



## Sensibilisation à Natura 2000

### Guide à l'usage des animateurs de sites Natura 2000

*ÉCHANGER, AGIR*

# Sommaire

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| Le mot du Directeur Régional de l'Environnement                      | 3   |
| Le mot du Président de l'URVN-FNE PACA                               | 4   |
| Sensibiliser le grand public à Natura 2000 : quelques préconisations | 5   |
| Notions essentielles de communication                                | 6   |
| Questions à se poser avant de commencer                              | 7   |
| Tables des fiches outils                                             | 9   |
| •entrée outils                                                       | 9   |
| •entrée cibles                                                       | 11  |
| •entrée objectif                                                     | 13  |
| Fiches outils                                                        | 15  |
| Fiches générales                                                     | 87  |
| Remerciements                                                        | 127 |

# Le mot du Directeur régional de l'Environnement

Le réseau écologique européen Natura 2000 a pour objectif de contribuer à préserver la diversité biologique sur le territoire des 27 pays de l'Europe. Il vise à assurer le maintien ou le rétablissement dans un état de conservation favorable des habitats naturels et des habitats d'espèces de la flore et de la faune sauvage d'intérêt communautaire. L'ambition de Natura 2000 est de concilier les activités humaines et les engagements pour la biodiversité dans une synergie faisant appel aux principes d'un développement durable.

En Europe, le réseau Natura 2000 comprend 27 000 sites, en France 1753 sites désignés au titre soit de la directive « Oiseaux » (CE92/439), soit de la directive « Habitats » (CE92/43).

A l'échelle de la région PACA, ce sont 128 sites<sup>1</sup> qui couvrent plus de 30% de la surface régionale, soit près d'1 million d'hectares.

C'est la Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (DREAL) qui anime et coordonne la constitution du réseau ; les directions départementales des territoires (DDT/DDTM) veillent quant à elles à la mise en œuvre opérationnelle de cette politique dans leur département. Pour faciliter cette mise en œuvre, la DREAL a souhaité proposer des outils méthodologiques aux opérateurs et animateurs des sites.

Concrètement, chaque site doit faire l'objet d'un document d'objectifs<sup>2</sup> (DOCOB) élaboré par un opérateur local en lien avec un comité de pilotage.

Un animateur est ensuite chargé de mettre en œuvre les mesures définies dans le DOCOB, notamment en proposant la signature de contrats Natura 2000 et de mesures agro-environnementales territorialisées (MAEt) avec des propriétaires et des ayants droits.

Nombre d'élus, propriétaires, agriculteurs, habitants... sont donc concernés par la démarche à différents titres. Sensibiliser et associer ces acteurs est une nécessité pour garantir leur adhésion aux enjeux de Natura 2000.

Ainsi, parmi les mesures préconisées dans les DOCOB, figurent en bonne place les mesures transversales de sensibilisation des acteurs locaux, du grand public, des enfants...

Or, la structure animatrice n'a pas toujours les outils ou les compétences en interne pour les mener à bien. Elle n'a pas non plus toujours les moyens de faire appel à des structures extérieures pour les mettre en œuvre.

La DREAL PACA, en cohérence avec la stratégie de communication du ministère<sup>3</sup>, a donc chargé l'URVN<sup>4</sup> d'élaborer un ensemble d'outils pour la sensibilisation à Natura 2000.

Dans une première phase, la DREAL a notamment souhaité mettre à la disposition des animateurs un outil d'aide au choix et à la mise en œuvre de la meilleure stratégie de sensibilisation des différents publics.

C'est l'objet de ce guide qui recense et caractérise les outils de sensibilisation utilisés dans d'autres thématiques mais adaptables à Natura 2000. Résolument pratique, ce guide valorise un retour expérience et précise pour chacune des actions leurs modalités d'utilisation (cible, budget, délais,...) .

Chaque animateur est invité à identifier les outils répondant au mieux aux priorités d'action du DOCOB, et à les mettre en œuvre en fonction des moyens alloués.

Ce guide a ainsi l'ambition de participer à l'élargissement des compétences du réseau humain Natura 2000. Il est évolutif et pourra être enrichi par les nouvelles expériences menées par chacun.

Natura 2000 : échanger, sensibiliser, agir!

le DREAL

1. dont deux gérés par Languedoc-Roussillon (Petite Camargue)

2. DOCOB : ce document établit un diagnostic biologique et socio-économique du site. Il définit les mesures à mettre en œuvre pour conserver ou restaurer dans un bon état de conservation habitats et espèces d'intérêt communautaire, en lien avec les bonnes pratiques locales.

3. <http://extranet.natura2000.developpement-durable.gouv.fr/> - rubrique « Communication » - Accès réservé aux membres du réseau Natura 2000

4. URVN : Union Régionale PACA Vie et Nature (adhérente FNE)

## Le mot du Président de l'URVN-FNE PACA

L'ambition de Natura 2000, réseau écologique européen, est de concilier les activités humaines et les engagements pour la biodiversité dans une synergie faisant appel aux principes d'un développement durable. Natura 2000 vise notamment à maintenir ou rétablir l'état de conservation des habitats naturels, de la faune et de la flore à un niveau favorable tant pour la biodiversité en elle-même que pour les ressources qu'elle peut apporter aux hommes.

Ce réseau revêt donc une importance particulière aux yeux des associations de protection de la nature et de développement durable. Elles se sont impliquées, et continuent de le faire, dans la démarche : connaissance naturaliste des milieux et des espèces, proposition de sites, information et sensibilisation du grand public, participation au sein des Comités de pilotage pour l'élaboration des Docob, étant même opérateur ou animateur de site dans certains cas.

Sa position de fédération régionale des associations de protection de la nature, son projet associatif en faveur du développement durable ont naturellement conduit l'URVN-FNE PACA à œuvrer pour cette démarche : participation à des Comités de pilotage, réalisation de journées d'information et d'échanges dans chaque département de la région...

L'URVN-FNE PACA et la DREAL ont souhaité poursuivre la dynamique ainsi enclenchée et ont développé un projet de sensibilisation à Natura 2000, dont vous tenez entre vos mains le premier résultat, ce guide pratique pour une sensibilisation à Natura 2000.

Ce guide est pour nous un moyen de valoriser tout le travail que nos associations adhérentes et partenaires. Celles-ci sont en effet présentes sur le terrain depuis des années, quotidiennement, patiemment, avec les moyens qui sont les leurs, pour informer, sensibiliser, former parfois, les acteurs du territoire. Elles œuvrent aussi pour mettre en relation les acteurs avec les opérateurs ou les animateurs de sites Natura 2000. Enfin, elles montent avec ces derniers des projets, des actions qui puissent à la fois préserver une espèce, restaurer un habitat, valoriser des pratiques et des produits agricoles, limiter des pollutions ou des dégradations...

Ce guide a donc été conçu pour poursuivre, amplifier, multiplier ces dynamiques. Notre souhait est qu'il contribue, même modestement, à créer encore plus d'échanges et de synergies entre les animateurs, les APNE et les acteurs du territoire. Que d'une meilleure connaissance de Natura 2000 par les acteurs, naissent de nouvelles actions à plusieurs voix, à plusieurs acteurs. Que les populations : habitants, exploitants, élus, touristes... redécouvrent leur territoire et des modes d'y vivre conciliant nature et activités, et aient envie de s'impliquer pour son avenir.

Natura 2000 : échanger, sensibiliser, agir!

le Président de l'URVN-FNE PACA

# Sensibiliser le grand public à Natura 2000

## Quelques préconisations

La première campagne de sensibilisation des acteurs concernés par l'application de Natura 2000 il y a quelques années en France n'a pas permis de faire suffisamment partager les enjeux et objectifs liés au programme Natura 2000.

Les efforts, aujourd'hui, doivent donc se focaliser -de nouveau- sur le premier objectif de toute campagne de communication : "*faire connaître*" aux différentes cibles : acteurs (adultes et enfants) habitant sur ou autour du site, touristes.

Donc, il faut reprendre cet objectif prioritaire de faire connaître les grandes lignes maîtresses du projet Natura 2000. Quelle que soit la collectivité qui est animateur du site Natura 2000, celle-ci doit donc sensibiliser *le plus de personnes possibles* aux informations de base.

Formuler les grandes idées clés pour sensibiliser *les différentes cibles* du grand public est donc le but des fiches de la boîte à outils méthodologique. Les fiches proposées dans les pages suivantes comprennent donc, outre le descriptif de chaque outil, des préconisations argumentées.

Les outils (non exhaustifs) exposés dans les "fiches -outils" ont pour vocation d'aider l'animateur du site à effectuer cette tâche seul ou en prenant appui sur un tissu local existant. Ces actions, basées sur le Docob, seront menées en collaboration avec le comité de pilotage du site, et pourquoi pas au sein d'un groupe de travail dédié.

Si le temps, les compétences marketing, les points d'entrée relationnels lui **manquent** — *et que le contexte le permet* — il pourrait être assisté par les associations qui relaieront — **sous son contrôle et avec lui** — le projet "Sensibilisation à Natura 2000" sur le terrain.

Il faut ainsi bien veiller à ne pas accepter d'aide de structure ou de personne ayant des valeurs incompatibles avec Natura 2000,

- ni sous forme de compétences (audit, conseils... ex : sous couvert de conseils personnalisés et pertinents, une personne ou une structure est motivée par son intérêt propre, généralement économique ou pour maintenir des intérêts contraires à Natura 2000)
- ni sous forme financière.

Dans le but de concrétiser le respect de l'environnement, d'être efficace et compte tenu de la contraction des budgets de communication, on utilisera ou réutilisera utilement les éventuels supports existants : plaquettes, affiches, expo... Les outils qui devront être créés le seront autant que possible selon les critères de l'éco-communication.

Les actions de communication "grand public" à Natura 2000 doivent donner lieu à un **contrôle** de l'efficacité des actions entreprises, afin de ne pas disperser ses moyens et ses efforts. Ce contrôle, ce bilan des actions entreprises s'avèreront tout aussi utiles pour améliorer les actions futures. Enfin, les différentes expériences seront valorisées sur le site internet de la DREAL PACA afin de mutualiser et partager les réussites.

Nous vous proposons dans les pages suivantes des fiches outils....

## NOTIONS ESSENTIELLES DE COMMUNICATION

Pour des raisons d'efficacité, les méthodologies de la communication issues de l'univers de la consommation et des services sont utilisées pour communiquer sur les problèmes environnementaux, le réchauffement climatique... et dans notre cas particulier sur Natura 2000.

Dans le monde environnemental, nous avons un certain nombre d'*a priori* négatifs, et sommes réticents à utiliser ces méthodes typiques d'une société, d'un mode de pensée que nous souhaitons faire évoluer. Cependant, ces méthodes ont fait leurs preuves et sont de plus en plus utilisées pour évoquer des sujets environnementaux ou sociaux. Nous nous sommes efforcés, dans les fiches outils de ce guide, de leur trouver une adaptation la plus compatible possible avec les objectifs de Natura 2000. Il est en outre conseillé de se référer à la DREAL de votre région pour connaître la stratégie à mettre en œuvre pour Natura 2000.

Avant toute action de communication/sensibilisation d'un public ou d'une cible, il faut d'abord savoir quel but, quel objectif on cherche à atteindre prioritairement.

En effet, communiquer "tous azimuts" sans avoir déterminé l'objectif prioritaire de communication à atteindre et les individus à toucher, est voué à l'échec.

### Les trois axes d'une stratégie de communication

- × Faire Connaître : la personne, membre du groupe cible, doit être capable de citer la marque, le sigle, 1 ou 2 caractéristiques du produit ou du service. Il s'agit d'une connaissance scolaire, d'une mémorisation *objective*, déclinée ici sur Natura 2000.
- × Faire Aimer : l'objectif précédent étant atteint, il faut maintenant construire une image affective positive (donc *subjective*) concernant le produit ou le concept.
- × Faire Agir : dans le schéma classique, il s'agit que le consommateur devienne "actif" dans la recherche du produit ou du service : il s'agit de déclencher l'acte d'achat. Dans le cadre de Natura 2000, il s'agit qu'une personne ou un groupe aie une démarche active, même modeste, en faveur de Natura 2000.

Les fiches outils du présent guide sont principalement reliées au premier axe.

### La cible

Une cible est un groupe de personnes qui ont des caractéristiques communes identifiables (ex : même tranche d'âge (quantitatif), même système de valeurs (qualitatif)). Plusieurs critères croisés définissent une cible.

La cible a donc une certaine homogénéité par rapport aux critères retenus : le message conçu pour la cible a donc plus de chance d'être entendu, compris, intégré.

Le *cœur de cible* : petit groupe de personnes le plus homogène possible et que l'on veut toucher à l'intérieur de la cible.

La *cible captive* : la cible auprès de qui l'on veut faire passer un message est dans une situation dite "captive" quand elle peut difficilement se soustraire à l'écoute du message quelque soit le support de communication choisi (ex : attente dans une gare, salle d'attente en mairie, transport en train sur le lieu de travail etc.).

## Prescripteur

*Le prescripteur direct* : une personne, crédible pour la cible, qui conseille/recommande un produit ou un service.

ex : mon vétérinaire est sérieux, il a une vraie compétence, il me recommande un type d'alimentation pour mon animal.

*Le prescripteur indirect* : la personne qui conseille est là aussi crédible pour la tierce personne dans ses recommandations, même si elle n'est pas le détenteur direct de l'information ou de la compétence.

Ex : l'accompagnateur en moyenne montagne, sans avoir les compétences du scientifique qui a travaillé sur le site, est crédible (de par ses compétences d'accompagnateur) auprès du groupe de personnes qu'il emmène en montagne.

## Contact utile

Une des nombreuses personnes qui a été touchée par le message (ex : spot radio en mode local) et qui appartient à la (les) cible (s) que nous souhaitons sensibiliser.

## Médias = Vecteurs de communication d'une information

*Grands médias* : appelés aussi *mass medias*, ils sont traditionnellement au nombre de 5 : la télévision, la radio, l'affichage (4x3 ou abribus), la presse et le cinéma, auxquels vient s'ajouter les versions internet de tous ces supports.

Ils sont déclinés en mode local dans notre contexte.

*Hors medias* : publicité sur le lieu de vente, événementiel, packaging (ici sans objet) marketing direct, signalétique sur voiture, relations publiques... et tant d'autres supports qui s'adaptent à chaque cas de figure.

## Evaluation d'une campagne de communication

Afin de ne pas utiliser/disperser un budget de communication avec des actions de communication peu ou pas utiles dans les faits, on se doit d'évaluer avec des critères objectifs, quantitatifs, mesurables les répercussions sur la cible et contrôler qui a été *in fine* la cible réellement touchée (des critères concrets sont cités dans chacune des fiches outils de ce guide).

# Questions à se poser avant de commencer...

## Comment choisir un outil ?

**Admettre une évidence : l'hétérogénéité des situations des animateurs de site Natura 2000 qui conditionne – au cas par cas - le choix des outils de communication :**

- \* L'avancement de la structure animatrice dans la mise en œuvre du Docob et de la contractualisation nécessaire à cette mise en œuvre.
- \* Le temps dont dispose l'animateur pour se consacrer au volet "sensibilisation du grand public", déterminé par les axes prioritaires du Docob
- \* Les compétences (l'animateur a-t-il eu une formation communication ou une expérience terrain sur le sujet ?)
- \* Le budget disponible pour la communication pour son site.

## Quel(s) public(s) je cherche à toucher prioritairement sur mon site ?

Une fois la cible déterminée, la consultation de la table des matières par cible permet d'identifier les fiches les plus pertinentes.

En première lecture, garder à l'esprit :

A ) quel **message** ai-je à faire passer, **en référence aux priorités identifiées dans le Docob** du site.

Le message doit aborder ces priorités avec 2 axes :

- ✓ Informer de l'existence des espèces et habitats prioritaires,
- ✓ Informer sur les pratiques qui peuvent créer des conflits ou au contraire, bénéficier aux habitats et aux espèces (gestes à faire ou ne pas faire...).

B ) Quel **temps** puis je consacrer à l'action de communication *Grand Public* ? Quels **résultats** puis-je en attendre ?

C ) De quel **budget** je dispose pour le site concerné, pour la communication ?

D ) De quelle **aide** (appui, relais...) puis je bénéficier au sein même de ma structure ou en dehors (animateurs Natura 2000, organismes spécialisés, associations...) ? L'action que je souhaite mettre en œuvre a-t-elle déjà été réalisée dans un contexte similaire, auquel cas je peux faire appel à mes collègues animateurs.

Enfin, se reposer une dernière fois la question :

*Les outils qui me semblent pertinents sont ils cohérents avec la stratégie Natura 2000 et avec les orientations données par le Docob ?*

Cela permet une vérification des choix faits suite au questionnement ci-dessus.

# Table des fiches — entrée par outil

## Balades contées — Veillées thématiques

Conter Natura 2000 en ciblant les problématiques du territoire, échanger et débattre autour d'un pot / un repas convivial / un instant musical au sein même du site Natura 2000.

## Campagne de sensibilisation scolaire

Amener une classe à découvrir et comprendre les différentes facettes de son site Natura 2000.

## Conférences et cafés — nature

Une personne qualifiée présente les données clés sur Natura 2000 et anime le débat.

Débat libre dans un lieu de convivialité.

## Doc Ob des enfants

Les jeunes bâtissent un programme d'actions pour le site Natura 2000 de leur commune.

## Grands médias en Mode Local : radio, presse locale, sites internet d'un portail territorial...

Informier d'actions spécifiques mises en place ou communiquer ponctuellement et de façon informative sur Natura 2000

## Hors-médias classiques en mode local : des supports de communication permanents.

Affichettes, plaquettes, Cart' Com, autocollants, panneaux d'exposition permanente... Ce type de supports "classiques" utilisés en mode local tant pour informer sur Natura 2000.

## Itinéraires paysans

Sur une zone Natura 2000, un ou des producteurs-agriculteurs impliqués dans Natura 2000 parlent de leurs activités et intègrent des informations-clé sur Natura 2000

## Jeux de piste — rallye nature

Faire découvrir un site Natura 2000 par le biais d'une course d'orientation ou d'une chasse aux indices

## Jeu de rôles

Les participants jouent un rôle différent du leur au quotidien, rôle qui ne correspond pas à leurs contraintes et intérêts par rapport à Natura 2000

# Table des fiches — entrée par outil

## Land Art

Evoquer Natura 2000 en utilisant les matériaux naturels trouvés sur le site pour imaginer une œuvre.

## Maraudage sur site Natura 2000

Un animateur va à la rencontre des publics sur les lieux de fréquentation du site Natura 2000 pour discuter d'une thématique construite autour de Natura 2000.

## Maraudage urbain

Un animateur à la rencontre du public en milieu urbain (bassin de vie quotidien de la cible) pour discuter d'une thématique construite autour de Natura 2000.

## Mini-exposition ou stand en mode local

Sur des lieux de passage/d'attente fréquentés par la cible, présentation synthétique et visuelle des éléments-clés de Natura 2000.

## Sensibilisation des prescripteurs indirects

Des professionnels résidant sur le site prennent en charge la transmission de message sur Natura 2000 dans le cadre de leur activité habituelle.

## Sentier d'interprétation — sentier nature

Quelques centaines de mètres en sentier aménagé pour mettre en valeur les qualités Natura 2000 du site considéré.

## Signalétique : panneautage communal et sur le site Natura 2000

Une signalétique efficace aux endroits stratégiques de la commune et aux accès du site.

## Sortie nature : petite randonnée Natura 2000

Une balade facile sert de support pour diffuser de l'information sur Natura 2000.

## Support ludique pour tous : la BD

Ciblée tout public et à vocation de diffusion large, une BD ludique pour les idées-clés du projet Natura 2000.

## Théâtre-forum

Les spectateurs prennent conscience des enjeux Natura 2000 en rejoignant sur scène les comédiens et font tous ensemble évoluer le scénario de base.

# Table des fiches — entrée cible

## Acteurs stratégiques du territoire / Associations

Sensibilisation des prescripteurs indirects  
Théâtre forum  
Jeux de rôles  
Conférences et cafés - nature

## Adultes captifs

Maraudage urbain  
Grands médias en mode local  
Hors médias classiques en mode local  
Mini exposition informative permanente et / ou itinérante  
Signalétique : panneautage communal et sur site Natura 2000  
Support ludique : la bande dessinée

## Enfants / scolaires / centres de loisirs sans hébergement

Balade contée  
Conférences et cafés - nature  
Jeu de rôles  
Docob des enfants  
Itinéraires paysans  
Rallye nature - jeux de piste  
Sentier d'interprétation - sentier nature  
Support ludique : la bande dessinée

## Habitants du territoire Natura 2000

Théâtre forum  
Balade contée  
Conférences - café nature  
Itinéraires paysans  
Maraudage sur site N2000  
Maraudage urbain  
Grands médias en mode local  
Hors médias classiques en mode local  
Mini exposition informative et / ou permanente  
Sentier d'interprétation - sentier nature  
Signalétiques : panneautage communal et sur site Natura 2000

## Public familial

Land art  
Balade contée  
Conférences - café nature  
Itinéraires paysans  
Rallye nature - jeux de piste

## Table des fiches — entrée cible

Maraudage sur site Natura 2000  
Sentier d'interprétation - sentier nature  
Signalétiques : panneautage communal et sur site Natura 2000  
Support ludique : la bande dessinée

### Touristes / Praticants de sports nature

Land art  
Balade contée  
Conférences - café nature  
Itinéraires paysans  
Rallye nature - jeux de piste  
Maraudage sur site Natura 2000  
Maraudage urbain  
Grands médias en mode local  
Hors médias classiques en mode local  
Mini exposition informative et / ou permanente  
Sentier d'interprétation - sentier nature  
Signalétiques : panneautage communal et sur site Natura 2000  
Support ludique : la bande dessinée

**Les recommandations de ciblage ne sont qu'indicatives mais visent à davantage d'efficacité.**

# Table des fiches — entrée objectif

L'objectif va de la connaissance jusqu'à la signature de chartes ou de contrats.

## Information

Le but est de faire connaître Natura 2000, de façon simple et dans ses grandes lignes, au public visé.

- Maraudage urbain
- Signalétique : panneautage communal et sur site
- Sensibilisation des prescripteurs indirects
- Grands médias en mode local
- Support de communication permanents
- Exposition ou stand en mode local
- Balade contée
- Land art
- Rallye nature - jeu de piste

## Connaissance

Les outils de cette catégorie permettent d'apporter au public visé un niveau d'information plus poussé que celui de la catégorie ci-dessus.

- Support ludique : bande dessinée
- Maraudage sur site Natura 2000
- Sentier nature - sentier d'interprétation
- Itinéraires paysans
- Conférences et cafés nature
- Docob jeunesse
- Rallye nature - jeu de piste
- Petite randonnée Natura 2000

## Médiation

- Théâtre forum
- Sensibilisation des prescripteurs indirects
- Jeux de rôles

## Informations générales

- Accès au publics handicapés sur site Natura 2000
- Eco-conception — éco-communication
- Homologuer un jeu pour une diffusion payante ou non
- Notions essentielles de communication
- Questions à se poser avant de commencer
- Sécurisation des lieux d'accueil du public
- Sécurité du public
- Travailler avec l'Education nationale : l'éducation au développement durable
- Travailler avec l'Education nationale : la méthode d'investigation

## Fiches outils

Rappel : Tous les outils créés par les animateurs devront porter le logo officiel Natura 2000 et celui de la commission européenne (dans le cas de financements européens).

Les fiches outils sont présentées par ordre alphabétique.

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Présentation succincte d'une fiche                          | 15 |
| Balades contées — veillées thématiques                      | 17 |
| Campagne de sensibilisation scolaire                        | 21 |
| Conférences et cafés nature                                 | 26 |
| Docob des enfants                                           | 30 |
| Grands média en mode local                                  | 35 |
| Hors-média classiques en mode local                         | 37 |
| Itinéraires paysans                                         | 40 |
| Jeux de piste — rallye nature                               | 44 |
| Jeux de rôle                                                | 48 |
| Land art                                                    | 53 |
| Maraudage sur site Natura 2000                              | 56 |
| Maraudage urbain                                            | 59 |
| Mini expo ou stand en mode local                            | 62 |
| Sensibilisation des prescripteurs indirects                 | 66 |
| Sentier d'interprétation — sentier nature                   | 69 |
| Signalétique : panneautage communal et sur site Natura 2000 | 72 |
| Sortie nature : petite randonnée Natura 2000                | 75 |
| Support ludique pour tous : bande dessinée informative      | 79 |
| Théâtre forum                                               | 82 |

## Présentation succincte d'une fiche outil



La fiche outil est structurée suivant la logique d'un plan d'action concret.

Aucune phase ne peut être traitée indépendamment des autres. Les premières phases, qui sont stratégiques, anticipent les mises en œuvre décrites dans les rubriques suivantes.

A noter : les fiches présentées ci après restent générales. A vous de vous approprier le ou les outils et à les adapter à vos territoires, à ses spécificités et à ses enjeux.

### Objectifs

Sont rappelés ici, de façon très générale, les objectifs susceptibles d'être atteints avec l'outil décrit.

### Publics cibles

Quels sont les publics que vous cherchez à informer / sensibiliser / éduquer par le biais de cette action ?

Nous présentons ici les publics (en vert) pour lesquels l'outil nous semble le mieux adapté. Cela ne veut pas dire toutefois qu'il ne puisse pas être utilisé avec profit pour d'autres publics.

- × Elus
- × Scolaires
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × Touristes

### Description et mise en œuvre

#### *Description*

Rubrique présentant l'outil un fois mis en œuvre.

#### *Mise en œuvre*

Description, étape par étape, des actions à accomplir pour mettre en œuvre l'outil.

#### *Compétences de l'animateur nécessitées par l'outil*

Compétences de l'animateur nécessitées particulièrement pour cet outil et son application à Natura 2000.

#### *Coûts de l'action et délais de mise en œuvre*

Les éléments de coûts et de délais ne sont pas toujours connus. Quand des éléments étaient disponibles, ces coûts et délais ont été repris dans les fiches, **à titre indicatif** (ordres de grandeur).

## Faire connaître l'action

Sont présentés ici quelques uns des moyens à votre disposition pour faire connaître votre action. A vous de choisir l'outil qui vous semble le plus pertinent, compte tenu de votre projet, de vos cibles, et de votre territoire.

## Bilan qualitatif et quantitatif

### *Intérêt du bilan*

Un bilan permet de vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expérience.

Il s'agit notamment d'examiner les résultats obtenus au regard des objectifs fixés initialement.

### *Indicateurs de base*

Nous avons indiqué ici quelques indicateurs parmi ceux qui viennent le plus naturellement à l'esprit. Selon l'action que vous mettrez en place, il vous faudra choisir parmi la liste proposée, adapter un indicateur ou encore en imaginer d'autres.

### *But de bilan*

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite. Quels ont été les enseignements que vous avez tirés de vos bilans ?

## Sources

Nous avons regroupé dans cette rubrique des associations ou des organismes, des références de livres ou des textes de lois... susceptibles de vous fournir des précisions ou des idées pour vous aider à monter votre projet.

**Ne pas oublier !**  
Toute action de communication sera  
préalablement validée par les services de  
l'Etat.

**A vous de jouer !**  
Bon courage pour la mise en œuvre et  
bonne réussite dans votre action !

# Balades et veillées contées

La veillée contée est issue des traditions paysannes telles qu'elles existaient en Europe.

## Objectifs

L'aspect convivial, ludique et pédagogique du conte, qu'il soit sous forme passive (la veillée) ou plus active (la balade), permettent d'atteindre un objectif de *Faire Connaître Natura 2000* (les axes généraux et les particularités faune-flore-habitats du site même) par le biais de l'imaginaire, l'affectif, l'onirisme... Cela dépasse donc l'objectif purement informatif de "sensibiliser à Natura 2000" et ce sans entraîner de coût supplémentaire !

## Publics cibles

- × Elus
- × Scolaires
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × Touristes

## Description et mise en œuvre

### *Description de l'outil*

L'outil propose de découvrir un site, sur la base d'un conte, de façon passive (sous forme de veillée contée) ou de façon active (tout en faisant une balade contée). Au cours d'une soirée au couchant ou autour d'un feu, au cours d'une promenade, qui peut se terminer par un goûter ou pique-nique tiré du sac, un conte est narré et joué aux participants. Le groupe ne devrait pas excéder une vingtaine de personnes pour permettre une vraie cohésion et faciliter la mise en ambiance.

#### × Sous forme de veillée

Le groupe est installé dans un lieu ouvert autour du conteur (ex : clairière, plage...).

#### × Sous forme de balade

Forme vivante de spectacle, permettant de tisser un lien entre la culture et l'univers familial, urbain ou naturel, la balade contée donne l'occasion de redécouvrir son environnement; ici le site Natura 2000, sous un autre angle, transformé par la magie des contes.

Un groupe de spectateurs est emmené en promenade. Au détour d'un bosquet, dans une clairière ou près d'un gué, le / la conteur (se) va raconter une histoire, proposer une énigme. Et puis on va repartir...

La balade peut s'étendre de moins de 1 km, environ 1h à quelques km (5 / 6) pour une durée : 2 à 3 h. Pour les plus sportifs, cela peut même être une randonnée contée (à la journée, ~15 km).

## **Mise en œuvre de l'outil**

### **Préparation du conte**

- \* Déterminer le message, les éléments-clés à transmettre

L'animateur du site relève les éléments-clés généralistes qu'il souhaite mettre en avant pour sa cible/ses cibles et les liste avec un bref explicatif. En cas d'intervenant extérieur (un(e) conteur (se) professionnel(le)), le document réalisé pourra lui faire intégrer ces éléments plus facilement.

L'animateur du site relève les intérêts faune – flore – habitats de sa zone et fait un récapitulatif : photos, histoire locale, anecdotes, documents de vulgarisation scientifique.... Comme précisé précédemment, la délégation à un conteur extérieur au projet peut être faite avec aisance avec tous ces éléments de dossier.

