rôle et responsabilité dans le processus de la GIRE notamment pour assurer la durabilité des ressources en eau souterraines.

Afin de cerner la question de la surexploitation des eaux souterraines et la difficulté de leur régulation, ainsi que les différentes options et configurations de gouvernance possibles dans chaque contexte, un travail de co-construction d'une stratégie de communication « active » a été entrepris avec les acteurs institutionnels et des associations fédératrices dans un premier temps. ; Le même travail sera programmé dans un deuxième temps avec les usagers.

La posture adoptée par Lisode est celle du co-apprentissage qui est centrée sur la co-construction et qui se base à la fois sur les besoins et sur les contributions des participants. La démarche est basée donc sur les expériences vécues par les participants afin de voir collectivement ce qui marche, ce qui ne marche pas et quelles solutions apparaissent envisageables et quelles contributions individuelles et collectives semblent réalistes et réalisables. Le rôle de Lisode est celui d'un intermédiaire, qui propose des outils méthodologiques adéquats (supports, dialogues et méthodes) offrant ainsi aux participants une occasion intéressante pour avancer ensemble.

Dans une démarche participative en général, ce ne sont ni les outils, ni les activités qui assurent la qualité du processus suivi et la qualité des résultats produits, mais bien la façon dont ces outils sont utilisés, et la manière dont les activités sont planifiées et mises en œuvre. Ainsi, il nous a semblé nécessaire de clarifier un certain nombre de principes autour de la gouvernance et de la co-gestion des ressources, afin que cette stratégie de communication soit un premier repère pour les participants, auquel ils pourront faire appel dans les actions à venir pour la réussite du projet sur le terrain.

Ce premier atelier visait à permettre au groupe de vivre une expérience nouvelle autour du sens-même de la communication « active », de réaliser un travail réflexif constructif sur leurs expériences passées et à venir, et d'identifier collectivement des pistes potentielles de recommandations.

SOMMAIRE

DEROULEMENT DE L'ATELIER.....	4
Démarche méthodologique proposée	4
Agenda	4
Démarrage de l'atelier	5
Brise glace initial	5
Travail en sous-groupes	7
Restitution en plénière.....	7
Les mots clés du message sous-groupe 1	8
Les mots clés du message sous-groupe 2	10
L'après-midi.....	12
Energizer	12
L'analyse du jeu d'acteurs.....	13
Mobilisation et responsabilités des participants dans la démarche	13
Co-construction de la cartographie d'acteurs.....	16
L'évaluation à chaud de la journée	18
Suite du travail	19
Conclusions et recommandations.....	20
Cadre général	20
Le groupe de travail	21
Annexes.....	23
La liste des participants.....	23
Rencontres préalables à l'atelier.....	24

DEROULEMENT DE L'ATELIER

DEMARCHE METHODOLOGIQUE PROPOSEE

La posture que choisie Lisode dans ce type de projet est centrée sur les cas concrets en lien direct avec les besoins et les contributions des participants. La démarche se construit donc sur les expériences vécues par les participants qu'il convient d'analyser en groupe (comprendre par exemple le jeu d'acteurs en place sur un territoire, les enjeux stratégiques d'une concertation/communication, les résultats d'une démarche déjà menée, etc.) puis de discuter et structurer collectivement la situation actuelle, les déterminants de son origine, ce qu'il convient de prendre en compte dans la suite, avec quels partenaires, sur quel pas de temps et avec quels moyens.

AGENDA

L'image ci-dessous montre l'agenda proposé aux participants sur une journée entière :



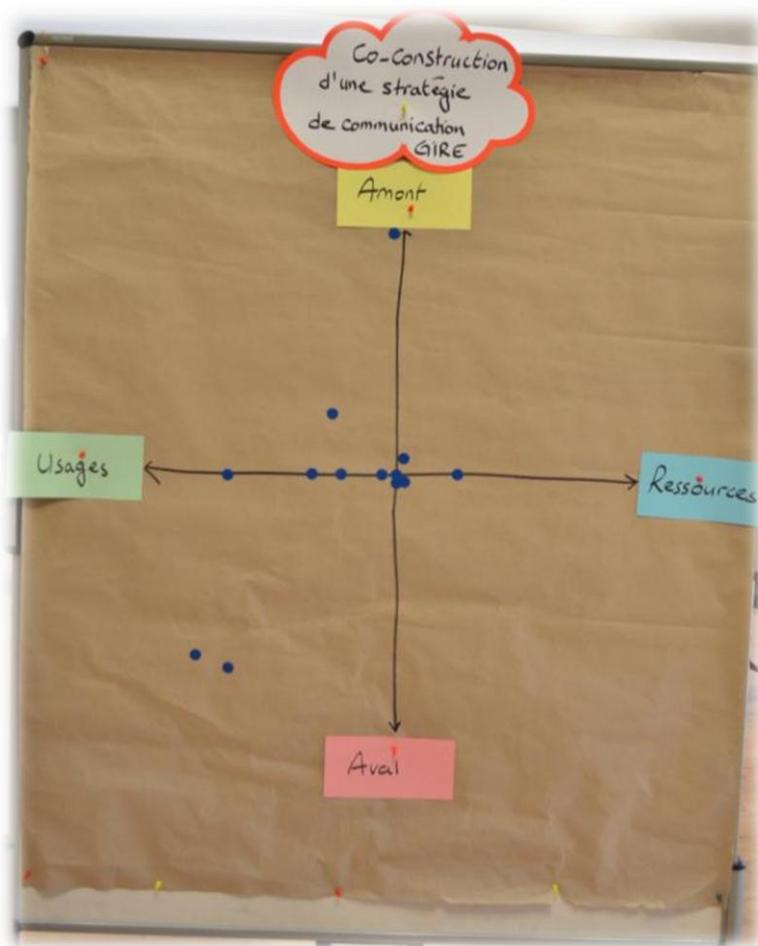
DEMARRAGE DE L'ATELIER

Après l'arrivée de l'ensemble des participants, et après l'ouverture de l'atelier par M. Brahim Berjamy de l'ABHT, M. Marc Haering, a fait une présentation d'une vingtaine de minutes pour rappeler le programme AGIRE, ses objectifs et la genèse de l'initiative CommunicEAU et les raisons pour lesquelles l'ABHT et la GIZ ont fait appel aux invités. 18 participants ont répondu favorablement à l'invitation (cf. Annexe, liste des participants).

Afin de détendre l'atmosphère de travail et de mesurer l'état interne du groupe vis-à-vis de sa mission, nous avons proposé un format de présentation individuelle sous forme d'un brise-glace décrit ci-dessous.

