

# Résultats du sondage « Et vous ? Comment voyez-vous notre territoire de demain ? »

Période : du 04/11/2022 au 15/11/2022.



## Introduction :

Ce sondage a été créé en vue d'identifier les besoins et les priorités des acteurs du territoire du GAL Pays de l'Ourthe pour ces 5 prochaines années sur Google Form.

Il a été diffusé :

- Sur la page web et Facebook du GAL Pays de l'Ourthe ;
- Aux directions générales des 7 communes du GAL qui l'on également diffusée via leur propose canaux.

Le sondage a récolté 211 participants.

Le texte de présentation du sondage était le suivant :

**« En tant qu'acteur de notre territoire, votre opinion est importante pour nous.**

**L'objectif ? Avoir une vision sur vos besoins et vos priorités en termes de développement local de votre territoire.**

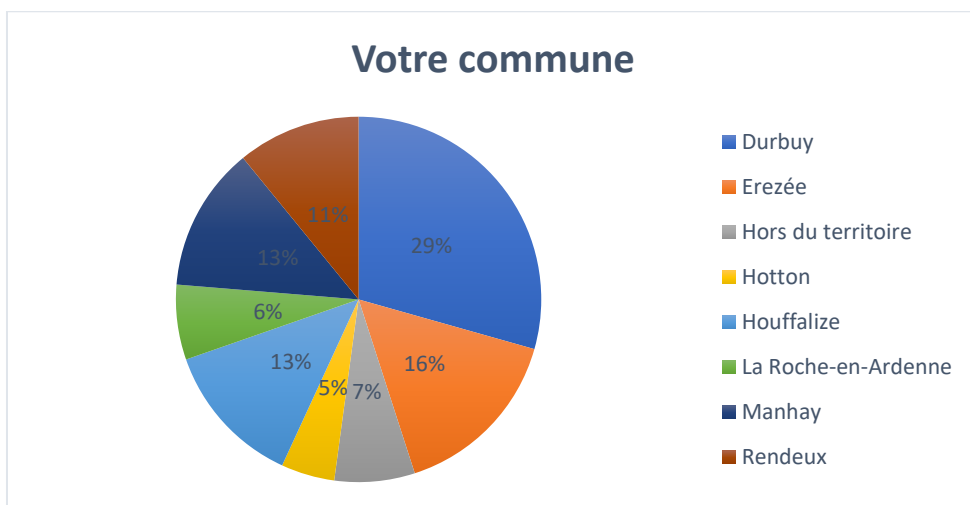
**Cela ne vous prendra pas plus de 15 minutes.**

**Un tout grand merci pour votre contribution ! »**

## Le profil des sondés :

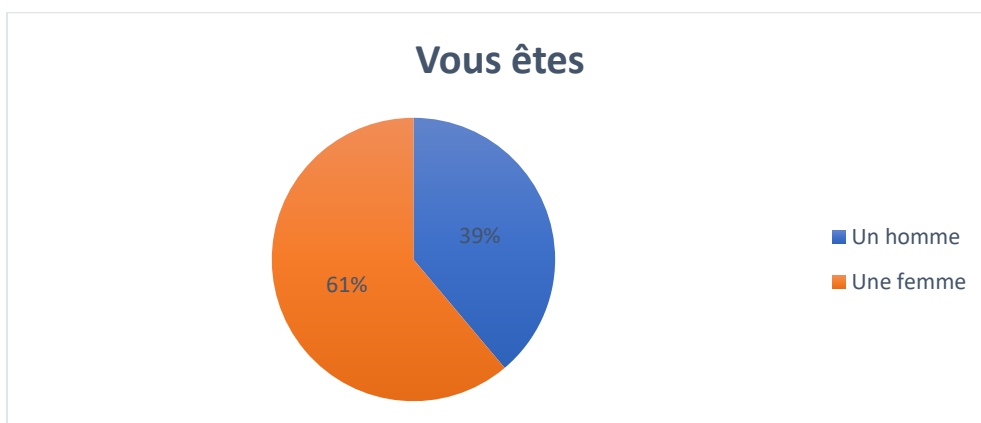
### Question 1 : Votre commune ?

L'ensemble du territoire est représenté, avec 29% des sondés provenant de Durbuy, 16% de Rendeux, 13% d'Houffalize et de Manhay, 11% d'Erezée, 6% de La Roche-en-Ardenne et 5% de Hotton. 7% des sondés ne proviennent pas du territoire.



### Question 2 : Vous êtes ?

61% des sondés sont des femmes et 39% sont des hommes.

