

Tourisme – L'animation touristique dans la commune est jugée de manière modérée mais reste attendue (5,1/6,6), avec de fortes disparités selon les territoires : dans les communes de plus de 100.000 habitants, elle est la plus considérée comme un point fort de l'action municipale alors que, dans les communes de moins de 10.000, les jugements sont plus réservés.

Face à l'image inquiétante de la métropole, les habitants attendent de leur maire qu'il préserve, autant que faire se peut, la fantasmagorie du "village". Pour cela, il faut tenir un quadruple engagement, en faveur :

- d'une plus grande prise en compte du développement durable dans la gestion de la commune (5,7/7)
- de la valorisation du patrimoine culturel communal (6,1/7)
- de la valorisation des productions locales : favoriser les circuits courts : producteurs locaux, vente directe, Association pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP), etc. (5/6,8) ou produits locaux dans les cantines (5,2/6,9)
- enfin, la propreté de la ville est une réussite incontestable de l'action municipale (6ème item le plus haut de tous). Les maires doivent capitaliser sur cette attente pour l'avenir : le tri sélectif des déchets est l'item le plus haut de l'ensemble du mapping (6,7/7,5) !

3. LE MAIRE, UN LEADER FÉDÉRATEUR

La valeur ajoutée d'un maire idéal se situe dans sa fonction de guide de l'action communale, dans sa capacité à gérer correctement sa commune et dans son rôle symbolique de rempart la protégéant.

Services publics – Les services publics communaux (6/7,1) jouissent, à l'instar des personnels qui y travaillent, d'une perception favorable. La qualité de l'accueil en mairie est l'un des plus valorisés sur l'axe du bilan (6,3/7,3), l'état civil étant la clef de voûte de cet attachement à l'institution communale : célébrer un mariage (6,4/7), juste derrière la délivrance des papiers d'identité (6,5/7,3).

L'équipe municipale – Les agents communaux, visages de l'action au quotidien, sont autant valorisés que le maire (5,9/6,9 vs 5,8/7,1). Si quelques clichés tenaces restent attachés au "fonctionnariat", ceux-ci évoquent l'utilité, le service et l'intérêt général. Emmenés par les figures populaires du jardinier municipal (6,2/6,9), des éboueurs (6,2/7,1) et des cantonniers, les services techniques remportent la palme (6,1/7,4).

Pour mener à bien ses missions, le maire voit graviter autour de lui les adjoints (5,5/6,8), le conseil municipal (5,7/6,9) et le/la secrétaire de mairie (5,8/6,7). On attend de cette équipe qu'elle se place dans une attitude d'écoute, d'échange et de débat, et non dans un simple rôle de "chambre d'enregistrement". C'est le paradigme d'un maire qui rassemble les points de vue – y compris des associations (6,2/6,7) – et se montre à l'écoute avant de décider, qui s'impose.

Intercommunalité – S'agissant de la gestion intercommunale des services publics, regroupement / fusion de communes et transfert de compétences ou de personnels sont 1 point moins attendus demain que mutualisation des moyens, agir avec les autres communes ou liberté d'action de la commune. Le dilemme est classique : l'action collective avec ses voisins recueille une approbation de raison, là où la liberté d'action de sa propre commune suscite une approbation de passion. Les Français craignent un cercle vicieux de la rationalisation d'où maires et citoyens sortiraient perdants. Le décalage entre ce qu'ils pensent voir advenir demain (le regroupement) et ce qu'ils souhaitent (garder un maire fort et des services de proximité) confine au paradoxe, pour ne pas dire à la schizophrénie...

4. LE MAIRE, UN ACTEUR IMPARTIAL ET RESPONSABLE

Afin de renouveler la relation de confiance entre les maires et leurs administrés, trois mots d'ordre : action (un maire qui fait du bon travail), honnêteté (un maire honnête), information (des élus qui rendent des comptes).