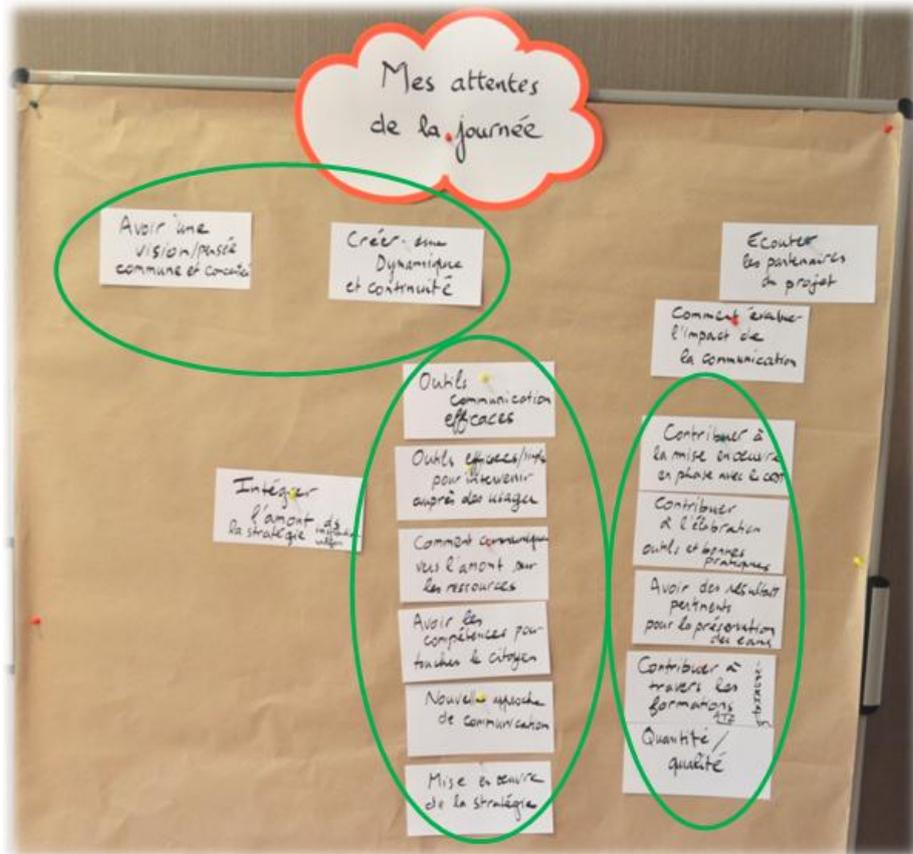
BRISE GLACE INITIAL

Pour démarrer l'atelier dans une atmosphère conviviale, chaque participant est invité à tour de rôle pour venir se présenter, dire ses attentes de cet atelier, et se positionner sur deux axes : mes activités se passent plus en amont ou en aval du bassin hydrographique, et ça concerne plus les ressources ou les usages. Les participants qui travaillent sur les quatre volets se positionnent au centre.



Cinq participants se sont positionnés au centre, un seul participant s'est positionné à l'amont (le représentant de la DREF), deux participants se sont positionnés entre les usages et l'aval, les autres sur l'axe ressources et usages.

Concernant les attentes des participants, l'image ci-dessous montre 3 principales catégories d'attentes :



Un premier groupe d'attentes formulées par l'ABHT et la GIZ concerne la dimension collective du groupe et sa dynamique dans le temps :

- **Avoir une vision/pensée commune et concertée ;**
- **Créer une dynamique et une continuité.**

Un deuxième groupe d'attentes concerne un apprentissage et une capacitation sur les outils et les compétences pour une communication efficace :

- **Outils de communication efficaces ;**
- **Outils efficaces/simples pour intervenir auprès des usagers ;**
- **Comment communiquer vers l'amont sur les ressources ;**
- **Avoir des compétences pour toucher le citoyen ;**
- **Nouvelle approche de communication**
- **Mise en œuvre de la stratégie**

Un troisième groupe d'attentes concerne la place des participants dans le processus et leurs contributions potentielles avec les dispositifs existants :

- **Contribuer à la mise en œuvre en phase avec le CDRT (NDLR, ce qui rentre dans la stratégie du CDRT) ;**
- **Contribuer à l'élaboration des outils et des bonnes pratiques ;**
- **Avoir des résultats pertinents pour la préservation des eaux ;**
- **Contribuer à travers la formation/l'information sur la quantité et la qualité des eaux (ATZ).**

Par ailleurs, une attente exprimée concernant la place de l'amont dans la stratégie de communication (zones de piémont et montagne) :

- **Intégrer l'amont dans la stratégie (usagers et institutions).**

Enfin, les deux représentants du consortium de bureaux d'études marocain et allemand (AHT et RESING) en charge des études pour la mise en œuvre de la convention GIRE, ont également exprimé leurs attentes :

- **Ecouter les partenaires du projet ;**
- **Comment évaluer l'impact de la communication.**

TRAVAIL EN SOUS-GROUPES

Après la pause café, les participants ont été répartis dans deux sous groupes mixtes. Quand deux ou plusieurs personnes représentaient la même structure, elles sont réparties dans les deux sous-groupes afin de favoriser un maximum de diversité.

Chaque sous-groupe a travaillé sur le même modèle : d'abord définir collectivement le ou les messages que l'on souhaite faire passer à travers cette stratégie, en commençant individuellement par les mots clés les plus importants avant de formuler collectivement des phrases sous forme de messages. Puis les participants ont été invités individuellement à formuler les objectifs en termes de changements de pratiques, que l'on souhaiterait atteindre à travers le message.

RESTITUTION EN PLENIERE

A l'issue de ce travail, les participants se sont retrouvés à nouveau en plénière pour partager leurs réflexions. Cet exercice s'est avéré à la fois riche et difficile, car d'une part les participants n'avaient pas l'habitude de travailler ensemble de cette façon, et d'autre part la réflexion collective autour du message est en soi un exercice pas facile.

Sous-groupe 1 :

LES MOTS CLES DU MESSAGE SOUS-GROUPE 1



Dans ce sous-groupe, les participants ont proposé de structurer les mots clés comme suit :

Usagers : Sensibilisation, Participation, Concertation

Ressources en eau : Durabilité, Préservation, Précieux (soin, attention), La vie

Usages : Economie, Gestion, Intégrée, Rationnelle

Pratiques : Bonne pratique, Amélioration

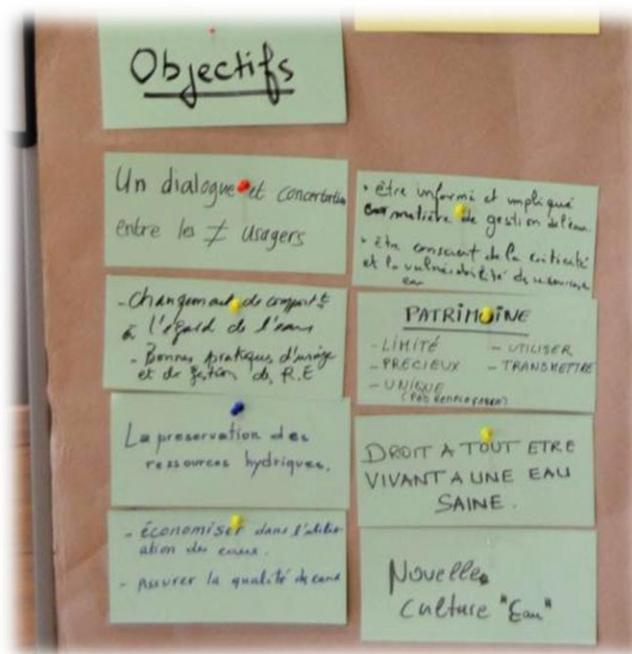
Un mot clé transversal a également été proposé : **Continuité**.

A l'issue de cet exercice les participants ont formulé les messages suivants :

1.	GIRE : participe avec nous au cycle de l'eau, de la vie.			
2.	<table style="border: none;"> <tr> <td style="border: none;"> - Je reçois - Je transmets </td> <td style="border: none; font-size: 3em; vertical-align: middle;">}</td> <td style="border: none; vertical-align: middle;">Une eau saine.</td> </tr> </table>	- Je reçois - Je transmets	}	Une eau saine.
- Je reçois - Je transmets	}	Une eau saine.		
3.	<p>Usagers : participez à la préservation et à la durabilité des ressources en eau.</p> <p>Usages : participez avec les bonnes pratiques économes en eau dans le but de la GIRE.</p>			

4.	La continuité de l'alimentation en eau est le fruit de l'économie, bonnes pratiques, participation, et préservation des ressources par les usagers et les usages.
5.	Préserve les ressources en eau avec la GIRE et concerte-toi avec les autres usagers pour une bonne pratique.
6.	L'eau qu'on utilise est l'héritage de nos ancêtres, faisons pareil avec nos enfants (gaspiller l'eau = assoiffer nos enfants).
7.	Une eau saine et en quantité suffisante est le meilleur héritage pour nos enfants.
8.	L'eau est précieuse pour la vie : il faut la préserver ! Participez, sensibilisez, rationalisez... (Utilisez sans user !)
9.	Sensibiliser et impliquer les usagers des ressources en eau → Une gestion intégrée rationnelle qui abouti à la préservation de cette matière.