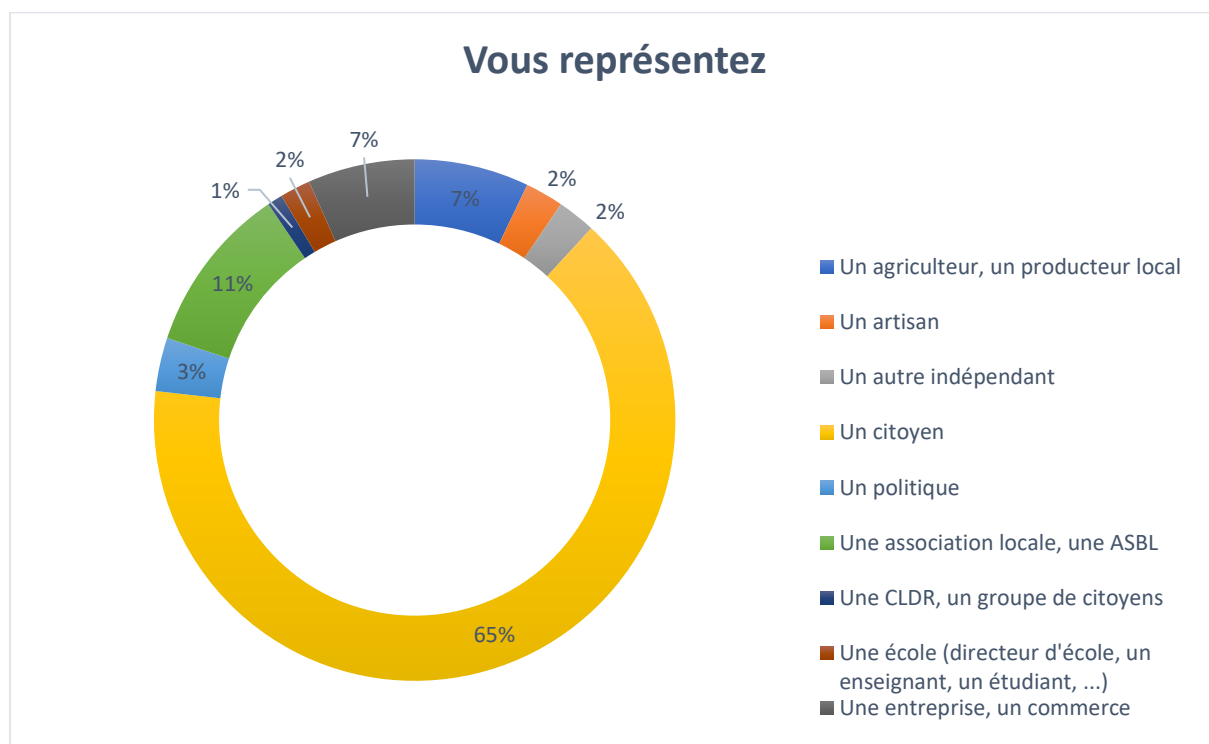


### Question 3 : Vous représentez ?

L'objectif de cette question était de connaître le type d'acteur répondant à l'enquête.

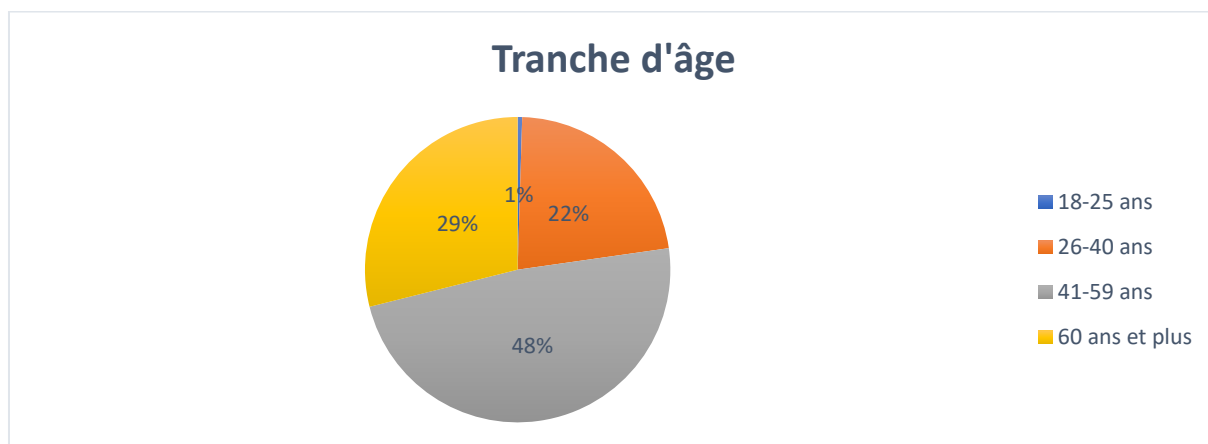
En effet, les projets Leader 2015-2022 du GAL ont été définis par thématique et les actions sont attribuées le plus souvent à un type d'acteur.

La majorité (66%) sont des citoyens. Les acteurs suivants sont également représentés : Les associations/ASBL (11%) – Les autres entreprises et commerces, les agriculteurs/producteurs locaux (7% chacun) – Les politiques (3%) – les artisans, les autres indépendants et les écoles (2%) – une CLDR (1%).

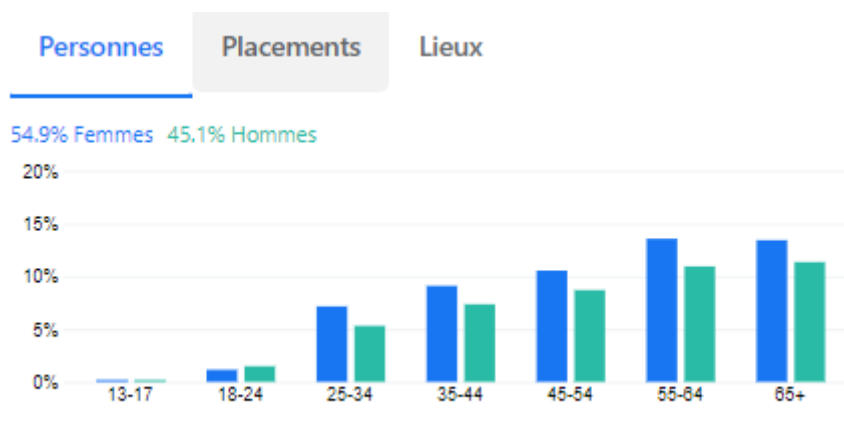


### Question 4 : Votre tranche d'âge ?

La majorité des sondés (48%) font partie de la tranche d'âge des 41-59 ans, suivie par les 60 ans et plus (29%) et les 26-40ans (22%). La tranche d'âge des jeunes n'est pas représentative, avec 1% de répondant.