Dévouement à la commune – Les Français sont en attente de professionnels en termes de compétences mais surtout de dévouement : exercer une activité professionnelle à côté de l'activité de maire recueille des scores bien plus bas (4,9/4,7) qu'être maire à plein temps (5,6/7).

Budget – On les sait rétifs aux impôts locaux (4,7/6,7) ; pour autant, la rigueur budgétaire doit être placée au cœur de la gestion communale. Plus encore que préserver les capacités d'investissement de la commune (5,6/7,2), c'est la réduction de l'investissement communal (5,3/7,4) et la maîtrise des dépenses de la commune qui lui sont préférées (5,7/7,7).

Communication – Pour finir, la remise en question récurrente de l'organisation territoriale et la tendance au regroupement intercommunal rendent plus que jamais nécessaires les efforts de communication, dans trois directions :

- écouter : les habitants attendent a minima de leur maire qu'il soit à l'écoute des doléances, avant même d'en attendre une solution au problème
- dialoguer : une "marge de progression" élevée s'offre aux élus entre la note sur l'axe vertical et celle sur l'axe horizontal, en matière de dialogue (5,5/7,3, soit 1,8 point d'écart), comme de démocratie participative (5,3/6,9)
- informer : l'information est parmi le quart d'items distingués comme principaux "points forts" de l'action municipale et reste l'une des plus fortes attentes (7,4/10). Toutefois, si le mot est tiré vers le haut par les supports existants (bulletin/magazine municipal : 6,3/6,8), le ton adopté ne serait pas toujours adéquat : parler de l'action municipale de manière simple et concrète ou des élus qui rendent des comptes recueillent des scores très élevés en termes d'attentes (supérieurs à 7/10) et très modérés en termes de satisfaction présente (autour de 5,5/10).

LES MOTS DES MAIRES

Les grands enseignements de l'enquête

Novembre 2013

À l'occasion du 96e Congrès des maires, l'Association des maires de France a demandé à l'Institut Médiascopie de réaliser une enquête exclusive destinée à mesurer et à comprendre les perceptions des maires par nos concitoyens. En voici les principaux enseignements.

1. LE MAIRE, UN PROTECTEUR AUX MOYENS LIMITÉS

Les citoyens attendent de leur maire de la proximité mais ils ne voient pas en lui un assistant social (4,8/5,6), encore moins un confident (4,2/5,6), parce que le maire est un personnage public et qu'ils craignent des dérives clientélistes. En réalité, ce sont les habits protecteurs d'organismes du quotidien que doivent endosser les maires.

Social – Les Français sont prudents sur la capacité du maire à impulser une action sociale efficace et visible. En matière de santé, il doit œuvrer pour l'autonomie de ses concitoyens et leur permettre de faire face à leurs obligations professionnelles et personnelles, en les déchargeant d'une partie de leurs contraintes familiales (dépendance, petite enfance, etc.). Quant à la mixité sociale et aux actions visant des publics mis à l'écart (SDF, immigrés, gens du voyage...), elles font l'objet de jugements plus circonspects encore et ne viennent qu'au second rang, entre 4 et 6 sur l'axe horizontal des attentes adressées à un maire idéal demain.

Sécurité – La figure du maire, garant de la tranquillité publique (5,6/7,2) reste bien identifiée. Toutefois, la délégation par le maire des pouvoirs de police au président de l'intercommunalité est à très large distance (5/5,6). Et si les objectifs en matière de sécurité sont clairs, les moyens paraissent insuffisants, humains (brigade de gendarmerie, commissariat de police et police municipale ne suffisent pas à redonner confiance aux habitants, notés autour de 5/6,5) comme matériels (armer les policiers municipaux et installer des caméras de vidéosurveillance, autour de 4/5).

