

Le projet de territoire de la Communauté de communes Thoré Montagne Noire

Les résultats de l'enquête

1) Introduction

LE TERRITOIRE



CHIFFRES CLÉS

2004
Année de création

9
Communes

5 056
Habitants

26
Conseillers
communautaires

LES COMPÉTENCES



AMÉNAGEMENT

- Aménagement du territoire & Urbanisme
- Développement économique et promotion du tourisme
- Logement et cadre de vie
- Aires d'accueil des gens du voyage
- Politiques contractuelles de développement et d'aménagement du territoire



ENVIRONNEMENT

- Collecte et traitement des déchets
- Protection et mise en valeur de l'environnement
- Soutien aux actions de maîtrise de la demande d'énergie
- Gestion des sentiers
- Service Public d'Assainissement Non collectif
- Gestion des milieux aquatiques et prévention des inondations
- *En 2026 : Eau et assainissement collectif*



SOCIAL

- Petite enfance 0-3 ans
- Gestion du réseau des écoles rurales de la Haute Vallée du Thoré
- Santé : Création et gestion d'une Maison de santé pluridisciplinaire
- Action sociale d'intérêt communautaire : parentalité, handicap, aide aux personnes âgées, accès au droit, animation de la vie sociale, situations d'urgence, mobilité d'utilité sociale

II) L'enquête auprès des habitants

Donner la parole aux habitants

Modalités :

- Quand ? Décembre 2022-Janvier 2023
- Comment ? Questionnaires en ligne et disponibles en papier dans les mairies

Choix de la concertation :

- Volonté politique d'une concertation avec le plus grand nombre d'administrés
- Recueillir les besoins des habitants
- Collecter leur avis

→ L'enquête auprès des habitants a nourri la réflexion sur le projet de territoire

Cible et nombre de participants

Cible Enquête réalisée auprès des habitants de plus de 18 ans du territoire de la CCTMN

(environs 4 250 habitants)

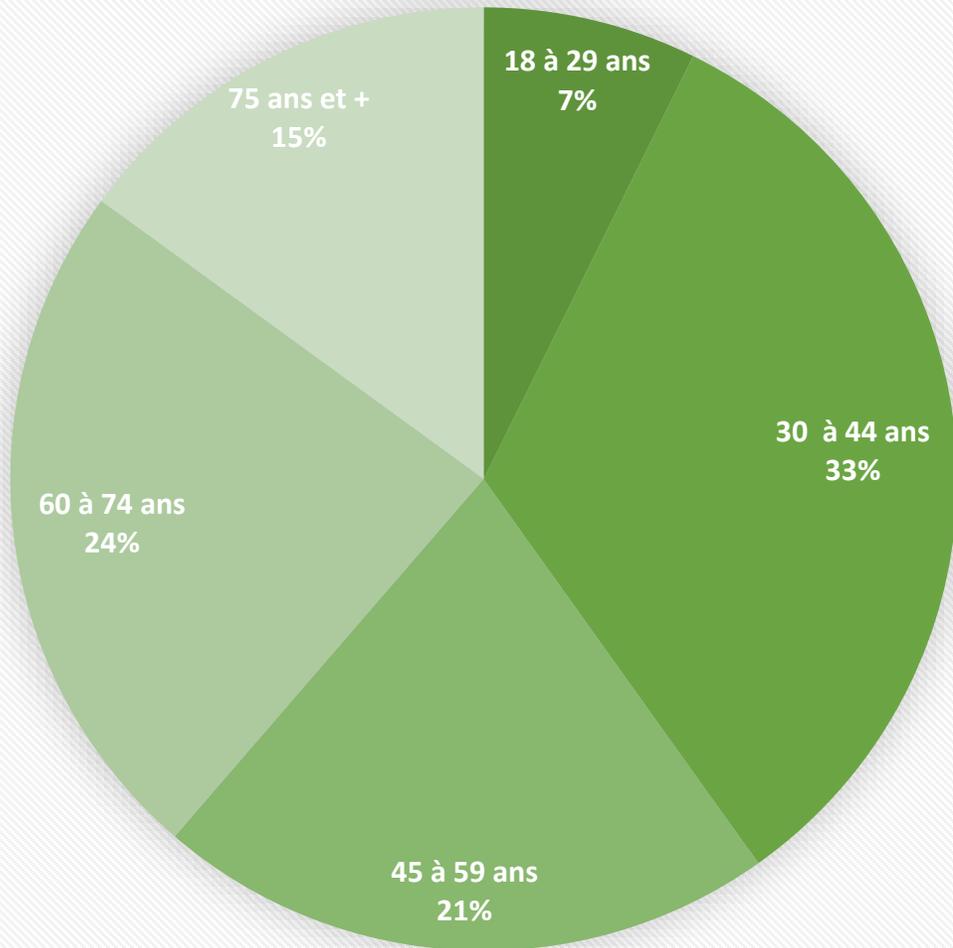
271 réponses enregistrées soit *6,4 % de la population cible*