Ce résultat coïncide avec le profil des personnes touchées par notre publicité de l'enquête sur Facebook :



## Les atouts et les faiblesses du territoire d'après les sondés :

Question 5 : Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans l'endroit où vous vivez ?

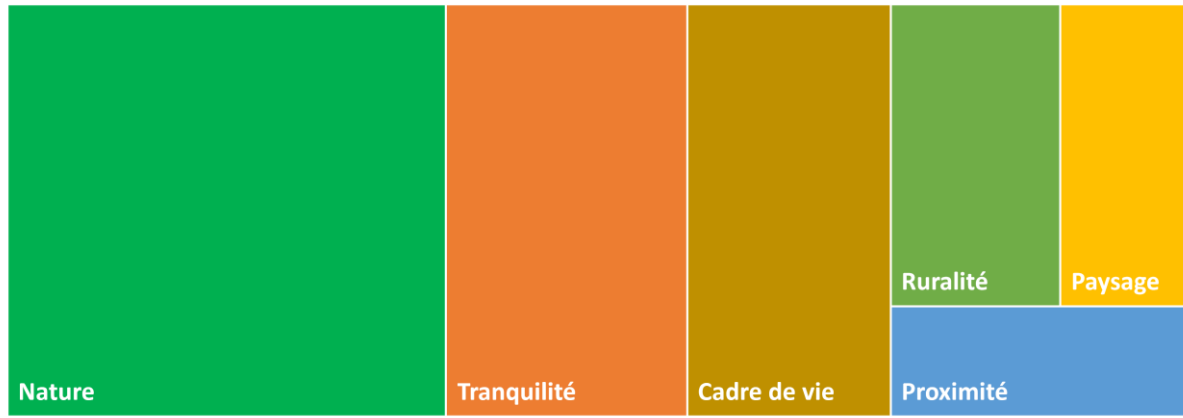
Cette question est une question ouverte. L'objectif était d'avoir rapidement et sans influence des thématiques proposées par la suite, une vision sur ce qui procurait du bien-être aux acteurs du territoire.

Ces données ont été traitées comme suite :

- Requête Excell pour séparer tous les mots clés par sondé ;
- Regroupement des mots par thématique identique (ex : Calme – tranquillité – paisible sont regroupé dans la thématique générale « Tranquillité »).
- Analyse par tableau-croisé dynamique et triage par valeurs croissantes
- Sélection des 6 premières thématiques citées.

## Ce qui vous plaît le plus dans l'endroit où vous vivez

:



La nature est le mot-clé cité majoritairement par les sondés (60%), suivi de la tranquillité (33%), du cadre de vie (28%), du paysage (13%), de la ruralité (17%) et de la proximité (des commerces et des services – 11%).

Il en ressort que le contexte de vie rurale et proche de la nature est le besoin prioritaire en termes de satisfaction et de bien-être des acteurs du territoire.

### Question 6 : Quels sont pour vous les 3 points faibles du territoire ?

Ces données ont été traitées comme suite :

- Requête Excell pour séparer les réponses par sondé ;
- Regroupement des réponses par thématique identique (ex : Calme – tranquillité – paisible sont regroupé dans la thématique générale « Tranquillité »).
- Analyse par tableau-croisé dynamique et triage par valeurs croissantes
- Sélection des thématiques citées par au moins 10% des sondés.

La mobilité (48%) apparait comme le point faible majoritaire du territoire. Derrière ce terme générique, apparait une demande marquée pour :

- Une offre plus diversifiée en transport en commun reliant les villages ;
- Un renforcement des itinéraires et de la sécurisation des utilisateurs de mobilité douce.

Directement liée à l'offre en mobilité, vient les infrastructures routières (25%), qui apparait comme :

- En mauvais état et peu sécurisantes ;
- Manque d'itinéraire (Ravel – chemins dédiés) pour la mobilité douce ;
- Peu aménagées pour faciliter la connectivité entre les villages.

Le troisième point faible du territoire est le tourisme de masse (20%) qui peut être rejoint par la multiplication des gîtes et des secondes résidences (12%) :

- Développement du tourisme de manière incohérente et non uniforme sur le territoire ;
- Afflux excessifs des touristes souvent relié à un manque de gestion des déchets ;
- L'inaccessibilité des logements pour les jeunes suite à la transformation du bâti existant pour des gîtes et des secondes résidences ;
- Les services (heures d'ouverture des petits commerces, offre de loisir) qui sont développés pour les touristes et non pour les habitants.

Le manque et ou le déclin de commerces locaux et d'entreprises locales est soulevé par 11% des sondés.

La croissance du bâti et de l'urbanisation est soulevée par 10% des sondés. Ce point est directement lié à la modification du paysage et au manque d'une charte urbanistique pour encadrer ces nouveaux bâtiments.

L'offre culturelle est soulevée par 10% des sondés. L'enquête montre une reconnaissance des actions entreprises ces dernières années pour multiplier les offres culturelles. Cependant la mise en évidence des artistes et du patrimoine historique du territoire ne semble pas aboutie ni diversifiée.