- \* Choix des publics cibles

Choix de réaliser soi-même ou de déléguer la partie "rédaction du conte" et narration à un professionnel

- \* Si le choix est fait de faire appel à un professionnel, recherche et sélection de conteurs / conteuses
- \* Choix ou conception de la trame de fond (histoire qui servira de base au conte) dans laquelle seront intégrés les éléments Natura 2000.  
Cette phase se fera le cas échéant avec le conteur.
- \* Rédaction du conte adapté au site Natura 2000 considéré. Un conte existant maîtrisé par le conteur peut servir de support de base aux particularités Natura 2000.

Certains conteurs professionnels peuvent proposer une même prestation avec ou sans accompagnement instrumental (en partenariat avec un collègue musicien). Cela théâtralise davantage le conte lui-même...

### **Préparation de l'animation (balade ou veillée)**

- \* Détermination des dates de réalisation (par l'animateur ou en co-décision avec les écoles si on choisit un public scolaire ; en fonction des disponibilités du conteur)
- \* Rassembler le matériel nécessaire à la soirée ou à la balade :
  - Plaid,
  - Bois,
  - Lampe torche,
  - Quelques parapluies pour parer à quelques gouttes
  - Pique-nique et eau sont laissés à la charge des participants.

- \* Prévoir une salle où se replier en cas d'averse un peu longue.

Les éléments logistiques et "de confort" évoqués ici doivent être conçus de la manière la plus simple possible autour de la prestation qu'est le conte (pour ne pas dénaturer l'action et pour rester dans le budget).

- \* Prévoir la trousse de secours et prendre en compte les aspects sécurité (se référer aux fiches correspondantes).
- \* Effectuer la publicité de l'action et insister sur la nécessité de s'inscrire en précisant son numéro de téléphone.
- \* Se réserver la possibilité d'annuler si le nombre d'inscrits est insuffisant, et dans ce cas, prévenir les éventuels inscrits.

Pour une balade, on se reportera utilement à la fiche "petite randonnée Natura 2000". Dans les 2 cas, se reporter également aux fiches sécurité.

### **Valorisation du travail de préparation fait par le conteur**

- \* Un même conte pourra être utilisé pour plusieurs publics (publics scolaires et familial par exemple).
- \* Dans d'autres cas, une variante à un conte pourra être judicieusement utilisée à destination d'un public adulte un conte initialement pour enfants, par exemple. Cette possibilité présente en outre les avantages de demander moins de temps de préparation et donc d'être moins coûteuse.
- \* Enfin, il se peut dans certains cas qu'aucune de ces deux possibilités ne soient envisageables. Il faudra alors créer différents contes, adaptés à différents publics.

### **Compétences nécessitées par l'outil**

- \* Connaissance de son milieu, de son site Natura 2000 et de son histoire
- \* Imagination et poésie pour la conception d'un conte (s'il n'y a pas délégation à un conteur). Ne pas se surestimer !
- \* Capacité à interpréter le conte (s'il n'y a pas délégation à un conteur). Garder à l'esprit que le conte est interprété (joué) et non lu.
- \* Capacité à déterminer un petit espace naturel où le conteur peut se déplacer avec son petit groupe de personnes et... un grand plaid pour s'asseoir !

### **Coût et délais de mise en œuvre**

- \* Le coût varie en fonction de l'intervenant conteur ; un conteur issu du milieu associatif proposera vraisemblablement des tarifs plus bas que ceux d'un conteur professionnel. De même, si l'animateur de site a une expérience personnelle du théâtre ou du conte, le coût sera limité au temps de travail de l'animateur.
- \* Plus le temps de préparation pour le conteur est long, et plus le coût global doit être réparti sur un nombre élevé de prestations.
- \* La présence d'un musicien influe bien sûr sur le budget.

Les délais sont de trois semaines (en plus du délai normal du planning) lorsque le conteur doit intégrer les éléments spécifiques à Natura 2000.

### **Faire connaître l'action**

- \* Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- \* Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
- \* Affichage chez les commerçants, dans les écoles, les centres de loisirs, les centres sociaux, les clubs de sport, les lieux culturels : cible familiale
- \* Annonces dans les médias (presse et radio locale) cible touristique
- \* Publicité dans les offices de tourisme, structures d'hébergement, maisons du Parc... : cible touristique

## Bilan qualitatif et quantitatif

### *Intérêt*

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### *Indicateurs de base*

- ✦ **Comptage des personnes touchées** et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus) dans le cas d'une cible adulte
- ✦ Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- ✦ **Vérification de l'intégration du message par le public** : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante de la journée ?"
- ✦ Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

### *But*

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite

## Sources

Murmures de Cailloux, Aix en Provence (13)  
Sylvie Vieville et Robert Vars, Cie Tamtam, Nice (06)  
Gin Candotti-Besson  
La Nature racontée, Aix en Provence (13)

# Campagne de sensibilisation scolaire

Ce type de campagne de sensibilisation à Natura 2000, à destination d'un public scolaire, "longue durée", a été imaginé sur le site Massif de l'Arbois, par le syndicat mixte du Massif de l'Arbois (SIMA), animateur du site, en collaboration étroite avec l'UDVN 13, fédération départementale d'associations de protection de la nature des Bouches du Rhône. Les concepteurs ont volontairement choisi une durée de 2 ans pour la campagne, mus par le désir de proposer une campagne de sensibilisation approfondie basée sur un principe de la pédagogie, à savoir la répétition. Le temps est en outre un paramètre important dans l'acquisition et la stabilisation des connaissances par les enfants. La durée du projet permet ainsi d'étudier à différents niveaux de compréhension les notions de biodiversité, de territoire, d'écocitoyenneté...

## Objectifs

La campagne vise à sensibiliser des groupes d'enfants à Natura 2000 sur leur territoire de vie. Les grands objectifs peuvent être déclinés suivants :

- × Identification de Natura 2000 en tant que site, réseau, outils
- × Compréhension de la démarche et des messages clés de Natura 2000, ainsi que l'importance des habitats et de leur qualité pour la conservation de la biodiversité
- × Intégration de Natura 2000 par les acteurs dans leurs pratiques
- × Connaissance du site Natura 2000 concerné par la campagne : patrimoine naturel et culturel, biodiversité ordinaire et spécifique, activités présentes et enjeux de conservation
- × Découverte et appropriation d'une biodiversité de proximité
- × Prise de conscience des interdépendances homme – milieux naturels – espèces associées, des impacts engendrés par l'homme et ses activités.

## Publics cibles

- × Elus
- × **Scolaires**
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × Touristes

## Description et mise en œuvre de l'outil

### Description de l'outil

L'outil proposé est une campagne pédagogique articulée autour d'interventions théoriques et de terrain. Elle est organisée **sur deux années scolaires d'une même classe**, favorisant ainsi une acquisition progressive par les élèves des notions abordées, et permettant aux enseignants d'acquérir le recul nécessaire au bon accompagnement des enfants.

Un travail étroit est mené à la fois avec le monde éducatif et associatif, afin de définir un projet cadre et d'en choisir les thèmes, préparer les travaux des classes et d'en faire le bilan partagé. Le but est un travail de long terme avec les classes, permettant

- ✗ d'approfondir le sujet avec les élèves,
- ✗ de faire comprendre aux enfants le territoire (leur faire découvrir une biodiversité de proximité, leur faire prendre conscience de l'impact de l'homme et son interdépendance avec le milieu naturel)
- ✗ et ainsi mieux participer à sa gestion dans l'avenir.

### Mise en œuvre de l'outil

La campagne peut se décliner en 2 phases :

- ✗ une 1ère phase dévolue à la découverte des enjeux du territoire : espèces, habitats, ayant notamment justifié l'intégration à Natura 2000.
- ✗ 2nde phase : approfondissement des enjeux, menaces spécifiques pesant sur la biodiversité et le territoire, bonnes pratiques mises ou à mettre en œuvre, moyens d'action dans le cadre de Natura 2000.

Chaque phase peut comprendre 3 types d'intervention :

- ✗ intervention théorique (identifier avec les enfants les concepts / bases de Natura 2000 et la démarche),
- ✗ intervention de terrain pour confronter le réel et la théorie,
- ✗ temps de restitution permettant aux jeunes de transmettre à leur tour les acquis (cela permet en outre de vérifier la bonne intégration du message).

| Action                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Porteur                        | Acteurs à associer    | Période (approximative) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------|-------------------------|
| Phase de préparation                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                |                       |                         |
| Définition par l'animateur N2000 des contenus de la campagne : enjeux naturels spécifiques du site, messages clé, lieux à visiter,                                                                                                                                                                                                               | Animateur N2000                | Partenaire associatif | Automne N0              |
| Proposition du projet aux écoles du territoire et adaptation des contenus de la campagne au niveau scolaire<br>Rendez-vous avec la communauté éducative pour présenter le projet et trouver des classes participantes<br>Temps d'information des enseignants participants<br>Temps de concertation avec les enseignants pour ajuster la campagne | Animateur N2000                | Inspection académique | Hiver N0 / N1           |
| Réponse à l'appel à projet de l'Inspection Académique, le cas échéant                                                                                                                                                                                                                                                                            | Animateur N2000 et enseignants |                       | Mars / avril N1         |

| Action                                                                                                                                                                                                                                                                | Porteur                                  | Acteurs à associer                                               | Période (approximative)       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| <b>Année 1 (année scolaire N1/N2)</b>                                                                                                                                                                                                                                 |                                          |                                                                  |                               |
| Réunion de concertation / coordination avec les enseignants pour l'année 1 (objectifs, contenus, structuration des séances, définition des calendriers)                                                                                                               | Animateur N2000                          | association, enseignants, Inspection académique                  | Septembre N1                  |
| Préparation des séances d'intervention<br>Conception du déroulé précis des différentes interventions en classe<br>Identification, collecte et éventuellement création des supports (fiches, jeux, documents...)<br>Repérage des sites pour les sorties de terrain     | animateur N2000 et partenaire associatif | enseignants                                                      | Automne N1                    |
| Réalisation des interventions                                                                                                                                                                                                                                         | Partenaire associatif                    | Enseignants, animateur N2000                                     | Hiver N1 / N2 et printemps N2 |
| Préparation des restitutions                                                                                                                                                                                                                                          | Partenaire associatif et enseignants     | Animateur N2000                                                  | Mai N2                        |
| Restitution (journée, ½ journée...)                                                                                                                                                                                                                                   | Enseignants et leurs classes             | Animateur N2000, association, Inspection académique, Copil N2000 | Mai / juin N2                 |
| Réunion de bilan avec les partenaires du projet                                                                                                                                                                                                                       | Animateur N2000                          | association, Inspection académique, Copil N2000                  | Juin N2                       |
| <b>Année 2 (année scolaire N2 / N3)</b>                                                                                                                                                                                                                               |                                          |                                                                  |                               |
| Réunion de concertation / coordination avec les enseignants pour l'année 1 (objectifs, contenus, structuration des séances, définition des calendriers)                                                                                                               | Animateur N2000                          | association, enseignants, Inspection académique                  | Septembre N2                  |
| Préparation des séances d'intervention<br>Conception du déroulé précis des différentes interventions en classe<br>Identification, collecte et éventuellement création des supports qui (fiches, jeux, documents...)<br>Repérage des sites pour les sorties de terrain | animateur N2000 et association           | enseignants                                                      | Automne N2                    |
| Réalisation des interventions                                                                                                                                                                                                                                         | Partenaire associatif                    | Enseignants, animateur N2000                                     | Hiver N2 / N3 et printemps N3 |
| Préparation des restitutions                                                                                                                                                                                                                                          | Partenaire associatif et enseignants     | Animateur N2000                                                  | Mai N3                        |
| Restitution (journée, ½ journée...)                                                                                                                                                                                                                                   | Enseignants et leurs classes             | Animateur N2000, association, Inspection académique, Copil N2000 | Mai / juin N3                 |
| Réunion de bilan avec les partenaires du projet                                                                                                                                                                                                                       | Animateur N2000                          | association, Inspection académique, Copil N2000                  | Juin N3                       |

La phase de préparation peut être entamée plus tardivement si on ne souhaite pas intégrer la campagne dans un appel à projets des Inspections Académiques. Cependant, il faut savoir que les programmes scolaires sont bien remplis et les enseignants très sollicités pour ces activités un peu annexes telles que les projets de classe sur l'environnement, la culture, les classes de découverte, de sports...

### *Contraintes à anticiper*

La campagne s'adresse à une classe pendant 2 ans. Il s'agit donc de convaincre 2 professeurs de participer : celui que la classe aura en année N1 / N2 et celui qu'elle aura l'année N2 / N3.

La question des transports des classes sur le terrain

Contraintes de sécurité particulières pour les sorties scolaires (se référer à la fiche correspondante)

Les cadres de l'Education Nationale, en matière de calendrier, de programmes scolaires et de contenus pédagogiques des animations proposées

Par exemple, les réponses aux appels à projets lancés par les inspections académiques départementales sont attendues en général au début du printemps de l'année N pour la rentrée de l'année scolaire N / N+1

Les plannings des différents partenaires du projet

### *Compétences nécessitées par l'outil*

Connaissance du site Natura 2000 concerné et de ses enjeux spécifiques

Connaissance des acteurs du territoire

Compétences pédagogiques

Planification—gestion de projet

### *Coûts de mise en œuvre*

coûts : temps de travail de l'animateur et de l'éducateur environnement, impression des supports pédagogiques créés (fiches, jeux...), frais de transport pour une campagne de 2 ans à destination de 5 classes, compter 10 000 à 12 000 €.

## **Faire connaître l'action**

- ✘ **Rendez-vous avec la communauté éducative : conseillers pédagogiques des circonscriptions scolaires concernées, directeurs d'école et enseignants**  
Information préalable auprès de la classe, de l'école, des parents
- ✘ Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- ✘ Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, autobus...)
- ✘ Affichage chez les commerçants, dans les écoles, les centres de loisirs, les centres sociaux, les clubs de sport, les lieux culturels
- ✘ **Information dans les médias (presse et radio locale, publications et site web de la structure animatrice, du partenaire associatif, de l'Inspection académique et des communes concernées, ...)**
- ✘ Relais par le partenaire associatif.

## Bilan

### Intérêt

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### Indicateurs de base

- ✗ **Comptage des personnes touchées lors du temps de restitution** et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- ✗ Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- ✗ Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante de la journée ?"
- ✗ **Vérification de l'intégration du message par le public : les temps de restitution ainsi que les premiers travaux de la 2<sup>nd</sup>e année permettent justement cette vérification**
- ✗ Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

### But

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite.

## Sources

**Ministère en charge de l'environnement et du développement durable, pages dédiées à Natura 2000**

<http://www.developpement-durable.gouv.fr/-Natura-2000,2414-.html>

### Syndicat Mixte du Massif de l'Arbois

9 avenue de la gare

BP 24

13 880 Velaux

Tél : 04 42 74 81 07

Courriel : [sourribes.vc@orange.fr](mailto:sourribes.vc@orange.fr)



### UDVN 13

28 rue Saint Savournin

13001 Marseille

Tél : 04 91 53 10 35

Courriel : [udvn13.contact@gmail.com](mailto:udvn13.contact@gmail.com)



# Conférences et Cafés Nature

## Objectifs

Informier, expliquer et débattre sur Natura 2000 et nouer des contacts (potentiellement utiles) en mode local

## Publics cibles

- × Elus
- × Scolaires
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × Touristes

## Description et mise en œuvre de l'outil

### *Description de l'outil*

Réunir des personnes intéressées (les autres ne viendront pas) par une thématique liée au site Natura 2000 de proximité : la conférence ou la thématique du café-nature peuvent avoir pour **thème** :

- × Natura 2000 lui-même : en quoi cela consiste, quels sont les avantages et/ou contraintes pour le citoyen lambda, quels sont les moyens pour participer -à son niveau- à ce projet qui concerne tout un territoire...
- × les éléments de biodiversité (quels qu'ils soient) qui ont justifié que la zone soit intégrée à Natura 2000 et créer une conférence avec l'appui d'un scientifique d'un naturaliste (payés ou intervenant bénévolement).

Temps moyen préconisé :

- × Conférence : 1H
- × Débat-discussion : 1H

*NB* : prendre en compte les contraintes de trajet et de temps des personnes

- × Nombre de participants préconisé : 20 à 40, pour que l'échange entre participants reste facile.

### *Mise en œuvre de l'outil*

- × déterminer un thème attractif pour les cibles et correspondant aux éléments clés que l'animateur du site souhaite voir développer prioritairement
- × trouver un lieu adapté à la cible (aux cibles), avec suivant le cas un accès facile en transport en commun et / ou un parking (penser aux zones rurales et aux

fins de soirée : il n'y a plus forcément de transports en commun après 20 ou 22h selon les villes...).

- ✗ Dans la mesure du possible, choisir une salle à accès normalisé pour les handicapés.
- ✗ prévoir les outils technologiques de communication : ordinateur, vidéoprojecteur, écran, télévision... ou s'assurer qu'ils sont disponibles dans la salle
- ✗ déterminer les vecteurs de communication (voir rubrique ci-dessus) pour informer la cible du thème, du/des participants des horaires et conditions d'accès
- ✗ éditer/imprimer les vecteurs de communication
- ✗ contacter les intervenants (si nécessaire)

### ***Compétences nécessitées par l'outil***

- ✗ Gestion d'un fichier ou d'un mailing
- ✗ Qualités relationnelles
- ✗ Culture générale assez étendue sur le sujet et / ou dans le territoire (pour identifier des intervenants potentiels)
- ✗ Capacité d'animation d'une conférence

### ***Coût et délais de mise en œuvre***

Ces éléments dépendent de l'ampleur donnée à l'action : tableau ci-après.

| Coûts et délais de mise en oeuvre            |                                                                             |                                                                                     |                                                                          |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Élément à compter                            | Option                                                                      | Ordre de grandeur                                                                   | Délais                                                                   |
| Salle                                        | Salle de la collectivité porteuse de l'animation                            | Gratuit                                                                             | 1.5 mois à l'avance                                                      |
|                                              | Salle commune (mairie, maison des associations...)<br>Salle d'un partenaire | Gratuit à 150 €<br>Gratuit si les relations sont bonnes !<br>100 à 300 € la journée |                                                                          |
| Animation                                    | Location d'une salle                                                        |                                                                                     |                                                                          |
|                                              | Animateur du site N2000                                                     | Temps de travail de l'animateur                                                     | Jusqu'au dernier moment                                                  |
|                                              | Bénévole associatif                                                         | Gratuit / défraiement du bénévole                                                   | 2-3 semaines avant                                                       |
| Intervenant extérieur                        | Journaliste                                                                 | Fonction de la notoriété du journaliste                                             | 1.5 mois avant                                                           |
|                                              | Bénévole associatif                                                         | Gratuit / défraiement du bénévole                                                   | 2-3 semaines avant                                                       |
|                                              | Universitaire                                                               | Gratuit à 500 € la demi journée / défraiement                                       | 1.5 mois avant selon ses fonctions et charges                            |
| Projection d'un film                         | Spécialiste de grande notoriété                                             | En fonction de la personne + défraiement                                            | 1.5 mois avant minimum                                                   |
|                                              | Gracieusement prêté                                                         | Gratuit                                                                             | 1.5 mois avant                                                           |
|                                              | Projeté depuis internet                                                     | Gratuit / coût de la connexion                                                      |                                                                          |
| Obtenu auprès du réalisateur / du producteur | A négocier (souvent prêté quand il s'agit de documentaires)                 |                                                                                     |                                                                          |
| Accueil café ou pot                          | Traiteur                                                                    | 3-5 € par personne                                                                  | Confirmer le nombre de personnes 3 à 8 jours avant en fonction du nombre |
|                                              | Café / bistrot du village                                                   | Tarif habituel des consommations, à négocier éventuellement                         |                                                                          |

## Faire connaître l'action

- ✗ Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- ✗ Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, autobus...)
- ✗ Affichage chez les commerçants, dans les écoles, les centres de loisirs, les centres sociaux, les clubs de sport, les lieux culturels
- ✗ Annonces dans les médias (presse et radio locale)

## Bilan

### Intérêt

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### Indicateurs de base

- ✗ Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- ✗ Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- ✗ Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante de la journée ?"
- ✗ Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

### But

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite.

## Sources

### **Maison de la Nature des Hautes Alpes**

BP 16 – le Queyron  
05 600 Guillestre  
04 92 45 37 87

[maisondelanature05@yahoo.fr](mailto:maisondelanature05@yahoo.fr)

<http://www.maisondelanature05.org/index.html>



### **LPO PACA**

6 Avenue Jean Jaurès - Villa Saint Jules  
83400 HYERES

[paca@lpo.fr](mailto:paca@lpo.fr)

<http://paca.lpo.fr>



### **Amis de la Presqu'île de Giens**

10 av. de Limans  
83 400 Hyères  
04 94 00 61 96

[escampobariou@wanadoo.fr](mailto:escampobariou@wanadoo.fr)

<http://www.apgiens.com/>



# Docob des enfants

Dans le cadre de la mise en place du Natura 2000 de la Clarée (Hautes Alpes), l'opérateur du site, la commune de Névache et la Maison de la Nature des Hautes Alpes travaillent en collaboration sur l'élaboration d'un Docob Jeunesse. Le projet suit les étapes de l'élaboration du Docob avec en finalité l'écriture collective d'un document comprenant un état des lieux et des fiches actions. Ce document proposé par la jeunesse du territoire concerné alimentera par la suite le Docob officiel.

Imaginé *a priori* en phase d'écriture du Docob, ce projet peut être adapté afin d'être proposé aux écoles en phase d'animation du site.

## Objectifs

Ce projet pédagogique vise à sensibiliser les enfants d'une part à la nature de leur territoire de vie et d'autre part à leur faire connaître Natura 2000 en général et sur leur territoire.

Il leur permet en outre de les rendre acteurs de cette politique de leur territoire : après découverte de leur territoire et de ses richesses naturelles, les enfants réfléchissent sur les enjeux et en réponse proposent des actions possibles de gestion. Ces réflexions et propositions font l'objet d'une présentation (livret, exposition...), pour alimenter les travaux du Comité de Pilotage du site Natura 2000 et le Docob officiel.

Les adultes peuvent également être mis à contribution par le biais de réunions publiques en amont du projet et lors de la restitution. En outre, faire adhérer les enfants permet une diffusion de l'information dans les familles

## Publics cibles

- × Elus
- × **Scolaires**
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × Touristes

## Description et mise en œuvre de l'outil

### Description :

Le projet suit les différentes étapes de l'élaboration du DocOb avec en finalité l'écriture collective d'un document comprenant un état des lieux et des fiches actions. Il associe différentes communes concerné par un même site Natura 2000, ce qui permet de répartir les thèmes traités entre les classes des différentes communes.

Il comporte 3 grandes étapes :

- \* Etape 1 : appropriation des enjeux du site et découverte de Natura 2000
- \* Etape 2 : travail approfondi pour chaque groupe sur un des enjeux du site
- \* Etape 3 : élaboration de fiches actions sur ces enjeux.

Les thématiques de travail proposées aux classes sont définies par l'animateur en fonction des spécificités qui ont favorisé le classement en Natura 2000 du site. Elles peuvent ainsi

- \* concerner des milieux et leurs différentes composantes (faune, flore, géologie...),
- \* ou porter sur une espèce en particulier et son écologie (biologie, milieux de vie...).

Les classes bénéficient de 6 à 8 séances d'animations chacune, étalées au fil de l'année scolaire, permettant ainsi une véritable appropriation du thème, un travail approfondi et complet, mais aussi une intégration des animations dans le projet annuel de la classe. Ces séances d'animation peuvent être réparties comme suit :

- \* Immersion

Séance 1 : Découverte sensorielle de l'environnement local

- \* Appropriation du sujet

Séance 2 : Découverte de mon environnement (lecture de paysage / introduction de la notion de biodiversité)

Séance 3 : La vie dans le milieu étudié (la flore)

Séance 4 : La vie dans le milieu étudié (les animaux)

Séance 5 : L'homme et le milieu étudié (les usages)

- \* A la découverte de Natura 2000

Séance 6 : découverte de Natura 2000 : histoire et objectifs de cette politique, le réseau européen et ses richesses naturels (milieux naturels, faune, flore...), la démarche de développement durable...

- \* Le DocOb Jeunesse

Séances 7 et 8 : préconisations des enfants

Etude des enjeux du territoire et des menaces qui pèsent,

Propositions par les enfants d'objectifs de gestion et de mesures.

#### **Docob des enfants de la Clarée :**

Les thématiques retenues sont les suivantes :

Mônetier les Bains : les chiroptères

Val des Prés : le milieu forestier

Saint-Chaffrey : espace agricole montagnard

Névache : eau et falaises

La Salle les Alpes : l'alpage

#### **Docob des enfants de la Clarée :**

Sur la commune de la Salle les Alpes, les classes ont bénéficié des animations suivantes :

Immersion

Séance 1 : découverte sensorielle de l'environnement de la Clarée et zoom sur l'alpage

Appropriation du sujet

Séance 2 : lecture de paysage et découverte de la notion de biodiversité

Séance 3 : l'alpage et sa flore

Séance 4 : les animaux de l'alpage

Séance 5 : l'homme et l'alpage

A la découverte de Natura 2000

Séance 6 : Natura 2000 (politique européenne, présentation du réseau paneuropéen...)

Jeu de rôle autour des enjeux, usages et de la concertation

Le Docob des enfants

Séance 7 : réflexion sur les enjeux du territoire, étude de problèmes

Séance 8 : propositions d'objectifs de gestion et de mesures

| Action                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Porteur                                                                             | Acteurs à associer                                        | Période (approximative)                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| <b>Phase de préparation</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                     |                                                           |                                                         |
| Définition des contenus de la campagne : enjeux naturels spécifiques du site, messages clé, lieux à visiter,                                                                                                                                                                                                                                     | Animateur N2000                                                                     | Partenaire associatif                                     | Hiver N0 / N1                                           |
| Proposition du projet aux écoles du territoire et adaptation des contenus de la campagne au niveau scolaire<br>Rendez-vous avec la communauté éducative pour présenter le projet et trouver des classes participantes<br>Temps d'information des enseignants participants<br>Temps de concertation avec les enseignants pour ajuster la campagne | Animateur N2000                                                                     | Inspection académique                                     | Hiver N0 / N1                                           |
| Réponse à l'appel à projet de l'Inspection Académique, le cas échéant                                                                                                                                                                                                                                                                            | Animateur N2000 et enseignants                                                      |                                                           | Mars / avril N1                                         |
| <b>Phase d'animation (année scolaire N1 / N2)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                     |                                                           |                                                         |
| Réunion de concertation / coordination avec les enseignants pour l'année (objectifs, contenus, structuration des séances, définition des calendriers)                                                                                                                                                                                            | Animateur N2000                                                                     | partenaire associatif, enseignants, Inspection académique | Mai / juin N1                                           |
| <i>Réunions publiques de sensibilisation des publics locaux (nombre de réunions en fonction de la taille du territoire concerné)</i>                                                                                                                                                                                                             | <i>A n i m a t e u r N2000, Partenaire associatif</i>                               | <i>Populations locales, acteurs du territoire</i>         | <i>Entre juin et octobre de l'année N1</i>              |
| Préparation des séances d'intervention<br>Conception du déroulé précis des différentes interventions en classe<br>Identification, collecte et éventuellement création des supports qui seront utilisés (fiches, jeux, documents...)<br>Repérage des sites pour les sorties de terrain                                                            | animateur N2000 et partenaire associatif                                            | enseignants                                               | Eté et automne N1                                       |
| Réalisation des interventions<br>6 à 8 séances par classe, selon les thèmes et le niveau d'approfondissement choisis                                                                                                                                                                                                                             | Partenaire associatif                                                               | Enseignants, animateur N2000                              | Animations réparties sur toute l'année scolaire N1 / N2 |
| <b>Phase de restitution</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                     |                                                           |                                                         |
| Préparation des restitutions                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Animateur N2000                                                                     | partenaire asso-                                          | Avril / mai N2                                          |
| Restitution                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Animateur N2000                                                                     | Enseignants et                                            | Mai / juin N2                                           |
| <i>Réunions publiques de restitution</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <i>A n i m a t e u r N2000, classes et leurs enseignants, partenaire associatif</i> | <i>Populations locales, acteurs du territoire</i>         | <i>Mai / juin N2</i>                                    |
| Réunion de bilan avec les partenaires du projet                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Animateur N2000                                                                     | Enseignants, Partenaire associatif                        | Juin N2                                                 |

### *Mise en œuvre*

Une proposition de phasage de l'action est proposée dans le tableau figurant à la page précédente.

Les actions indiquées en italique sont "facultatives" et représentent un plus par rapport à la seule action à destination des publics scolaires. Elles permettent de faire le lien entre le milieu "protégé" de l'école et le monde extérieur. Pour les enfants, ces actions (réunions publiques, restitutions) sont une bonne valorisation de leur travail et une façon de les impliquer dans la vie citoyenne.

Idéalement, la restitution est un travail des classes, sous la direction de leur enseignant et du tandem animateur Natura 2000 / partenaire associatif. Différents formats sont possibles, en fonction du temps dont l'équipe dispose, dont la classe dispose, en fonction du niveau des classes participantes...

### *Contraintes à anticiper*

- \* Les cadres de l'Education Nationale, en matière de calendrier, de programmes scolaires et de contenus pédagogiques des animations proposées  
Par exemple, les réponses aux appels à projets lancés par les inspections académiques départementales sont attendues en général au début du printemps de l'année N pour la rentrée de l'année scolaire N / N+1 ;
- \* Les plannings des différents partenaires du projet ;
- \* La question des transports des classes sur le terrain ;
- \* Contraintes de sécurité particulières pour les sorties scolaires (se référer à la fiche correspondante).