Économie – Priorité des priorités, l'économie et l'emploi ne dépendent pas uniquement du maire. Et pour dynamiser le développement économique, on attend moins une politique directe sur l'emploi qu'une action de dynamisation du tissu économique local, à travers l'entreprise (aider les entreprises de la commune et attirer des entreprises dans la commune recueillent respectivement 7 et 7,2/10) et des outils appropriés (insertion professionnelle des jeunes, recrutement par la commune

d'emplois d'avenir pour les moins de 25 ans et maisons de l'emploi, situés plus bas sur l'échelle des attentes, entre 6,1 et 6,5/10).

2. LE MAIRE, UN AMÉNAGEUR

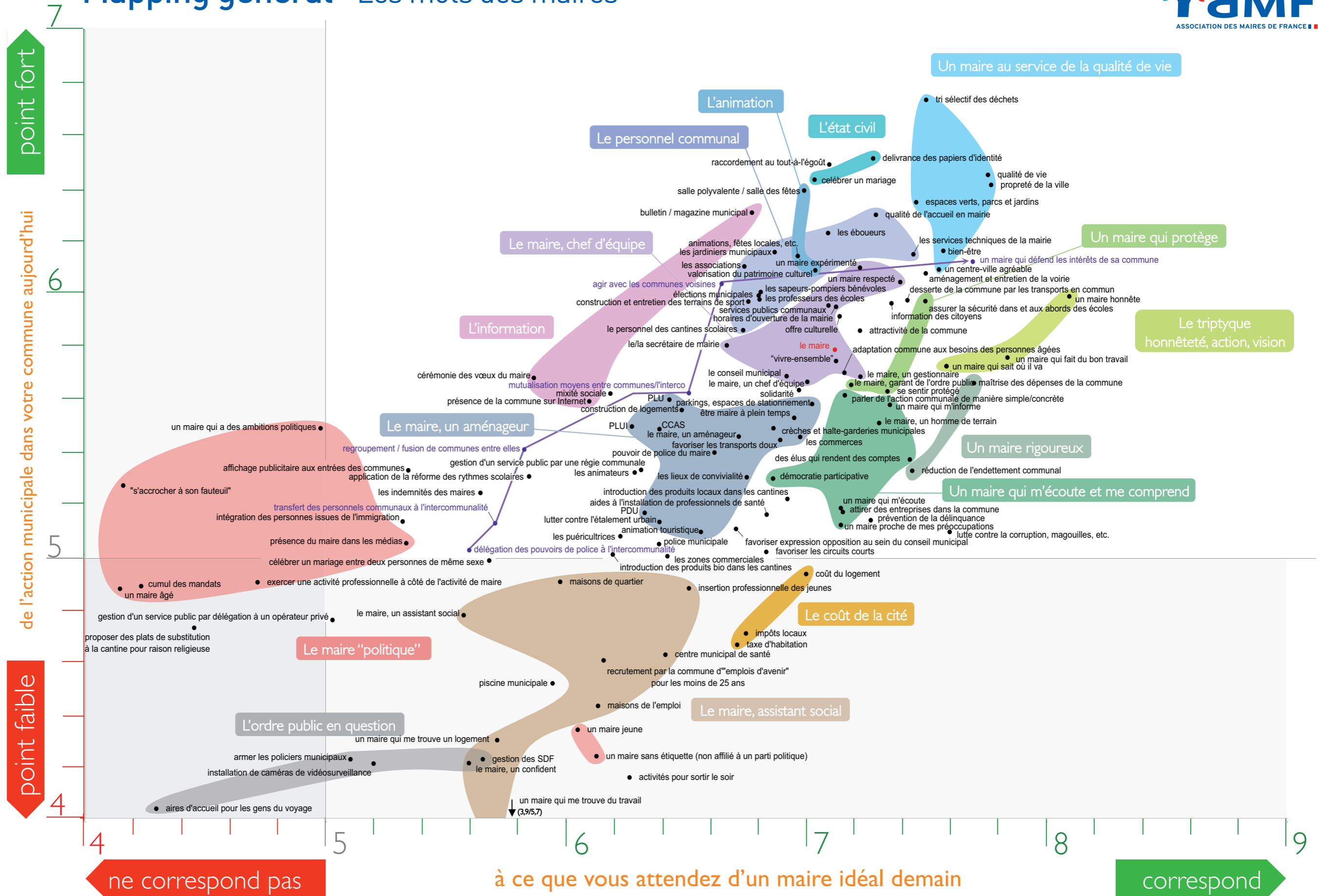
Est attendu un maire qui sait où il va, doté d'une vision de l'aménagement tournée vers la valorisation du cadre de vie, le bien-être et la qualité de vie, trois items solidement ancrés dans les hauteurs du mapping, autour de 6,5/7,5.