**Les points faibles du territoire :**

<b>L'offre en mobilité</b>	<b>Les infrastructures routières</b>	<b>Le tourisme de masse</b>	<b>La multiplication des secondes résidences/ gîtes</b>	<b>La croissance du bâti / l'urbanisation croissante</b>
			<b>Le manque de commerces/ entreprises locaux/locales</b>	<b>L'offre culturelle</b>

### Question 7 : Quels sont pour vous les 3 points forts du territoire ?

Ces données ont été traitées comme suite :

- Requête Excell pour séparer les réponses par sondé ;
- Regroupement des réponses par thématique identique (ex : Calme – tranquillité – paisible sont regroupé dans la thématique générale « Tranquillité »).
- Analyse par tableau-croisé dynamique et triage par valeurs croissantes
- Sélection des thématiques citées par au moins 9% des sondés.

Les deux points forts du territoire relevé par l'enquête sont le cadre de vie (26%) et les ressources naturelles (25%). Ces deux points forts sont directement liés à la question 5.

La convivialité est également mise en avant (15%) avec un tissu social fort. Elle se traduit par :

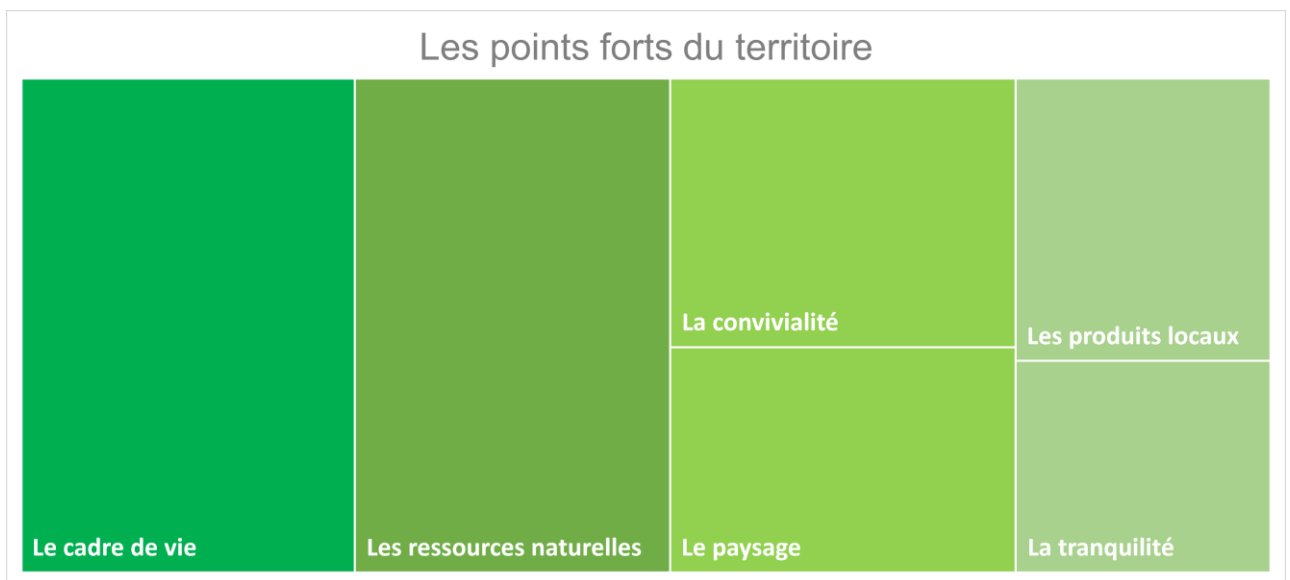
- Une ambiance de village forte, de proximité et conviviale ;
- Une entraide et une solidarité entre les habitants ;
- Une vie sociale.

Le paysage est un point fort pour 12% des sondés.

L'offre en produits locaux et la valorisation des producteurs locaux est un point fort pour 11% des sondés :

- Accessibilité des produits du terroir et à une alimentation saine ;
- Les marchés :
- L'accès à l'implantation de petits producteurs locaux

La tranquillité est un point fort pour 9% des sondés. Ce point est également à relier avec la question 5.



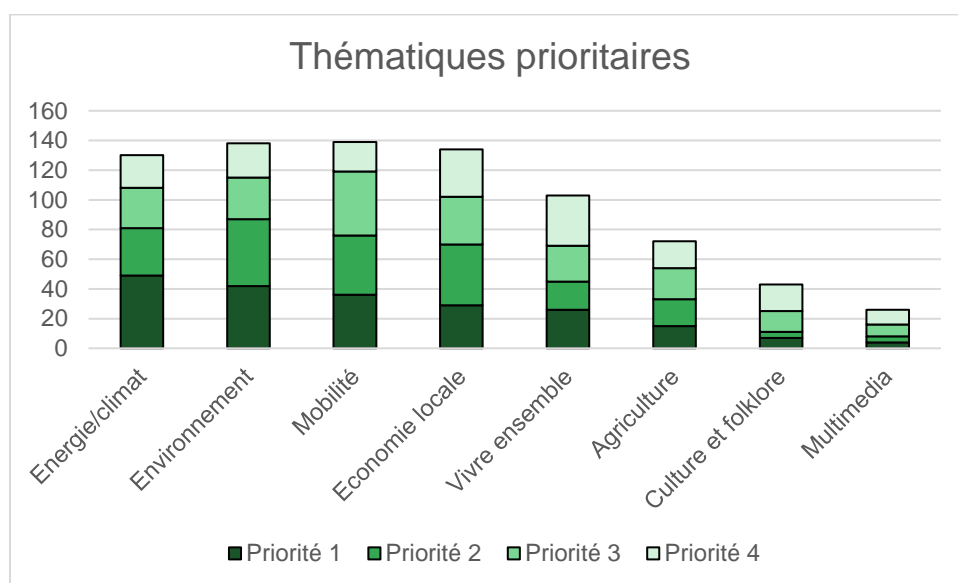
## Les thématiques et actions prioritaires :

Question 8 : Quelles sont les 4 thématiques prioritaires pour vous à développer ces 5 prochaines années ?