### *Compétences nécessitées par l'outil*

- \* Connaissance du site Natura 2000 concerné et de ses enjeux spécifiques
- \* Connaissance des acteurs du territoire
- \* Compétences pédagogiques
- \* Planification — gestion de projet

### *Éléments indicatifs de calendrier et de budget*

- \* Prévoir la mise en œuvre du programme d'animations sur l'année scolaire, de façon à pouvoir étaler les animations.  
Cela permet en outre d'éviter les périodes de mauvais temps et / ou de reporter une séance le cas échéant.
- \* La préparation des animations, et notamment la conception des livrets d'accompagnement des classes, est très chronophage. De même, la phase de restitution nécessite une préparation, de durée variable selon le mode de restitution choisi.

## Faire connaître l'action

- \* Rendez-vous avec la communauté éducative : conseillers pédagogiques des circonscriptions scolaires concernées, directeurs d'école et enseignants
- \* Information préalable auprès de la classe, de l'école, des parents
- \* Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- \* Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
- \* Affichage chez les commerçants, dans les écoles, les centres de loisirs, les centres sociaux, les clubs de sport, les lieux culturels pour les réunions publiques
- \* Information dans les médias (presse et radio locale, publications et site web de la structure animatrice, du partenaire associatif, de l'Inspection académique et des communes concernées, ...)
- \* Relais d'information par le partenaire associatif

## Bilan

### *Intérêt*

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### *Indicateurs de base*

- \* **Comptage des personnes touchées lors des réunions publiques et des temps de restitution** et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- \* **Mini questionnaire de satisfaction auprès des enseignants** (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- \* **Vérification de l'intégration du message par le public : les temps de restitution permettent justement cette vérification**
- \* Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)
- \* **Insertion des préconisations du Docob des enfants dans le Docob officiel, ou si celui-ci est déjà adopté, dans les travaux de l'animateur du site.**

### *But*

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite.

## Sources

### **Maison de la Nature des Hautes Alpes**

BP 16 – le Queyron

05 600 Guillestre

04 92 45 37 87

[maisondelanature05@yahoo.fr](mailto:maisondelanature05@yahoo.fr)

<http://www.maisondelanature05.org/index.html>



## Grands médias en mode local

- × Radio et télévision régionales ou locales,
- × Presse locale,
- × affichage local (achats de panneaux 4x3, abribus...) par achat sélectif de panneaux
- × cinéma local
- × Sites internet d'un portail territorial...

### Objectifs

Toucher un ou plusieurs sites Natura 2000, proches géographiquement, ou PACA dans son entier, pour "inculquer" les idées de base sur Natura 2000 avec une sélectivité moyenne ou très grande selon les grands médias choisis en mode local.

L'information est crédibilisée par l'outil "grands médias".

### Publics cibles

- × Elus
- × Scolaires
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Praticants de sports nature
- × Touristes

### Description et mise en œuvre de l'outil

#### **Description**

**Sans objet.**

#### **Mise en œuvre**

Selon l'ampleur de la campagne, deux formes d'organisation se présentent : réalisation en interne, ou réalisation confiée à une agence de communication.

- × Conception de la campagne et déclinaison /adaptation du message-clé (des messages-clés) en fonction de chacun des grands médias choisis
- × Etre attentif à :
  - ✓ La sélectivité géographique du media
  - ✓ Le nombre de personnes choisies
  - ✓ Le coût engagé au niveau global (campagne) et par personne touchée sur cible

## Faire connaître l'action

- × Rendez-vous
- × Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- × Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
- × Affichage chez les commerçants
- × Annonces dans les médias (presse et radio locale)

**Sans objet ici.**

## Bilan qualitatif et quantitatif

### *Intérêt*

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### *Indicateurs de base*

- × A) Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante du message (vu ou entendu)
- × B) Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (ex : âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus...) post-campagne
- × Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- × Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés) de personnes ayant retenu "certains éléments du message", "quasiment aucun élément du message" (2 sous-groupes)

### *But*

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite

## Sources

**Maison de la Nature des Hautes Alpes** (a mis en place une campagne radio sur les chiens de protection des troupeaux)

BP 16 – le Queyron

05 600 Guillestre

04 92 45 37 87

[maisondelanature05@yahoo.fr](mailto:maisondelanature05@yahoo.fr)

<http://www.maisondelanature05.org/index.html>



**Médiamétrie** pour connaître l'audience des radios et chaînes de télévision

<http://www.mediametrie.fr/>

**Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité** (ARPP, ancien bureau de vérification de la publicité)

<http://www.arpp-pub.org/>

# Hors Media classiques en mode local :

## des supports de communication permanents

Cette fiche concerne différents outils qui ont pour point commun de contenir une information et une mise en forme de celle-ci qui reste fixe, réutilisables d'une année sur l'autre, bien que les cibles ou les lieux de diffusion / d'exposition changent.

- \*Affichettes,
- \*plaquettes,
- \*Cart'com®
- \*Autocollants
- \*Panneaux thématiques Natura 2000 permanents en mode local

Le Ministère propose un certain nombre d'outils à employer dans ce cadre, si les outils en question sont adaptés.

### Objectifs

- \*Faire intégrer les trois idées principales concernant Natura 2000 à un maximum de citoyens d'une zone géographique TOUS profils confondus
- \*Couverture maximale et indifférenciée si cette stratégie est maintenue sur le long terme en s'appuyant sur des supports volontairement simplificateurs et peu coûteux
- \*Possibilité avec les supports plaquettes et cart'com de multiplier les contacts utiles

### Publics cibles

- \* Elus
- \* Scolaires
- \* Habitants du territoire
- \* Public familial
- \* Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- \* Agriculteurs
- \* Eleveurs et bergers
- \* Promoteurs
- \* Associations de protection de la nature
- \* Chasseurs
- \* Randonneurs
- \* Pratiquants de sports nature
- \* Touristes

### Description et mise en œuvre

#### *Description*

- \* Affichettes : de format généralement choisi en A3 ou A4, voire A5 pour des distributions à la main, l'affichette est utile en de nombreuses circonstances : sorties de gare, évènementiel écologique ou culturel...
- \* Plaquette : petit document d'appel, comportant 2 à quelques pages, de format A5 ou autre, ou de type A4 plié en 3. Il contient les idées clés, des illustrations (photos, dessins), les coordonnées de la structure animatrice, et pourquoi pas un renvoi vers un site internet ou des documents plus complets.

- × Cart'com ® : carte postale promotionnelle, à disposition dans les lieux culturels, les halls d'université, les lieux d'attente, les cafés...
- × Autocollants : logo Natura 2000 et le nom du site concerné ou une idée clé. A décliner en plusieurs modèles le cas échéant, pour les collectionneurs... A noter que le Ministère a édité des autocollants.
- × Panneaux thématiques Natura 2000 permanents en mode local : grandes affiches, comportant un ou plusieurs visuels, et les 2-3 messages clés sur Natura 2000 ou plus précisément sur le site concerné.

#### **Attention !**

Cart'com® est un outil déposé, par le groupe Non Stop Média. Il faudra faire appel à cette société si cet outil est choisi.

### **Mise en œuvre**

#### **A réaliser en interne par l'animateur du site ou confier à une agence de communication**

- × Créer ou adapter l'existant en terme de texte (mots clés, phrases clés...) choix photos codes couleurs, codes textes, pertinence du message en terme de compréhension / mémorisation par rapport à la cible.
- × (Panneaux permanents : l'animateur du site peut peut-être récupérer du matériel existant auprès d'autres animateurs de site car le message est généraliste.)
- × Budgétisation des solutions choisies
- × Repérer les différents lieux où les habitants sont captifs car inoccupés et "bloqués" dans une salle d'attente, un transport... Affichettes, présentoirs de plaquettes ou de Cart'com® se trouveront utilement à leur disposition pour tromper leur ennui. Quelques pistes de lieux-types à exploiter : salles d'attente de lieux médicaux (médecins, hôpital, dentistes...), salle d'accueil gendarmerie, impôts, Préfecture, files d'attentes aux guichets en gare...
- × Pour les panneaux permanents : gares, mairie, hall d'accueil des administrations publiques...
- × Plaquettes, affichettes : en plus des pistes spécifiées ci-dessus : commerçants de centre ville, marchés thématiques... sur différents thèmes possibles : foire bio, artisanat local, etc.

### **Faire connaître l'action**

- × Rendez-vous
- × Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- × Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, autobus...)
- × Affichage chez les commerçants
- × Annonces dans les médias (presse et radio locale)

**Sans objet ici.**

## Bilan qualitatif et quantitatif

### *Intérêt*

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### *Indicateurs de base*

- ✗ Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- ✗ Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- ✗ Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée clé (les deux idées) que vous avez retenus à propos de Natura 2000 ?"
- ✗ Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés) d'identification de deux groupes de personnes : celles qui ont très peu retenu d'information, celles qui ont retenus une partie substantielle du message.

### *But*

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite

## Sources

**Groupe Non Stop Média** (pour les Cart'com® notamment)

Responsable régional PACA : Nathalie Caniparoli

42 bd de la Padouane, Lot 205

13015 Marseille

Tél : 04 96 15 70 03, Fax : 04 91 60 51 01

Mobile : 06 11 86 83 85, courriel : [nathalie.caniparoli@nonstopmedia.fr](mailto:nathalie.caniparoli@nonstopmedia.fr)

URL : <http://www.nonstopmedia.fr/spip.php?article25>

# Itinéraires Paysans

## Objectifs

Les itinéraires paysans existants sont issus d'une réflexion d'agriculteurs. Ceux-ci construisent un itinéraire pédestre sur leur terroir, lieu de vie, de travail et de production, afin d'informer les promeneurs/touristes de leurs méthodes de production et/ou de transformation et de faire apprécier, à sa juste valeur, leur démarche ainsi que celle de 2 ou 3 voisins proches géographiquement.

## Publics cibles

- × Elus
- × Scolaires
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × Touristes

## Description et mise en œuvre

### Description

Conçu avec les agriculteurs et coordonné par l'animateur du site Natura 2000, un programme Itinéraires Paysans propose des sorties pédestres familiales conduites par les agriculteurs eux-mêmes pour découvrir sur un parcours leurs savoir-faire, leurs productions, les paysages et le patrimoine de leurs terres. L'information concernant Natura 2000 y trouve *naturellement* sa place à propos de tous les aspects faune flore, habitats, incidences des activités humaines... et engagements de l'agriculteur pour Natura 2000 (mesures agro-environnementales territorialisées, contrats Natura 2000...). Et ceci à partir de ce qui a été vu et des aspects concrets évoqués verbalement par des exemples.

### Mise en œuvre

1<sup>er</sup> cas : existence de préalable de parcours de type "itinéraires paysans" dans le site Natura 2000 dont l'animateur a la responsabilité.

- × Emporter l'adhésion des agriculteurs concernés
- × leur proposer une brève formation sur Natura 2000 (idées-clés de la démarche, éléments faune-flore-habitats du site concerné, mesures de contractualisation)
- × les aider le cas échéant à intégrer ces messages à leur itinéraire
- × participer à des itinéraires avec les agriculteurs, au moins quelque fois.

2<sup>ème</sup> cas : il n'existe pas encore d'itinéraires paysans sur la zone Natura 2000

- × Identifier les agriculteurs du territoire et cibler prioritairement ceux qui sont concernés par des engagements environnementaux (MAEt, contrats Natura2000...)
- × Présenter le projet aux agriculteurs
- × Emporter l'adhésion des agriculteurs

- \* Leur proposer une brève formation sur Natura 2000 (idées-clés de la démarche, éléments faune-flore-habitats du site concerné, mesures de contractualisation)
- \* Les aider à créer un itinéraire sur leurs exploitations présentant à la fois leur travail d'agriculteur et leurs productions et Natura 2000
- \* Participer à des itinéraires avec les agriculteurs

### ***Éléments indicatifs de calendrier et de budget***

Dans les 2 cas, l'animateur se reportera utilement à la fiche *prescripteurs indirects*, notamment pour tout ce qui concerne la présentation du projet aux agriculteurs et l'obtention de leur adhésion.

| Délais de réalisation                                                                                                                   |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Action                                                                                                                                  | Temps de travail à prévoir                                                          |
| Identifier les itinéraires paysans existants et les agriculteurs participants<br>Identifier des agriculteurs potentiellement intéressés | 1 jour<br>2 jours                                                                   |
| Organiser une session de sensibilisation pour les agriculteurs (fiche "prescripteurs indirects") pour emporter leur adhésion            | 4 semaines de préparation<br>1 soirée de session de sensibilisation                 |
| Former les agriculteurs à N2000 et aux messages à transmettre                                                                           | 3 jours de préparation d'une conférence / échange<br>1 ½ journée de conférence      |
| Aide aux agriculteurs à créer ou adapter leur itinéraire                                                                                | 1 ½ journée à 2 jours par itinéraire, selon si c'est une création ou une adaptation |
| Participer à un ou plusieurs itinéraires                                                                                                | 1 ½ journée par itinéraire                                                          |

### **Faire connaître l'action**

- \* Rendez-vous
- \* Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- \* Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
- \* Affichage chez les commerçants
- \* Annonces dans les médias (presse et radio locale) en saison touristique
- \* Syndicats d'initiative et office du tourisme, tous lieux d'hébergement touristique

## Bilan qualitatif et quantitatif

### Intérêt

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### Indicateurs de base

- \* Nombre d'agriculteurs participant, d'animations réalisées
- \* Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- \* Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- \* Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante de la journée ?"
- \* Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

### But

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite

## Sources

### Créateur de l'outil

#### **CPIE Alpes de Provence**

Château de Drouille

04100 Manosque

Tél.: 04 92 87 58 81

Fax: 04 92 72 75 14

[contact@cpie04.com](mailto:contact@cpie04.com)

[www.cpie04.com](http://www.cpie04.com) / [www.itineraires-paysans.fr](http://www.itineraires-paysans.fr) /



### Organismes

#### **Chambre Régionale d'Agriculture**

Avenue Henri Pontier

Maison des agriculteurs

13626 AIX-EN-PROVENCE CEDEX

**Téléphone** : 04 42 17 15 00

**Fax** : 04 42 17 15 01

**E-mail** : [contact@paca.chambagri.fr](mailto:contact@paca.chambagri.fr)



#### **Bio de Provence Alpes Côte d'Azur, Fédération de l'Agriculture Biologique en PACA, et ses fédérations départementales Agribio**

Maison de la Bio

Chemin de la Castelette

Agroparc - BP 1221

84911 AVIGNON Cédex 09

Tél : 33 (0)4 90 84 03 34 - Fax : 3 (0)4 90 84 03 33

[contact@bio-provence.org](mailto:contact@bio-provence.org)

[www.bio-provence.org](http://www.bio-provence.org)



**GRCIVAM PACA**

MIN13  
84953 Cavaillon cedex  
Tel: 04 90 78 35 39/  
Fax : 04 90 71 32 94  
[www.civampaca.org](http://www.civampaca.org)



**CIVAM Sillons**

MIN13  
84953 Cavaillon cedex  
Tel : 04 90 78 35 39  
Fax : 04 90 71 32 94  
Email : [sillons@wanadoo.fr](mailto:sillons@wanadoo.fr),  
<http://www.civampaca.org/sillons.htm>



# Jeux de piste et Rallye Nature

## Objectifs

L'animateur du site Natura 2000 peut avoir plusieurs objectifs à travers son action. Principalement, on retiendra :

- × Une grande action (nombreux enfants participants) qui  *fédère* , un territoire, une classe d'âge, leurs enseignants, leurs parents (éventuellement) autour du site Natura 2000 que gère l'animateur.
- × Une action de moins grande envergure pour des cibles familiales et/ou des élus (en situation de loisirs) dans le but de  *faire partager le regard porté sur le site Natura 2000* .

Cette même action peut-être mise en place en saison pour une cible touristique à l'occasion d'une fête de village, du 14 juillet..., période où la cible familiale est  *en recherche d'activités organisées* .

Cela accroît d'ailleurs la réceptivité de la cible au(x) message (s) autour de Natura 2000.

## Publics cibles

- × Elus
- × Scolaires
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × Touristes

## Description et mise en œuvre

### **Description de l'outil:**

Un rallye-nature ou jeu de piste se présente comme un parcours éducatif permettant la découverte d'un sujet, ici Natura 2000. L'assimilation des informations sur Natura 2000 se fait de façon naturelle et active, par le biais d'animations, de recherche d'indices, d'observations... L'ensemble (rallye et animations) doit promouvoir le projet Natura 2000 et ses axes tels que définis par la Communauté Européenne et valoriser ceux du site spécifique celui où travaille l'animateur de site.

Cet outil est adaptable à des cibles de 100 à 1000 personnes, mais un nombre croissant de participants complexifie de façon proportionnelle les aspects logistiques et de sécurité. Le coût de l'opération est proportionnellement moins affecté.

### **Mettre en œuvre l'outil**

Le tableau ci-dessous indique les étapes à suivre pour un rallye d'envergure. En fonction du nombre de participants souhaité, certaines étapes pourront être simplifiées ou nécessiteront moins de temps de préparation.

|                     | ÉTAPE                         | OPÉRATION                                              | DESSCRIPTIF                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | CHRONO                   |
|---------------------|-------------------------------|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| PRÉPARER LE RALLYE  | DÉFINIR LE PROJET D'OPÉRATION | FAISABILITÉ - ÉTUDE                                    | Objectifs, publics-cibles, site d'accueil (intérêt, accessibilité), sécurité, partenariat - contacts et réunions prospectifs                                                                                                                                                                                                                                                                       | <input type="checkbox"/> |
|                     | BÂTIR LE PARTENARIAT          | MOBILISATION DES PARTENAIRES ET DES ÉQUIPES TECHNIQUES | Présentation et construction de l'opération, appel à partenariat, définition des rôles et des attentes respectifs - réunion<br>Présentation du projet, appel à collaboration, définition des rôles et des fonctions respectifs - réunion ou contact                                                                                                                                                | <input type="checkbox"/> |
|                     | PROGRAMMER LE RALLYE          | PRÉPARATION DE L'INFORMATION                           | Information générale : programmation de l'opération (déroulement), cartographie du site et du circuit<br>Information spécifique aux participants : dossier pédagogique, feuilles de route, cartographie du circuit du rallye<br>Information spécifique aux équipes techniques : programmation spécifique - documents et réunion<br>Information spécifique aux médias et autres : dossier de presse |                          |
|                     | ADMINISTRER LE RALLYE         | INVITATION<br>CONFIRMATION-<br>CONTRACTUALISATION      | Participants, partenaires institutionnels et officiels - courrier et carton d'invitation<br>Demande d'accès au site (propriétaire, gestionnaire...), informations des pompiers et de la gendarmerie, partenariats techniques et institutionnels, assurance des locaux et des individus, prestations de services et matériel (prêt et/ou location) - convention et/ou courrier                      |                          |
| GÉRER LA LOGISTIQUE | PRÉPARER LA MANIFESTATION     | PRÉPARATION LOGISTIQUE                                 | Pré-installation du site (signalétique, stands ...), programmation des transports, tests des liaisons cible et des téléphones mobiles sur le site                                                                                                                                                                                                                                                  |                          |
|                     |                               | MÉDIATISATION                                          | Envoi du dossier de presse aux médias, relance l'avant-veille                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          |
|                     | JOUR J                        | LANCEMENT DU RALLYE                                    | Orchestration des équipes, bonne humeur et convivialité !!                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          |
|                     | L'APRÈS-OPÉRATION             | REMISE EN ÉTAT<br>REMERCIEMENTS<br>DIVERS              | Enlèvement du matériel restant<br>Partenaires technique et institutionnel et équipes techniques - courrier<br>Gestion, paiement des prestations, débriefing de l'équipe de coordination                                                                                                                                                                                                            |                          |
| ÉVALUER             | ÉVALUATION                    | BILAN - ÉVALUATION                                     | Retours d'expérience, réalisation d'un dossier bilan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                          |

Source : le Rallye nature, un outil pédagogique d'éducation au territoire, Espaces Naturels Régionaux, 2001.

## Informations complémentaires au tableau précédent

### Gérer la logistique

#### \* Organiser les groupes

Les groupes de participants sont construits sur une base d'environ 10 personnes ou élèves environ. Pour les groupes d'enfants, prévoir impérativement, pour des raisons de sécurité, un encadrement suffisant (c'est-à-dire a minima 2 personnes. Se reporter à la fiche "sécurité des personnes").

#### \* Organiser le circuit

Le circuit imaginé doit former une boucle et être balisé. Il doit comporter plusieurs points d'arrivée possibles. En effet, il doit y avoir plusieurs choix pour raccourcir le circuit en fonction principalement de *n'importe quel* type de problème météo et / ou accident (rejoindre le stand de remise des prix, rejoindre l'antenne médicale, l'équipe gendarmerie / pompiers ...).

Un plan du rallye/jeu de piste indiquant les axes de circulation doit être remis en début de journée aux encadrants de chaque groupe.

#### \* Organiser les animations

Celles-ci seront imaginées et préparées à l'amont. Il s'agit de prévoir tout matériel d'observation, d'expérimentation, de manipulation et tout document ou support qui puisse être utile à l'animation ou à la résolution des énigmes par les participants.

L'organisateur doit s'assurer d'avoir tout le matériel en sa possession quelques jours et prévoir l'installation des stands et des animations la veille de la manifestation (attention à la météo pour le matériel fragile).

## **jour J**

### **\* Gestion des animations**

Les personnes préposées aux animations sont sur de petits stands (installés la veille, tout comme tout le matériel de balisage, etc). Chaque stand d'animation auquel le petit groupe de 10 personnes passe doit comporter des animations *actives* et *collectives* (synergie dans le petit groupe qui concoure dans le rallye) autour de n'importe quel aspect de Natura 2000. Sont utilisables des mises en situations et/ou de la restitution de connaissance : jeu questions/réponses, reconstitution d'un puzzle, manipulation d'objets en lien avec le thème, classement de photos.... Cela en une petite dizaine de minutes sans oublier la facilité à évaluer -pour le groupe- combien de points il vient de cumuler pour la remise des prix finale .

### **\* Remise des prix.**

Chaque groupe a été muni pour le rallye de dossards et/ou casquettes et/ou fanions avec des couleurs spécifiques. Tous les participants de l'équipe (qui a récolté le plus de points lors des animations) se présentent pour recevoir les trophées et petits cadeaux prévus à cet effet (cadeaux à l'image éco-compatible).

### **\* Communication.**

Dans le cas d'un rallye d'une ampleur certaine la presse locale "immortalise" les gagnants ce qui permet en presse locale un article rappelant les enjeux Natura 2000 du rallye ainsi que l'occasion de convivialité qui a été créée en mode local etc...

NB : pour un jeu de piste, la démarche est la même. Indices à rechercher et temps imparti sont donnés en entrée de jeu à l'ensemble des participants. Est déclaré gagnant le petit groupe qui a récupéré le plus grand nombre d'objets cachés ou qui a répondu au plus grand nombre de questions.

## **Compétences nécessitées par le projet**

- \* Bonne connaissance des partenaires locaux tant au niveau des élus des Collectivités Territoriales que des associations
- \* Capacité organisationnelle
- \* Bon relationnel

## **Coût et délais de mise en œuvre**

Coût : extrêmement variable, selon l'ampleur donnée à l'action, la complexité des animations, le nombre de participants et donc l'encadrement nécessaire...

Délais : fonction de l'ampleur donnée à l'action. A titre d'exemple, 6 mois minimum sont nécessaires pour la préparation d'un rallye de grande envergure (500-1000 personnes).

## Faire connaître l'action

- \* Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abri-bus...)
- \* Affichage chez les commerçants, dans les écoles, les centres de loisirs, les centres sociaux, les clubs de sport, les lieux culturels, les offices du tourisme, les maisons de parc ...
- \* Annonces dans les médias (presse et radio locale)
- \* Contact direct (milieu enseignant)

## Bilan

### *Intérêt*

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### *Indicateurs de base*

- \* Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- \* Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- \* Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante de la journée ?" (sur cible adulte)
- \* Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

### *But:*

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite.

## Sources

### *Textes officiels*

Encadrement sorties scolaires : Circulaire n°99-136 du 21/09/99, parue au BO n° 7 du 23/09/99 hors série

### *Document*

*Le rallye nature, un outil pédagogique d'éducation au territoire.* Collection des Cahiers techniques, Espaces Naturels Régionaux, juin 2001. <http://www.enrx.fr/>

# Jeu de rôles

Le jeu de rôles grandeur nature remonte au 17<sup>ème</sup> siècle : la Marquise de Sévigné organisait des soirées mystères au cours desquelles ses invités tentaient de résoudre l'énigme qu'elle leur soumettait. Puis le concept de jeux de rôle a été repris dans les jeux informatiques.

Dans un aspect un peu plus "sérieux", le jeu de rôles est utilisé comme un outil de management de groupes humains (entreprises, collectivités ...). Les fonctions d'apprentissage et de pédagogie sont celles que l'on recherche dans l'objectif : "sensibiliser à Natura 2000".

## Objectifs

Le premier et principal objectif du jeu de rôles dans notre cas est de faire comprendre aux participants un processus naturel, un mode d'action des hommes, les modes de pensée et/ou les contraintes de tel ou tel groupe d'acteurs. Les études à posteriori montrent une bien meilleure mémorisation que suite à une lecture ou à l'écoute d'une conférence sur un même sujet.

Bien mené, le jeu de rôle entraîne donc chez les participants une excellente appropriation de la connaissance :

- × Théorique des idées-clés Natura 2000
- × Concrète de Natura 2000 sur un territoire donné (informations scientifiques, économiques ...)

Cet outil peut être efficace aussi pour des enfants ou des adolescents ou des adultes lambda, ayant leur propre sensibilité et pour lesquels la perception croisée spécifique au jeu de rôle sensibilise très fortement.

## Publics cibles

- × Elus
- × Scolaires
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × Touristes

## Description et mise en œuvre

### **Description de l'outil**

Le jeu de rôles reste un jeu de société dans lequel plusieurs participants créent (ou suivent une trame proposée par l'animateur) et vivent ensemble une histoire par le biais de dialogues situationnels, chacun incarnant un personnage dans un contexte spécifique. L'histoire est interactive, elle se construit ainsi grâce à l'imagination de l'ensemble des participants. Toutefois, un meneur de jeu-animateur-modérateur est à intégrer (animateur du site ou professionnel) pour limiter les risques de dysfonctionnement. Les jeux de rôles *-dans l'idéal-* sont basés sur des relations collaboratives mais le stress émotionnel et / ou l'esprit de compétition sont souvent présents et à gérer impérativement.

Exemple (adultes à intérêts différents) : l'outil peut efficacement notamment être utilisé avec des membres du CoPil du site Natura 2000, afin de leur faire comprendre les intérêts / les enjeux des uns et des autres cibles (en adoptant des rôles différents des leurs dans la vie). L'outil peut aussi être utilisé pour relancer une situation bloquée. Chaque participant joue un personnage (et invente ses arguments) de la vie publique : le maire, l'entrepreneur, l'association écologiste, l'agriculteur, le garde forestier... et le groupe se retrouve autour d'un problème (trame de scénario) lié à l'environnement (pollution, mise en place d'une protection réglementaire ou contractuelle...).

Exemple (avec des enfants) : le jeu de rôles souligne dans le cas d'une crue, l'importance de la végétation dans le maintien des berges. Les enfants jouent le rôle des arbres, et l'animatrice dans le rôle de la crue emporte un enfant ou tire les jambes d'un enfant pour signifier le rôle de cohésion des racines et chacun intervient (mime et / ou dialogue).

### **Mise en œuvre de l'outil**

Appliqué à Natura 2000, le jeu de rôle pourrait s'orienter de la manière suivante :

#### **Préparation du jeu par l'animateur Natura 2000**

- ✓ Recrutement d'un groupe constitué (ex : classe, Comité de pilotage Natura 2000, conseil municipal, membres d'une entreprise du territoire...)
- ✓ Définir et adapter les messages prioritaires ainsi qu'un scénario-trame
- ✓ Trouver un lieu adéquat pour un tel jeu
- ✓ Détermination de la personne (l'animateur du site ou une personne externe neutre) qui sera le modérateur en cas de :
  - Dispersion complète des joueurs vis-à-vis du thème ou rabâchage sans fin
  - Temps de jeu trop court (les joueurs ont finalisé le problème « à la va vite »)
  - Temps de jeu trop long (la confusion gagne, plus personne ne maîtrise ses propres éléments)
  - Un stress / une agressivité ou même une simple exaltation excessive peu acceptable gagnant certains joueurs
- ✓ La fonction d'animateur-modérateur étant très délicate, ne pas hésiter à la sous-traiter en externe (psychologue, coach... sous réserve de moyens financiers)
  - Caler les aspects logistiques avec les responsables du groupe : organisation pratique, conseils sécurité, acheminement du groupe sur le lieu...

- Fixer une date avec le groupe recruté
- Préparer une fiche de « position » initiale pour chaque rôle (quel est l'acteur joué, ses positions ou ses choix généraux, son rôle dans la société et au sein d'un territoire = contextualisation et grandes lignes du rôle.)
- Prévoir une plaquette d'information générale sur Natura 2000 et sur le site concerné

### **Préparation du jeu avec les participants**

- ✓ Présentation de cette démarche : description du jeu, objectifs, éclaircissements selon questions des participants
- ✓ Répartition des différents rôles entre les participants : ex : préfet, président du CoPil, représentants de collectivités territoriales, propriétaires de terrain, agriculteurs, associations écologistes, agence de l'eau, services de l'Etat, habitants, touristes, acteurs socio-économiques, syndicat professionnel...
- ✓ Chaque joueur prend connaissance des axes de son rôle (fiche d'explication et/ou éclaircissements oraux) *qui se doit d'être éloigné de ses propres préoccupations par rapport à N2000* (rôles croisés). Cela oblige chaque partie à comprendre les objectifs/contraintes des autres. Prévoir de laisser à chaque joueur de s'imprégner des éléments factuels de sa fiche.
- ✓ Description de la situation de départ et de l'objectif du groupe sur le territoire concerné (ex : mettre en place une mesure contractuelle, choix de désigner un site...)

### **Jeu**

- ✓ durée selon trame proposée et nombre de rôles

### **Après le jeu**

- ✓ Etablissement d'un bilan par l'animateur avec tous (nombre de participants, implication dans le jeu, satisfaction générale, perception du message...)
- ✓ Prévoir ce temps de bilan comme un facteur de relâche du stress des personnes du groupe (inhérent à l'outil).