11,2 % de réponses enregistrées ramenées au nombre de ménage

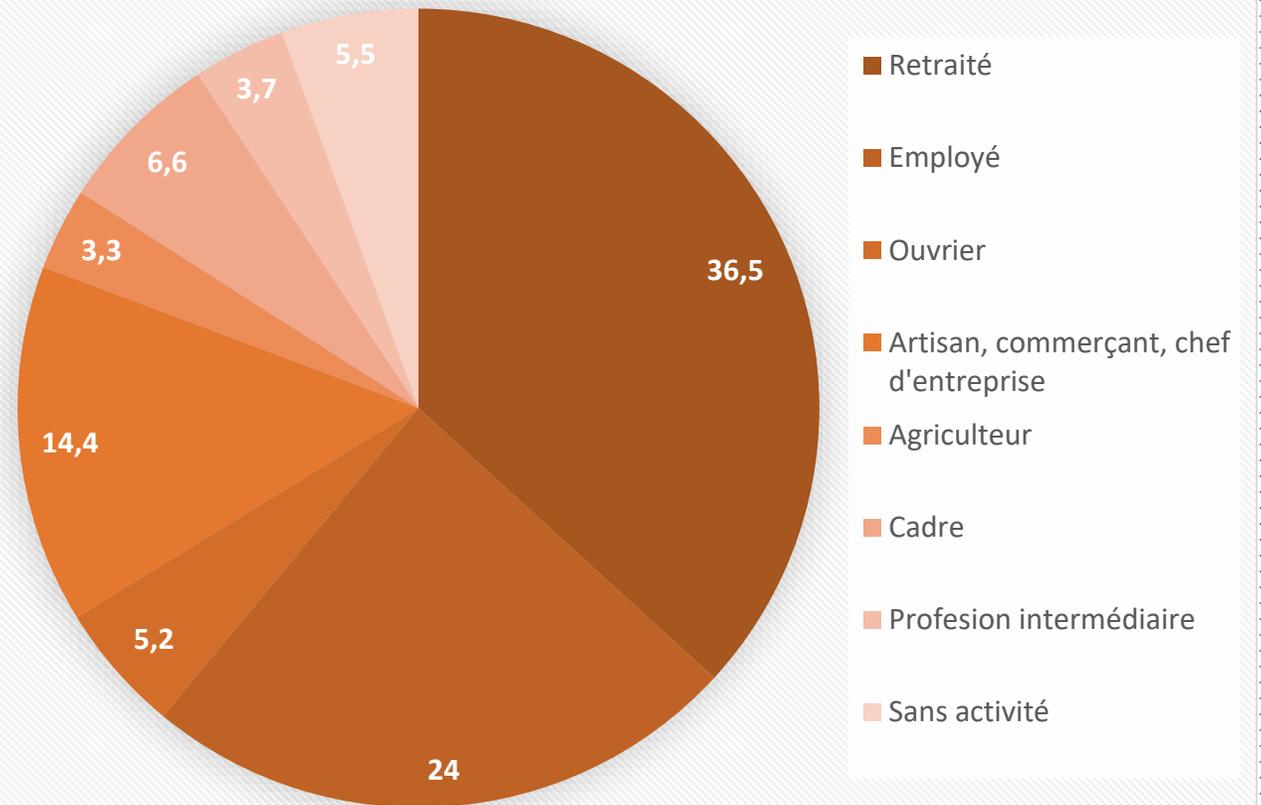
Répartition proportionnelle des réponses par rapport à *l'âge*, à la *commune de résidence* et à la *répartition socio-économique*