La thématique qui est majoritaire en **priorité 1** est **l'énergie et le climat** (23%), suivie de près par l'environnement (20%), puis la mobilité (17%) et l'économie locale (14%).

En cumulant les priorités, le classement général est le suivant :

- La mobilité – 66%
- L'environnement – 65%
- L'économie locale – 64%
- L'énergie/Climat – 62%
- Le vivre ensemble – 49%
- L'agriculture – 34%
- La culture et le folklore – 20%
- Le multimédia – 12%



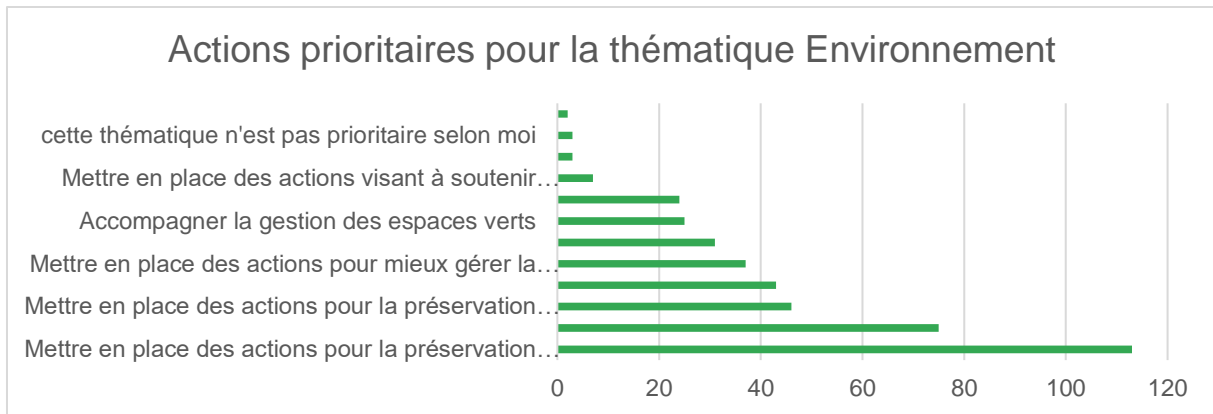
Toutes les thématiques ont été traitées comme suite :

- Analyse par tableau-croisé dynamique et triage par valeurs croissantes
- Analyse graphique



Les actions prioritaires pour les sondés sont :

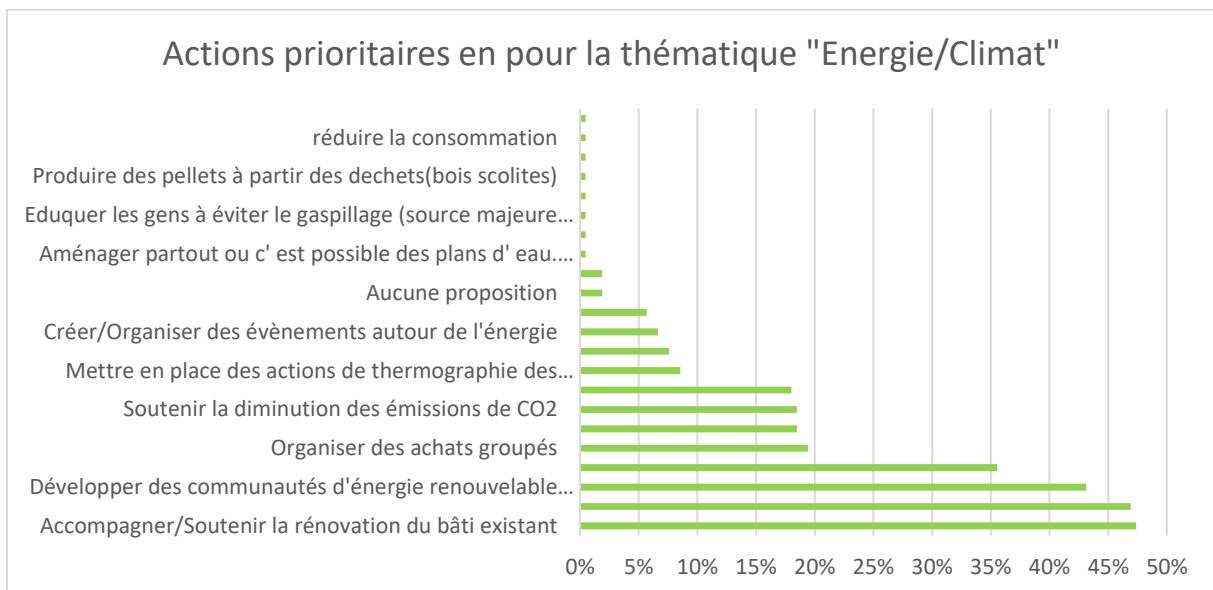
- La préservation de la biodiversité (54%)
- La gestion des forêts (36%)
- La préservation des paysages (22%)
- L'adaptation de la flore aux changements climatiques (20%)



### Thématique Energie / Climat :

Les actions prioritaires pour les sondés sont :