### **Compétences nécessitées par l'outil**

- ✓ Capacités très approfondies d'animation de groupe
- ✓ **Capacité à gérer psychologiquement les participants**
- ✓ Connaissance du site Natura 2000 concerné et des différents acteurs
- ✓ Capacité d'observation et de synthèse

### **Coûts et délais de mise en œuvre**

- ✓ Les délais sont fonction de la fixation de la date, dépendante de la disponibilité des différents acteurs
- ✓ Prévoir quelques semaines de préparation au vu des délais évoqués
- ✓ Compter une demi journée pour la préparation en solo ; une demi journée pour le déroulement de la partie et autant pour la synthèse qui en découle.

coûts : temps de travail de l'animateur, location d'une salle le cas échéant, impression des supports de jeu (fiches pour chaque rôle, etc.)

300 euros HT environ si appel à un psychologue professionnel ayant déjà encadré ce type d'activité.

## Faire connaître l'action

### *Pour une classe*

- ✗ Rendez-vous
- ✗ Information préalable auprès de la classe, de l'école, des parents
- ✗ Temps de travail préalable avec l'enseignant pour lui présenter Natura 2000, le site concerné et les objectifs du jeu de rôle
- ✗ (concernant l'agrément de l'Education Nationale, se reporter à la fiche correspondante).

### *Pour un groupe d'acteurs identifiés*

- ✗ Rendez-vous
- ✗ Courriers / courriels ciblés

## Bilan

### *Intérêt*

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### *Indicateurs de base*

- ✗ Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- ✗ Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- ✗ Vérification de l'intégration du message par le public : demander 2 éléments clés caractérisant Natura 2000 en général et un élément clé caractérisant le site N2000 concerné
- ✗ Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

Parmi les réponses obtenues, classer les réponses en 3 catégories : le participant a globalement compris et retenu les objectifs de Natura 2000 et/ou du site, le participant partiellement compris et retenu la démarche et le site, le participant ne s'est pas intéressé ou n'a été sensible qu'au côté ludique et n'a rien mémorisé !

### *Bilan qualitatif*

**Pour cet outil, le bilan sera essentiellement qualitatif.** Il s'agit pour l'animateur de repérer:

- ✗ Les éléments de synergie
  - ✗ Les éléments de dérive
- pour être capable de mieux gérer à l'avenir en terme d'efficacité un jeu de rôles.

### *But*

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite.

## Sources

### **Maison de la Nature des Hautes Alpes**

BP 16 – 05 600 Guillestre

Tél : 04 92 45 37 87 / 06 83 35 75 15

Courriel : [maisondelanature05@yahoo.fr](mailto:maisondelanature05@yahoo.fr)

Site web : [www.maisondelanature05.org](http://www.maisondelanature05.org)



# Land Art ou l'Art dans la Nature

Walter de Maria, artiste américain des années 60, souhaite échapper au cadre rigide et élitiste des galeries d'art et contrer l'aspect commercial des œuvres artistiques traditionnelles. De nombreux artistes se sont mis à utiliser la nature comme lieu de travail et comme lieu d'exposition, créant des œuvres périssables.

## Objectifs

L'objectif est d'observer la nature (celle du site Natura 2000) autour de soi, de modifier et de façonner le site avec des matériaux repérés autour de soi. En fonction de son inspiration ET de la thématique donnée par l'animateur, chaque personne crée dans une ambiance festive. Le choix de la thématique (ici Natura 2000) a pour but que la cible intègre, en l'exprimant par le biais d'une œuvre créative, certains aspects de Natura 2000.

## Publics cibles

- × Elus
- × **Scolaires**
- × Habitants du territoire
- × **Public familial**
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × **Touristes**

## Description et mise en œuvre

### *Description de l'outil*

1. L'animateur présente les principales facettes de Natura 2000 et de son site. En modifiant, soulignant, réorganisant des éléments naturels sur le site, la personne exprime une facette Natura 2000 de son choix par la réalisation de son œuvre.

Préalablement à cette phase de création ou parallèlement, l'animateur peut apporter des éléments d'informations sur la démarche Natura 2000 et sur le site et ses spécificités.

2. Chaque enfant (public scolaire) / chaque couple enfant-parent (public familial) venu à "l'Atelier Land Art Natura 2000" présente aux autres participants leur œuvre finalisée et ce qu'elle cherchait à transcrire d'une manière créative et personnelle à propos de Natura 2000

Après cette mise en commun, réalisée d'une manière festive et bon enfant, certaines œuvres peuvent être prises en photos pour être intégrées dans un journal de classe... ou des Polaroids® peuvent être remis aux familles en vacances (ou du territoire) pour ramener à la maison un souvenir de l'atelier Natura 2000 permettant une bonne prégnance de l'événement.

### ***Mettre en œuvre l'outil***

- ✗ Trouver une zone du site adaptée en termes de présence de matériaux (des matériaux naturels peuvent être mis artificiellement à disposition). Ex : la proximité d'une cabane de berger qui est entourée de nombreux matériaux... apportés !)
- ✗ La zone doit être de facile d'accès :
  - ✓ Signalétique,
  - ✓ Parking,
  - ✓ Contraintes de sécurité (voir fiches "sécurité des lieux" et "sécurité des personnes")
- ✗ Préparer sur un format A4 (maximum) pour les cibles adultes ou pour le public familial, le but et les avantages qu'il y aurait à participer à un tel atelier.
- ✗ Convenir d'une date (sous réserve des contraintes météorologiques) pour la mise en place matérielle de l'action qui peut être menée par l'animateur du site lui-même (public familial) ou par des enseignants (voir les fiches éducation nationale) dans le cadre de leurs programmes.

### ***Compétences nécessitées par l'outil***

- ✗ Bon relationnel
- ✗ Bonne connaissance des partenaires sur le terrain (écoles, associations...)
- ✗ Capacité à gérer –sans rien oublier- la sécurité des personnes et à minima des lieux (cf. fiches sécurité)
- ✗ Capacité à expliquer simplement les différentes facettes de Natura 2000

### ***Coût et délais de mise en œuvre***

Les délais sont très variables en fonction de la connaissance par l'animateur du site Natura 2000 des différents acteurs de sa zone.

Les coûts sont peu élevés si une zone facile d'accès et sécurisée existe déjà sur le site de l'animateur.

### ***Faire connaître l'action***

- ✗ Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- ✗ Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
- ✗ Affichage chez les commerçants, dans les écoles, les centres de loisirs, les centres sociaux, les clubs de sport, les lieux culturels
- ✗ **Affichage en office du tourisme, maison du parc, syndicat d'initiative**
- ✗ **Contacts avec l'Inspection académique et avec les écoles**
- ✗ Annonces dans les médias (presse et radio locale)

## Bilan

### **Intérêt**

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### **Indicateurs de base**

- ✗ Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- ✗ Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- ✗ Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante de la journée ?"
- ✗ Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

### **But**

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite

## Sources

### ***CPIE Alpes de Provence***

Château de Drouille

04100 Manosque

Tél.: 04 92 87 58 81 / Fax: 04 92 72 75 14

[contact@cpie04.com](mailto:contact@cpie04.com)

[www.cpie04.com](http://www.cpie04.com)



# Maraudage sur site Natura 2000

Technique d'animation de site, issue du Québec. Cette méthode est utilisée dans les Parcs Nationaux Canadiens afin de sensibiliser les promeneurs sur des aspects concrets de la biodiversité présente dans le Parc.

## Objectifs

Que l'approche de la personne soit active ou passive, (voir "description de l'outil") le but de la démarche est "**faire connaître en interactivité**" avec la cible : faire connaître des idées, des problématiques, des contraintes, des enjeux, argumenter et contre-argumenter en s'adaptant aux particularités de chaque individu rencontré (ces particularités sont les différents profils psychologiques, les différents niveaux de culture générale et écologique, les sensibilités personnelles...)

NB : Dans le cas d'un contact positif, l'objectif "faire aimer" d'une stratégie de communication est souvent atteint

## Publics cibles

- × Elus
  - × Scolaires
  - × Habitants du territoire
  - × Public familial
  - × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
  - × Agriculteurs
  - × Eleveurs et bergers
  - × Promoteurs
  - × Associations de protection de la nature
  - × Chasseurs
  - × Randonneurs
  - × Pratiquants de sports nature
  - × Touristes
- Toutes potentiellement, selon le contenu de message**

## Description et mise en œuvre de l'outil

### Description

Cette méthode de communication est une technique d'animation de site.

Pour le site Natura 2000 concerné sur lequel travaille l'animateur, l'idée maîtresse est de capter le public de passage et nouer un dialogue *sur un thème prédéterminé* et non de susciter ou d'induire une fréquentation supplémentaire.

L'animateur est posté ou circule sur un site et engage la discussion avec le public de passage.

Le public n'est pas captif (au sens strict du terme) et *surtout n'a pas d'attentes particulières* : il n'est demandeur de rien et serait d'ailleurs plutôt sur la défensive.

Il faut aborder le public, l'"accrocher" (méthode active ou passive) et engager la discussion. C'est cette discussion qui permettra de faire passer le message d'information choisi sur Natura 2000. A noter que quelques personnes déjà captées et qui entourent l'animateur favorise l'arrêt de nouveaux passants.

### Type de démarche

Démarche active : l'animateur invite le passant à participer à une mini-activité (ex : observation avec des jumelles). *Si la personne veut bien s'arrêter*, le message est délivré rapidement. Cela ne favorise toutefois pas toujours la discussion car le temps d'arrêt est plutôt court.

Démarche passive : l'animateur est fictivement actif : longue vue à portée de main, champignons autour de lui, nichoirs en construction... Cette attitude suscite la curiosité

té de la cible, qui s'approche et questionne l'animateur : la discussion est naturelle, les échanges facilités... et le message écouté.

Maraudage fixe : l'animateur-maraudeur s'installe sur un site pré-identifié.

Maraudage itinérant : l'animateur-maraudeur effectue un parcours déterminé, reconnu préalablement.

### **Limites de l'outil sur site**

- \* la *météorologie* bien sûr conditionne la présence de la cible sur les sites,
- \* la très grande *souplesse organisationnelle*
- \* et la *disponibilité* des animateurs-maraudeurs...

### **Mise en œuvre**

- \* Définir les messages prioritaires par rapport à la démarche Natura 2000, aux enjeux du site considéré.
- \* Déterminer une ou plusieurs cibles (ou tout le monde) suivant les idées-clés sur Natura 2000 dont on veut parler avec les personnes.
- \* Définir le type de maraudage qu'on met en place (fixe, itinérant, actif, passif).
- \* Connaître les lieux de fréquentation préférentiels des cibles, puis le site ou le parcours des maraudeurs.
- \* Préparer les discours, prévoir des parades pour les quelques cas d'agressivité auxquels les maraudeurs pourraient être confrontés.
- \* Déterminer le nombre de maraudeurs nécessaires pour la mise en œuvre, vérifier la capacité en interne et prévoir le cas échéant des recrutements
- \* Rédiger et diffuser des fiches de poste, puis effectuer le recrutement.
- \* Choisir les dates ou périodes de maraudage, puis établir un planning de répartition de la présence : quelles personnes maraudeuses sont susceptibles (temps, disponibilité, périodicité) d'agir ?
- \* Préparer le matériel d'animation nécessaire : longue-vue, jumelles, posters, mascotte, livres, outils en lien avec le message... Prévoir également eau, en-cas et trousse de premier secours, en fonction du nombre de maraudeurs prévus.
- \* Former les maraudeurs aux techniques de communication (intervenant interne ou externe) et à Natura 2000 (éléments clés du site qui est autour du milieu urbain).
- \* Communiquer sur l'action, avec d'autres outils décrits dans les fiches de ce guide.

### **Compétences nécessitées par l'outil**

- \* Aisance relationnelle, très bonne capacité d'accroche des publics
- \* Maîtrise des techniques de communication et notamment capacité d'expression orale
- \* Ouverture d'esprit et capacité d'écoute, capacité de vulgarisation
- \* Connaissance du site concerné par l'action

### **Coûts et délais de mise en œuvre**

- \* Le cas échéant, prévoir de 1 à 2 demi-journées de *formation* des animateurs-maraudeurs sur la démarche Natura 2000 et sur les spécificités du site concerné
- \* *Délai de mise en œuvre* : quelques semaines à quelques mois en fonction de l'objectif de l'action de maraudage :

Exemple : 6 mois (=temps long) autour d'une action auprès des touristes/utilisateurs des plages littorales.

Exemple : 1 mois (=temps restreint) de préparation autour du thème d'un habitat humide avec grenouille rousse

- \* coût : très variable selon les nombres de maraudeurs, le statut des maraudeurs bénévoles ou rémunérés (différence de coût déterminante), le temps passé en animation par maraudeur, le lieu d'action choisi (déplacements, hébergements... à prévoir éventuellement)

Compter 300 € en moyenne par animateur et par journée de maraudage (base 7h)

## Faire connaître l'action

- × Rendez-vous
- × Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- × Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, autobus...)
- × Affichage chez les commerçants
- × **Annonces dans les médias (presse et radio locale)**

Coupler le maraudage à d'autres actions de communication (campagne média, conférences / débats...) permet de démultiplier l'efficacité de l'action.

## Bilan qualitatif et quantitatif

### Intérêt

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### Indicateurs de base

- × **Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (ex : âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)**
- × Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- × **Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante de la journée ?"**
- × Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

Attention !  
le comptage des personnes touchées permet d'avoir des éléments de réflexion, tant sur la **pertinence du site** géographique choisi que sur **l'intérêt communicationnel** du message.

### But

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite.

## Sources

### **Maison de la Nature des Hautes Alpes**

BP 16 – le Queyron  
05 600 Guillestre  
04 92 45 37 87

<http://www.maisondelanature05.org/index.html>



### **CPIE Côte Provençale - Atelier bleu du Cap de l'Aigle**

596 avenue des Calanques  
Parc du Mugel  
13600 La Ciotat  
Tél : 04 42 08 07 67  
Fax 04 42 71 75 44

<http://www.atelierbleu.fr/>



# Maraudage urbain

Technique d'animation de site issue du Québec dans les Parcs Nationaux Canadiens afin de sensibiliser les promeneurs sur des aspects concrets de la richesse des parcs canadiens.

Il est proposé ici de transposer la démarche au milieu urbain, milieu de vie des personnes qu'on cherche à sensibiliser.

## Objectifs

Le but de la démarche est **l'interactivité avec la cible** : faire connaître des idées, des problématiques, des contraintes ou des enjeux, argumenter et contre argumenter en intégrant les particularités de chaque individu rencontré.

Dans le cas d'un contact positif, l'objectif "faire aimer" de la stratégie de communication peut, éventuellement, être approché (cf. glossaire).

## Publics cibles

- × Elus
- × Scolaires
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Praticants de sports nature
- × Touristes

**Toutes potentiellement, selon le contenu de message**

## Description et mise en œuvre

### *Description de l'outil*

Cette méthode de communication est une technique d'animation, dont l'application est proposée ici en ville, dans le but de faire connaître la démarche Natura 2000 en général (et non un site particulier). L'idée maîtresse est de capter l'attention d'un public de passage, qu'il soit résident ou non. L'animateur est posté ou circule en un lieu choisi (rue passante, lieu d'attente comme un hall de gare, marchés, transports en commun...) et engage la discussion avec les personnes de passage.

Le public n'est pas captif (au sens strict du terme) et surtout n'a pas d'attentes particulières il n'est demandeur de rien et serait plutôt sur la défensive. Il faut aborder les personnes "les accrocher" et engager la discussion qui permettra de faire passer le message d'information sur Natura 2000.

A noter que quelques personnes déjà captées et qui entourent l'animateur peuvent favoriser l'arrêt de nouveaux passants.

### ***Limites de l'outil***

- \* La météorologie, qui conditionne la présence des personnes sur le lieu de plein air (rue...)
- \* Le contexte urbain : les personnes ont souvent plus sur la défensive qu'à l'orée d'un bois ou dans les milieux naturels. Un moyen de contourner cette difficulté est d'aborder des personnes dans des situations d'ATTENTE, où elles s'ennuient et sont de fait captives.

### ***Mise en oeuvre de l'outil***

- \* Définir les messages prioritaires par rapport à la démarche Natura 2000, aux enjeux du site considéré.
- \* Déterminer une ou plusieurs cibles (ou tout le monde) suivant les idées-clés sur Natura 2000 dont on veut parler avec les personnes.
- \* Définir le type de maraudage qu'on met en place (fixe, itinérant, actif, passif).
- \* Connaître les lieux de fréquentation préférentiels des cibles, puis le site ou le parcours des maraudeurs.
- \* Préparer les discours, prévoir des parades pour les quelques cas d'agressivité auxquels les maraudeurs pourraient être confrontés.
- \* Déterminer le nombre de maraudeurs nécessaires pour la mise en oeuvre, vérifier la capacité en interne et prévoir le cas échéant des recrutements
- \* Rédiger et diffuser des fiches de poste, puis effectuer le recrutement.
- \* Choisir les dates ou périodes de maraudage, puis établir un planning de répartition de la présence : quelles personnes maraudeuses sont susceptibles (temps, disponibilité, périodicité) d'agir ?
- \* Préparer le matériel d'animation nécessaire : longue-vue, jumelles, posters, mascotte, livres, outils en lien avec le message... Prévoir également eau, en-cas et trousse de premier secours, en fonction du nombre de maraudeurs prévus.
- \* Former les maraudeurs aux techniques de communication (intervenant interne ou externe) et à Natura 2000 (éléments clés du site qui est autour du milieu urbain).
- \* Communiquer sur l'action, avec d'autres outils décrits dans les fiches de ce guide.

### ***Compétences nécessitées par l'outil***

- \* Aisance relationnelle, capacité d'accroche des publics
- \* Techniques de communication et notamment capacité d'expression orale
- \* Ouverture d'esprit, capacité d'écoute, capacité de vulgarisation
- \* Connaissance du site concerné par l'action

### ***Coûts et délais de mise en oeuvre***

- \* Le cas échéant, prévoir de 1 à 2 demi-journées de *formation* des animateurs-maraudeurs sur la démarche Natura 2000 et sur les spécificités du site concerné.
- \* *Délai de mise en oeuvre* : quelques semaines.
- \* *Coût* : très variable selon les nombres de maraudeurs, le statut des maraudeurs bénévoles ou rémunérés (différence de coût déterminante), le temps passé en animation par maraudeur, le lieu d'action choisi (déplacements, hébergements... à prévoir éventuellement).

Compter 300 € en moyenne par animateur et par journée de maraudage (base 7h)

## Faire connaître l'action

- × Rendez-vous
- × Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- × Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abri-bus...)
- × Affichage chez les commerçants
- × **Annonces dans les médias (presse et radio locale)**

Coupler le maraudage à d'autres actions de communication (campagne média, conférences / débats...) permet de démultiplier l'efficacité de l'action.

## Bilan qualitatif et quantitatif

### Intérêt

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### Indicateurs de base

- × **Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (ex : âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)**
- × Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- × **Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante issue de cette rencontre ?"**
- × Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

Attention !  
le comptage des personnes touchées permet d'avoir des éléments de réflexion, tant sur la **pertinence du site** géographique choisi que sur **l'intérêt communicationnel** du message.

### But

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite

## Sources

### **Maison de la Nature des Hautes Alpes**

BP 16 – le Queyron  
05 600 Guillestre  
04 92 45 37 87

<http://www.maisondelanature05.org/index.html>



### **CPIE Côte Provençale - Atelier bleu du Cap de l'Aigle**

596 avenue des Calanques  
Parc du Mugel  
13600 La Ciotat  
Tél : 04 42 08 07 67  
Fax 04 42 71 75 44

<http://www.atelierbleu.fr/>



# Mini Exposition ou Stand en mode local

## "Natura 2000 sur notre site"

### Objectifs

- × Créer sa propre exposition indépendante, centrée sur sa thématique (Natura 2000), son site, les enjeux de ce dernier
- × Se référer à ce que propose le Ministère (panneaux, affiches...)
- × Profiter d'un événement existant, fédérateur et attractif au niveau local (habitants, scolaires encadrés, touristes...) pour présenter une exposition ou un stand. Ex : foire thématique (artisanat, biologique, construction, salon touristique...), manifestation d'une collectivité territoriale ou d'une association locale...

L'exposition ou le stand bénéficiera ainsi du public drainé par la manifestation générale (stratégie de couverture maximale sur une période donnée).

### Publics cibles

- × Elus
- × Scolaires
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × Touristes

### Description et mise en œuvre de l'outil

#### *Description*

Aucune originalité particulière n'est nécessaire pour cette exposition/stand Natura 2000 par rapport à une exposition ou un stand classique. Les critères d'attractivité visuelle et ludique sont dominants, la personne qui gère le stand doit être avenante, informée...

#### *Mise en œuvre*

##### **Cas d'une exposition entièrement consacrée à Natura 2000**

- × Déterminer le fil conducteur de l'exposition et les messages clés
- × Déterminer le meilleur local d'exposition : en fonction de la fréquentation de la ou des cibles visées, de l'accessibilité (parking voitures/car, transports en commun, accès handicapés accompagnés...), des potentialités du canton (à voir avec la collectivité territoriale, le parc ou la structure qui prête ou loue l'emplacement).
- × créer un plan ou une maquette de l'expo adaptée au lieu qui serait mis à disposition,
- × choisir les supports classiques (panneau visuels, supports audio) mais aussi multimédias (plus coûteux, mais plus ludiques et attractifs) qui peuvent être sélectionnés.

- \* Présence ou non d'animateurs sur l'exposition / le stand. Dans le cas d'animateurs présents, déterminer s'ils sont bénévoles ou rémunérés, réaliser les plannings de présence...

Une telle exposition, entièrement consacrée à Natura 2000 peut être utilisée en elle-même, être adjointe à une exposition plus grande ou encore être présentée à l'occasion d'une manifestation plus générale.

Les différentes solutions sont viables et ont des objectifs de sensibilisation plus ou moins marquée. Elles constituent ainsi des moyens d'actions différents à la disposition de l'animateur de site.

### **Cas d'un stand dans une manifestation**

- \* Déterminer le fil conducteur et les messages clés à mettre en lumière
- \* Réunir des supports d'information : affiches, posters, plaquettes, livres à consulter sur place, bilans des actions menées par la collectivité, exposition mobile...
- \* Commencer par un récapitulatif de l'existant et ne pas hésiter à se rapprocher d'autres acteurs (communes, associations locales, écoles...)
- \* Si besoin, créer des supports sur lesquels seront déclinés les éléments clés identifiés précédemment
- \* Prévoir les aspects matériels du stand :
  - ✓ Matériel : table, chaises, ordinateur, vidéoprojecteur, rallonge électrique, supports qui seront présentés, petit matériel (punaises, scotch...)
  - ✓ Décoration aux couleurs de Natura 2000 ou aux couleurs du site / de la collectivité porteuse de l'animation du site (nappes, fleurs...).

### **Dans les deux cas**

Vérifier la faisabilité financière et temporelle : budgétisation et délais pour identifier / rassembler / créer les supports, (créateur, artisans, transporteur, installateurs, électriciens... tout cela en mix suivant les besoins).

### **Compétences nécessitées par l'outil**

- \* Esprit de synthèse, capacité de vulgarisation
- \* Aisance relationnelle, capacité d'accroche des publics
- \* Techniques de communication et notamment capacité d'expression orale
- \* Connaissance du site concerné par l'action.

### **Coûts et délais de mise en œuvre**

Coût : variable, selon l'ampleur donnée à l'exposition, les supports choisis...

Délais : fonction de l'ampleur donnée à l'action.

## Faire connaître l'action

- \* Rendez-vous
- \* Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- \* Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abri-bus...)
- \* Affichage chez les commerçants
- \* Annonces dans les médias (presse et radio locale) SI budget disponible
- \* Syndicat d'initiative et office du tourisme
- \* Hôtels, chambres d'hôtes, camping et toutes structures de logement.

## Bilan qualitatif et quantitatif

### *Intérêt*

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### *Indicateurs de base*

- \* Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (ex : âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus) sur le lieu de l'exposition
- \* Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "une idée pour améliorer l'action" à mettre dans la fiche distribuée à l'accueil)
- \* Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante concernant Natura 2000 et la caractéristique essentielle concernant CE site Natura 2000 ?" (à la sortie de l'expo)
- \* Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés). Déterminer 2 profils de visiteurs : qui n'a rien retenu, qui a retenu partiellement l'information.

### *But*

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite.

## Sources

Ministère en charge de l'environnement et du développement durable, pages dédiées à Natura 2000

<http://www.developpement-durable.gouv.fr/-Natura-2000,2414-.html>

### ***CPIE Alpes de Provence***

Château de Drouille

04100 Manosque

Tél.: 04 92 87 58 81 / Fax: 04 92 72 75 14

[contact@cpie04.com](mailto:contact@cpie04.com)

[www.cpie04.com](http://www.cpie04.com)



**Maison de la Nature des Hautes Alpes**

BP 16 – le Queyron  
05 600 Guillestre  
04 92 45 37 87

<http://www.maisondelanature05.org/index.html>



**CPIE Côte Provençale - Atelier bleu du Cap de l'Aigle**

596 avenue des Calanques  
Parc du Mugel  
13600 La Ciotat  
Tél : 04 42 08 07 67  
Fax 04 42 71 75 44  
<http://www.atelierbleu.fr/>



CÔTE PROVENÇALE

**Colinéo- ASSENMCE**

Relais Nature de Saint-Joseph  
64, Bd Simon Bolivar - 13 014 Marseille  
Tél./Fax. : 04 91 60 84 07  
Mail : [colineo.assenmce@gmail.com](mailto:colineo.assenmce@gmail.com)  
Site Internet: [www.colineo-assenmce.fr](http://www.colineo-assenmce.fr)



# Sensibilisation des Prescripteurs Indirects

Les études en marketing traditionnel ont vérifié l'extrême efficacité des prescripteurs d'un produit ou d'un service pour sa vente.

L'efficacité est reliée au concept de **crédibilité** du prescripteur que celui-ci soit direct ou indirect

- \* Prescripteur direct : le vétérinaire conseille un type de d'alimentation animale
- \* Prescripteur indirect : l'accompagnateur en moyenne montagne au cours d'une randonnée aborde des éléments de Natura 2000 *au delà de sa propre prestation.*

## Objectifs

Profiter de la crédibilité et de la sympathie de l'hôtelier, du propriétaire de la chambre d'hôtes, du restaurateur, de l'accompagnateur en montagne qui connaît la région, "la nature" pour donner l'information sur les axes clés de Natura 2000.

## Publics cibles

- \* Elus
- \* Scolaires
- \* Habitants du territoire
- \* Public familial
- \* Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- \* Agriculteurs
- \* Eleveurs et bergers
- \* Promoteurs
- \* Associations de protection de la nature
- \* Chasseurs
- \* Randonneurs
- \* Pratiquants de sports nature
- \* Touristes
- \* Accompagnateurs en moyenne montagne
- \* Accompagnateurs nature
- \* Personnel OT, accueil Maison du Parc etc.

## Description et mise en œuvre de l'outil

### Description

Il s'agit de réaliser des conférences ou formations simples, brèves et attractives pour ces prescripteurs indirects qui pourraient/devraient, outre les tâches pour lesquelles ils sont rémunérés, donner des informations de base sur Natura 2000.

Cette mini conférence est suivie (ou précédée) d'un buffet dinatoire.

Il est en effet nécessaire de motiver les personnes qui sont en situation de "volontariat" et qui pourront ainsi joindre "l'utile à l'agréable". Elles acceptent une contrainte, nous leur offrons un temps d'échange convivial, qui outre la restauration, permet de mieux faire connaissance.

### **Mise en œuvre :**

- \* Etablir les listes des différentes cibles professionnelles citées plus haut (l'office du tourisme a certainement de telles listes !)
- \* Sélectionner les personnes qui sont soit les plus simples à toucher/intéresser à cette action de communication, soit qui seront les plus efficaces dans cette action Natura 2000
- \* Envoyer des invitations courrier et ne pas oublier d'éventuelles relances par mail
- \* Appeler les personnes retenues pour information et invitation personnalisée
- \* Prévoir la logistique : retenir une salle, engager un traiteur, préparer le matériel de conférence (ordinateur, vidéoprojecteur, enceintes audio le cas échéant...)
- \* Préparer la conférence sur le fond (messages à faire passer, diaporama, petit document récapitulatif comme une plaquette réalisée par ailleurs)
- \* Pourquoi ne pas préparer une petite surprise en guise de remerciement et souvenir ? cette forme d'"objet promotionnel" doit avoir un lien avec le site (ex : un produit local comme petit pot de confiture, pâte de fruits, petit saucisson...) et arborer les couleurs de Natura 2000 (paquet, ruban...).

### **Compétences nécessitées par l'outil**

- \* Qualités relationnelles
- \* Compétence de vulgarisation
- \* Capacité à convaincre et remporter l'adhésion.

### **Coût et délais de mise en œuvre**

- \* Coût du buffet dinatoire : environ 20 euros par personne (apéritifs /vin compris) ; on peut aussi demander au traiteur ou au restaurant retenu ce qu'il peut proposer pour tel prix. Cibler une base d'une quarantaine de personnes/
- \* "Paquet surprise" : environ 10 euros l'unité.

| Tableau indicatif de délais de réalisation                                           |                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| Etablissement des listes<br>Envoi des invitations<br>Appel téléphonique personnalisé | 4 semaines                  |
| Réservation d'une salle                                                              | 3 semaines                  |
| Préparation des paquets surprise                                                     | 2 semaines                  |
| Réservation d'un traiteur<br>Confirmation du nombre de personnes                     | 2 semaines<br>3 jours avant |
| Préparation de la conférence (diaporama, discours...) et vérification du matériel    | 2 semaines                  |
| Préparation du matériel et mise en place de la salle                                 | Le jour même                |

## Faire connaître l'action

- × Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- × Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
- × Affichage chez les commerçants, dans les écoles, les centres de loisirs, les centres sociaux, les clubs de sport, les lieux culturels
- × Annonces dans les médias (presse et radio locale).