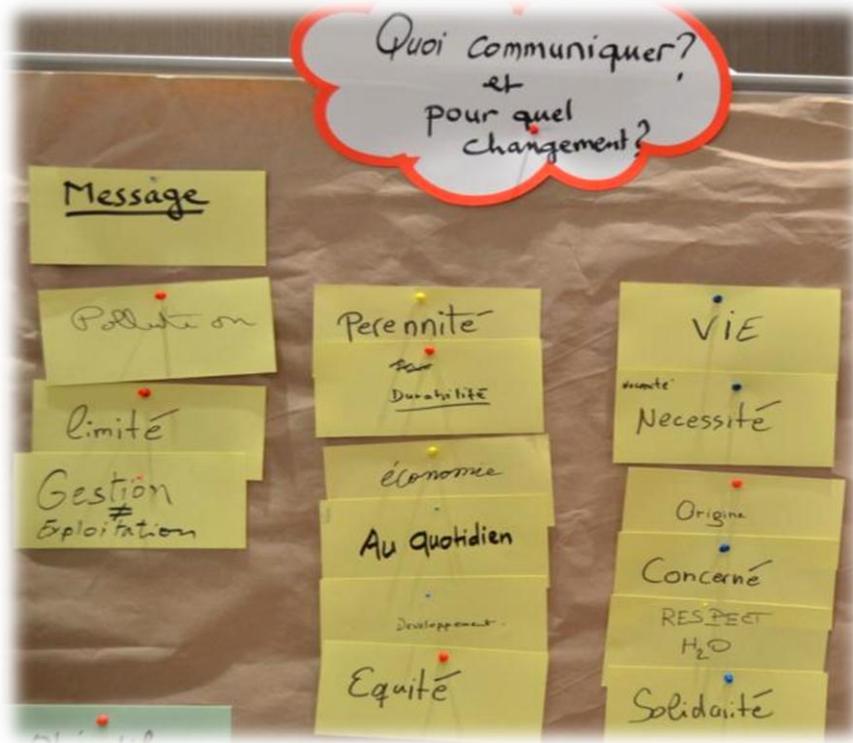
Après la formalisation des messages potentiels, les participants ont travaillé individuellement sur les objectifs que l'on veut atteindre à travers ce type de messages, voici les premiers résultats :



- Un dialogue et une concertation entre les différents usagers
- Changement de comportement à l'égard de l'eau : bonnes pratiques d'usage et de gestion des ressources en eau
- La préservation des ressources hydriques
- Economiser dans l'utilisation des eaux ; assurer la qualité des eaux
- Être impliqué et informé en matière de gestion de l'eau ; être conscient de la criticité et la vulnérabilité des ressources en eau
- PATRIMOINE : Limité ; précieux ; unique (pas remplaçable) ; utiliser ; transmettre
- Droit à tout être vivant à une eau saine
- Nouvelle culture « Eau ».

Sous-groupe 2 :

LES MOTS CLES DU MESSAGE SOUS-GROUPE 2



Dans ce sous-groupe, les participants ont proposé de structurer les mots clés comme suit :

- Pollution ; **Limité** ; **Gestion** ≠ Exploitation
- **Pérennité** ; **Durabilité** ; **Economie** ; **Au quotidien** ; Développement ; Equité
- **Vie** ; **Nécessité** ; Origine ; **Concerné** ; Respect H2O ; Solidarité

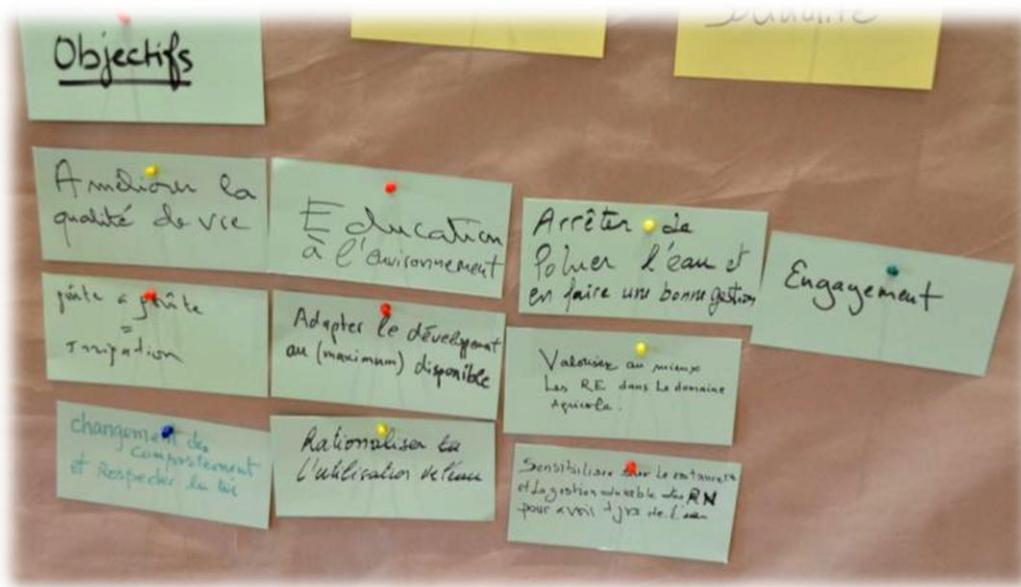
Les mots surlignés en vert étant des **mots communs** aux deux sous-groupes et ceux surlignés en jaune étant **très proches**.

A l'issue de cet exercice les participants ont formulé les messages suivants :

1.	L'eau est source de vie, limitée et vulnérable, dont la gestion au quotidien est une nécessité qui nous concerne tous !
2.	L'eau est source de vie très limitée en quantité et qualité ; nous sommes tous concernés pour la gérer d'une manière économe et pérenne, tout en développant les ressources en eau (non conventionnelles).

3.	L'eau c'est la vie : Protégeons, préservons, valorisons-la au quotidien pour survivre ! <i>(Message qui a fait l'objet d'un consensus dans le sous-groupe 2)</i>
4.	Et s'il n'y a plus d'eau : que faire ?
5.	L'eau est source de vie d'où la nécessité de respect et d'équité.

Après la formalisation des messages potentiels, les participants ont travaillé individuellement sur les objectifs que l'on veut atteindre à travers ce type de messages, voici les premiers résultats :

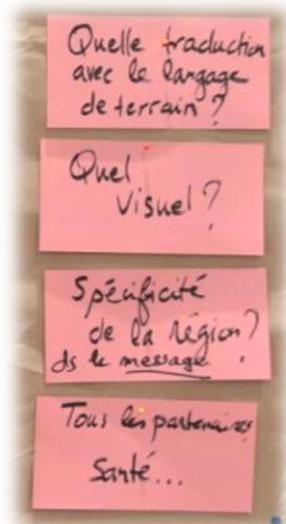


- Améliorer la qualité de vie
- Goutte-à-goutte = irrigation
- Changement de comportement et respect de la vie
- Education à l'environnement
- Adapter le développement (au maximum) disponible
- Rationaliser l'utilisation de l'eau
- Arrêter de polluer l'eau et en faire une bonne gestion
- Valoriser au mieux les ressources en eau dans le domaine agricole
- Sensibiliser sur la rationalisation et la gestion durable des ressources en eau pour avoir toujours de l'eau
- Engagement

Les objectifs surlignés en vert étant des communs aux deux sous-groupes, et ceux surlignés en jaune étant très proches.

Après la restitution des deux sous-groupes de leurs résultats, s'est suivi un débat entre les participants qui a permis de soulever quelques points :

- Comment s'assurer qu'à l'issue de ce travail, le groupe réussira à traduire l'ensemble des idées avec un langage adapté au terrain (simplicité vs efficacité ?)
- Quel type de visuels allons-nous utiliser pour atteindre nos objectifs (photos, cartes, vidéos, dessins...)
- Les spécificités de la région Haouz-Mejjate ne sont pas suffisamment apparentes à ce stade dans les messages et les objectifs à afficher (ça reste assez générique)
- Certains partenaires ne sont pas présents à l'atelier, et pour assurer le succès de cette démarche, l'ensemble des partenaires doit être mobilisé (santé, tourisme,...)



Autant de questions légitimes que le groupe commence à se poser à ce stade du travail.

L'APRES-MIDI

ENERGIZER

Après la pause déjeuner, nous avons proposé aux participants un petit exercice appelé « Energizer ». Il s'agit d'une façon agréable, ludique et dynamique de reprendre le travail de l'après-midi. Mettre les participants tous ensemble en action pour accomplir un objectif souvent drôle, crée une ambiance de groupe qui permet d'entamer l'après midi avec énergie et envie. L'exercice dans ce cas (photo ci-dessous) est que les participants, répartis dans deux équipes, doivent réussir à se coordonner pour poser collectivement un bâton au sol. La première équipe à réussir le défi aura gagné. Au début de la création d'un groupe, cet exercice permet aussi aux participants de faire connaissance et de partager un moment convivial avec les autres participants.