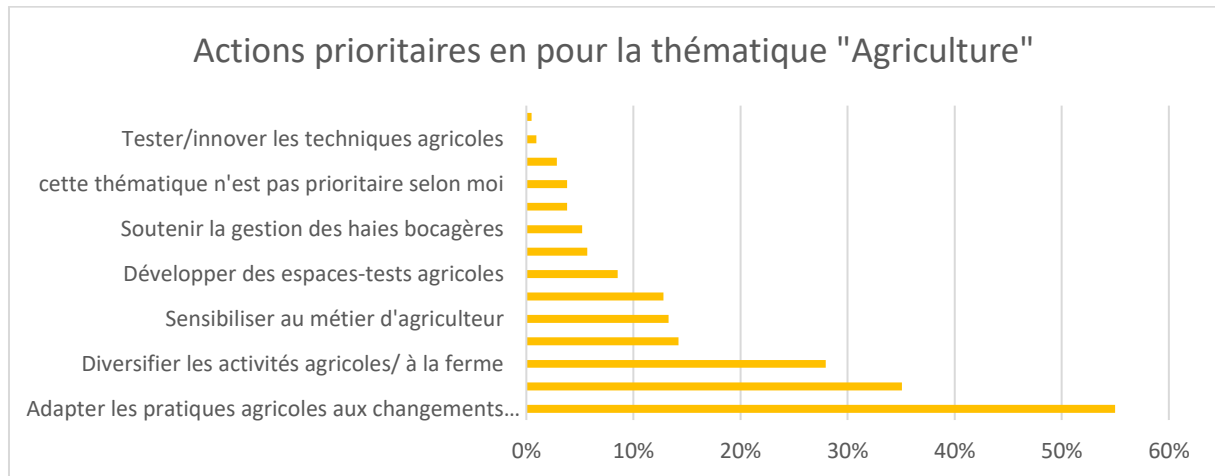
- La rénovation du bâti existant (47%)
- Viser l'auto-suffisance énergétique (47%)
- Les communautés d'énergie renouvelable (43%)
- La production d'énergie renouvelable (36%)



## Thématique Agriculture

Les actions prioritaires pour les sondés sont :

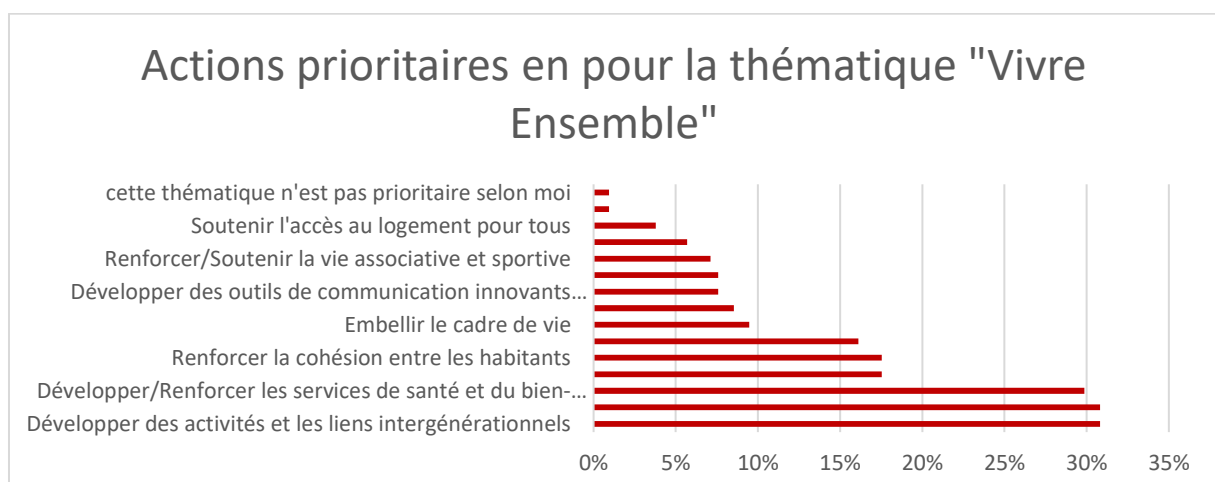
- Adaptation des cultures aux changements climatiques (55%)
- L'agroécologie (35%)
- Diversifier les activités agricoles/à la ferme (28%)