**Sans objet ici.**

## Bilan qualitatif et quantitatif

### *Intérêt*

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### *Indicateurs de base*

- × **Comptage des personnes touchées et venues** et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- × Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- × Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante de la journée ?"
- × Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

### *But*

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite

## Sources

# Sentier d'interprétation — Sentier nature

## Objectifs

### La démarche d'interprétation

Mariant à la fois les techniques *pédagogiques* et les approches *sensibles*, l'interprétation a pour objectif de mêler le plaisir de la découverte à la satisfaction de comprendre. L'objectif du sentier d'interprétation est de valoriser la richesse du milieu Natura 2000. Plus qu'une simple information, il est porteur d'un message : "Que veut-on que le public retienne ?".

Un parcours adapté, ludique et accessible à tous (adaptation au handicap ou non voir fiche méthodologique), peut ainsi faire connaître le site et, par là même, sensibiliser le visiteur à la richesse et à la préservation du site Natura 2000.

## Publics cibles

- × Elus
- × **Scolaires**
- × **Habitants du territoire**
- × **Public familial**
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × **Touristes**

## Description et mise en œuvre de l'outil

### Description

Ces sentiers sont des parcours balisés de découverte du site Natura 2000, où l'on apprend à connaître les spécificités (faune, flore, habitats) grâce à des bornes de lecture et/ou des bornes interactives ludiques ou informatives et /ou un livret pédagogique. Ces bornes / livret informent le promeneur sur ce qu'il voit.

Comme le ferait un guide-accompagnateur mais sans guide accompagnateur !

### Mise en œuvre de l'outil

Le but est de servir au mieux le projet "sensibiliser à Natura2000" et de prendre en compte -dans leurs moindres détails- les impératifs de gestion et de préservation des milieux naturels classés Natura 2000. Il est utile de mettre en place d'un comité de pilotage partenarial. Composé des différents acteurs concernés, il sera chargé de valider chaque étape du processus de conception.

Lors de la phase de conception, on déterminera précisément le choix des matériaux, mais en règle générale, c'est le bois résineux traité par des lasures professionnelles qui est souvent retenu (compatible avec les normes d'éco-conception). Le mobilier extérieur prend alors sa part, tant dans ses formes que dans ses coloris, dans l'harmonie du parcours.

#### Attention !

Parce que l'interprétation prend sa source dans l'identité de votre site Natura 2000 et l'émotion qui se dégage de ce lieu, il n'est pas possible d'utiliser des parcours déjà mis au point ailleurs.

La conception graphique (indépendamment des contraintes de logo Natura 2000), la forme et les matériaux des mobiliers et des supports, les illustrations choisies font partie d'un ensemble indissociable qui, en s'appuyant sur la spécificité du lieu, donneront naissance à un parcours original et intégré.

Les éléments : faune flore habitats oiseaux spécifiques à chaque site Natura 2000 doivent être utilisés et valorisés de la manière la plus différenciatrice possible.

### Un livret à emporter... sur le sentier... et à la maison

D'une très grande malléabilité, un livret est un excellent outil de valorisation. Complémentaire à toute initiative pédagogique (adulte -enfants), il accroît, sans risque de surcharge, la quantité d'informations apportée. Après analyse des publics concernés, il peut être conçu informatif et/ou ludique (1 recto-verso format A5 quadrichromie). Il peut devenir le cas échéant, un référent d'étude pour les équipes encadrant classes et groupes d'enfants.

En outre, s'il est choisi que le livret reste la propriété des utilisateurs, il devient un instrument de communication durable : feuilleté ou lu en dehors du sentier d'interprétation, il permet d'augmenter le nombre de contacts utiles.

### Compétences nécessitées par l'outil

- \* Etre capable de percevoir les éléments informatifs et ludiques d'une bonne communication « tout public » afin de faire avec les partenaires au projet les meilleurs choix
- \* Gérer les délais entre les professionnels (ou associations) intervenants
  - ✓ Pré-projet avec les partenaires
  - ✓ Cahier des charges
  - ✓ Appel d'offre
  - ✓ Choix des sous traitants (lots : travaux d'aménagement, menuiserie, conception graphique, signalétique...)
  - ✓ Délais mise en œuvre (saisonnalité, contraintes des professionnels)
  - ✓ Suivi du chantier
  - ✓ Réception du chantier et communication auprès des cibles grand public adulte et scolaire

### Coût et délais de mise en œuvre

Coût moyen par kilomètre linéaire

- \* Préparation du terrain (débroussaillage, mise à niveau, remplissage de trous) : **8 000 € HT**
- \* Conception et réalisation (pour une base de 10 panneaux, soit 1 tous les 100m) : **12 000 € HT**
- \* Entretien annuel : **1 500 € HT**

Les expériences mises en œuvre concernent sur notre territoire de sentiers d'interprétation d'un linéaire généralement compris entre 700m et 2,5km.

Coût de la variante technologique : se renseigner en fonction de l'ambition du projet [www.camineo.fr](http://www.camineo.fr)

#### Variante technologique aux panneaux signalétiques du sentier d'interprétation

Ce Pocket PC se doit d'être disponible dans un grand nombre de lieux : mairie, OT, postes, maison du parc, hébergeurs)

Il se loue et permet de signaler à son porteur les curiosités, informations, jeux disséminés tout au long du sentier d'interprétation. Possibilité d'info visuelle et audio (commentaire du berger ou de l'accompagnateur, cri d'oiseau ...

Il permet en plus de donner des coordonnées GPS, d'autres informations sur Natura 2000, d'autres zones d'intérêt touristique ou de biodiversité, des informations pratiques...



## Faire connaître l'action

- \* Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- \* Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
- \* Affichage chez les commerçants, dans les écoles, les centres de loisirs, les centres sociaux, les clubs de sport, les lieux culturels
- \* Annonces dans les médias (presse et radio locale)

## Bilan qualitatif et quantitatif

### Intérêt

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### Indicateurs de base

- \* Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- \* Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- \* Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "deux éléments que vous avez retenus concernant Natura 2000 suite à votre parcours"
- \* Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

### But

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite

## Sources

### LPO PACA

Villa Saint Jules  
6 av. Jean Jaurès  
83 400 Hyères  
04.94.12.79.52

<http://paca.lpo.fr/>



### Maison de la Nature des Hautes Alpes

(sentier pédagogique créé au pied du barrage de Serre-Ponçon, en partenariat avec EDF—Production Méditerranée)

BP 16 – le Queyron  
05 600 Guillestre  
04 92 45 37 87

<http://www.maisondelanature05.org/index.html>



### Grand site Sainte Victoire (carrière de Bibémus)

Syndicat Mixte Départemental des Massifs Concors – Sainte-Victoire

Immeuble Le Derby  
570, avenue du Club

Hippique

13090 Aix-en-Provence

04 42 64 60 90

[h t t p : / /](http://www.grandsitesainte victoire.com/index.php/grand_site)

[www.grandsitesainte victoire.com/index.php/grand\\_site](http://www.grandsitesainte victoire.com/index.php/grand_site)



### Parc National du Mercantour

(audioguide)

23 rue d'Italie, BP 1316

06 006 Nice cedex 1

04 93 16 78 88

<http://www.mercantour.eu/>



# Signalétique Natura 2000 en commune et sur site

Signalétique de communication inspirée du modèle performant des panneaux d'entrée de Parc National®, Parc Naturel Régional® ou village fleuri®.

## Objectifs

L'objectif est de faire connaître à un maximum de personnes, en entrée-sortie de commune, sur des parkings, sur des points d'entrée de site, l'existence de Natura 2000 et **uniquement 2 ou 3 idées majeures** de la démarche. Cela permet de multiplier le nombre de contacts utiles, tant adultes qu'enfants.

**Moyen d'une grande efficacité bien que paraissant banal.**

## Publics cibles

- × Elus
- × **Scolaires**
- × **Habitants du territoire**
- × **Public familial**
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × **Randonneurs**
- × **Pratiquants de sports nature**
- × **Touristes**

**Toutes potentiellement, en entrée et sortie de commune**

## Description et mise en œuvre

### *Description*

#### **Entrée et sortie de commune**

Sur le modèle des panneaux Parc® ou Village Fleuri®, il s'agit d'ajouter au panneau réglementaire d'entrée de commune un panneau-bandeau indiquant l'appartenance de la commune à un site Natura 2000. Le bandeau comprendra le logo Natura 2000 ainsi que le nom du site.

#### **Sur les parkings à proximité ou sur site, de curiosité naturelle ou de parcours de randonnée**

La signalétique ici proposée consiste en un panneau en bois et comprend le logo Natura 2000 ainsi que les 3 idées clés de la démarche, à savoir

- × Un réseau écologique européen
- × Préservation de la biodiversité
- × Activités humaines autorisées sous forme adaptée.

Lorsqu'il existe déjà des panneaux informatifs, le panneau Natura 2000 s'adjoindra à ces panneaux, après autorisation, pour bénéficier du volume de fréquentation et éviter de multiplier les panneaux. Dans le cas contraire, le panneau Natura 2000 sera

implanté en isolé, sur une entrée de site. Les dimensions du panneau sont à adapter en fonction du panneau en complément duquel cette signalétique viendra, de sorte à rester visible sans cependant occulter ou paraître plus grande que l'information première (panneau d'information spécifique en entrée de site).

La fabrication sera faite de préférence selon les normes d'éco-compatibilité.

### ***Mise en œuvre***

Préparer un texte argumentatif très court, sachant que ce texte ne sera pas nécessairement sur tous les panneaux.

Préparer un visuel sur carton pour présentation au responsable lors de l'entretien  
Demander les autorisations

- \* Au maire de la commune concernée (pour les entrées de commune, pour les lieux dits, les parkings, les curiosités naturelles)
- \* Aux responsables de Parc quand le site est frontalier / inclus dans un Parc
- \* Aux autorités administratives potentiellement concernées (ex : préfet...)
- \* Ponctuellement, réaliser des comptages sur des sites représentatifs afin de vérifier la connaissance du terme « Natura 2000 » et la connaissance des idées clés.

### ***Compétences nécessitées par l'outil***

- \* Bon relationnel avec les autorités compétentes
- \* Capacité à argumenter sur l'intérêt d'une signalétique Natura 2000
- \* Esprit de synthèse et capacité à communiquer

### ***Coûts et délais de mise en œuvre***

Coûts

- \* Entrée et sortie de commune : panneau type dibond 2mm déco numérique laminée : ~200 € TTC / panneau
- \* Lieu de fréquentation du site lui-même : panneau bois comprenant un logo et 3 idées clés, pyrogravé : ~150 € / panneau

Ces investissements ont la particularité d'être très performants sur le plan informatifs... et durables !

Délais de mise en œuvre :

- \* Demande et obtention des autorisations
- \* Réalisation du panneau

### **Faire connaître l'action**

- \* Rendez-vous
- \* Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- \* Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
- \* Affichage chez les commerçants
- \* Annonces dans les médias (presse et radio locale)

**Sans objet ici.**

## Bilan qualitatif et quantitatif

### *Intérêt*

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### *Indicateurs de base*

- \* Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (ex : âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
  - Question à poser :
    - ✓ Connaissez-vous le terme Natura 2000 (oui, non) ?
    - ✓ où avez-vous vu un logo ?
    - ✓ Quelles idées clés avez-vous retenues sur Natura 2000
- \* Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- \* Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante de la journée ?"
- \* Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

**Sans objet ici.**

### *But*

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite

## Sources

# Sortie nature : petite randonnée Natura 2000

## Objectifs

Il s'agit de profiter d'un petit sentier de randonnée, d'un sentier de pays (PR)... présent sur une partie de site Natura 2000 pour sensibiliser des personnes tout en se promenant.

A travers une approche naturaliste et conviviale, les personnes sont informées des spécificités d'une zone et des axes généraux de Natura 2000.

## Publics cibles

- × Elus
- × Scolaires
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × Touristes

## Description et mise en œuvre de l'outil

### Description

Cet outil consiste à repérer si un tracé de base est déjà existant (même si quelques détours sont à intégrer).

Un accompagnateur (formé et rémunéré) ou l'animateur lui-même va montrer un certain nombre d'éléments spécifiques à cette zone Natura 2000 (oiseaux, flore, habitats...), repérables au cours de la balade.

Pour être accessible à des cibles larges et variées, le petit circuit doit :

- × être plutôt facile pour éviter le découragement des cibles à venir et pour minimiser les risques
- × prévu plutôt court : 1h sur place tout compris semble être un temps correct.

### Mise en œuvre de l'outil

#### Phase de préparation

**Repérer** grâce à la connaissance de l'existant quelles zones géographiques peuvent être envisagées. Le lieu choisi doit en effet posséder

- × un sentier existant,
- × des éléments intéressants de Natura 2000 à commenter,
- × un accès viable pour les personnes.

Tout cela limite –de fait– drastiquement les choix !

**Vérifier** si les éléments de base concernant la sécurité sont présents sur ce segment (absence de précipice, d'éboulis...).

#### Attention !

Nous ne sommes pas ici sur un sentier d'interprétation (donc aménagé et sécurisé) mais **dans la nature** (non aménagée) : les personnes se prennent en charge et l'accompagnateur possède une assurance à jour.

Se référer à la fiche sécurité.

### **Déterminer** pour chaque grand type de cible :

- \* quelles sont les périodes les plus propices (ou possibles) pour la cible (des enfants, des touristes ...) ;
- \* quels éléments remarquables du parcours retenir : ce ne sont pas obligatoirement tous les mêmes selon le public ;
- \* quelle formulation l'accompagnant retiendra lorsqu'il sera avec sa cible sur le terrain (niveau de langage, préalable en culture générale et connaissances naturalistes...)

### **Phase de réalisation**

- \* trouver les supports d'information les plus adaptés à la cible
- \* réaliser un planning des sorties adapté à la nature (respect des espèces, des périodes de nidification, etc.), aux cibles et fonction de l'emploi du temps et des charges de l'animateur (ou l'accompagnateur formé)
- \* réaliser les sorties : penser à compter les participants, à prendre quelques photos, à faire s'exprimer le public sur ses découvertes...
- \* ... en vue d'écrire le bilan !
- \* Publier un article dans le journal local.

### **Compétences nécessitées par l'outil**

Connaissance fine de la zone géographique Natura 2000

Aisance relationnelle et qualités pédagogiques conséquentes

Bon sens

### **Coût et délais de mise en œuvre**

#### **Coût**

Si l'animateur réalise l'ensemble de l'opération sans l'aide d'un professionnel rémunéré, ni du milieu associatif local, le coût sera peu élevé (temps de travail de l'animateur, affichettes, tracts, coups de téléphone)

Si l'animateur délègue : prise en charge des frais de déplacement et paiement forfaitaire requis.

#### **Délais de mise en œuvre**

La phase de préparation est longue (ce qui ne veut pas dire difficile !) à mettre en place surtout si l'animateur est seul sur l'ensemble de l'action.

Le temps nécessaire à la phase de réalisation dépend :

- \* De la connaissance qu'a l'animateur du monde local (qui contacter et comment le faire, connaissance des écoles, des associations de sport de plein air, de l'office du tourisme...). Mieux l'animateur connaît son territoire et les acteurs, plus rapide cette phase de publicité sera.
- \* Du nombre de sorties prévues !

## Faire connaître l'action

- ✗ Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- ✗ Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
- ✗ Affichage chez les commerçants, dans les écoles, les centres de loisirs, les centres sociaux, les clubs de sport, les lieux culturels
- ✗ Annonces dans les médias (presse et radio locale)

## Bilan qualitatif et quantitatif

### Intérêt

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### Indicateurs de base

- ✗ Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- ✗ Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- ✗ Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante de la journée ?"
- ✗ Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

### But

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite

## Sources

### **Maison de la Nature des Hautes Alpes**

BP 16 – le Queyron

05 600 Guillestre

04 92 45 37 87

<http://www.maisondelanature05.org/index.html>



### **Colinéo- ASSEMEMCE**

Relais Nature de Saint-Joseph

64, Bd Simon Bolivar - 13 014 Marseille

Tél./Fax. : 04 91 60 84 07

Mail : [colineo.assenemce@gmail.com](mailto:colineo.assenemce@gmail.com)

Site Internet: [www.colineo-assenemce.fr](http://www.colineo-assenemce.fr)



### **Découverte Sainte Baume—Ecomusée Territoire**

Mairie du Plan d'Aups

83640 Plan d'Aups Ste Baume

Mail : [decouverte.sainte.baume.asso@gmail.com](mailto:decouverte.sainte.baume.asso@gmail.com)

<http://www.ecomusee-sainte-baume.asso.fr/>



***CPIE Alpes de Provence***

Château de Drouille  
04100 Manosque  
Tél.: 04 92 87 58 81 / Fax: 04 92 72 75 14  
[contact@cpie04.com](mailto:contact@cpie04.com)  
[www.cpie04.com](http://www.cpie04.com)



ALPES DE PROVENCE

***CPIE Iles de Lérins & Pays d'Azur***

1 place des Orangers  
06400 CANNES  
Tel : 04 93 39 26 80  
Fax : 04 93 99 25 19  
[cpieazur@wanadoo.fr](mailto:cpieazur@wanadoo.fr)  
<http://cpieazur.free.fr/>



***Sorgues Vertes***

81, route des Gaffins  
84210 ALTHEN des PALUDS



# Support ludique pour tous : bande dessinée informative

Adaptée depuis toujours à la communication dirigée vers les enfants, le support aujourd'hui s'adresse à toutes les cibles (adultes, enfants).

## Objectifs

Le but est clairement INFORMATIF mais en conservant l'aspect LUDIQUE d'une présentation à dominante visuelle. L'information à communiquer est théâtralisée à travers une histoire qui se déroule sur le site Natura 2000 dont est en charge l'animateur.

Pour un support ludique distribué, on sensibilise plusieurs personnes : augmentation du nombre de contacts utiles.

## Publics cibles

- × Elus
- × Scolaires
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × Touristes

## Description et mise en œuvre

### Description

Sur le fond, la bande dessinée permet d'aborder les éléments clés:

- × De la démarche Natura 2000
- × Du site, tant sur l'aspect *biodiversité spécifique* au site que sur les points *d'attractivité touristique* du site.

Il y a ainsi synergie auprès de la cible. Les personnes ayant eu le support en main seront tentés d'aller sur site où ils pourront être informés davantage sur Natura 2000. La forme de l'outil favorise un grand impact visuel. L'attractivité graphique maximum est compatible avec tous les publics, le scénario et les dialogues sont déterminants pour le niveau de lecture. Le cas échéant, la BD peut être complétée par une page d'explications et de liens et références. Un nombre de page réduit encourage une lecture "jusqu'au bout" et présente un coût minime.

## ***Mettre en œuvre l'outil***

- ✗ Répertorier les éléments de biodiversité, anecdotes locales, zones "touristiques" majeures du site
- ✗ Définir le(s) message(s) principaux à transmettre par cet outil
- ✗ Trouver seul ou en appui une histoire qui fera trame à l'aspect éducatif ET à l'aspect ludique
- ✗ Prendre contact avec des créatifs : dessinateurs, graphistes, agences de communication, et scénaristes le cas échéant, et faire établir des propositions de visuels et des devis
- ✗ Etablir budget et calendrier prévisionnels ainsi que les demandes de financements nécessaires
- ✗ Rédiger un scénario (seul ou avec un scénariste / écrivain)
- ✗ Réaliser le pré-projet de bande dessinée (en interne ou en sous-traitance selon le cas) par le biais de "navettes" entre les réalisateurs (animateur N2000, dessinateur et le cas échéant écrivain).

Un comité de pilotage pourra utilement être mis en place, afin de favoriser les idées, valider les choix à mesure de l'avancement et effectuer la relecture toujours nécessaire.

## ***Compétences nécessitées par le projet***

- ✗ Vraie compétence de scénariste, à défaut passer par un professionnel
- ✗ Vulgarisation
- ✗ Esprit créatif et imagination.

### **Piège à éviter !**

Attention à ne pas se laisser entraîner dans trop de détails.

En effet, quand on maîtrise son sujet, on a tendance à vouloir en dire trop ! le document perd ainsi de son efficacité.

## ***Coût et délais de mise en œuvre***

- ✗ Compter 6 mois à 1 an de conception.

## **Faire connaître l'action**

### **Moyens passifs**

- ✗ BD en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- ✗ Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
- ✗ Mise à disposition chez les commerçants, dans les écoles, les bibliothèques, les centres de loisirs, les centres sociaux, les clubs de sport, les lieux culturels
- ✗ Annonces dans les médias (presse et radio locale)
- ✗ Mise à disposition auprès des personnels responsables de parcs, accompagnateurs en moyenne montagne, associations intervenant elles-même auprès de cibles finales diverses etc.

### **Moyens actifs**

- ✗ Distribution à bon escient lors d'actions de communication autres

## Bilan

### *Intérêt*

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### *Indicateurs de base*

- ✕ Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- ✕ Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- ✕ **Vérification par l'animateur (a posteriori et non systématique) de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelles sont les trois informations-clés de cette BD ?"**
- ✕ Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

### *But*

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite.

## Sources

### **Colinéo- ASSENMCE**

Présidente : Monique BERCET  
Relais Nature de Saint-Joseph  
64, Bd Simon Bolivar - 13 014 Marseille  
Tél./Fax. : 04 91 60 84 07  
Mail : [colineo.assenemce@gmail.com](mailto:colineo.assenemce@gmail.com)  
Site Internet: [www.colineo-assenemce.fr](http://www.colineo-assenemce.fr)



# Théâtre forum

Le théâtre forum a été mis au point dans les années 60 par un homme de théâtre brésilien : Augusto Boal. A l'origine, il a été créé pour résoudre les situations conflictuelles et d'oppression dans les favelas de São Paulo, d'où son appellation de "théâtre de l'opprimé". Cette forme d'expression a depuis évolué à travers le monde, pour être utilisée dans différents types de contextes (histoire d'un pays, pratique professionnelle, problèmes de société...).

## Objectifs

Le théâtre-forum peut-être utilisé dans deux buts principaux :

- ✗ Faire réagir un public sur une situation donnée (théâtre-forum déclencheur) et transmettre un message
- ✗ Rechercher et tester des solutions en groupe (destiné plutôt à un groupe d'acteurs, connaissant déjà la problématique)

Pour certaines cibles, l'objectif sera de "*faire connaître*", pour d'autres cibles, l'objectif sera la "*médiation*".

## Publics cibles

- ✗ Elus
- ✗ Scolaires
- ✗ Habitants du territoire
- ✗ Public familial
- ✗ Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- ✗ Agriculteurs
- ✗ Eleveurs et bergers
- ✗ Promoteurs
- ✗ Associations de protection de la nature
- ✗ Chasseurs
- ✗ Randonneurs
- ✗ Pratiquants de sports nature
- ✗ Touristes

## Description et mise en œuvre

### *Description de l'outil*

#### **Théâtre-forum déclencheur**

Une séance de théâtre-forum consiste à mettre en scène le thème choisi, ici Natura 2000 et le site concerné, en plusieurs scénettes qui présentent des visions différentes. Ces scénettes se terminent volontairement de façon choquante, de façon à faire réagir le public. Celui-ci est alors invité à rejoindre les comédiens sur scène, pour proposer des solutions et faire évoluer l'histoire. Le théâtre forum ne fait pas passer un message, mais permet au public de prendre conscience par lui-même des situations et des possibilités d'action qui sont les siennes ou celles de son groupe / entreprise... Dans le cas de Natura 2000, il est important que des experts assistent à la séance et puissent apporter des éléments techniques, nécessaires à la fois à la compréhension et à l'élaboration de solutions.

#### **Théâtre-forum / recherche de solutions**

La troupe de comédiens travaille ici en soutien au groupe. Des ateliers de création sont montés, au cours desquels les membres du groupe, assistés des comédiens, créent des scènes à partir des situations vécues au quotidien. Les scènes sont jouées et les membres du groupe proposent alors des solutions, les jouent les uns après les autres (test).

## Et après ?

Il est possible de donner une suite concrète aux représentations : un "greffier" note les propositions faites par les participants et celles qui sont validées. C'est après à l'organisateur (ici, l'animateur Natura 2000) d'utiliser ces propositions pour en faire un plan d'actions et de rendre compte régulièrement de son action auprès du public.

## ***Mettre en œuvre l'outil***

### **Théâtre-forum déclencheur**

1. Contacter une troupe et prévoir un rendez-vous avec eux pour :
  - ✗ Se présenter et se comprendre mutuellement
  - ✗ Définir comment travailler ensemble
  - ✗ Prévoir le planning
  - ✗ Définir les budgets...
2. Préparation des séances :
  - ✗ Visite / enquête par les comédiens auprès des acteurs de terrain
  - ✗ Distinction de problématiques et validation des thèmes avec l'animateur Natura 2000
  - ✗ Création par les comédiens de scénettes (en forum ou non) présentant 3 visions différentes
  - ✗ En fonction de l'objectif visé, l'animateur et la troupe définissent la constitution de l'assemblée, le lieu où sera joué le théâtre, la façon dont on communique sur cette action.
  - ✗ Régler les aspects logistiques de la / des séances (salle, chaises, sonorisation, lumières...) et prévoir un moment convivial juste après la séance, des documents que les participants pourront emporter.
3. La / les séances
  - ✗ Présentation des scénettes
  - ✗ Temps de "forum" (moment où les spectateurs montent sur scène jouer leurs propositions)
  - ✗ Moment convivial pour faire "retomber la pression", échanger entre présents, permettre aux liens de se tisser
4. Après la séance, dans le cas où on souhaite donner suite :
  - ✗ Faire le bilan de l'action de communication
5. Et si l'option de donner une suite a été retenue:
  - ✗ Rédiger un compte-rendu
  - ✗ Etablir un plan d'action sur la base des demandes / propositions du public
  - ✗ Mettre en œuvre les actions et coordonner les porteurs !

### **Théâtre-forum utilisé par un groupe pour rechercher des solutions**

1. Contacter une troupe et prévoir un rendez-vous avec eux pour
  - ✗ Se présenter et se comprendre mutuellement
  - ✗ Définir comment travailler ensemble
  - ✗ Prévoir le planning
  - ✗ Définir les budgets...

2. Monter des ateliers de création au cours desquels les membres du groupe
  - ✗ S'inspirent des situations vécues au quotidien et réfléchissent sur les problématiques
  - ✗ Créent des scénettes
  - ✗ Recherchent et testent des solutions
3. Organiser une ou plusieurs représentations de leurs scénettes, sous forme de forum (c'est-à-dire avec invitation des spectateurs à intervenir)
4. Noter et faire valider les propositions
5. Rédiger un compte-rendu à la suite de la représentation
6. Proposer un plan d'action et effectuer un suivi de ce dernier.

### *Compétences nécessitées par le projet*

1. Pédagogie minimum pour
  - ✗ Etre à la fois expert et rester accessible aux spectateurs
  - ✗ partager la connaissance du terrain avec les spectateurs lors de la séance de théâtre forum (enjeux naturalistes, enjeux économiques et sociaux, acteurs de terrain, stratégies et plans d'action mis en œuvre (toutes thématiques confondues))
2. Ouverture d'esprit pour
  - ✗ vaincre sa peur du changement et
  - ✗ monter sur scène (effet de crédibilité et d'entraînement auprès des autres spectateurs)
  - ✗ oser parler directement.

### *Coût et délais de mise en œuvre*

Idéalement, il faut 3 à 4 mois à une troupe de théâtre forum pour mettre en œuvre une séance / série de séances. Ce délai peut toutefois être raccourci jusqu'à 3 semaines incompressibles en fonction du degré d'urgence de l'opération de sensibilisation.

- ✗ prévoir 3 semaines d'enquête terrain pour la troupe de théâtre-forum
- ✗ compter 1 à 2 heures de représentation et un temps de détente et de débat, soit environ une demi-journée par séance
- ✗ calendrier : en fonction des disponibilités de la troupe de théâtre-forum
- ✗ coût : compter de 3 000 à 5 000 € pour la première représentation, (location de la salle, hébergements de la troupe). Les devis sont ajustés en fonction des demandes et seront plus élevés si une option "suites" est prise et confiée à la troupe.
- ✗ Le temps et les frais fixes engagés étant élevés, il est souhaitable **d'organiser plusieurs représentations sur une même commune ou sur quelques communes proches**. Cela permet de mieux rentabiliser cet outil coûteux.

## Faire connaître l'action

- ✗ Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
  - ✗ Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
  - ✗ Affichage chez les commerçants, dans les écoles, les centres de loisirs, les centres sociaux, les clubs de sport, les lieux culturels
  - ✗ Annonces dans les médias (presse et radio locale)
- Cet aspect de publicité sur l'action même est à travailler en lien avec la troupe.

## Bilan

### *Intérêt*

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### *Indicateurs de base*

- ✗ Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- ✗ Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- ✗ Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante de la journée ?"
- ✗ Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)
- ✗ Le temps de détente et de débat qui fait suite à la séance est un bon moment pour vérifier, au détour des conversations, comment le message a été reçu...