Transport – Les Français identifient très bien leurs maires à l'aménagement et l'entretien de la voirie - en tant que compétence propre - ainsi qu'à la desserte de la commune par les transports en commun - en tant que coopération entre collectivités. Si leurs attentes sont fonction de leur lieu d'habitation, on note une demande croissante de renouvellement des modes de déplacement, en particulier des transports doux et propres et, en filigrane, une consolidation de l'intermodalité.

Urbanisme – L'ensemble des mots de l'urbanisme et du logement sont en deçà de la moyenne générale des items (5,5/6,7) : la marge de manœuvre perçue du maire est ici trop parcellaire. Leviers les plus attendus : la construction de logements ou de logements sociaux, qui peinent à se hisser toutefois au sommet des attentes. Quant au coût du logement, seule priorité qui se détache (à 7 sur l'axe horizontal), il est aussi le point sur lequel l'action municipale serait aujourd'hui la plus impuissante (4,9/10 sur l'axe vertical)...

Commerces – Au-delà de l'hétérogénéité des situations, la question de la désertification domine. D'où l'attachement aux commerces de proximité, rempart contre l'inéluctable "mort lente" à laquelle seraient voués nos villages : commerces (5,5/7) et marchés, foires, etc. (5,6/6,8) devançant nettement les zones commerciales (5/6,4).

Animation – On note une dichotomie entre le jugement positif accordé aux activités traditionnelles ponctuelles (salle polyvalente / salle des fêtes et animations, fêtes locales, etc., notées au-dessus de 6/10 sur l'axe du bilan) et celui que récoltent les sorties du quotidien ("activités pour sortir le soir" et lieux de convivialité : cafés, restaurants, etc., situées entre 4 et 5,3/10 seulement sur le même axe). Leur absence et, plus globalement, le manque d'activités qui "parlent aux jeunes" sont déplorés dans les communes de taille modeste.



RAPPEL DE LA MÉTHODOLOGIE - L'Institut Médiascopie a soumis au jugement d'un échantillon représentatif de 1000 Français, reflétant la diversité de nos communes, 213 mots utilisés pour parler des maires, sélectionnés au sein d'un double corpus écrit (publications, journaux, sites Internet, etc.) et oral (verbatim recueillis auprès des Français lors d'une enquête qualitative préalable). Ces mots ont été notés sur 2 échelles : l'une de bilan ("plus ce mot est un point fort de l'action municipale dans votre commune aujourd'hui, plus vous lui donnez une note proche de 10 ; moins ce mot est un point fort de l'action municipale dans votre commune aujourd'hui, plus vous lui donnez une note proche de 0"), l'autre d'attentes pour l'avenir ("plus ce mot correspond à ce que vous attendez d'un maire idéal demain, plus vous lui donnez une note proche de 10 ; moins ce mot correspond à ce que vous attendez d'un maire idéal demain, plus vous lui donnez une note proche de 0"). Munis de leurs 2 notes, les mots ont été projetés dans le graphique et interprétés selon leur position. L'enquête a eu lieu entre le 30 mai et le 20 juin 2013. NB - La méthode d'enquête "Les Mots de" est une création exclusive de l'Institut Médiascopie.