## Thématique Vivre Ensemble

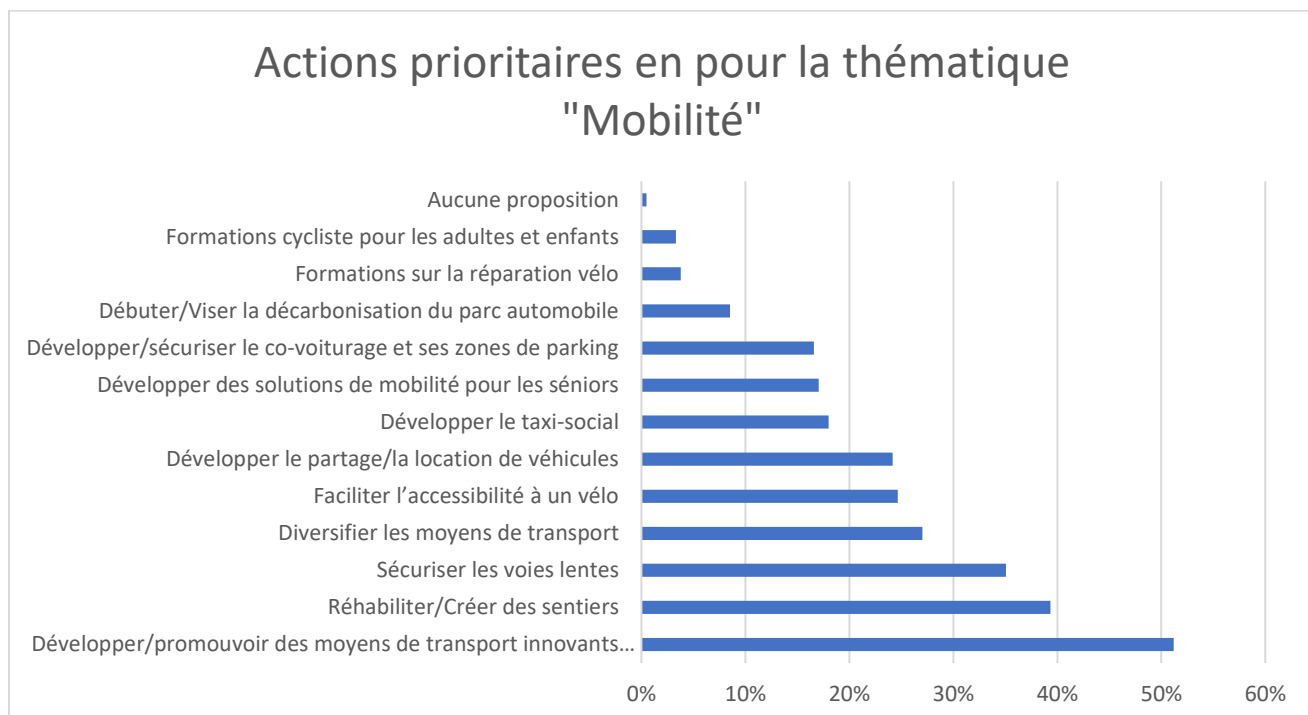
Les actions prioritaires pour les sondés sont :

- Les liens intergénérationnels (31%)
- Nouveaux services à la population de proximité (31%)
- Les services de santé et du bien-être (30%)



Les actions prioritaires pour les sondés sont :

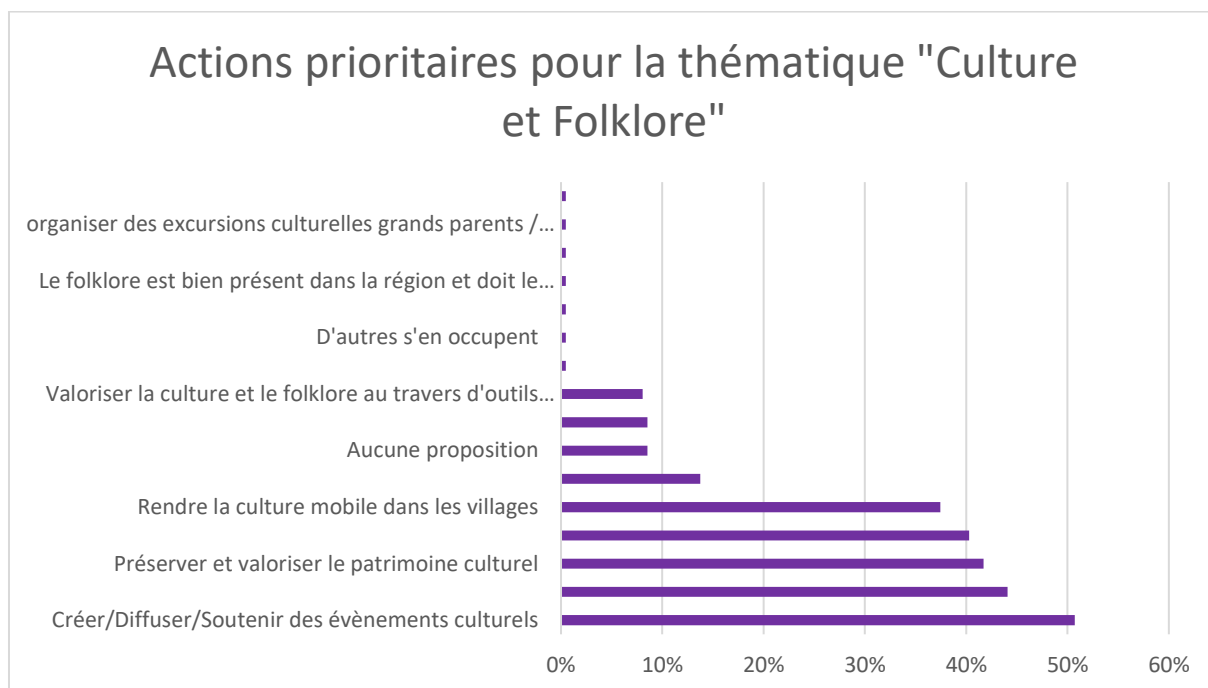
- Des moyens de transport innovants et/ou alternatifs (51%)
- Les sentiers (39%)
- Sécurisation des voies lentes (35%)
- Diversifier les moyens de transports (27%)
- Accessibilité à un vélo (25%)
- Partage/location de véhicules (24%)