### *But*

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite

## Sources

### **Compagnie La Cohue**

Ouvrir des espaces de paroles, de réflexion collective et de négociation des conflits

Contact : Marie Favereau-Camara

Station Transvaal

18 rue Transvaal,

13004 Marseille

Tél : 04 86 11 04 66 / 06 30 73 22 07

Mail : [lacohue@gmail.com](mailto:lacohue@gmail.com) ou [marie.favereau.camara@hotmail.fr](mailto:marie.favereau.camara@hotmail.fr)



**Compagnie Kartoffeln**

Interventions théâtrales sur mesure  
Contact : Denis Barré  
6 bis rue Frédéric Garnier,  
13007 Marseille  
Tél : 04 91 31 21 45 / 06 68 14 24 57  
Mail : [contact@karto.fr](mailto:contact@karto.fr)  
[www.karto.fr](http://www.karto.fr)

**Compagnie les Echomédiens,**

Compagnie de théâtre spécialisée sur le développement durable au service des collectivités, des entreprises et des associations

Contact : Michaël Davignon  
La Pignatelle  
106, Chemin de la Vieille Fontaine  
06250 MOUGINS  
Tél : 09 51 17 64 68 / 06 28 71 23 72  
Fax : 04 93 90 13 70 -  
Mail : [contact@echomediens.org](mailto:contact@echomediens.org)  
<http://echomediens.free.fr/>



## Fiches générales

|                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Agrément Tourisme et Handicap                                                | 89  |
| Eco-communication                                                            | 94  |
| Homologuer un jeu                                                            | 98  |
| Sécurisation des lieux d'accueil du public                                   | 104 |
| Sécurité du public                                                           | 108 |
| Travailler avec l'Education Nationale : l'éducation au développement durable | 113 |
| Travailler avec l'Education Nationale : la méthode d'investigation           | 122 |



# Accès aux publics handicapés sur un site Natura 2000

## Objectifs

Permettre à des handicapés physiques visuels, auditifs ou moteurs de découvrir un site, d'intégrer les idées-clés de la démarche Natura 2000 et de comprendre comment cela s'applique à un site.

Pour cela, une petite partie d'un sentier nature ou un lieu fixe (ex : un habitat humide Natura 2000) sont aménagés de façon spécifique pour intégrer les contraintes des handicaps concernés. .

## Publics cibles

Les personnes handicapées peuvent se retrouver alternativement dans les situations classiques: être habitant, être touriste, être écolier, ou encore sportif.

## Description et mise en œuvre

### *Description*

Un site, ou tout au moins une partie d'un site, est aménagé de telle sorte que des publics handicapés puissent accéder à la fois au site et à l'information donnée. Les aménagements se traduiront par exemple par

- \* des sentiers larges et aplanis, des bâtiments de plain-pied ou des rampes d'accès (favorisant la circulation des personnes en fauteuil roulant),
- \* des panneaux d'information en braille ou des audio-guides (pour les personnes aveugles ou malvoyantes),
- \* des descriptions de l'environnement sonore (personnes sourdes ou malentendantes),
- \* la mise en œuvre de parcours ou d'animations spécifiques destinés à des personnes accompagnées d'animaux (chien – guide, cheval – thérapeute...)

Suite à la toute première loi du 30 juin 1975 sur l'intégration des handicapés, l'Etat met au point un label national « Tourisme et Handicaps » (loi du 11 février 2005) qui concerne aussi bien l'aménagement des lieux d'hébergement (camping, hôtel...) que l'aménagement de sites naturels ou culturels...

Il existe un cahier technique édité avec l'Atelier Technique des Espaces Naturels sur l'accessibilité des sites naturels aux publics handicapés.

### *Mise en œuvre*

- \* S'entourer des compétences (institutions ou associations œuvrant sur le sujet du handicap)
- \* Identifier le public ciblé et les handicaps concernés (certains handicaps demandent des mises en œuvre très complexes et coûteuses)
- \* Etablir un diagnostic de l'accessibilité du site en fonction des impératifs nécessités par le (les) handicap(s) considéré(s)
- \* Définir le secteur du site qu'on adaptera, en fonction de 2 critères dominants et cumulatifs (intérêt du secteur par rapport à Natura 2000 pour le public ciblé,

contraintes physiques du lieu qui favoriseront ou limiteront les aménagements possibles)

- ✗ Etablir un projet d'aménagement : équipements et travaux nécessaires, budget, plan de financement, calendrier de réalisation... Cette phase est souvent longue car elle fait intervenir de nombreuses structures (réunies ou non en comité de pilotage) dont il faut intégrer les contraintes.
- ✗ Rédiger puis diffuser le cahier des charges
- ✗ Intégrer les contraintes (délais) des prestataires qui pourront exécuter les travaux dans les normes
- ✗ Exécuter les aménagements
- ✗ En fonction du niveau de fréquentation touristique et des équipes disponibles sur site, sensibiliser voire former une personne à l'accueil des publics handicapés
- ✗ Faire labelliser son site "Tourisme et handicap" ou son activité "Espace Loisirs handisport"
- ✗ Communiquer ! : Offices de tourisme, sites spécialisés Tourisme et Handicap, association de handicapés, site web de la structure animatrice accessible aux publics handicapés (labels AccessiWeb et Euracert, labellisation payante).

### *Eléments de calendrier de mise en œuvre et de budget*

#### *Acteurs avec qui travailler*

- ✗ Agence Régionale de Santé
- ✗ Associations spécialisées dans le handicap
- ✗ Architectes et urbanistes
- ✗ Structures ayant déjà adapté des sites : Conseil Général des Alpes de Haute Provence
- ✗ Entreprises spécialisées dans les travaux d'adaptation de lieux aux publics handicapés

#### *Démarche de labellisation*

##### **1. "Tourisme et Handicaps"**

**Préalable** : la Délégation Régionale au Tourisme de PACA reçoit la demande de labellisation du site et transmet le dossier pour examiner la mise en œuvre opérationnelle à la MITRA (coordonnées internet dans références) ; Etablissement effectif de la demande de label.

**Evaluation du site touristique** : si la demande de label est recevable, le professionnel peut s'engager dans la démarche de labellisation proprement dite. Il reçoit alors un binôme d'évaluateurs qualifiés chargé de réaliser un diagnostic à partir d'une grille détaillée établie sur la base d'un référentiel national. Les conclusions des évaluateurs sont consignées dans un rapport transmis à la Commission Régionale de Pré-labellisation pour analyse et vérification.

**Attribution officielle du label** : les dossiers ayant obtenu un avis circonstancié favorable de la Commission Régionale sont transférés à la Commission Nationale qui assure l'uniformité de l'application des dispositions du label. Cette dernière accorde le label pour 1, 2, 3 ou 4 déficiences. L'association Tourisme et Handicaps envoie ensuite une charte d'engagement du labellisé à signer, contrat d'obligations garantissant l'accueil et la préservation de l'accessibilité permanente du site. Elle propose aussi la location (non obligatoire) d'une plaque signalétique à apposer sur le site.

## 2. Espace Loisir handisport

Pré requis indispensables pour prétendre à la labellisation :

- ✗ Structure associative ou commerciale ayant une démarche globale de mise en accessibilité.
- ✗ Un lieu d'accueil et de coordination des informations unique et accessible.
- ✗ Une unité d'hébergement ayant le label Tourisme et Handicap (handicap physique et/ou visuel et/ou auditif).
- ✗ La structure organise, au départ de son site ou sur site, au moins 2 activités sportives au total dont au moins un sport de nature, parmi les sports de nature proposés par la FFH.
- ✗ Au moins une personne de l'encadrement est qualifiée Handisport (BEES Handisport ou CQH) par activité sportive.
- ✗ Des conventions formelles sont établies avec les éventuels prestataires engagés dans la labellisation.

Ce label ne peut s'obtenir sans labellisation préalable du bâti par l'Association Tourisme et Handicap.

## 3. Destination pour tous

Ce label en cours de création est porté par le Ministère des Solidarités et de la Cohésion Sociale et se fixe pour objectif de permettre aux publics handicapés de pouvoir partir en vacances, comme tout autre citoyen, dans les lieux proposant des activités diversifiées et adaptées. Il s'agit de favoriser l'émergence d'une offre touristique globale. Seront donc labellisés des territoires à vocation touristique garantissant des prestations touristiques (hébergement, restauration, activités culturelles, sportives et de plein air) et des services de proximité (commerces, services ouverts au public, services de soin, etc.) accessibles.

Ce label veillera tout particulièrement à la qualité de la chaîne de déplacement pour rejoindre le territoire et y circuler en toute autonomie.

Suite à l'appel à candidature pour sélectionner des territoires pilotes, les Ministres ont retenu, sur proposition de la Commission nationale du label, 6 sites à partir des 21 dossiers déposés. L'expérimentation de la pertinence des critères va pouvoir se dérouler durant les premiers mois de l'année 2011 en lien avec les sites pilotes afin de pouvoir présenter aux Ministres le projet de label avant la saison estivale 2011.

## Faire connaître l'action

- ✗ Rendez-vous
- ✗ Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- ✗ Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
- ✗ Affichage chez les commerçants du site Natura 2000
- ✗ Annonces dans les médias (presse et radio locale)
- ✗ Affichage Office du Tourisme et syndicats d'initiative
- ✗ Affichage sur les lieux d'hébergement qui sont eux même adaptés pour recevoir des handicapés
- ✗ Informations sur des sites spécialisés pour les handicapés

## Bilan

### *Intérêt*

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### *Indicateurs de base*

- \* Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- \* Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- \* Vérification de l'intégration du message par le public : poser la question "selon vous, quelle a été l'idée dominante de la journée ?"
- \* Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)

**Non pertinent ici.**

**Cette démarche d'adaptation d'un site aux publics handicapés et de labellisation n'a pas à être évaluée en terme quantitatif (on ne cherche pas à "faire du chiffre" !). Il s'agit là de mettre en place une action à visée sociale et éthique.**

Cela n'empêche pas une évaluation qualitative afin de vérifier que les équipements sont bien adaptés aux publics concernés.

### *But*

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite.

## Sources

### *Textes de loi*

- \* *Loi n°2005-102 du 11 février 2005* : cette loi réaffirme les droits fondamentaux reconnus à tous citoyens, en matière d'emploi, de scolarité, d'accessibilité, d'accès aux prestations sociales.
- \* Nombreux décrets relatifs à l'accessibilité des bâtiments et des espaces publics.

### *Organismes spécialisés*

- \* Association pour la Gestion du Fonds pour l'Insertion des Personnes Handicapées : <http://www.agefiph.fr/index.php?nav1=accueil>
- \* Groupement pour l'Insertion des personnes Handicapées : <http://www.gihpnational.org/>
- \* Association des Paralysés de France : <http://www.apf.asso.fr/>
- \* Union Nationale des Associations de Parents d'Enfants Inadaptés : <http://www.unapei.org/>
- \* Association Tourisme et Handicap : <http://www.tourisme-handicaps.org/>
- \* Union Nationale des Associations de Tourisme et de Plein Air : <http://www.unat-paca.asso.fr/>
- \* Association Rétina France : <http://www.retina-france.asso.fr/>
- \* Handica <http://www.handica.com/> Le site des organisateurs du salon Handica,

qui se tient à Lyon tous les deux ans, recense différents types d'informations sur le salon Handica, sur le tourisme (sites culturels déclarés accessibles, en collaboration avec le service culture de la région), la vie quotidienne, le matériel spécialisé, l'emploi, le droit...

- \* Maison de la France - Espace tourisme et handicap <http://www.franceguide.com> Le site de Maison de la France propose la liste des sites labellisés Tourisme et Handicap.
- \* Ministère délégué au tourisme - Rubrique "le tourisme des personnes handicapées" <http://www.tourisme.gouv.fr> Le site du Ministère propose des dossiers en ligne sur le tourisme adapté et les vacances pour tous
- \* Ministère des Solidarités et de la Cohésion Sociale : <http://www.solidarite.gouv.fr/espaces,770/handicap,775/>
- \* Agence Régionale de Santé (ARS) :  
132, boulevard de Paris,  
13003 Marseille  
Tél : 04 13 55 80 10,  
Fax : 04 13 55 80 40  
URL : <http://www.ars.paca.sante.fr/ARS-Provence-Alpes-Cote-d-Azur.paca.0.html>



## Documents

- \* Mission d'Ingénierie Touristique Rhône Alpes, "*Patrimoine et Handicap, des clés pour adapter les visites des sites naturels et culturels*", février 2009. Pour consulter la base de données : <http://tourismeadapte.crt-mitra.com/>
- \* UNAPEI, "*Guide pratique de l'accessibilité*", janvier 2010.
- \* La Bergerie Nationale, "*Education à l'environnement et handicap – réaliser son diagnostic pour réussir l'accueil en ferme pédagogique et dans les autres structures*", cahier technique, mai 2009.
- \* ATEN, "*L'accessibilité des sites naturels au public handicapé – la réserve naturelle volontaire des étangs du Romelaëre*", cahier technique n°62, octobre 2000.

## Sites Naturels adaptés déjà mis en place sur PACA

- \* Le belvédère des Gorges d'Oppedette (04) qui a été agréé Tourisme et Handicap en 2009
- \* La carrière de Bibémus (13) sur le Grand site Sainte Victoire.

### **Grand site Sainte Victoire** (carrière de Bibémus)

Syndicat Mixte Départemental des Massifs Concors – Sainte-Victoire

Immeuble Le Derby

570, avenue du Club Hippique

13090 Aix-en-Provence

04 42 64 60 90

[http://www.grandsitesainte victoire.com/index.php/grand\\_site](http://www.grandsitesainte victoire.com/index.php/grand_site)



# Eco-communication

## Quelques définitions

### *Eco-conception*

L'éco-conception consiste à intégrer l'environnement dès la phase de conception des produits, qu'il s'agisse de biens, de services. Cette intégration repose sur une approche globale et multicritère de l'environnement et est fondée sur la prise en compte de toutes les étapes du cycle de vie des produits, c'est-à-dire de l'extraction des matières premières à la production, la consommation / utilisation et la fin de vie du produit.

### *Eco-communication*

L'éco-communication est une démarche visant à réduire les impacts environnementaux de l'activité de communication. L'éco-communication s'applique ainsi dans la conception des outils et supports de communication, mais aussi dans la création de messages éco-responsables.

## Rappels généralistes

Les grosses entreprises de communication intègrent à leur démarche d'éco-communication les 3 axes du développement durable : économie, social et environnement. Au-delà des seuls aspects écologiques, elles se préoccupent ainsi également des aspects sociaux. Cette préoccupation est certes un des cœurs du sujet, cependant il est nécessaire d'ajuster les efforts réalisés à la taille de la structure qui communique.

La démarche d'éco-communication demande qu'il soit notamment veillé aux points suivants.

#### *1. Dès l'amont*

La réflexion est menée, dès la phase de conception de l'action de communication.

#### *2. Message*

Le message dans les actions qui seront mises en place transcrit la réalité de la démarche ou de l'action sur laquelle porte l'action de communication. Dans le cas présent, le message explique donc Natura 2000 et ses objectifs tels que définis par les directives européennes.

#### *3. Moyens et supports de communication*

Moyens et supports de communication (matériau, poids, encres, vernissage...) seront autant que possible choisis de façon responsable. Deux possibilités se présenteront à l'animateur Natura 2000

- ×l'animateur dépend d'un partenaire extérieur qui ne lui laisse que peu ou prou de marge de manœuvre. Ce sera le cas quand on souhaite insérer un article dans la presse locale, louer une salle municipale...
- ×l'animateur a une relative marge de manœuvre sur le choix des supports, la mise en page, le choix des papiers, encres... Cette marge de manœuvre sera alors

#### VALORISATION D'EXPÉRIENCES

Garder à l'esprit que, pour des actions proches, tout n'est pas transférable à l'identique d'un site à un autre.

Dans le cas où le support du voisin n'est pas bien adapté à votre problématique, n'hésitez pas à concevoir et éditer votre propre support !

fonction des facteurs "budget" (un imprimeur Imprim'vert® sera peut être quelque peu plus cher que son voisin non labellisé) et "temps".

#### 4. Après l'action

Penser réutilisation des supports (plaquettes, éléments de stand, panneaux...), que ce soit en interne pour une utilisation ultérieure ou en externe par des collègues animateurs...

A défaut, penser recyclage.

Valoriser autant que possible son expérience auprès des autres animateurs.

## Astuces et pièges

L'efficacité d'une action de communication s'appuie sur le fait de cibler les personnes qu'on veut toucher. Travailler sur cibles implique de plut petits volumes en termes de budget et d'impacts environnementaux, pour des performances équivalentes à une action plus grosse et moins ciblée.

Toutes les informations suivantes présentent une limite importante : l'obligatoire valorisation de la créativité, qui dans le cas d'une campagne de notoriété doit primer sur le mieux-pensant écologique.

Dans le cas où on ferait passer l'écologie avant la créativité, on risque de retomber dans une austérité (ou tout au moins une absence d'attractivité) **perçue** par la cible, tellement fortement que cette austérité en devient contre-productive pour l'action de communication.

## Eco-édition

Appliquons la règle des 3 R !  
Réduire, réutiliser, recycler : essayons de garder ce leitmotiv à l'esprit lors du montage d'actions de communication.

### 1. Bien évaluer le besoin avant de concevoir le projet

Besoin

Cibles

L'objectif est il explicité

### 2. Support papier ou numérique ?

Un choix à faire en fonction de l'efficacité pour atteindre la cible

- \* Papier : les choix porteront sur un papier labellisé (PEFC, FSC), sur le grammage du papier, sur le format, l'impression en recto-verso, l'imprimeur (labellisé imprim'vert®)...
- \* Numérique : différents supports sont possibles : CD, DVD, clé USB, en ligne sur internet... les impacts environnementaux de chacun sont aussi différents que les supports.

Le choix d'un support numérique nécessite de réfléchir à

- \* Une mise en page facilitant la lecture à l'écran, et ce pour un large panel de publics (songer que tout le monde n'a pas un ordinateur dernier cri, ou que d'autres peuvent souffrir de handicap visuel...)
- \* Une mise en page limitant les impacts lors de l'impression
- \* Une mention incitant à limiter l'impression ou tout au moins incitant à une impression économe (noir et blanc, recto verso...)
- \* Au volume du support numérique. Si on a des documents "légers" en termes d'octets, ce n'est pas nécessaire de choisir des CD ou des DCD de très grande contenance !

- \* A la possibilité de re-graver les CD ou DVD (choisir le mode "multi-sessions" dans votre logiciel de gravure).

Dans les deux cas, la mise en page sera optimisée autant que faire se peut.

### 3. Choix graphiques

- \* Couleurs

Les impressions couleur sont généralement plus coûteuses et plus gourmandes que les impressions noir et blanc.

- \* Consommation d'encre

Les impacts environnementaux de la consommation d'encre pourront être limités d'une part par des choix graphiques (par ex., en évitant les aplats ou les pages dont le fond est coloré ou encore les documents teintes dans la masse, en utilisant des polices économes en encre), et d'autre part par le choix d'encre dites écologiques (encre végétales, encre dont le solvant est l'eau...).

Ex. d'aplat :



### 4. Durée de vie et contexte d'utilisation des supports et matériels

Ces deux paramètres seront des critères influents dans vos choix de réalisation de vos supports de communication. Penser réutilisation et recyclage dès les toutes premières phases de la conception !

Il s'agira par exemple d'anticiper **l'obsolescence** du document : cela se travaille à la fois dans les contenus des documents (attention aux chiffres ou informations qui évoluent très vite) et dans l'édition (inutile d'imprimer trop de documents d'avance, qui pourraient par la suite rester dans les stocks...).

Le **contexte d'utilisation** aura des effets sur la nature des supports. Un document distribué à la main n'a pas besoin d'être plastifié ; un grand poster qui sera amené à être roulé, déplacé, affiché dans plusieurs lieux successifs se devra d'être résistant à ces manipulations multiples.

De même, le choix de mobilier pour un stand sera fonction de l'installation : en intérieur, en extérieur ? Quelle réutilisation pourra-t-elle être faite de ce mobilier ?

## Sources

### Bibliographie

L'éco-communication, ADEME.

<http://www2.ademe.fr/servlet/KBaseShow?sort=-1&cid=22284&m=3&catid=22303>

#### Normes

NF ISO 26000, AFNOR, novembre 2010. Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale.

NF ISO 14000 et toute la famille des normes ISO 14000, AFNOR, à partir de 2000. Environnement et protection de l'environnement en général.

Les normes *ISO 14020* et suivantes concernent la communication environnementale :

- \* ISO 14020 : Etiquettes et déclarations environnementales - Principes généraux (lignes directrices de la communication environnementale)
- \* ISO 14024 : Marquage et déclarations environnementaux - Etiquetage environnemental de type I - Principe et méthodes (Ecolabels Officiels)
- \* ISO 14025 : Marquage et déclarations environnementaux - Déclarations de type III - Principes et modes opératoires (écoprofiles)
- \* ISO 14021 : Marquage et déclarations environnementaux - Autodéclara-

tions environnementales - Etiquetage de type II (auto déclarations)

La série de norme *ISO 14040* décrit et supervise la réalisation d'études d'ACV (Analyse du Cycle de Vie).

La norme *ISO 14062* est le standard normatif de l'éco-conception : elle décrit les concepts et les pratiques actuelles ayant trait à l'intégration des aspects environnementaux dans la conception et le développement de produits ou services. Elle permet l'intégration de critères environnementaux lors des différentes étapes de la phase de conception :

- \* Planification,
- \* Conception préliminaire
- \* Conception détaillée
- \* Essais et prototypes,
- \* Production et lancement.

Référentiel de bonnes pratiques, BP X30-323-0, AFNOR, juin 2011. Principes généraux pour l'affichage environnemental des produits de grande consommation - Partie 0 : principes généraux et cadre méthodologique.

Site d'information sur les travaux menés par l'ADEME et l'AFNOR sur ce thème :

<http://affichage-environnemental.afnor.org/>

*Réglementation européenne*

*Directive 2002/96/CE du Parlement et du Conseil du 27 janvier 2003 relative aux déchets d'équipements électriques et électroniques.* Sa transcription dans la loi française est le décret n°2005-829 du 20 juillet 2005. Ce texte de loi impose notamment :

La collecte sélective des DEEE,

- \* Le traitement systématique de certains composants comme les condensateurs au PCB, les cartes électroniques par exemple,
- \* la réutilisation, le recyclage, la valorisation des DEE collectés.

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:037:0024:0038:FR:PDF>

*Règlement REACH n°1907/2006 du Parlement Européen et du Conseil de l'UE, adopté le 18 décembre 2006, concernant l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des substances chimiques, ainsi que les restrictions applicables à ces substances (REACH), instituant une agence européenne des produits chimiques.* L'objectif de ce règlement est d'améliorer la protection de la santé humaine et de l'environnement, tout en maintenant la compétitivité et en renforçant l'esprit d'innovation de l'industrie chimique européenne.

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:396:0001:0849:FR:PDF>

## **Matériel d'éco-conception**

*Mobilier en carton pour stand :*

<http://www.mobilier-orika.com/>

*Logiciel d'impression écologique : Ecofont®, la police verte à trous*

Un logiciel insère des trous dans les lettres lors de l'impression. Le résultat est invisible à la lecture mais permet, d'après le constructeur, des économies conséquentes d'encre ou de toner.

<http://www.ecofont.com/fr/produits/vert/impression/imprimer-durablement-avec-le-logiciel-ecofont.html>

*Police Ecofont : une police économique et écologique*

<http://www.clubic.com/telecharger-fiche282864-ecofont.html>

# Homologuer un jeu

## Pour une diffusion payante ou non

Dans le cadre d'animations mises en place à destination de publics jeunes ou familiaux, les animateurs Natura 2000 et / ou les éducateurs environnement peuvent être amenés à créer des plateaux de jeu, des éléments ludiques, etc. pour favoriser la transmission du message. Selon les cas, certains de ces jeux peuvent être utilisés par des structures autres que la structure conceptrice, voire être diffusés gratuitement.

### Objectifs de la fiche

Cette fiche vise donc à apporter quelques éléments de réponse sur la responsabilité qui incombe au fabricant du jeu, à proposer des éléments méthodologiques et les grandes étapes d'une démarche de mise en conformité et d'homologation pour des jeux créés artisanalement et en conformité avec la démarche d'éco-conception.

Avant de s'engager dans une telle démarche, il faut avoir à l'esprit que celle-ci sera longue et coûteuse. Les normes françaises et européennes sont extrêmement exigeantes tant sur l'ergonomie des jeux / jouets que sur les substances et matériaux employés pour leur fabrication.

### Sécurisation d'un jeu

Le cas le plus fréquemment rencontré dans les actions de sensibilisation, et particulièrement ici dans le cas de sensibilisation à Natura 2000, est le suivant : le jeu est fabriqué par l'animateur, mais n'est pas homologué. Les responsabilités sont alors les suivantes :

- ✗ Utilisé sous surveillance du fabricant du jeu : responsabilité du fabricant
- ✗ Utilisé en l'absence du fabricant, en présence d'autres adultes (parents, enseignants, encadrants de groupe d'enfants...) : la responsabilité des autres adultes est engagée, mais celle du fabricant également dans tous les cas.

Chaque élément constitutif du petit jeu créé (par ex : éléments assemblés, matières, peintures ou colorants utilisés, forme...) doit être réfléchi à l'avance, dès la fabrication, comme source de danger potentiel :

| Élément                                                            | Danger potentiel                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Matériau, texture, couleur / mode de teinture / colorants utilisés | risques d'allergie, blessures légères...                                                                        |
| Ergonomie                                                          | risque d'avalement, introduction dans les orifices du corps...<br>automutilation involontaire, arme potentielle |
| Solidité                                                           | Manipulation indélicate, jet, écrasement, feu...                                                                |
| Objet et utilisation                                               | Manipulations erronées pouvant entraîner blessures, coups, chutes...                                            |
|                                                                    | ...                                                                                                             |

Cette liste est loin d'être exhaustive : l'imagination débordante du jeune enfant, bien supérieure à celle d'un adulte, lui donne nombre d'idées pour une utilisation fantaisiste (et dangereuse) de l'objet considéré !

## Normalisation CE d'un jeu

L'homologation permet normalement au fabricant de ne se décharger que très partiellement : il est en effet la personne qui assume la responsabilité de la conception et de la fabrication du produit en vue de mise sur le marché, que celle-ci se fasse à titre onéreux comme à titre gratuit, et cela qu'il ait eu recours ou non à un organisme notifié d'agrément.

L'homologation des jeux doit répondre à deux impératifs de normalisation :

- \* les normes européennes d'une part,
- \* les normes françaises, souvent les plus exigeantes, d'autre part.

### ***Structuration de la démarche de mise aux normes et d'obtention d'une labellisation.***

Qu'il s'agisse de petits jeux mis à la disposition gratuitement (prêt ou don) ou distribué à titre commercial, la normalisation, et donc la démarche conduisant à cette normalisation sont identiques et nécessaires.

La finalisation du processus est visible sur le jeu lui-même avec le marquage "CE". Le sigle a un graphisme défini et normalisé. Il doit être lisible, visible et indélébile.

D'une manière générale la fabrication du jeu doit respecter les référentiels donnés par les directives européennes et les textes français en la matière. Cela cumule systématiquement :

- \* normes et référentiels sur les matières utilisées pour la *fabrication*
- \* normes et référentiels concernant les diverses *utilisations* qui pourront être faites du produit fini

En outre, le fabricant doit s'assurer que les jouets ne contiennent pas des substances chimiques dangereuses pour la santé (règlement REACH).

### ***La démarche méthodologique en six grandes étapes***

1<sup>ère</sup> étape : Rassembler les textes des directives liées aux jeux et les textes de transposition correspondant aux normes européennes et françaises.

Attention ! les normes ne donnent pas de listes exhaustive et précise des jeux couverts. Toutefois une rubrique « *domaine d'application* » permet de savoir si notre jeu (à visée Natura 2000 par exemple) est concerné.

2<sup>ème</sup> étape : le fabricant doit lui-même analyser les risques liés à l'utilisation du produit, selon la procédure d'évaluation de la conformité prévue par la directive (art. 19).

3<sup>ème</sup> étape : il faut suivre les moyens de contrôle exigés par la directive pour prouver la conformité du produit par rapport à cette directive.

Attention ! c'est au fabricant d'identifier au regard de son produit et de la directive, les moyens de contrôle et d'essais exigés pour apporter la preuve de la conformité de son produit par rapport à la directive.

4<sup>ème</sup> étape : le fabricant rédige

- \* la documentation technique exigée par la directive européenne (art. 21)
- \* une **déclaration CE de conformité** où il atteste que son produit est conforme aux exigences des directives. Cette déclaration s'accompagne d'un document technique à conserver 10 ans après la mise sur le marché et à tenir à la disposition des organismes de contrôle.

5<sup>ème</sup> étape : dès que le produit est conforme, le marquage peut être effectué. Le marquage est à la charge du fabricant.

6<sup>ème</sup> étape : ne pas oublier de vérifier l'évolution de la réglementation (nouvelles exigences d'une norme ou nouvelle norme)...

### ***Avertissements***

Les limites d'utilisation des jouets doivent faire l'objet d'avertissements, apposés sur les emballages ou sur le jouet lui-même le cas échéant. Différents types d'avertissement coexistent :

- \* avertissement généraux (limites d'utilisation des jouets pour une utilisation en toute sécurité)
- \* avertissements spécifiques pour certaines catégories de jouets (indications précises données en annexes de la Directive de 2009)
- \* avertissements en fonction de l'âge (ex : "Attention – ne convient pas aux enfants de moins de 36 mois"), des aptitudes requises par le jouet, etc.

Ces avertissements doivent être rédigés sous une forme compréhensible pour le consommateur, et dans une langue définie par l'Etat membre. Ils doivent être placés de manière visible et lisible, facilement compréhensible et précise. Ils figurent sur le jouet, sur une étiquette y apposée ou sur l'emballage, et le cas échéant dans la notice d'emploi.