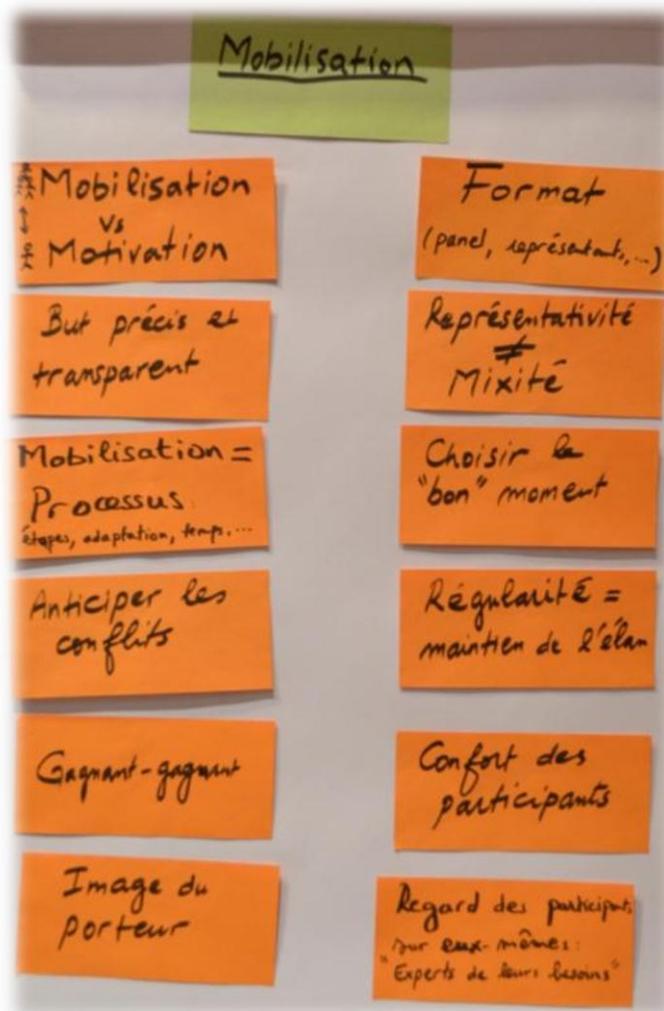


A la fin de l'Energizer, nous avons parlé de la symbolique qu'il y a derrière cet exercice. Quand on s'engage dans un travail collectif, l'engagement individuel, l'énergie de chacun, la coordination et le fait d'avoir un but commun sont autant d'éléments qui conditionnent le succès d'un travail collectif.

L'ANALYSE DU JEU D'ACTEURS

MOBILISATION ET RESPONSABILITES DES PARTICIPANTS DANS LA DEMARCHE

Avant d'entamer le travail collectif d'identification des acteurs à impliquer (les cibles vectrices et les cibles finales), il nous a semblé important d'apporter notre regard sur la question de la mobilisation au regard de nos différentes expériences dans des contextes similaires en région MENA.



PRINCIPES DE BASE

La question de la **mobilisation** est intimement liée à celle de la **motivation**. Il est en effet exclu que les acteurs d'un territoire soient mobilisés contre leur volonté. Ceci nécessite de veiller à la fois à l'intérêt individuel des participants qui suscite leur motivation et l'intérêt collectif qui permet la mobilisation d'un groupe.

La mobilisation des acteurs autour d'un projet est en soi un **processus** qui nécessite une **réflexion**, des **étapes** et des **réponses** à plusieurs questions : Peut-on considérer les participants comme étant

un même groupe d'intérêts ? Le groupe a-t-il d'autres priorités que celles proposées dans le projet ? Le groupe a-t-il une vraie place dans le projet ? Le groupe a-t-il déjà été mobilisé par le passé ? Le groupe a-t-il une bonne opinion sur ce type démarche ? Les participants sont-ils disponibles et disposés à s'engager pendant la durée envisagée ? Existe-t-il des tensions au sein d'un groupe ? Existe-t-il de bonnes chances d'obtenir des résultats ?....

Autre défi de la mobilisation, c'est de s'assurer que le regard qu'ont les participants sur la **capacité du groupe à changer les choses** soit bien positif. Cela doit passer par une prise de conscience collective car seuls les participants connaissent réellement leurs propres besoins et insister sur le fait qu'ils possèdent une expertise unique permettant de trouver des réponses. Cet engagement n'est pas évident à obtenir, car au-delà de leurs problèmes, les participants considèrent souvent qu'ils n'ont pas suffisamment de connaissances pour affronter d'égal à égal des interlocuteurs beaucoup plus habitués aux débats.

COMMENT MOBILISER ?

La mobilisation doit avoir un **but précis, clair et transparent**, sans lesquels, un sentiment de flou, de danger et de méfiance peut impacter et éloigner les participants.

L'image renvoyée par le porteur du projet (sa fiabilité, sa transparence, son sérieux, ses marges de manœuvre par rapport à sa hiérarchie...) est tout aussi **importante** et doit être **irréprochable**. En effet, elle peut avoir un impact significatif sur les participants, qui influencera positivement ou négativement leur mobilisation. Les rencontres devront se tenir dans un lieu agréable, neutre et proche des participants, en s'assurant des commodités (boissons, repas, sanitaires...).

Il faut également savoir **choisir le bon moment** pour mobiliser les participants. Il faut être capable de jauger de la **disponibilité** et de la **prédisposition** des participants pour le projet. Il faut en outre s'assurer que les leaders d'opinion ou les personnes influentes ne s'opposent pas à celui-ci. La mobilisation doit prendre en considération tout évènement ponctuel qui pourra influencer la disposition des participants (p.ex. une inondation, une pénurie d'eau, une panne ou une casse sur le réseau, un évènement social ou politique). En revanche, si l'on constate un **conflit latent** entre des groupes de participants, il convient de **différer le moment de la mobilisation**, à moins de contribuer à la résolution du conflit quand celui-ci fait partie de la problématique du projet.

Il faut également se poser la question du moment de la mobilisation par rapport aux étapes du projet. Idéalement, les participants sont **impliqués à chaque étape** de la démarche (dès le début et le plus tôt possible).

Pour éviter l'essoufflement ou le désintérêt des participants pour le projet, il faut trouver une **cadence suffisante** (ni trop, ni pas assez) d'échanges pour le maintien d'une **certaine dynamique**. L'expérience montre qu'il peut être plus efficace d'alterner des périodes d'activité intense, et des périodes d'appropriation des acquis de la démarche. Il importe d'organiser des retours réguliers sur l'avancement du projet, et de mettre en avant des résultats tangibles à communiquer aux participants afin d'éviter frustration et démobilitation.

Enfin, il est indispensable d'identifier des **relais locaux** qui pourront aider le porteur du projet dans la mobilisation des participants. Ces relais seront typiquement les leaders d'une structure collective locale (par exemple une association d'usagers ou de producteurs).

QUI MOBILISER ?

Cette question renvoie à la notion de **représentativité des participants** qui est délicate. En effet, sans enquêtes exhaustives avec des critères souvent lourds à mettre en œuvre, on ne peut prétendre à la représentativité des acteurs d'un territoire. Au mieux, nous pouvons affirmer une certaine **diversité ou mixité** des intérêts en jeu. Si le projet cherche un niveau d'implication égal, les moyens devraient donc être à la hauteur de cette ambition. Mais peut-être est-il plus raisonnable de respecter une mobilisation partielle, car elle traduit simplement le fait que tous les acteurs ne sont pas prêts ou ne souhaitent pas être impliqués à ce stade. Respecter cet état de fait c'est respecter un des principes déontologique de la participation : **la participation est libre et volontaire**, et ne peut être imposée.