## Thématique Culture et Folklore

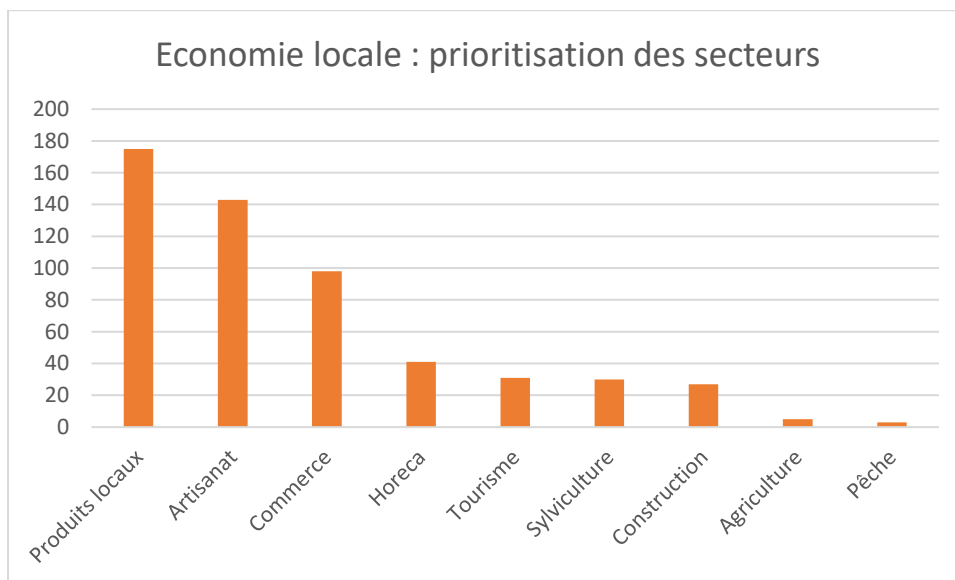
Les actions prioritaires pour les sondés sont :

- Créer- diffuser-soutenir des évènements culturels (51%)
- La patrimoine bâti (44%)
- Le patrimoine culturel (42%)
- Le social au travers la culture et le folklore (40%)
- La culture mobile dans les villages (37%)



## Thématique Economie Locale

Secteurs :

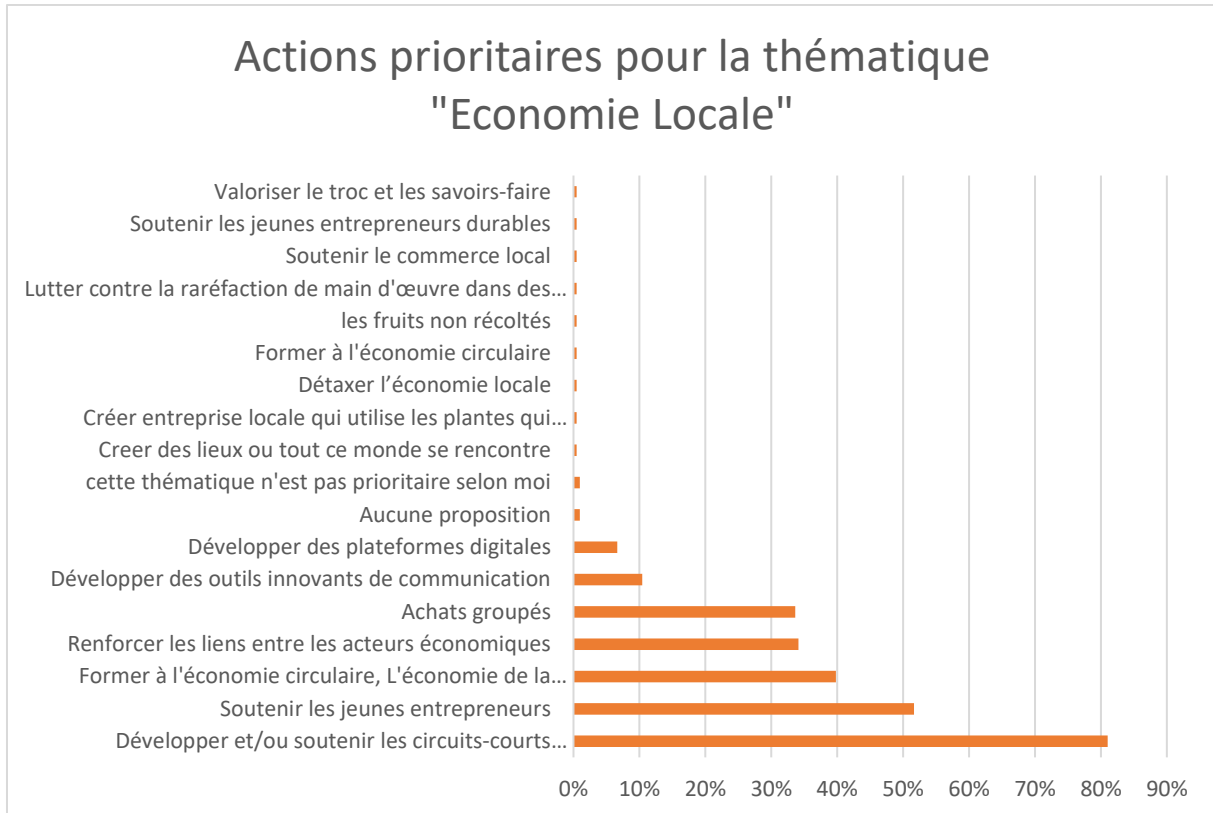


## Priorités

Les actions prioritaires pour les sondés sont :

- Les circuits-courts (81%)
- Les jeunes entrepreneurs (52%)

- Former à l'économie circulaire, L'économie de la fonctionnalité, l'économie sociale (40%)
- Achats groupés (34%)
- Les liens entre les acteurs économiques (34%)



### Thématique multimédia

Les actions prioritaires pour les sondés sont :

- Sensibiliser aux dangers du numérique (36%)
- Former aux outils numériques (36%)
- Former à la sécurité informatique (33%)

## Actions prioritaires pour la thématique "Multimedia"