## **Sources**

### ***Organismes***

#### **AFNOR (Association Française de Normalisation)**

Bât B 141 av Prado  
13008 MARSEILLE  
04 96 19 13 00

#### **MED 2 Europe**

Chambre de commerce et d'industrie de Marseille  
8 rue Neuve Saint Martin  
13001 Marseille  
04 91 14 42 53

<http://www.med2europe.eu/>

#### **Fédération Française des Industries du Jouet et de la Puériculture (FJP)**

4, rue de Castellane  
75008 Paris  
Téléphone : (33) 1 53 43 09 10 / Fax : (33) 1 40 06 93 05

<http://www.fjp.fr/index>

### ***Textes***

#### ***Textes européens sur les jeux***

**Directive 2009/48/CE** du Parlement européen et du Conseil du 18 juin 2009 relative à la sécurité des jouets (texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32009L0048:FR:NOT>

- \* Note synthétique de présentation :

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/internal\\_market/single\\_market\\_for\\_goods/technical\\_harmonisation/co0009\\_fr.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/internal_market/single_market_for_goods/technical_harmonisation/co0009_fr.htm)

- \* Guide explicatif sur l'application de la directive 2009, avril 2010 (rédigé par les services de la Commission Européenne)

[http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/toys/files/tsd-guidance/translations/tsd\\_rev\\_1-0\\_explanatory\\_guidance\\_document\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/toys/files/tsd-guidance/translations/tsd_rev_1-0_explanatory_guidance_document_fr.pdf)

- \* Fiche d'information sur la Directive, rédigée par les services de la Commission Européenne (DG Entreprise et Industrie) : "Sécurité des Jouets, garantir aux enfants une protection maximale"

[http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/toys/files/toys-safety-brochure/w-toys-safety-brochure\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/toys/files/toys-safety-brochure/w-toys-safety-brochure_fr.pdf)

- \* Note d'information sur la déclaration de conformité (tous les jouets mis sur le marché doivent être accompagnés d'une telle déclaration), octobre 2009

[http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/toys/files/factsheets/declaration\\_of\\_conformity\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/toys/files/factsheets/declaration_of_conformity_fr.pdf)

**Directive 2005/84/CE** du Parlement européen et du Conseil du 14 décembre 2005 modifiant pour la vingt-deuxième fois la directive 76/769/CEE du Conseil concernant le rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la limitation de la mise sur le marché et de l'emploi de certaines substances et préparations dangereuses (phtalates dans les jouets et les articles de puériculture).

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:344:0040:0043:FR:PDF>

**Directive 2001/95/CE** du Parlement Européen et du Conseil du 3 décembre 2001 relative à la sécurité générale des produits (DSGP ou GPSD) (texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:011:0004:0017:FR:PDF>

**Directive 85/374/CEE** du Conseil, du 25 juillet 1985, relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de responsabilité du fait des produits défectueux (modifiée par la Directive 1999/34/CE)

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31985L0374:FR:NOT>

**Directive 1999/34/CE** du Parlement européen et du Conseil, du 10 mai 1999, modifiant la directive 85/374/CEE du Conseil relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de responsabilité du fait des produits défectueux

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31999L0034:FR:NOT>

**Règlement (CE) n°1907/2006** du Parlement européen et du Conseil du 18 décembre 2006 concernant l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des substances chimiques, ainsi que les restrictions applicables à ces substances (REACH), instituant une agence européenne des produits chimiques, modifiant la directive 1999/45/CE et abrogeant le règlement (CEE) n° 793/93 et le règlement (CE) n° 1488/94 de la Commission ainsi que la directive 76/769/CEE du Conseil et les directives 91/155/CEE, 93/67/CEE, 93/105/CE et 2000/21/CE de la Commission.

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:396:0001:0849:FR:PDF>

## **Textes européens sur la commercialisation et le marquage CE**

**Règlement (CE) n°1272/2008** du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2008 relatif à la classification, à l'étiquetage et à l'emballage des substances et des mélanges, modifiant et abrogeant les directives 67/548/CEE et 1999/45/CE et modifiant le règlement (CE) n°1907/2006 (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE).

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:353:0001:1355:FR:PDF>

**Règlement (CE) n°765/2008** du Parlement Européen et du Conseil du 9 juillet 2008 fixant les prescriptions relatives à l'accréditation et à la surveillance du marché pour la commercialisation des produits et abrogeant le règlement (CEE) n°339/93 du Conseil (texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:218:0030:0047:FR:PDF>

**Décision n°768/2008/CE** du Parlement européen et du Conseil du 9 juillet 2008 relative à un cadre commun pour la commercialisation des produits et abrogeant la décision 93/465/CEE du Conseil.

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:218:0082:0128:FR:PDF>

## **Réglementation et normes françaises**

### **Textes législatifs généralistes**

Sur la sécurité générale des produits : Code de la Consommation, Art 221-1 et suivant

Sur la responsabilité du fait des produits défectueux : Code Civil, Art 1386-1 à 1386-18

### **Décrets relatifs à l'univers des jeux**

Décret 2010-166 du 22 février 2010 relatif à la sécurité des jouets à effet à compter du 20 juillet 2011

Décret 91-1292 du 20 décembre 1991 relatif à la prévention des risques résultant de l'usage des articles de puériculture et circulaire du 29 juillet 1992 (parue au Journal Officiel du 1er septembre 1992)

Décret 96-796 du 6 septembre 1996 sur la prévention des risques résultant de l'usage des jouets.

Décret 2000-520 se reportant au même thème, complétant le décret 96-796.

Avis du 25 juillet 2009 aux fabricants importateurs et distributeur de jouets concernant la prévention des risques résultant de l'usage des jouets.

### **Normes NF spécifiques à certains éléments constitutifs d'un jeu**

Thèmes principaux (liste non exhaustive) :

- \* propriétés physiques et mécaniques
- \* inflammabilité
- \* migration de certains éléments
- \* composés chimiques et organiques
- \* sécurité des jouets électriques
- \* compatibilité électromagnétique

### ***Autres documents***

Fiche pratique sur la réglementation européenne sur la sécurité des jouets, apports de la directive 2009/48/CE, proposée par Enterprise Europe Network et la Chambre de Commerce et d'Industrie du Bas-Rhin

[http://www.med2europe.eu/fileadmin/documents/PDF/fiche\\_jouets.pdf](http://www.med2europe.eu/fileadmin/documents/PDF/fiche_jouets.pdf)

Guide "Le Marquage CE", CRCI Basse Normandie et Euro Info Centre, octobre 2007. Collection la sécurité des produits industriels en Europe.

[http://www.basse-normandie.cci.fr/iso\\_album/guide\\_marquage\\_ce\\_1.pdf](http://www.basse-normandie.cci.fr/iso_album/guide_marquage_ce_1.pdf)  
(comprend des modèles de déclaration de conformité).

Exemple de déclaration de conformité

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichArticle.do?cidTexte=ARTI000021867339&cidTexte=JORFTEXT000021865465&dateTexte=20110720&categorieLien=id>

# Sécurisation des lieux d'accueil

## Objectifs

Rappel de quelques règles pour accueillir le public en toute sécurité, que ce soit un groupe organisé et encadré ou des individuels en circulation libre.

## Publics cibles

- × Elus
- × Scolaires
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × Touristes
- × Handicapés

## Description et mise en œuvre

### *Description*

Les sites accueillant du public doivent permettre à ce dernier de profiter des lieux sans courir de risques. On peut utiliser des lieux (sentier de randonnée, etc.) pour mettre en œuvre certains outils proposés dans les fiches précédentes : les lieux étant aménagés, cela semble partir d'un bon sens. Cependant, juridiquement, cela peut être considéré comme un détournement du lieu et peut être source de complications.

Les outils proposés dans le guide, et qui proposent un contact direct avec le public, se font soit

- × En intérieur ; dans la plupart des cas, l'accueil du public ne se fera pas dans les locaux mêmes de la structure animatrice du site, tout simplement pour des raisons de place. Les salles à louer ou à emprunter sont conçues pour l'accueil du public et répondent donc aux normes exigées par la réglementation de sécurité concernant les Etablissements Recevant du Public (Code de la Construction et de l'Habitation, Règlement de sécurité).

Les locaux accueillant la structure animatrice constituent un lieu de travail, et certains de ces locaux possèdent peut être une salle de réunion, de conférence... Accueillant du personnel éventuellement des visiteurs ou du public, ils ont normalement également été construits selon ces normes.

- × En extérieur ; et dans ce cas, ce sera sur le site Natura 2000 dont l'animateur a la charge. Le site N2000 et l'évènement créé autour seront alors considérés comme Etablissement Recevant du Public (ERP) de 5<sup>e</sup> catégorie (moins de 300 personnes accueillies) de type Plein Air (PA).

Les textes à appliquer relèvent notamment des articles généraux (GN) et PA du règlement de sécurité.

L'animateur se fera utilement conseiller par les pompiers et / ou par la commission de sécurité.

## *Mise en œuvre*

### **1. Assurances**

- \* Assurer la structure animatrice du site Natura 2000 ou personne morale : responsabilité civile, locaux, accueil de mineurs, et selon les cas : voiture, sports nature, plongée...

### **2. Personnel**

- \* en nombre suffisant (de sorte qu'un membre du personnel puisse appeler les secours et encadrer le groupe pendant qu'un autre reste auprès de la personne),
- \* diplômé (ex : brevet d'accompagnateur de montagne, brevet d'Etat de plongée, brevet d'Etat d'activités sociales et vie locale...)
- \* au moins une personne possède le brevet de secouriste,
- \* former le personnel aux 1<sup>er</sup> secours, à l'utilisation des matériels de secours (extincteurs...) et de soins
- \* préparer attentivement les accueils de groupe ou les sorties  
Le cas échéant et en fonction de la taille du groupe accueilli, de l'activité prévue, des lieux choisis, cette préparation sera effectuée en partie avec les pompiers
- \* avoir les numéros d'urgence : SAMU, Pompiers, Police, SOS Médecin, médecin et hôpital le plus proche, centre antipoison...

### **3. Information des visiteurs**

- \* rappel des règles de sécurité de base et de bonne conduite,
- \* organiser la cohabitation des différents usagers (marcheurs, cyclistes, cavaliers, chiens...) au sein du site
- \* afficher les numéros d'urgence,
- \* présentation de dangers potentiels inhérents au site / à ses aménagements et des conduites à tenir
- \* conduite à tenir en cas d'accident

### **4. Aménager les lieux pour réduire les risques**

- \* Organiser la circulation pour accéder au site et au sein du site
- \* Parking : balisage d'emplacements pour les piétons
- \* Limiter certains accès (pour des contraintes de gestion du site / de sécurité, pour limiter l'accès à du matériel potentiellement dangereux)
- \* Bâtiments (locaux, cabane d'observation, etc.) et matériel (aire de jeux pour enfant, vélo, etc) aux normes et aux normes handicapés, à entretenir régulièrement et à remplacer si besoin
- \* Présence d'une trousse de 1<sup>er</sup> soins, complète et à jour (se poser la question d'un défibrillateur cardiaque ?), d'un lieu éventuel pour mettre une personne au calme / à l'abri du froid ou de la chaleur
- \* Présence d'extincteurs en nombre adapté à la surface des lieux, aux normes et en état de fonctionnement.

## *Éléments indicatifs de calendrier et de budget*

## Faire connaître l'action

- × Rendez-vous
- × Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- × Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
- × Affichage des règles de base dans les lieux d'accueil du site Natura 2000
- × Annonces dans les médias (presse et radio locale)
- × Affichage Office du tourisme et syndicats d'initiative

## Bilan

### *Intérêt*

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### *Indicateurs de base*

- × Pourcentage de matériel aux normes
- × Actualisation des connaissances des travailleurs sur site
- × Accès du grand public à l'information
- × Niveau de confiance du public
- × Nombre d'incidents / d'accidents sur site et gravité
- × Temps de réactivité et adéquation de la réponse à ces incidents / accidents
- × ...

### *But*

Limiter le plus possible les incidents voire les accidents et leur gravité, améliorer la capacité de réponse et l'efficacité de celle-ci.

## Sources

### *Textes législatifs et réglementaires*

Règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les ERP, arrêtés du 25 juin 1980 modifié et du 22 juin 1990 modifié

Arrêté du 6 janvier 1983 portant approbation de dispositions complétant et modifiant le règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les établissements recevant du public (ERP type PA, SG). Version consolidée au 23 janvier 2010

[http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=9C7F5E8BD948F0C460FE1BFDA82B1EE3.tpdjo06v\\_3?cid=Texte=JORFTEXT000000470967&idSectionTA=LEGISCTA000020369759&dateTexte=&categorieLien=cid](http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=9C7F5E8BD948F0C460FE1BFDA82B1EE3.tpdjo06v_3?cid=Texte=JORFTEXT000000470967&idSectionTA=LEGISCTA000020369759&dateTexte=&categorieLien=cid)

Code de la Construction et de l'Habitation

<http://www.legifrance.gouv.fr/initRechCodeArticle.do>

Circulaire n°99-136 du 21 septembre 1999 relative à l'organisation des sorties scolaires dans les écoles maternelles et élémentaires, modifiée le 31 mai 2000. Bulletin officiel de l'Education Nationale, Hors-Série n°7, 23.09.1999.<http://www.education.gouv.fr/bo/1999/hs7/som.htm>

Circulaire n°2005-001 du Ministère de l'Education Nationale du 5 janvier 2005, relative aux séjours scolaires courts et classes de découverte dans le 1<sup>er</sup> degré. <http://www.education.gouv.fr/bo/2005/2/MENE0402921C.htm>

Circulaire du Ministère de l'Education Nationale n°92-196 du 3 juillet 1992 relative à la participation d'intervenants extérieurs aux activités d'enseignement dans les écoles maternelles et élémentaires

## Documents

FRAPNA, Classeur *La sécurité des animations nature, ça se prépare !*, 1999, 2<sup>ème</sup> édition.

ATEN, Revue Espaces Naturels, n°3. Dossier *Rechercher la sécurité, prévoir et préparer*. juillet 2003

Hors les Murs, *Réglementation de sécurité : ERP et espace public*, fiche pratique, mise à jour mars 2011.

Fédération Française de Randonnée Pédestre, <http://www.ffrandonnee.fr/>

Fédération Française de la Montagne et de l'escalade, *fiches techniques et médicales*, <http://www.ffme.fr/technique/>

## Organismes

MAIF : <http://www.maif.fr/accueil.html>

Croix Rouge : les délégations départementales proposent des formations Prévention et secours civiques de niveau 1 (PSC 1), permettant d'acquérir par équivalence le Brevet européen des premiers secours (BEPS).

Informations auprès de l'IRFSS Provence Alpes Côte d'Azur - Corse

201 chemin des Faveyrolles - quartier Darbusson - 83190 Ollioules

<http://irfss-pacac.croix-rouge.fr/>

## Contacts utiles

|                                                                                                                                                   |                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <b>Météo France</b>                                                                                                                               | 32 50                                           |
| <a href="http://france.meteofrance.com/france/accueil">http://france.meteofrance.com/france/accueil</a> (météo locale, cartes de vigilance, etc.) |                                                 |
| Par département                                                                                                                                   | 08 99 71 02 xx (numéro du département concerné) |
| Bulletin départemental                                                                                                                            | 08 99 71 02 00                                  |
| Météo marine                                                                                                                                      | 08 99 71 08 08                                  |
| Météo montagne                                                                                                                                    | 08 92 68 10 20                                  |

**Pompier** - Incendies, accidents et urgences médicales : **18**

**SAMU** - Urgences médicales en agglomération **15**

**Police secours** ou **gendarmerie** **17**

Appel d'urgence européen : 112

Allô Service Public - renseignement administratif interministériel

**39 39**

Allo enfance maltraitée :

**119**

Samu Social - Secours aux sans-abris

**115**

Centre antipoison Marseille :

04 91 75 25 25

SOS Médecin 24H/24

**3624**

CROSS de la Garde (83) :

04 94 61 71 10

1616 (depuis un mobile)  
canal VHF 16 en mer

EDF Production Méditerranée

[www.edf.com](http://www.edf.com)

# Sécurité du public

## Objectifs

Rappeler quelques règles pour accueillir le public, adulte comme enfant, en toute sécurité :

- \* s'organiser, anticiper et réagir dans les meilleures conditions
- \* Connaître, évaluer et éviter les dangers
- \* Préparer son animation ou sa sortie
- \* Réagir efficacement en cas d'accident

## Publics cibles

- \* Elus
- \* Scolaires
- \* Habitants du territoire
- \* Public familial
- \* Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- \* Agriculteurs
- \* Eleveurs et bergers
- \* Promoteurs
- \* Associations de protection de la nature
- \* Chasseurs
- \* Randonneurs
- \* Pratiquants de sports nature
- \* Touristes

## Description et mise en œuvre

### Description

Il s'agit d'action d'anticipation et de préparation des sorties de groupe, adulte, scolaires ou mixtes, de telle sorte que les incidents et accidents puissent être limités au maximum.

Outre les "règles de base", les sorties scolaires nécessitent des précautions particulières et bien identifiées. Ainsi, **les règles d'encadrement et de sécurité** des sorties scolaires sont **strictes**. Elles sont fixées par la circulaire n°99-136 du 21 septembre 1999, et parfois complétées par les contraintes du plan Vigipirate. Si ce dernier a été décrété, les sorties sont limitées voire interdites, selon le niveau d'alerte, pendant une période donnée.

### Mise en œuvre

**Préalable à toute sortie de groupe, quels que soient l'âge et le nombre des participants**

- \* Etre à jour dans les différentes assurances : responsabilité civile, locaux, accueil de mineurs, voiture, sports nature...
- \* Obtenir le Brevet européen des premiers secours (formations dispensées par la Croix Rouge)
- \* Posséder le cas échéant les diplômes adéquats : accompagnateur de haute / moyenne montagne, plongée, cyclisme...
- \* Posséder du matériel aux normes, d'une trousse de 1<sup>ers</sup> soins, complète et à jour.

Une sortie ou activité en plein air peut être annulée pour des raisons météorologiques ou autres. Pour parer à de tels cas et surtout avec des groupes scolaires ou des groupes restant peu de temps sur place, il est préférable de prévoir une "activité bis", en salle, qui permettra de compenser un tant soit peu la sortie annulée.

## Préparation de la sortie

### *Constitution du ou des groupes*

- ✗ En fonction des personnes intéressées et de leur niveau sportif, ainsi qu'en fonction des compétences propres de l'animateur, organiser un ou plusieurs groupes par niveau et identifier des personnes ou adultes (pour les groupes de mineurs) référents.

Le lecteur se référera utilement aux compétences demandées par les diplômes spécifiques (diplôme fédéral d'animation de la FF randonnée, d'accompagnateur moyenne montagne...).

- ✗ Pour les sorties scolaires, prévoir l'encadrement suffisant selon la circulaire n°99-136 du 21 septembre 1999, §II.2.

L'équipe d'encadrement comprend obligatoirement l'enseignant et des personnes chargées i- de l'encadrement de la vie collective en dehors des périodes d'enseignement, ii- pour l'éducation physique et sportive de l'encadrement spécifique ou renforcé exigé en fonction de l'activité pratiquée.

Le nombre d'encadrants à prévoir est fonction de l'âge des enfants et de la taille du groupe : 2 adultes minimum par classe quel que soit l'effectif, et 1 adulte pour 8 enfants pour les classes de maternelle au-delà de 16 enfants, 1 adulte pour 15 enfants pour les classes élémentaires au-delà de 30 enfants.

Ce taux d'encadrement est renforcé pour des activités physiques et sportives (ski, escalade, alpinisme, activités aquatiques et subaquatiques, activités nautiques, tir à l'arc, VTT, cyclisme sur route, sport de combat, hockey sur glace et spéléologie classe I et II). Il faut alors prévoir 2 adultes minimum par classe quel que soit l'effectif, et 1 adulte pour 6 enfants pour les classes de maternelle au-delà de 12 enfants, 1 adulte pour 12 enfants pour les classes élémentaires au-delà de 24 enfants.

- ✗ S'enquérir du mode de transport du groupe, sur le lieu de sortie et vérifier le cas échéant l'assurance du véhicule et des chauffeurs, la capacité à conduire des chauffeurs (ces deux points sont normalement vérifiés par l'enseignant) et les possibilités de stationnement.

Lister les membres du groupe (des groupes), diffuser et faire remplir les fiches de renseignements (notamment pour les groupes scolaires).

Faire signer une décharge de responsabilité aux participants.

### *Reconnaissance du terrain et du parcours*

- ✗ S'informer sur les réglementations locales
- ✗ Consultation de la topographie du site (GR, PR, niveau de difficulté, et pour les sorties escalade, VTT, équestres : voies existantes, difficulté, secteur d'initiation...)
- ✗ estimation du temps de parcours (attention au rythme plus lent des enfants et prévoir en conséquence),
- ✗ adaptation du parcours en fonction du groupe prévu
- ✗ éviter les zones à risques,
- ✗ vérification de la présence d'abri,
- ✗ tester le parcours et prévoir un itinéraire de secours

#### **Attention !**

Une décharge de responsabilité répond à une obligation d'information. Il permet le cas échéant de réduire la responsabilité civile mais en aucun cas la responsabilité pénale, qui reste portée par la personne physique.

### *Préparation du matériel*

- \* Adapter l'équipement nécessaire au terrain, à la saison, aux prévisions météo, et vérifier son état
- \* Prévoir les protections éventuellement nécessaires (casques, bonnes chaussures, etc.)
- \* Prévoir la trousse de 1ers soins, complète et à jour
- \* Se munir d'un téléphone portable chargé et des numéros d'urgence
- \* Prévoir de l'eau pour tous et selon la durée prévue de la sortie, un pique-nique ou un goûter

### *Derniers préparatifs*

- \* Lister les participants (noms, coordonnées, structure ou école le cas échéant)
- \* Informer quelqu'un de la sortie (taille du groupe, liste préparée ci-dessus, itinéraire, heure approximative de retour...) qui préviendra les secours en cas de retard
- \* Vérifier les conditions climatiques / prévisions météorologiques, les risques de crue ou de lâcher de barrage et **annuler** le cas échéant.

### **Réalisation de la sortie**

- \* Avant le départ
  - Procéder à l'appel,
  - Pour les groupes d'enfants, rassembler les fiches de renseignement de chaque élève
  - Rappeler les règles de sécurité de base
  - Expliquer le cas échéant une éventuelle petite difficulté de l'itinéraire
  - Prévoir un signal de regroupement immédiat (en cas d'urgence)
- \* Pendant la sortie
  - Procéder à un appel à mi sortie ou plus fréquemment selon la topographie du terrain, la durée de la sortie...
  - Effectuer des arrêts pour permettre au groupe de récupérer, de boire
- \* De retour...
  - Vérifier qu'on a tous les participants !
  - S'assurer de la bonne santé de chacun.

### **Faire connaître l'action**

- \* Rendez-vous
- \* Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- \* Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
- \* Affichage chez les commerçants du site Natura 2000
- \* Annonces dans les médias (presse et radio locale)
- \* Affichage Office du tourisme et syndicats d'initiative

**Non pertinent ici.**

## Bilan

### **Intérêt**

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### **Indicateurs de base**

- × Bon déroulement des sorties
- × Accès du grand public à l'information
- × Niveau de confiance du public
- × Niveau d'encadrement du groupe
- × Nombre d'incidents / d'accidents en sortie et gravité
- × Temps de réactivité et adéquation de la réponse à ces incidents / accidents
- × ...

### **But**

Organiser au mieux les sorties et réduire au maximum les incidents ou accidents.

## Sources

### **Textes législatifs et réglementaires**

Règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les ERP, arrêtés du 25 juin 1980 modifié et du 22 juin 1990 modifié

Arrêté du 6 janvier 1983 portant approbation de dispositions complétant et modifiant le règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les établissements recevant du public (ERP type PA, SG). Version consolidée au 23 janvier 2010

[http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=9C7F5E8BD948F0C460FE1BFDA82B1EE3.tpdjo06v\\_3?cid=9C7F5E8BD948F0C460FE1BFDA82B1EE3&idSectionTA=LEGISCTA000020369759&dateTexte=&categorieLien=cid](http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=9C7F5E8BD948F0C460FE1BFDA82B1EE3.tpdjo06v_3?cid=9C7F5E8BD948F0C460FE1BFDA82B1EE3&idSectionTA=LEGISCTA000020369759&dateTexte=&categorieLien=cid)

Code de la Construction et de l'Habitation

<http://www.legifrance.gouv.fr/initRechCodeArticle.do>

Circulaire n°99-136 du 21 septembre 1999 relative à l'organisation des sorties scolaires dans les écoles maternelles et élémentaires, modifiée le 31 mai 2000. Bulletin officiel de l'Education Nationale, Hors-Série n°7, 23.09.1999.<http://www.education.gouv.fr/bo/1999/hs7/som.htm>

Circulaire n°2005-001 du Ministère de l'Education Nationale du 5 janvier 2005, relative aux séjours scolaires courts et classes de découverte dans le 1<sup>er</sup> degré. <http://www.education.gouv.fr/bo/2005/2/MENE0402921C.htm>

Circulaire du Ministère de l'Education Nationale n°92-196 du 3 juillet 1992 relative à la participation d'intervenants extérieurs aux activités d'enseignement dans les écoles maternelles et élémentaires

## Documents

FRAPNA, Classeur *La sécurité des animations nature, ca se prépare !*, 1999, 2<sup>ème</sup> édition.

ATEN, Revue Espaces Naturels, n°3. Dossier *Rechercher la sécurité, prévoir et préparer*. juillet 2003

Hors les Murs, *Réglementation de sécurité : ERP et espace public*, fiche pratique, mise à jour mars 2011.

Fédération Française de Randonnée Pédestre, <http://www.ffrandonnee.fr/>

Fédération Française de la Montagne et de l'escalade, *fiches techniques et médicales*, <http://www.ffme.fr/technique/>

## Organismes

MAIF : <http://www.maif.fr/accueil.html>

Croix Rouge : les délégations départementales proposent des formations Prévention et secours civiques de niveau 1 (PSC 1), permettant d'acquérir par équivalence le Brevet européen des premiers secours (BEPS).

Informations auprès de l'IRFSS Provence Alpes Côte d'Azur - Corse

201 chemin des Faveyrolles - quartier Darbusson - 83190 Ollioules

<http://irfss-pacac.croix-rouge.fr/>

## Contacts utiles

### Météo France

32 50

<http://france.meteofrance.com/france/accueil> (météo locale, cartes de vigilance, etc.)

Par département  
département concerné)

08 99 71 02 xx (numéro du

Bulletin départemental

08 99 71 02 00

Météo marine

08 99 71 08 08

Météo montagne

08 92 68 10 20

**Pompier** - Incendies, accidents et urgences médicales : **18**

**SAMU** - Urgences médicales en agglomération **15**

**Police secours** ou **gendarmerie** **17**

Appel d'urgence européen : 112

Allô Service Public - renseignement administratif interministériel

**39 39**

Allo enfance maltraitée :

**119**

Samu Social - Secours aux sans-abris

**115**

Centre antipoison Marseille :

04 91 75 25 25

SOS Médecin 24H/24

**3624**

CROSS de la Garde (83) :

04 94 61 71 10

1616 (depuis un mobile)  
canal VHF 16 en mer

EDF Production Méditerranée

[www.edf.com](http://www.edf.com)

## Travailler avec l'Education Nationale:

# L'Education au développement durable

### Objectifs

La finalité de l'éducation au développement durable est de donner au futur citoyen les moyens de faire des choix en menant des raisonnements intégrant les questions complexes du développement durable qui lui permettront de prendre des décisions, d'agir de manière lucide et responsable, tant dans sa vie personnelle que dans la sphère publique.

Elle doit être une composante importante de la formation initiale des élèves, dès leur plus jeune âge et tout au long de leur scolarité, pour leur permettre d'acquérir des connaissances et des méthodes nécessaires pour se situer dans leur environnement et y agir de manière responsable.

#### Attention !

Il n'est pas question de pratiquer un enseignement des choix, mais bien une *éducation au choix* : il s'agit de donner à chacun les moyens de construire sa propre réflexion, ses propres réponses susceptibles de guider ensuite ses décisions et ses actions.

### Publics cibles

Les populations d'âge scolaire

### RAPPEL : L'organisation de l'école publique en France

Les principes fondamentaux rappelés ci-dessous constituent le fondement de l'école publique française :

- × Liberté d'enseignement, (mais seul l'Etat reste habilité à délivrer grades et diplômes universitaires,
- × Gratuité (écoles publiques)
- × Neutralité philosophique et politique, qui s'impose aux enseignants et aux élèves
- × Laïcité (absence d'instruction religieuse dans les programmes, laïcité du personnel, interdiction du prosélytisme)
- × Obligation d'instruction pour les enfants à partir de 6 ans.

### Quelques termes

"*Il est du devoir des parents d'éduquer leurs enfants et de l'enseignant d'instruire*" : cette phrase facilite la détermination des champs d'intervention des uns et des autres.

## Education

Formation globale d'un individu, à divers niveaux (au niveau religieux, moral, social, technique, scientifique, médical, etc.), qui assure ainsi à l'individu considéré le développement de toutes ses capacités (physiques, intellectuelles et morales) et qui lui permet d'affronter sa vie personnelle, de la gérer en étant un citoyen responsable dans la société dans laquelle il évolue, capable de réfléchir pour pouvoir éventuellement construire une nouvelle société.

## Enseignement

Transmission à la génération future d'un corpus de connaissances (savoir et savoir-faire) et de valeurs considérées comme faisant partie d'une culture commune. Il couvre deux champs de pratiques<sup>1</sup>:

- \* celui de la gestion de l'information, de la structuration du savoir par l'enseignant et de leur appropriation par l'élève, domaine de la didactique
- \* celui du traitement et de la transformation de l'Information en Savoir par la pratique relationnelle et l'action de l'enseignant en classe, par l'organisation de situations pédagogiques pour l'apprenant, domaine de la pédagogie.