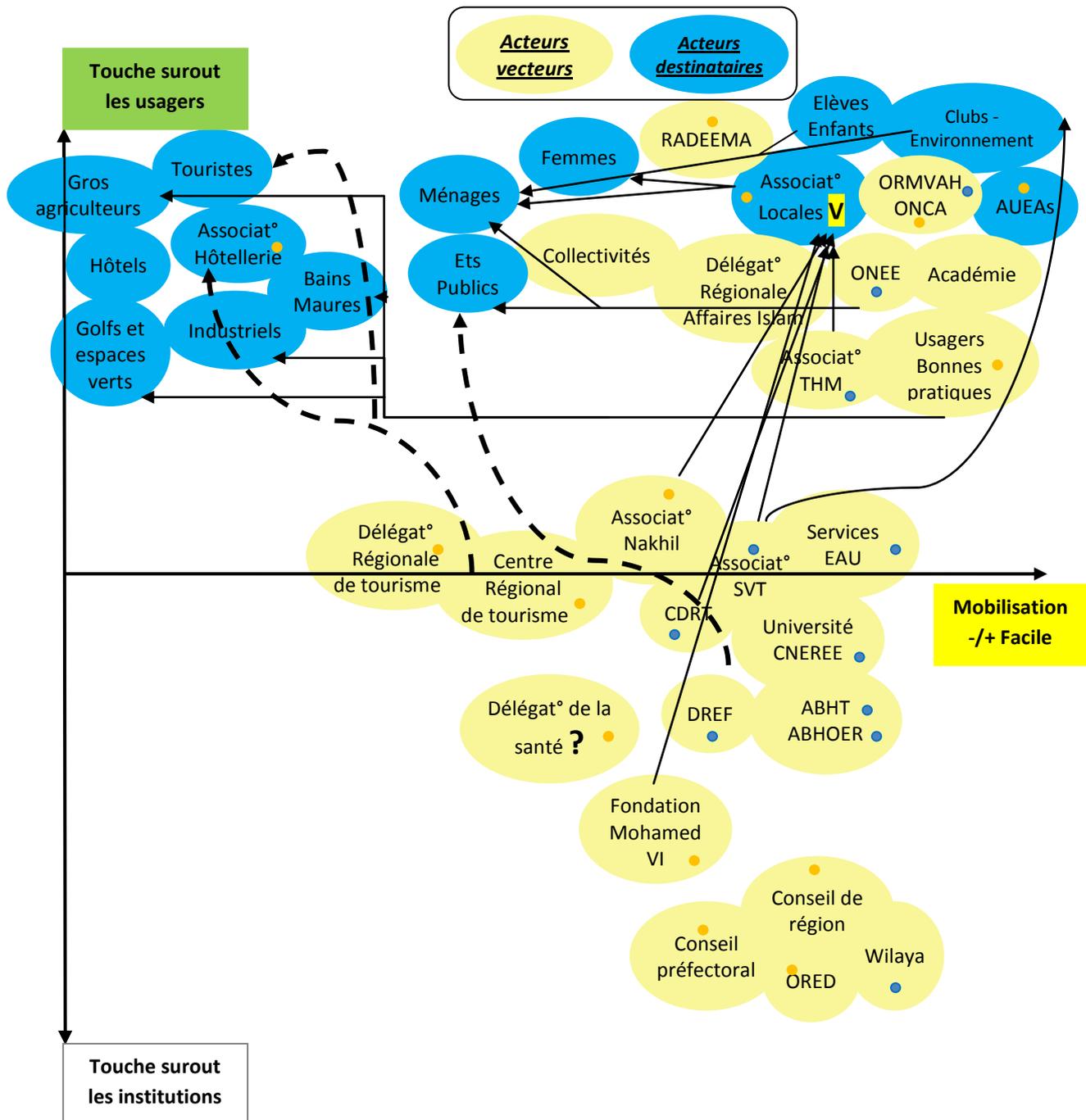
La représentativité des participants dans le processus ne veut pas forcément dire que tous les participants seront mobilisés au même moment ni de la même manière. Il peut être nécessaire de mobiliser largement les participants à certaines étapes décisives liées au démarrage, à la restitution de résultats ou à la prise de décision, et de se limiter à une présence des leaders à d'autres étapes du processus. En l'absence de conflits, ces leaders pourront en outre être en charge de mobiliser les participants dont la présence leur apparaît nécessaire.

QUELLES SONT LES CONDITIONS DE SUCCES DE LA MOBILISATION ?

La mobilisation ne peut avoir lieu durablement que si les porteurs du projet et les participants sont dans une stratégie de **gagnant-gagnant**. Ceci permet à la fois de renforcer la légitimité de la démarche, d'atteindre l'objectif du projet, et d'avoir un réel impact social et politique sur le territoire. Il est donc important de raisonner la mobilisation dans le temps et savoir garder et entretenir le **partenariat et l'engagement** des participants. Il importe de souligner que c'est dans le cadre de coalitions réunissant tous ou une large partie des acteurs locaux que des solutions efficaces seront préférentiellement identifiées.

On retiendra que la mobilisation est un phénomène complexe conditionné par plusieurs facteurs :

- Une prise en compte du contexte local, et des règles qui le régissent (culture, coutumes,..)
- L'ouverture et l'adaptation du processus à d'éventuels changements
- Le choix du moment opportun en ayant suffisamment de marges de manœuvre sur la durée
- Une communication claire et diffusée de façon régulière
- Une réceptivité du porteur du projet aux nouvelles idées des participants
- L'accessibilité du porteur du projet aux interrogations et aux besoins des participants
- Un relais local fiable et approuvé
- Une relation sincère de partenariat, de respect et de confiance
- L'obtention et la communication de résultats, même modestes, assez rapidement.



Les principaux résultats de ce graphique sont les suivants :

1. Les acteurs institutionnels ne sont pas en prise directe avec les usagers ;
2. Certains usagers sont très difficiles à mobiliser (gros agriculteurs privés, propriétaires de golfs, d'hôtels, de bains maures, les industriels, les touristes...) ;
3. Les associations « fédératrices » (SVT, THM, CDRT, Nakhil, fondation Mohamed VI...) qui œuvrent au niveau national peuvent constituer un excellent vecteur auprès des associations

- locales et autres clubs de l'environnement qui vont jouer à leur tour un rôle primordial pour toucher le grand public ;
4. Certains acteurs publics peuvent potentiellement (flèches en pointillés) être touchés par d'autres acteurs publics (ONEE et ABH pour les établissements publics par exemple les lycées, écoles,...) ;
 5. Les hôteliers peuvent potentiellement (flèches en pointillés) être touchés par la délégation régionale de tourisme et/ou par le centre régional de tourisme ;
 6. Les femmes sont identifiées comme étant un groupe cible à part entière du fait de leur rôle potentiel de relais au sein des ménages ;
 7. L'importance d'identifier des usagers porteurs de « bonnes pratiques » (ménages, industriels, agriculteurs, associations,...) afin de s'appuyer dessus comme vecteurs (effet de démonstration, langage identique entre pairs...) ;
 8. Les participants (marqués avec une pastille bleue sur le graphique) estiment que certains acteurs manquent autour de la table (acteurs marqués par une pastille orange sur le graphique) pour bâtir cette stratégie, notamment les usagers porteurs de bonnes pratiques, la RADEEMA, les AUEAs, l'Académie, la délégation régionale de tourisme, le centre régional de tourisme, la fondation Mohamed VI, l'association Nakhil, l'ORED, le conseil de la région, et le conseil préfectoral. Deux acteurs ont fait l'objet d'un débat entre les participants pour savoir s'il faut ou pas les solliciter pour contribuer à cette stratégie : la délégation de la santé et l'association des hôteliers. Cependant, il convient de rappeler que le succès de cette démarche dépend d'un bon équilibre entre la diversité des acteurs représentés et leur nombre. Un nombre trop important de contributeurs peut s'avérer contre productif du fait du nombre important d'interactions-négociations que cela va nécessiter.

Il était par ailleurs prévu de prendre du temps lors de cette première rencontre pour entamer une planification stratégique, tel qu'annoncé dans l'agenda, mais malheureusement le temps (justifié) passé sur les étapes précédentes ne nous a pas permis d'aller jusqu'à cette étape.

L'EVALUATION A CHAUD DE LA JOURNEE

En fin d'après-midi, nous avons demandé aux participants d'évaluer la journée et de s'exprimer sur ce qui a été produit, au regard de leurs attentes ainsi que sur le déroulement, timing, lieu, ambiance,... et tout autre point qui leur semblait important et qu'ils souhaitaient partager.

Au regard des attentes affichées par les participants en début d'atelier, majoritairement, les participants se sont montrés plutôt satisfaits vis-à-vis du contenu et étaient également satisfaits du format.