a) Profil des enquêtés

Taux de réponses par catégories d'âge



Taux de réponses par catégories socio-économiques



b) Un fort ancrage de la population et un taux important de nouveaux arrivants

67 % des enquêtés ont répondu vivre sur le territoire depuis plus de 10 ans

21% déclarent vivre sur le territoire depuis moins de 5 ans
dont 9 % depuis moins de 2 ans

Près de 50 % des enquêtés sont des natifs et $\frac{3}{4}$ d'entre eux n'ont jamais quitté le territoire

Plus de 90 % des habitants interrogés sont propriétaires d'une maison individuelle

c) Un territoire qui gagne des habitants grâce aux nouveaux arrivants

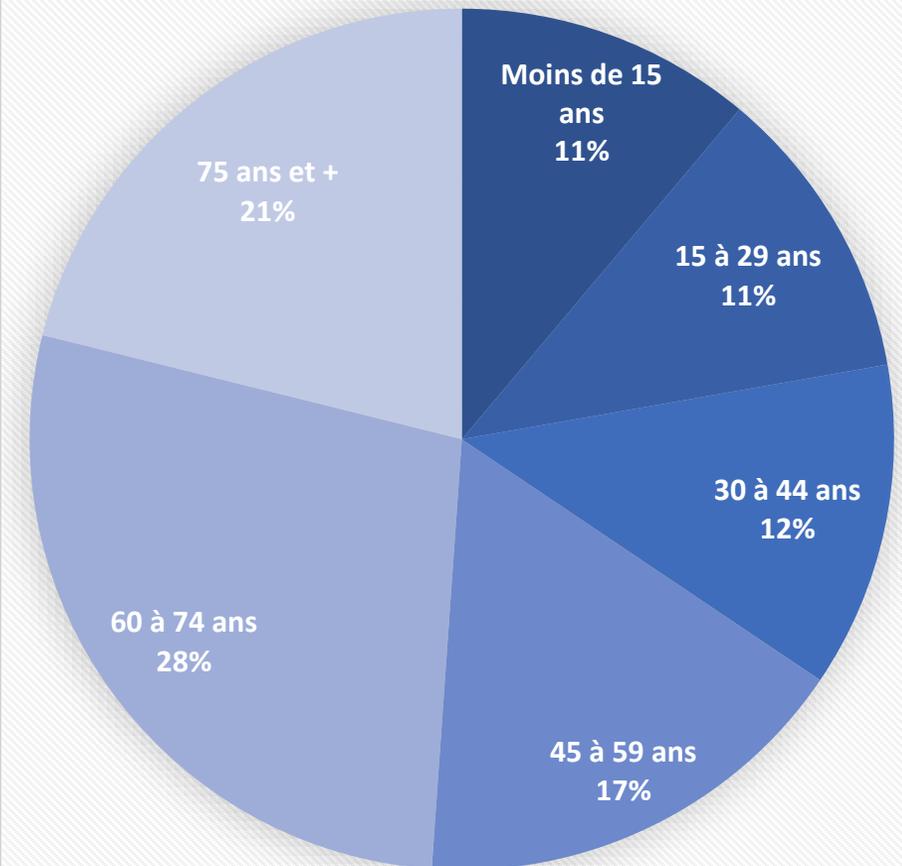
Profil de la population, aujourd'hui :

- 40% des habitants ont plus de 60 ans
- 44 % d'actifs
- 21 % des 45 – 59 ans
- 24 % des habitants sont en âge d'avoir des enfants
- 26 % des habitants ont moins de 29 ans
- 16 % de la population à plus de 75 ans
- 15 % de la population a moins de 15 ans