Le tour de table a permis à la fin, pour chaque participant, de s'exprimer en quelques mots devant les autres. Plusieurs participants se sont déclarés enthousiastes, et ont trouvé que l'atelier a été utile pour la suite. Sans savoir ce que les acquis de la journée leur permettront de faire pour la suite, plusieurs participants ont apprécié les partages des points de vue, des connaissances et des apprentissages personnels sur la démarche de co-construction d'une stratégie.

Certains participants ont néanmoins exprimé une certaine frustration et une envie d'aller encore plus loin, y compris pendant cette journée.

Un besoin évident se précise concernant l'appropriation de la logique qu'il y a derrière un tel processus collectif qui intègre différentes parties prenantes et qui vise à la fois la conception et la mise en œuvre d'une stratégie qui se veut consensuelle.

Une évaluation anonyme en complément de cette évaluation en « public », serait recommandée dans ce type d'atelier, car il n'est pas aisé pour les participants de révéler l'intégralité de leur évaluation devant les autres participants.

SUITE DU TRAVAIL

D'ici la prochaine mission d'appui à la co-construction de la stratégie de communication, prévue du 21 au 25 mars 2016, plusieurs **tâches** sont à prévoir :

1. **Identifier** quelques personnes (2 ou 3) porteuses de « bonnes pratiques » auprès de certains usagers (ménages, agriculteurs, hôtels, industriels,...) disponibles et facilement mobilisables :
 - Prise de contact directe avec les personnes ressources qui sont dans l'entourage de l'ABHT et des membres du groupe de travail (noms, fonctions, pratiques, contacts) pour les rencontrer lors de la mission 2 en vue de les préparer et de les inviter à l'atelier prévu la même semaine.
 - Les contacter individuellement par les personnes qui les suggèrent, de préférence de vive voix quand cela est possible, sinon téléphone ou mail.
 - En amont de la mission 2, faire réfléchir le groupe de travail sur ce qu'est une « bonne pratique » (lien avec la durabilité des ressources en eau, caractère innovant, l'adaptation de la pratique au contexte du Haouz-Mejjate, caractère reproductible et adaptable, coût d'accessibilité et d'appropriation de la pratique par les autres usagers,...). Un petit formulaire que nous proposerons pourrait être envoyé aux participants individuellement.
 - En amont de la mission 2, faire réfléchir le groupe de travail sur des objectifs de la communication GIRE, plus précis à partir des objectifs généraux proposés lors de l'atelier de la mission 1. Un petit formulaire que nous proposerons pourrait être envoyé aux participants individuellement.
2. **Identifier** pour les institutions manquantes, les personnes (nominativement) intéressées et intéressantes pour la démarche (les prises de contact se feront par l'ABHT et la GIZ)
3. **Prévoir 1 atelier** durant cette semaine-là (le jeudi 24 mars) pour :
 - a. Compléter les objectifs par groupe cible de manière fine et consensuelle
 - b. Co-construire une planification stratégique détaillée pour la mise en œuvre de la stratégie de communication en phase avec les objectifs validés (quoi, qui, quand, comment, pourquoi, moyens, indicateurs de succès...)
 - c. Acter une démarche d'accompagnement ad hoc pour les acteurs de terrain (renforcement de capacités, accompagnement, formation, production de supports...)

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

CADRE GENERAL

Les différents objectifs visés par la co-construction de la stratégie de communication GIRE reflètent une forte ambition dans le contexte du Haouz-Mejjate : aboutir à une meilleure gestion des ressources en eau en impliquant l'ensemble des parties prenantes y compris dans la communication. Un certain nombre de défis se posent alors aux commanditaires :

1) Un premier défi porte sur la co-construction, et plus spécifiquement sur la façon d'y arriver. En effet, une stratégie se définit sur la base de critères qui ne sont pas forcément les mêmes pour toutes les parties prenantes. Les uns y verront un défi technique, les autres un défi organisationnel. Dans tous les cas, c'est bien dans le partage et la mise en commun de perspectives diverses qu'il sera ensuite possible de choisir les voies/voix qui conviendront au plus grand nombre. Par conséquent, nous posons comme principe de base le consensuel et le durable, et qui doit se construire au travers d'un processus réellement participatif.

La mise en place de ce groupe de travail est un premier pas sûr pour affronter ce défi.

2) Un second défi porte sur la mobilisation des différentes parties prenantes, y compris le groupe de travail lui-même, dans le processus de co-construction d'une part, et dans la contribution à la mise en œuvre de la stratégie, d'autre part. En effet, si l'implication de différentes parties prenantes dans un processus participatif est nécessaire, elle ne peut être imposée, sans quoi l'essence même de la démarche s'en trouverait altérée. La liberté de manœuvre vis-à-vis de la hiérarchie ainsi que l'esprit d'initiative devraient être fortement encouragés à tous les niveaux.

3) Un troisième défi relève de la maîtrise du temps et de l'organisation pratique pendant et après la co-construction de la stratégie. Si cette démarche a l'ambition de déboucher sur un groupe de travail opérationnel et une stratégie de communication réaliste et réalisable, elle nécessitera néanmoins du temps, et demandera davantage de moyens humains et matériels, afin d'offrir aux acteurs la possibilité d'avoir un regard nouveau sur eux-mêmes et sur les autres acteurs concernés par la gouvernance des ressources en eau : celui d'une innovation sociale basée sur la co-construction. Ces derniers seront alors plus à même de changer leurs pratiques, et mettre en œuvre les choix déjà débattus. Cependant, un accompagnement du programme AGIRE par des experts en concertation et animation sera sans nul doute nécessaire pour y parvenir.

4) Un dernier défi relève de la généricité des résultats produits. En effet, il serait nécessaire d'adopter une posture réflexive, avec de bons outils d'évaluation, pour que l'on puisse définir - sur la base de cas particuliers que se propose de traiter le groupe - les grandes lignes de conduite à adopter pour mettre en place un processus adéquat de communication active à l'échelle de l'ensemble du bassin du Haouz-Mejjate. , .

La communication active est par définition intégrative, et fait appel à tous les maillons d'une longue chaîne d'acteurs. Le travail de réflexion et d'actions qui permettra au programme AGIRE d'atteindre ses objectifs, n'aura donc de sens que si l'on mène parallèlement et simultanément un travail de sensibilisation et de concertation à la fois en amont de la chaîne d'acteurs (auprès des chefs hiérarchiques) et en aval de cette chaîne (les usagers de la ressource en eau) dans un format approprié et avec des délais raisonnables.

LE GROUPE DE TRAVAIL

A l'issue de cette journée d'échanges entre les parties prenantes ayant répondu présent, plusieurs points peuvent être mentionnés pour une prise en compte éventuelle dans la suite du travail :

- Les participants ont montré un intérêt manifeste pour ce travail et se sont montré coopératifs et se déclarent prêts à poursuivre et aller plus loin.
- Les participants présentent quelques divergences de points de vue, notamment en ce qui concerne leur perception sur la proximité de certaines structures avec les usagers (par exemple la proximité de l'ONEE ou de l'ORMVAH avec les usagers via les associations locales en milieu rural), mais ils ont davantage de points de convergences, notamment dans leur envie de succès de cette démarche, les cibles directes et les cibles vectrices, la difficulté de mobiliser certaines catégories d'acteurs comme les gros agriculteurs et les hôtelier, ou encore l'importance d'avoir certains acteurs clés qui n'étaient pas représentés lors de cet atelier.
- Cet atelier a permis de révéler un besoin évident pour les participants de travailler et de collaborer différemment (envie d'avoir un espace de collaboration pour un réel impact sur le terrain).
- La réflexion stratégique a eu un écho favorable et traduit là aussi un besoin des participants de prendre le temps et le recul nécessaires avant d'entamer une action de terrain. Ces deux derniers constats sont valables dans le travail quotidien des participants, même en dehors du programme AGIRE.
- La plupart des participants ont fait preuve d'ouverture et d'écoute appréciables et nécessaires dans ce type de coopération. Les divergences « sectorielles » (agriculture, eau, forêt,...) n'ont eu aucun impact sur la coopération.
- Les participants ont fait preuve également de lucidité et d'objectivité sur leur situation, ce qui est réaliste de faire ou pas dans le contexte marocain en général et celui du Haouz-Mejjate en particulier. Les participants sont à la recherche de leur propre modèle de fonctionnement, ceci démontre bien une conscience et capacité collectives à y travailler dans ce sens.