En bref :

- **Solde naturel négatif** qui devrait continuer à décliner
 - Cependant : **la croissance démographique est positive** grâce au **solde migratoire positif**
- Conforter les conditions pour maintenir l'évolution positive du solde migratoire

Projection de la répartition par âge en 2035-2040



d) Deux symboles forts mais une perception ambivalente du territoire

Ce que les habitants pensent du territoire :

- Préservé
- Enclavé
- Endormi

Comment les habitants pensent que le territoire est perçu de l'extérieur :

- Eloigné
- En déclin
- Enclavé

La Montagne Noire et la Vallée du Thoré

caractérisent l'identité et l'image du territoire pour plus de la moitié des participants.

e) Un cadre de vie à préserver et une image à revaloriser

Points forts du territoire pour 95 % des sondés :

- **La cadre de vie**
- **L'environnement**

Points faibles récurrents :

- Impression d'un manque d'attractivité et de dynamisme (*emploi, culture...*)
- Impression d'un manque d'entreprises et d'emplois
- Impression d'un manque d'accès aux soins
- Impression d'un « manque généralisé » lié au sentiment d'abandon, d'éloignement et d'enclavement

f) Une satisfaction globale de l'offre, de l'accès et de la qualité des commerces et des services

Satisfait	Plutôt satisfait	À améliorer
Commerces alimentaires de proximité	Commerces non alimentaires	Offre de santé
Offre enfance jeunesse (3 à 17 ans)	Offre petite enfance (0 à 3 ans)	Services d'accompagnement à l'emploi et services sociaux
Activités périscolaires et extrascolaires	Équipement et offre sportive	Offre d'accompagnement des entreprises
Sécurité des biens et des personnes	Équipement et offre culturelle	Offre de transport

La population sondée est **globalement satisfaite** des commerces et services aux alentours : ils sont accessibles (proximité) et de qualité.

Dans la plupart des cas, la voiture reste le moyen de locomotion plébiscité par les habitants.

g) Des services variés accessibles sur le territoire

La population :

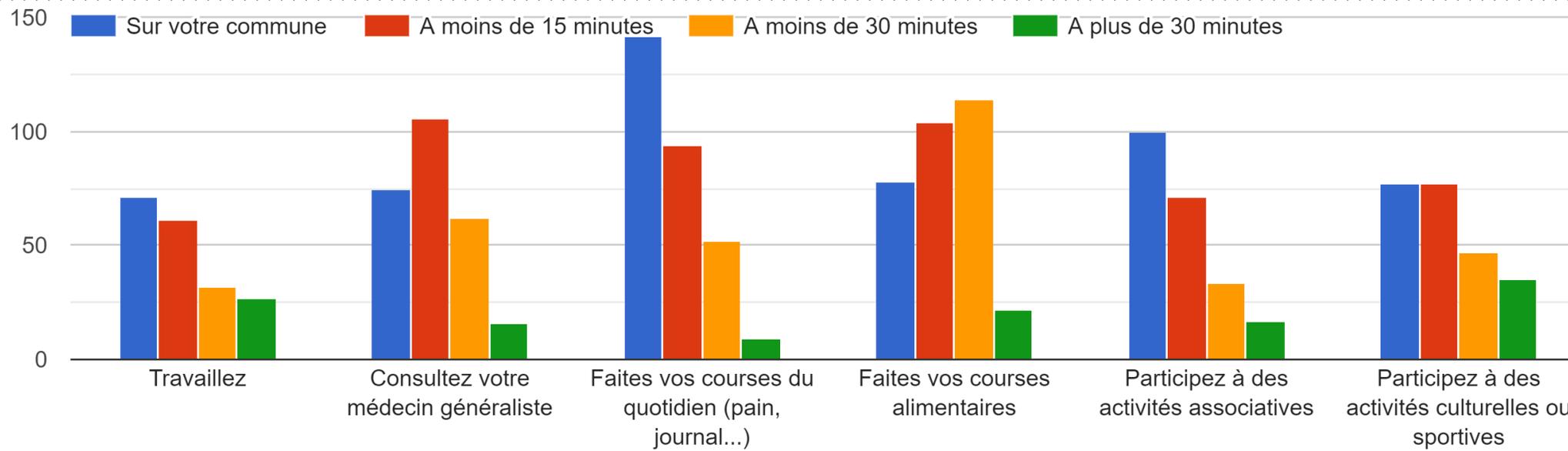
Vit et travaille sur le territoire (75 % à moins de 30 min de son domicile)