Pour autant, certains ingrédients manquent encore à ce groupe pour y parvenir de manière sereine et pertinente :

- Il est clair que la matière « vivante » du groupe n'est pas entièrement constituée et les participants ont besoin de travailler encore ensemble, se connaître, se faire confiance,...

(parfois le temps nécessaire est important et il faut le prendre). Un groupe n'est pas seulement une somme d'individus.

- L'échelle d'intervention, les rôles et les priorités ne sont pas toujours les mêmes pour tous les participants, et il serait utile de bien clarifier cela à chaque fois que l'occasion se présente. Travailler à la fois sur des chantiers communs et des chantiers spécifiques afin d'assurer l'adhésion durable des membres sans que certains se sentent lésés ou écartés. Idem pour l'équilibre entre les actions de long terme (stratégiques) et immédiates (urgentes).
- Certains participants manquent encore à l'appel (comme la RADEEMA par exemple), il faut les intégrer rapidement sans pour autant avoir un groupe trop grand qui perdra en efficacité : il faudrait trouver le juste équilibre.
- L'ensemble des participants est d'accord sur le fait d'impliquer les usagers activement, cependant les choses ne sont pas encore claires pour tout le monde, ni sur la façon de le faire, ni sur la place à accorder aux usagers dans ce processus. Il convient de travailler sur ce point lors de la prochaine étape.
- L'ABHT et l'association SVT, étant déjà liés par une convention de collaboration, se sont proposés de faire le secrétariat du groupe, pour les éventuels échanges ultérieurs, le suivi,... Il convient de faire valider cette proposition par le groupe quand il sera au complet.

Le succès et l'adhésion à un projet collectif dépend fortement de l'implication et de la prise en compte des besoins et des attentes de chaque participant. Le programme AGIRE via le projet CommunicEau est une opportunité très intéressante, pour y répondre et mettre en route une dynamique territoriale nouvelle et innovante dans le domaine de la gestion intégrée de l'eau.

Annexes

LA LISTE DES PARTICIPANTS

Nom Prénom	Institution	Téléphone	Email	Signature
MAAROUF MOHAMED	SCE EAU KELAA	06.61.92.06.77		
BRAHIM BERJAMG	ARBIT	0661.651976	b.berjamg@gmail.com	
SGHIR FATHALLAH	ORMVAH	06.61.11.10.92		
Alaoui Amina	WILAYA	06.61.65.17.20		
LUC GRANJEAN	ATZ			
ALLALI MOHAMED	ONEEBE	06.61.04.92.47		
ALLALI KHALIL HICHAM	DREF	06.78.40.01.14		
BAHRIR HASSAN	SE EAU MARRAKECH			
IMACHE Amar	Lisode	0033623816415	ai@lisode.com	

Nom Prénom	Institution	Téléphone	Email	Signature
KASSAMI Abdelouah	AESVT m.	0667469119	kassami.ab@gmail.com	
NAKOUH Abdelhak	Service de CDAT	0671222444	nakouh.abdelhak@gmail.com	
Louisa MANDI	CNEREE	0670093149	mandi@uca.ma	
Aboufran Aboufran	RESING	0661240238	m.aboufran@resing.ma	
AYAD. Asma	Service Environnt Wilaya de Marrakech	0661821390	asmaenrd@gmail.com	
CHITAOUI Brahim	AESVT-ma	0663507811	chitaoui.br@gmail.com	
DE CONDAPPA Devraj	AHT		de-condappa@ahitgroup.com	
Mohammed Zahir	Terre et Humaine Maroc	0616893385	zahirway@gmail.com	
BARKATE Rachid	ARBIT	06.62.09.74.56	barkate71@gmail.com	
HAERING Marc	AGRE/GIZ	06.61.36.03.42	marc.haering@giz.de	

RENCONTRES PREALABLES A L'ATELIER

Ne sont reportés ici que les éléments en lien avec la communication.

Discussion interne GIZ et ABHT :

25/01/2016 après-midi (Marc Haering, Brahim Berjamy, Rachid Barkate, Hassan Nebghi)

- Rappel du contexte du programme AGIRE et genèse de la démarche CommunicEau
- Constat : absence de stratégie de communication, actions limitées à de l'évènementiel ponctuel
- Discussion et validation du programme de la semaine.

Discussion à l'ORMVAH :

26/01/2016 matin (Marc Haering, Brahim Berjamy, Fathallah Sghir de l'ORMVAH, Luc Grandjean de ATZ)

- L'ORMVAH dans le contexte du projet avec ATZ, travaille avec une trentaine d'associations, soit plus de 1500 agriculteurs ;
- Certaines associations sont à redynamiser, d'autres à créer pour le projet de reconversion ;
- ORMVAH se propose de mettre à disposition 2 salles de formation (El Geit et Saada) qui pourraient constituer des espaces de communication autour des thématiques quantité et qualité des eaux souterraines ;
- Projet PROMER visant la reconversion de 57000ha au goutte-à-goutte (donc un gros volet sensibilisation et un rôle important pour les associations) ;
- On vise non seulement à économiser l'eau, mais également à la valoriser ;
- Souhait de communiquer (agriculteurs et vendeurs) sur les risques de sur-fertilisation ; ;
- Souhait de communiquer sur les techniques d'économie d'eau (accompagnement dans la mise en place des dispositifs, encadrement dans le suivi et la maintenance,...)
- L'ORMVAH souhaite un accompagnement dans la mise en oeuvre du projet de reconversion en termes de sensibilisation, les besoins détaillés restent à identifier

Discussion à l'ONEE :

26/01/2016 matin (Marc Haering, Brahim Berjamy, Mohamed Elilali de l'ONEE)

- L'ONEE travaille beaucoup avec les associations D'AEP au niveau rural et dans les centres (Chichaoua, Eassaouira, Kelaï des Serghana, Ben Guerir,...)
- Sensibilisation pour augmenter le rendement et la performance du réseau
- Propose des formations et un accompagnement technique (par exemple pour la recherche de fuites, ou le décryptage de la facturation)
- Accompagnement avec un rythme allant de un à deux ans lors de la mise en place des projets d'AEP

- Problème de dialogue avec les usagers concernant le remplacement des compteurs (normalement tous les 10 ans), les compteurs défectueux étant toujours à la faveur des consommateurs, ces derniers ne souhaitent pas collaborer pour les changer
- Communication en interne : rencontres annuelles pour faire le bilan de l'année précédente et préparer la stratégie de l'année suivante (cela ne concerne pas directement les usagers)
- Partenariat avec les associations (une vingtaine) en milieu rural qui vendent l'eau directement à l'utilisateur, ce qui leur donne droit à un certain pourcentage de la vente d'eau pour le fonctionnement de l'association et entretenir le réseau
- La sensibilisation passe essentiellement par les campagnes nationales (medias, affiches,...) mais cela n'est pas très efficace localement car ne prend pas en compte les spécificités territoriales
- Besoin évident de communiquer davantage sur les fuites (gestes citoyens : signaler la fuite dès son apparition et même quand elle ne concerne pas la personne directement)
- Besoins de communiquer sur le gaspillage

Discussion avec l'association des enseignants des sciences de la vie et de la terre :

26/01/2016 après-midi (Marc Haering, Brahim Berjamy, Brahim Chitaoui, enseignant et membre actif de l'association, section Marrakech)

- Association nationale qui touche l'ensemble du royaume avec 22 sections régionales, dont celle de Marrakech
- Convention signée avec l'ABHT sur les sujets suivants : alertes crues, sorties scolaires sur sites pour voir les différents ouvrages hydrauliques, contes enfants, concours (économie d'eau dans les ménages, vidéos, supports numériques, arts plastiques), conférences, ateliers
- Travaille directement avec les associations locales
- 3 axes principaux : Santé, environnement, pédagogie
- Projet du moment « Education à l'économie de l'eau et à l'environnement » dit 3^E, la section de Marrakech est la plus avancée sur le sujet. Le déclencheur fut le débat national sur l'eau
- Les années précédentes plusieurs sujets ont été traités sur plusieurs années : Sida, pollution de l'air,... (quand on a fait le tour du sujet, on passe à un nouveau sujet)
- L'ASVT offre pas mal de formations
- Intervient directement dans les établissements scolaires (une dizaine) pour faire de la sensibilisation
- Exemples de sujets : Installation de goutte-à-goutte, réutilisation des eaux des lave-mains, création de marres (écosystème)...
- Exemple de projet à succès : le tri des déchets à Marrakech, avec une communication basée sur l'embellissement du quartier d'abord, puis inclure le tri dedans, en faisant du porte-à-porte ; le rôle des femmes dans cette initiative a été déterminant dans son succès.
- L'ASVT dispose à Marrakech d'un espace pédagogique illustrant le circuit de l'eau, éventuellement à enrichir et développer davantage