- Fait ses courses alimentaires dans les bassins de vie (Bout du Pont de l'Arn/Mazamet à l'Est du territoire et Saint Pons à l'ouest)

Consulte son médecin généraliste et fait ses achats du quotidien à proximité de son lieu d'habitation.

- Participe aux activités associatives sur le territoire
- **Les activités de la vie quotidienne se font à moins de 15 min du lieu de vie** ce qui en fait un territoire rural attractif.
- Les activités sportives et culturelles sont les offres qui peuvent nécessiter un déplacement plus important, pouvant signifier un manque d'offre.

Au quotidien, vos déplacements ?



Dans la plupart des cas, la voiture reste le moyen de locomotion plébiscité par les habitants.

h) Une méconnaissance de l'échelle intercommunale

Connaissez-vous les actions/compétences de la CCTMN ?

Peu ou pas du tout : 50 %

Oui : 25 %

La CCTMN n'est **pas clairement identifiable** et ses compétences sont mal comprises pour $\frac{3}{4}$ de la population.

La communication de la CCTMN est jugée à :

41 % insuffisante

41 % moyenne

82 % insuffisante ou moyenne

18 % efficace

Comment mieux communiquer auprès des habitants :

62,5 % évoquent la parution d'un bulletin intercommunal

39 % sont favorables à la mise en place d'articles dans les bulletins municipaux

Mais aussi : poursuivre voire développer la communication sur les réseaux sociaux

i) Le bilan de la vision des enquêtés

95 % des personnes interrogées souhaitent prioritairement :

- **Le maintien de son cadre de vie**
- **La préservation de l'environnement et de la biodiversité qui les entourent**

Quatre axes de développement se dégagent de l'enquête :

- **Maintenir le cadre de vie**
- **Développer l'économie locale**
- **Améliorer la fréquentation touristique et développer les animations hors saison estivale**
- **Renforcer l'image du territoire et le lien de l'intercommunalité avec ses habitants**

L'enquête ?! Et après ?

Comment ces données ont ensuite été intégrées à la réflexion sur le projet de territoire ?

Analyse statistique

↳ Présentation aux élus

↳ Réflexions croisées entre les réponses de l'enquête, le diagnostic territorial et la réflexion politique

↳ Définition des enjeux et des axes stratégiques

Quatre grands enjeux ont été définis

A
ENJEU

Préserver
l'environnement
et la biodiversité
de notre territoire

C
ENJEU

Accueillir
de nouvelles
populations

B
ENJEU

Privilégier
le lien social

D
ENJEU

Accroître
la qualité du service
intercommunal

Informations

- Retrouvez l'intégralité du projet de territoire et toutes les informations et actualités sur le site internet de la CCTMN :

<https://www.cc-thoremontagnenoire.fr/>

- Le fonctionnement et les compétences sont disponibles dans la **rubrique Communauté**
- Des questions ? Contactez-nous
 - ❖ par téléphone : 05 63 97 98 08
 - ❖ par mail : contact@cc-thoremontagnenoire.fr
- Le Siège social de la CCTMN et de l'Office de tourisme
 - ❖ 13 avenue de la Ribaute 81240 Albine

Un grand Merci

- Aux 271 participants
- Aux Maires, élus et secrétaires qui ont permis la diffusion, la communication, l'impression et la réception des questionnaires durant les deux mois et demi d'enquête.
- A l'ensemble des habitants contribuant au développement et à la valorisation du territoire Thoré Montagne Noire.

Le Président de la Communauté de communes Thoré Montagne Noire,
Michel CASTAN