Discussion téléphonique avec la fondation Mohamed VI :

26/01/2016 après-midi (Marc Haering, Madame ZAIR)

- Touche beaucoup d'associations locales, mais aussi les communes
- Intervient sur tout le royaume (mais basée uniquement à Rabat, avec une représentation périodique à Marrakech)
- 3 thèmes principaux : Energie, déchets, eau
- Travail sur la propreté des plages et la sauvegarde de la Palmeraie de Marrakech
- Mise en place d'une plate-forme pédagogique interactive 3D sur l'énergie et le climat
- Souhait d'étendre cette plate-forme à l'eau
- Passage du papier au numérique : les nouvelles technologies touchent plus facilement les jeunes, donc une évolution naturelle de la communication
- Une étude d'évaluation de l'impact de la plate-forme 3D sur l'énergie et le climat, est en cours pour mesurer les impacts concrets de ce type de support de communication
- Répondent aux sollicitations ponctuelles dans tout le Royaume, sous forme d'ateliers de sensibilisation, conférences avec mobilisation d'experts en fonction du sujet demandé
- Un partenariat élargi : ONEE, Nestlé, Association SVT, associations locales, Les directions eau et forêts...
- Autre projet en cours : « les chemins pédagogiques »

Discussion téléphonique avec l'association Terre et Humanisme :

27/01/2016 matin (Marc Haering, Ali Djafri, membre actif de l'association)

- Association à vocation nationale qui touche l'ensemble du Royaume (basée à Casa Blanca)
- Travaille beaucoup avec les associations locales
- CIPA (Carrefour de Initiatives et Pratiques Agroécologiques) est un centre de formation à l'agroécologie porté par l'association et inauguré en juillet 2015 à Marrakech
- Formations proposées au grand public, agriculteurs, animateurs,...
- L'association compte sur un large réseau de coopératives et animateurs
- L'association a un contact direct avec la population des douars pour parler des différentes initiatives
- Démarche de renforcement de capacités en amont de toute initiative
- La « percolation » par les pairs est le meilleur moyen de toucher les gens (exemple : agriculteurs ayant changé de pratiques, les autres agriculteurs quand ils voient les résultats, ils suivent)
- Projet agriculture urbaine, initié à Casa, considéré comme un succès pour plusieurs raisons : malgré un certain scepticisme au début, certains agriculteurs ont accepté, Pierre Rabhi est venu lui-même expliquer, les gens au début n'y croyaient pas, on a commencé par une ferme pédagogique sur les terres de la fondatrice de THM Maroc, la démonstration a marché, ça a pris beaucoup de temps, mais au final ça vaut le coup.
- La confiance avec les leaders locaux est indispensable, en sachant prendre le temps qu'il faut pour ça.

Discussion avec la direction régionale eau et forêts de Marrakech :

27/01/2016 matin (Marc Haering, Hichem Khalil et son collègue de la DREF de Marrakech)

- La DREF travaille beaucoup avec les populations locales de l'amont, notamment pour tout ce qui touche au reboisement
- Compte sur son réseau de centres de développement forestiers par région ou par commune et un bureau local par secteur, avec une présence permanente sur le terrain
- Nous programmons des ateliers thématiques par exemple sur la filière (maximiser la valeur ajoutée pour minimiser la pression sur les ressources)
- La communication de la DREF avec les populations locales passe exclusivement par le verbal, il n'y a pas de supports
- L'adhésion de la population est indispensable sinon ça ne marche pas, et pour ça il faut négocier dans une logique gagnant-gagnant (identifier où est le gain pour chaque partie)
- L'aide de l'Etat a joué aussi un rôle important : tous les 300 ha aménagés, l'association locale touche 350 dh/ha pour des actions de développement à condition de veiller sur les plantations. Cette aide a incité certaines populations à s'organiser en associations
- Certaines zones ne nécessitent pas beaucoup d'efforts de mobilisation et communication, car ce sont les populations elles-mêmes qui réclament un reboisement, notamment les zones de montagne à forte fréquentation touristique
- Le projet FIDA a été un succès en termes de collaboration et de gestion intégrée avec la population locale
- Concernant la GIRE, il faut absolument regarder différemment les populations de l'amont et les prendre en considération différemment, car étant donné que l'eau bénéficie exclusivement à l'aval, l'intérêt pour eux de jouer le jeu de la GIRE n'est pas évident. Il faut peut-être imaginer des mécanismes de réinvestissement (Loi ? ABHT ?) d'une partie des redevances liées à l'eau distribuée en aval dans des actions de développement en amont (appui à l'irrigation, ruches, ...)

Discussion avec les représentants de l'association France Maroc au cœur :

27/01/2016 après-midi (Marc Haering, Noël Nel de AFEMAC France et Fouzia Delaite de AFEMAC Maroc)

- Actions structurées autour de 6 axes : droit au transport, droit à l'eau et à l'assainissement, droit à l'alimentation, droit à la santé, droit aux activités génératrices de revenus (AGR), droit à l'habitat
- En ce moment 8 projets dans 8 douars différents dans la région de Marrakech (soit 1500 personnes concernées environ)
- A joué avec succès le rôle de médiateur entre l'ONEE et une association locale d'eau potable qui s'est accaparé un forage de l'ONEE destiné à 20 douars
- L'association dispose d'un centre de formation
- L'association dispose d'un jardin d'application pour les stagiaires
- En projet une parcelle de démonstration de 1,5 ha

- Ils ont réalisé un nouveau forage
- Le diagnostic des besoins était déjà disponible (fait par les communes) et certains projets étaient sur les rails mais en dormance, il fallait juste les activer
- Actions de sensibilisation : Eviter les monocultures, les cultures trop gourmandes en eau, favoriser l'agroforesterie, introduire les plantes aromatiques et médicinales, conseils pour les seguias, récupération des eaux de pluie, caravanes médicales, cuiseurs solaires,
- Constructions de WC pour les écoles
- Réseaux d'assainissement réalisés
- Pour le succès auprès des populations, faire attention dans les zones enclavées à la circulation de rumeurs qui vont vite, faire attention aux rapports hommes-femmes, ne pas trop compter sur les jeunes (exode massif), avoir des supports visuels adaptés avec des codes simples (images, vidéos,...)

Discussion avec la représentante du CNEREE et de l'ONG CDRT :

27/01/2016 après-midi (Marc Haering, Brahim Berjamy, Leila Mandi du CDRT et du CNEREE)

- CDRT : Centre de Développement de la Région de Tensift
- CNEREE : Centre National d'Etudes et de Recherches sur l'Eau et l'Energie
- Les activités du CDRT sont focalisées autour de 4 pôles : Art & Culture, Education & Formation, Environnement & Développement Durable, Solidarité Sociale
- Travaille beaucoup avec les associations locales
- Pas mal d'expériences dans les projets de développement
- Fédère plusieurs associations
- Propose des ateliers d'encadrement et formation /évaluation avec une mobilisation d'experts selon les sujets
- CNEREE : Projet de recherche développement sur l'assainissement à faible coût, notamment dans les écoles et les douars
- Actions de sensibilisation sur la contamination des eaux d'AEP (salmonelles)
- Les cibles femmes/enfants sont très importantes
- Actions de renforcement de capacités des élus/élues (CDRT)
- Actions de formation aux activités génératrices de revenus pour les femmes (CDRT)
- En cours un projet pilote de station d'épuration des eaux pour 3 douars, en partenariat avec les associations locales (démarrage avec des ateliers de sensibilisation) (CNEREE)
- Autre sujet important : la pollution des cours d'eau par les huileries