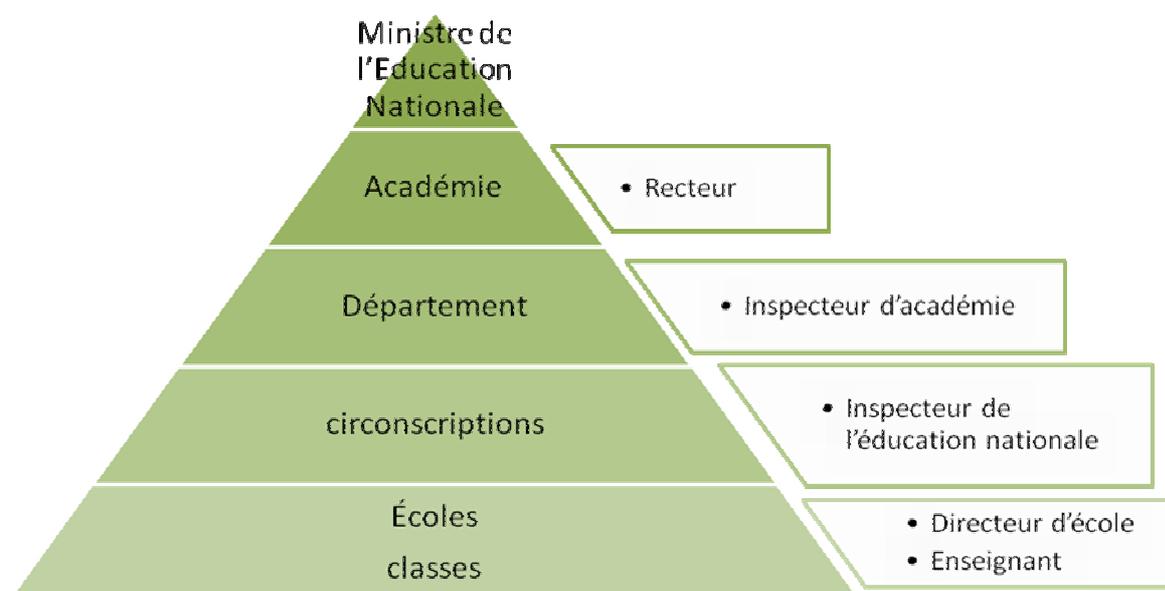
## Instruction

En éducation, l'instruction désigne tout à la fois :  
le contenu des savoirs élémentaires ;  
le fait d'enseigner ;  
le fait de se soumettre à cet enseignement.

## Organisation de l'enseignement public primaire

L'enseignement public primaire (ou 1<sup>er</sup> degré) regroupe les niveaux de maternelle et d'élémentaire, et s'organise de manière pyramidale :

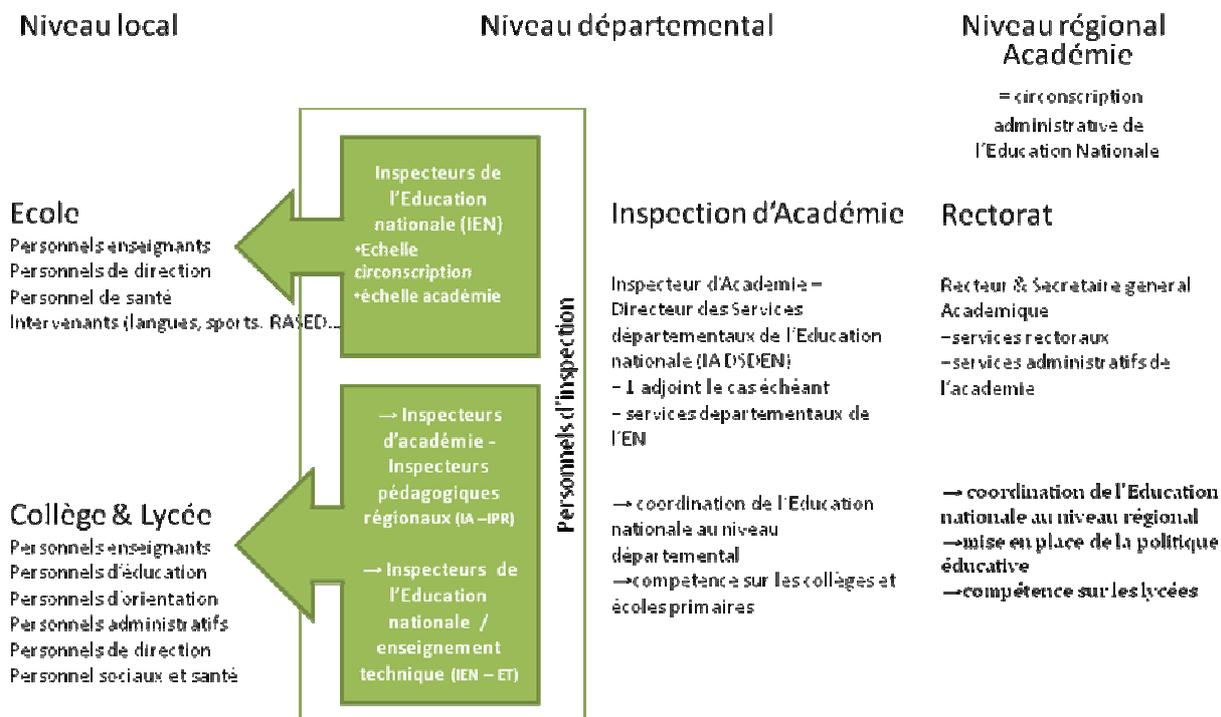
### Organisation de l'enseignement public primaire en France



1- Marguerite Altet, *Les pédagogies de l'apprentissage*, PUF, 1997.

## Acteurs du système éducatif et leurs missions

### Services déconcentrés de l'Education Nationale (EN)



## Description

### Environnement, Développement durable : les définitions de l'Education Nationale

**L'environnement** peut être défini comme l'ensemble à un moment donné des aspects physiques, chimiques biologiques et des facteurs sociaux, économiques susceptibles d'avoir un effet direct ou indirect, immédiat ou à terme, sur les êtres vivants et les activités humaines (circulaire n°77-300 du 29 août 1977).

Le concept de **développement durable** a pour objet d'aboutir à un développement dont on dit souvent qu'il repose sur trois piliers :

- × économiquement viable (satisfaction des besoins d'une génération) ;
- × socialement équitable (solidarité entre les sociétés) ;
- × écologiquement reproductible.

Ce concept conduit à prendre en compte trois perspectives :

- × la dimension spatiale et temporelle ;
- × l'analyse scientifique ;
- × la citoyenneté.

## Éducation au développement durable

Au sein de l'éducation en général, l'Éducation au Développement Durable ne constitue pas une nouvelle discipline, mais un champ d'interdisciplinarité, "espace" où se croisent les différentes thématiques abordées avec les élèves.

Pour cela, l'éducation au développement durable, telle que définie par le Ministère de l'Éducation Nationale, aborde 21 items principaux, classés en 4 grands chapitres :

- \* Satisfaire les besoins de chacun aujourd'hui (solidarité intra-générationnelle)
- \* Vivre dans un environnement sûr et de qualité (assurer un développement humain durable)
- \* Gérer et partager les ressources pour demain (solidarité intergénérationnelle, transmission...)
- \* Produire et consommer autrement (faire des choix permettant la durabilité de développement)

A l'intersection de ces 4 enjeux, prend place un enjeu éthique majeur, celui de la gouvernance.

## Éducation au développement durable, éducations transversales.

Compte tenu des enjeux que l'éducation au développement durable aborde, des complémentarités avec d'autres éducations transversales méritent d'être approfondies.

### *L'éducation au développement et à la solidarité internationale*

Elle vise à leur faire prendre conscience de l'interdépendance des régions du monde dans le processus de mondialisation, en orientant en particulier leur curiosité vers les réalités économique, sociale et culturelle des pays en développement. Elle cherche ainsi à faire comprendre les grands déséquilibres mondiaux et à permettre la réflexion sur les moyens d'y remédier, afin que tous les peuples et toutes les personnes aient le droit de contribuer au développement et d'en bénéficier. C'est aussi un moyen de donner une cohérence à la multiplicité d'informations auxquelles les enfants et les jeunes en milieu scolaire ou en dehors de l'école sont aujourd'hui confrontés.

### *L'éducation à la responsabilité et aux risques*

Inscrite dans le Code de l'Éducation, mise en œuvre tout au long de la scolarité, l'éducation à la responsabilité face aux risques permet aux élèves d'acquérir les savoirs et comportements pour prévenir une situation de danger, se protéger et porter secours. Cette éducation concerne le domaine de **la sécurité, de la santé**, mais aussi celui de **l'environnement pour un développement durable**. Objectifs principaux :

- \* connaissance des risques et des mesures de prévention et de protection dans les différentes actions ou activités de la vie quotidienne, face à l'incendie et aux risques majeurs. L'ancrage territorial (bassin de vie et de risques) sera recherché autant que possible.
- \* information sur l'organisation et les missions des services de secours pour que chacun puisse alerter de la manière la plus appropriée à la situation rencontrée.
- \* apprentissage des gestes élémentaires de survie à pratiquer en attendant l'arrivée des secours organisés.
- \* comportements civiques et solidaires, sens de la responsabilité individuelle et collective.

## *L'éducation à la santé*

S'agissant de santé individuelle, l'approche est d'abord positive et reliée de façon systémique au contexte dans ses dimensions environnementales, sociales, économiques, infrastructurelles. L'approche est également collective : elle fait intervenir des données d'ordre épidémiologique et amène à prendre la mesure des valeurs de solidarité et de responsabilité fondatrices du lien social, en particulier sous la forme du système de santé de nos sociétés. Enfin, à l'échelle planétaire, les questions de santé sont reliées aux différents contextes naturels et sociétaux, ainsi qu'à de nombreuses problématiques liées au développement humain (sécurité alimentaire, pauvreté, évolution démographique, pandémies, mais aussi dispositifs de veille sanitaire globaux, lutte contre les épidémies, etc.).

## *L'enseignement des arts et de la culture*

Il ouvre lui aussi d'intéressantes possibilités pour l'EDD, en particulier grâce à la mise en œuvre de travaux qui permettent d'entrer dans la réalité culturelle des activités humaines et de croiser les notions d'esthétique, de patrimoine et de durabilité.

## Mise en œuvre

### Gouvernance et pilotage

La généralisation de l'éducation au développement durable, dans sa phase 3 notamment, mobilise les différents échelons du système éducatif (national, académique, local) ainsi que l'ensemble des acteurs de la communauté éducative (élèves, enseignants, personnels de direction et d'inspection, partenaires).

Au niveau de l'académie, un comité académique d'éducation au développement durable regroupe les acteurs impliqués sous la coordination d'un coordinateur académique. Ce comité a pour mission de

- \* définir la politique académique d'éducation au développement durable
- \* mettre en synergie l'EDD et les autres éducations transversales
- \* être l'instance de coordination des acteurs / partenaires dans le champ de l'EDD.

Ce Comité sera amené à avoir des référents au niveau départemental et dans les établissements scolaires.

### Une approche pédagogique

L'éducation au développement durable reste encore aujourd'hui confrontée à la difficulté de définir le concept même de développement durable. Aussi l'Education Nationale préconise-t-elle plutôt de travailler dans une perspective de développement durable.

Cette dernière utilise une approche pédagogique basée sur trois critères

- \* Systématiser les questions aux différentes échelles (de temps, d'espace)
- \* Prendre en compte la complexité dans le questionnement (approche systémique dans chaque discipline et approche inter-disciplinaire, interrogation des thèmes sous différents angles, multiplicité des réponses possibles)
- \* Prendre en compte les valeurs pour développer la dimension éducative et la formation civique associée à l'EDD
  - \* l'incertitude n'empêche pas de choisir, mais impose plutôt de choisir. Assumer ses choix implique d'être conscient de sa responsabilité,

- × la connaissance de l'interdépendant des individus et des systèmes aboutit aux notions de solidarité
- × l'identification des acteurs, la compréhension des conflits d'intérêt, la mise en œuvre de démarche participative fondée sur l'écoute, favorisent le développement de respect des lois, des valeurs et de l'Autre.



L'Education Nationale a fléchi les articulations possibles entre les perspectives EDD et les programmes scolaires (cf. le site Eduscol : EDD dans les programmes d'enseignement).

## Enseigner l'EDD

L'EDD ne constitue pas une nouvelle discipline, mais relève d'une transversalité entre les disciplines déjà enseignées. Ainsi, à tous les niveaux, l'EDD s'appuie prioritairement sur les enseignements disciplinaires

Certains items clé des programmes pourront être traités dans une perspective de développement durable, permettant de développer les savoirs et savoir-faire correspondant au contenu classique des disciplines, et de construire savoirs et méthodes propres à l'EDD.

Dans d'autres cas, ce sera la façon d'orienter le questionnement ou l'utilisation de supports spécifiques propices à la mise en œuvre d'une approche développement durable qui contribueront à cette éducation.

Les croisements entre apports disciplinaires adoptant une approche systémique, les dispositifs transversaux<sup>2</sup> favorisant les expériences concrètes, ou encore des temps de débat organisés dans les établissements.

À l'école primaire, et pour tenir compte de l'âge des élèves, la priorité est donnée à la composante environnementale dans son sens large (définition ci-dessus). Il s'agit principalement d'approcher le concept de développement durable sur la durée des 3 cycles (maternelle – CP, CE1-CE2, CM1-CM2).

2- tels que les itinéraires de découverte, les travaux personnels encadrés...

### Quatre exemples :

**La biodiversité** (sans les composantes moléculaire et génétique), sa définition, son importance, les menaces qu'elle encourt, toujours au prisme de l'interdisciplinarité. Les supports peuvent être variés. Programmation sur les trois cycles : étude du monde vivant, son interaction avec son milieu, puis avec l'homme.

**L'évolution des paysages** est abordée par la géographie en y associant les autres sciences humaines voire expérimentales. Sur les trois cycles : étude de l'environnement proche, classes découvertes puis études portant sur l'aménagement du territoire.

**La gestion des environnements** concerne la mise en valeur et les risques. Sur les trois cycles : approche du vécu quotidien, questions liées aux aménagements des sociétés humaines, approche des risques dans une perspective d'éducation civique. Les actions pédagogiques peuvent être diversifiées.

**Réduire, réutiliser, recycler.** Il s'agit d'éduquer, d'impliquer et de responsabiliser le consommateur, surtout en matière de ressources.

### Comment l'enseigner ?

Le Ministère propose de diversifier les démarches pédagogiques, en privilégiant des situations concrètes :

- \* Sorties scolaires, sous toutes leurs formes,
- \* Ateliers de culture scientifique et technique,
- \* Interventions de partenaires en classe,
- \* Projet d'école ou d'établissement,
- \* Dispositifs interministériels tels que "à l'école de la forêt", ou évènements thématique comme la "Semaine du Développement Durable"...

## Un partenariat entre enseignant et éducateur environnement

Un tel partenariat est nécessaire à différents niveaux

- \* Pour l'éducateur qui veut travailler avec des scolaires, un projet monté en partenariat avec la communauté éducative franchira plus facilement les étapes des appels à projet de l'Inspection académique
- \* L'enseignant trouvera quant à lui des compétences complémentaires aux siennes : connaissances techniques, scientifiques et pédagogiques de l'environnement et du développement durable, familiarité avec le site
- \* Pour la classe, qui se verra ainsi proposer un projet riche de découvertes, propre au territoire et permettant de travailler les différentes disciplines scolaires sous un angle plus ludique.

Il s'agit donc de construire une coopération efficace entre enseignant et éducateur environnement, ce qui implique de :

- \* Inventorier les compétences de chacun et d'en repérer les complémentarités
- \* Echanger les idées et les envies afin de définir ensemble les objectifs spécifiques du projet
- \* Définir clairement la place et le rôle de chacun en se basant notamment sur les demandes et refus de chacun, ce que chaque partie peut donner et ce qu'elle souhaite recevoir dans ce cadre de travail partenarial, les peurs et envies de chacun
- \* Faire vivre le partenariat : écoute et respect mutuels, définir et respecter un rythme régulier de rencontres et d'échange
- \* Evaluer le fonctionnement du partenariat, au-delà de la seule évaluation du projet.

## Sources

### Structures

#### **Académie d'Aix – Marseille / Rectorat d'Aix – Marseille**

place Lucien Paye  
13621 Aix-en-Provence cedex 1  
Tél : 04.42.91.70.00  
Fax : 04.42.26.68.03

URL : [http://www.ac-aix-marseille.fr/wacam/jcms/j\\_6/accueil](http://www.ac-aix-marseille.fr/wacam/jcms/j_6/accueil)

Page sur l'EDD : [http://www.ac-aix-marseille.fr/pedagogie/jcms/c\\_55733/accueil](http://www.ac-aix-marseille.fr/pedagogie/jcms/c_55733/accueil)

#### **Académie de Nice / Rectorat de Nice**

53 av Cap de Croix  
06 181 Nice cedex 2  
Tél : 04 93 53 70 70

URL : <http://www.ac-nice.fr/>

#### **Alpes de Haute-Provence [04]**

<http://www.ia04.ac-aix-marseille.fr/>

Avenue du Plantas  
04004 Digne  
tél : 04 92 36 68 50  
fax : 04 92 36 68 68  
mél : [ce.ia04@ac-aix-marseille.fr](mailto:ce.ia04@ac-aix-marseille.fr)

#### **Hautes-Alpes [05]**

<http://www.ia05.ac-aix-marseille.fr/>

12, avenue Maréchal Foch  
B.P. 1001  
05010 Gap Cedex  
tél : 04 92 56 57 57  
fax : 04 92 56 57 58  
mél : [ce.ia05@ac-aix-marseille.fr](mailto:ce.ia05@ac-aix-marseille.fr)

#### **Bouches du Rhône [13]**

<http://www.ac-aix-marseille.fr/ia13>

28-34 Boulevard Charles Nédelec  
13231 Marseille Cedex 1  
tél : 04 91 99 66 66  
fax : 04 91 99 68 98  
mél : [ce.ia13@ac-aix-marseille.fr](mailto:ce.ia13@ac-aix-marseille.fr)

#### **Vaucluse [84]**

[http://www.ia84.ac-aix-marseille.fr/wacam/jcms/c\\_18659](http://www.ia84.ac-aix-marseille.fr/wacam/jcms/c_18659)

49 rue Thiers  
84077 Avignon  
tél : 04 90 27 76 00  
fax : 04 90 82 96 18  
mél : [ce.ia84@ac-aix-marseille.fr](mailto:ce.ia84@ac-aix-marseille.fr)

### *Textes officiels*

La circulaire n°2011-186 du 24 octobre 2011, parue au BO n°41 du 4 novembre 2011, relative à la **troisième phase de généralisation de l'éducation au développement durable**

[http://www.education.gouv.fr/pid25535/bulletin\\_officiel.html?cid\\_bo=58234](http://www.education.gouv.fr/pid25535/bulletin_officiel.html?cid_bo=58234)

La circulaire du 29 mars 2007, parue au [BO n°14 du 5 avril 2007](#), relative à la **seconde phase de généralisation de l'éducation au développement durable (EDD)**

La note de service n°2005-181 du 4 novembre 2005, parue au [BO n°41 du 10 novembre 2005](#), relative à l'**éducation au développement et à la solidarité internationale**

La circulaire n°2004-110 du 8 juillet 2004, parue au [BO n°28 du 15 juillet 2004](#), relative à la **généralisation de l'éducation à l'environnement pour un développement durable**

La note de service publiée au [BO n°25 du 24 juin 2004](#) portant sur les instructions pédagogiques pour une **éducation au développement et à la solidarité internationale**

Circulaire n°2006-085 du 24 mai 2006, parue au [BO n°33 du 14 septembre 2006](#), relative à l'**éducation à la responsabilité en milieu scolaire** (sensibilisation à la prévention des risques, aux missions des services de secours, formation aux premiers secours et enseignement des règles générales de sécurité).

### *Documents et sites web*

*Code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire*, circulaire du 28-03-2001, [BO n°14 du 05-04-2001](#).

Site web *Eduscol* de l'Education nationale : <http://eduscol.education.fr/>

Un dossier consacré à l'EDD

Panorama des articulations entre perspectives EDD et programmes scolaires

Exemples de zoom disciplinaires, de pratiques pédagogiques

Site web du Ministère de l'Education Nationale : [www.education.gouv.fr](http://www.education.gouv.fr)

Programmes scolaires

Calendrier des années scolaires

Bulletins officiels...

*Cahier "A l'école de la mer"*, coord. CPIE Côte Provençale, septembre 2011. ISBN : 978-2-9532213-1-2, 38 €. Auteurs : Emilie BOUJU, Ion CEPLEANU, Jacques DUPUIS, Sterenn JAFFRELOT, Eric JOURDAN, Philippe LACOUR, Frédéric POYDENOT, Guillaume TIXIER.

Disponible en téléchargement sur : <http://www.ecorem.fr/ecoledelamer/wakka.php?wiki=CahierPdf>

*Eduquer à la responsabilité face aux risques, guide d'intervention en milieu scolaire*, Coord. : Ministère de l'Education Nationale, octobre 2010. Collection Repères.

[http://media.eduscol.education.fr/file/Securite/79/8/Education-responsabilite-face-aux-risques\\_167798.pdf](http://media.eduscol.education.fr/file/Securite/79/8/Education-responsabilite-face-aux-risques_167798.pdf)

*Réseau Ecole et Nature*, l'éducation à l'environnement pour comprendre le monde, agir et vivre ensemble. <http://reseaucoleetnature.org/>



## Travailler avec l'Education Nationale :

# Utiliser la démarche d'investigation

### Nota bene

La démarche d'investigation retracée ci-dessous est complexe et délicate à mettre en place. Toutefois, les professeurs des écoles doivent bien être incités (doivent bien être attentifs) à être au plus près de ce cadre méthodologique pour respecter les directives pédagogiques données par le Ministère.

## Objectifs

La démarche d'investigation est articulée autour du questionnement des enfants sur le monde et est guidée par l'enseignant. Elle doit permettre aux élèves de construire les connaissances souhaitées en exprimant leurs idées, en explicitant leur raisonnement, en testant leurs hypothèses, tout en cherchant à être rigoureux.

## Publics cibles

- × Elus
- × **Scolaires**
- × Habitants du territoire
- × Public familial
- × Acteurs économiques (hors agriculteurs)
- × Agriculteurs
- × Eleveurs et bergers
- × Promoteurs
- × Associations de protection de la nature
- × Chasseurs
- × Randonneurs
- × Pratiquants de sports nature
- × Touristes

## Description et mise en œuvre

### *Description et principes de base*

Une séquence peut se découper en différents moments clés. Selon les sources pédagogiques, le lecteur remarquera que certaines étapes sont regroupées ou pas.

- × S'approprier la question de départ. Pour qu'un enfant cherche à résoudre un problème, il est nécessaire que le problème ait un sens pour lui, qu'il ait envie de le résoudre.
- × Expérimenter soi-même.
- × Savoir ce qu'on veut observer pour le voir.
- × Savoir ce qu'on cherche dans la documentation, afin de trouver plus sûrement.
- × Agir sur et avec les objets, mais aussi échanger et écrire.

### *Mise en œuvre :*

Ci-dessous est proposé un déroulé d'une séquence d'investigation, imaginé sur la base d'un canevas présenté par l'Académie de Nancy – Metz ([www.ac-nancy-metz.fr/](http://www.ac-nancy-metz.fr/)) et sur le schéma présenté dans le guide méthodologique proposé par la Main à la Pâte (référence en fin de fiche). D'autres canevas de séquence peuvent être trouvés auprès des Inspections académiques des départements, sur Internet...

- × **Choix d'une situation-problème** par le professeur, sur la base d'une situation fonctionnelle, ou d'une situation de départ fortuite ou provoquée.

Appropriation du problème par les élèves, reformulation de la question si nécessaire de sorte que le problème soit compris de tous.

- × **Propositions d'explications / formulation d'hypothèses.**

Aidés de l'enseignant et des animateurs, les élèves recherchent des réponses possibles, représentation de la ou des solutions. Selon le niveau scolaire, cette étape ira jusqu'à la recherche de protocoles possibles, à tester ou à vérifier le cas échéant dans la documentation.

- × **Investigation ou résolution du problème** sur la base du ou des protocoles retenus.

Ceux-ci peuvent être l'expérimentation, le tâtonnement expérimental, la modélisation, l'observation, la recherche documentaire...

Constatation des résultats et confrontation avec les hypothèses formulées initialement, ce qui permet de les valider ou au contraire de les rejeter.

- × **Synthèse des hypothèses** validées ou non.

Cela conduit à la **structuration du savoir** construit en réponse au problème initial. Confrontation au savoir établi.

- × **Opérationnalisation des connaissances.**

Exercices, réinvestissement dans de nouveaux contextes...

Les échanges au sein de la classe peuvent être insérés à différentes étapes. Ils sont importants car ces temps d'échanges, de débats, d'exposition de point de vue font partie intégrante de l'enseignement, et permettent d'élargir le sujet, d'avoir plus d'hypothèses, etc.

Ces temps favorisent en outre:

- × Le développement de capacités de vie en société : écoute au sein de la classe, prise de parole en public.
- × L'acquisition de capacités d'expression : structuration de la pensée ou des idées, maîtrise du langage, apprentissage de vocabulaire spécifique à la pensée scientifique.

### ***Compétences nécessitées par l'outil***

- × Compétences pédagogiques
- × Collaboration étroite avec l'enseignant pour respecter le déroulé des programmes officiels au mieux.

### ***Coûts et délais de mise en œuvre***

Pas de coût particulier.

#### **Délais de mise en œuvre.**

La méthode fait appel à un déroulement logique mais n'est pas si simple à mettre en place. Trouver le niveau adapté au groupe, la vitesse d'avancement dans le déroulé des séquences, les sujets qui se prêteront plus facilement à la méthode n'est pas évident, y compris pour des enseignants chevronnés.

Aussi l'animateur qui souhaite travailler avec des classes, et appliquer strictement cette méthode dans le déroulement de son action devrait-il intégrer celle-ci dans le calendrier scolaire.

Chaque année, l'Education Nationale propose différentes situations supports d'apprentissage, dont les thématiques trouvent un ou plusieurs points d'ancrage dans les

programmes officiels pour les niveaux de maternelle et primaire. Des appels à projet sont lancés, par catégories, au printemps de l'année N, pour préparer les projets de classe de l'année scolaire N / N+1.

| Calendrier indicatif                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Action                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | période                       |
| Etablir un pré-projet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Automne de l'année N-1        |
| Démarcher des écoles / enseignants du territoire concerné                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Automne de l'année N-1        |
| Travailler le pré-projet avec le ou les enseignants, et en relation avec les maîtres – ressources "sciences et technologies", pour aboutir à un projet comprenant : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Thème et sujets traités</li> <li>• Adaptation du niveau d'intervention</li> <li>• Utilisation de la méthode d'investigation</li> <li>• Productions attendues</li> <li>• Pistes d'évaluation</li> <li>• Etablissement d'un calendrier prévisionnel des interventions, sorties...</li> </ul> | Hiver de l'année N            |
| Dépôt par l'enseignant de sa candidature à l'appel à projets                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Printemps de l'année N        |
| Sélection du projet par l'Inspection d'Académie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Fin juin de l'année N         |
| <i>Si le projet est retenu...</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                               |
| Reprise de contact                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Après la rentrée année N      |
| Finalisation du calendrier d'intervention                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Après la rentrée de l'année N |
| Réalisation du projet, par l'enseignant et par l'intervenant                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Année scolaire N / N+1        |
| Restitution à l'école et à la communauté éducative                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Printemps de l'année N+1      |
| Bilans                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Eté de l'année N+1            |

## Faire connaître l'action

- × Rendez-vous
- × Plaquettes en salle d'attente (médecins, dentistes, administrations...)
- × Affichage dans les transports en commun (gare ferroviaire, gare routière, abribus...)
- × Affichage chez les commerçants
- × Annonces dans les médias (presse et radio locale)
- × **Echanges constants avec les enseignants lors du montage du projet pour le choix du thème, du problème, les aspects pédagogiques et logistiques.**

## Bilan qualitatif et quantitatif

### Intérêt

Vérifier la réalité de la portée de l'action, tant pour le porteur de l'action que pour d'autres acteurs amenés à utiliser cet outil sur leur territoire. Le bilan constitue un outil de progression et de partage d'expériences.

### Indicateurs de base

- \* Comptage des personnes touchées et profil socio-économique (ex : âge – sexe – profession – niveau d'étude – niveau de revenus)
- \* Mini questionnaire de satisfaction (quelques questions fermées et 1 à 2 questions ouvertes de type "qu'avez-vous le plus / moins apprécié ?" ou "1 idée pour améliorer l'action")
- \* Vérification de l'intégration du message par le public : c'est ce qui apparaîtra dans les restitutions finales et dans les évaluations des élèves.
- \* Montrer les tendances par quelques schémas ou pourcentages (tendances basées sur des faits chiffrés)
- \* Sélection du projet par l'Inspection d'Académie
- \* Satisfaction de la communauté éducative

### But

Comprendre à quoi les publics sont sensibles et pouvoir rééquilibrer l'action par la suite. Ici, le public cible sont les élèves, mais la communauté éducative sera également concernée, non par la sensibilisation elle-même, mais par l'ensemble des éléments pédagogiques entrant en compte dans le projet (respect des directives du Ministère, utilisation de la démarche d'investigation, évaluation...). Ces éléments ne doivent donc pas être négligés.

## Sources

### Structures

La Main à la Pâte  
1 rue Maurice Arnoux – 92 120 Montrouge  
Tél : 01 58 07 65 94 Fax : 01 58 07 65 91  
Courriel : [contact-lamap@inrp.fr](mailto:contact-lamap@inrp.fr),  
URL : <http://xen-lamap.inrp.fr/lamap/>



Académie d'Aix – Marseille / Rectorat d'Aix – Marseille  
place Lucien Paye  
13621 Aix-En-Provence cedex 1  
Tél : 04.42.91.70.00  
Fax : 04.42.26.68.03  
URL : [http://www.ac-aix-marseille.fr/wacam/jcms/j\\_6/accueil](http://www.ac-aix-marseille.fr/wacam/jcms/j_6/accueil)

Académie de Nice / Rectorat de Nice  
53 av Cap de Croix  
06 181 Nice cedex 2  
Tél : 04 93 53 70 70  
URL : <http://www.ac-nice.fr/>

L'inspection académique, direction des services départementaux de l'éducation nationale est l'échelon départemental du service académique. Au sein des inspections académiques, des chargés de mission, en nombre variable selon les inspections, traitent spécifiquement des sciences et technologies et de l'éducation au développement durable. Ils sont assistés dans leurs travaux par des maîtres – ressources.

### **Livres**

*La démarche d'investigation*. Editions Delagrave, septembre 2010, 128 pages.  
EAN : 9782206016252

### **Textes officiels**

Circulaire n°2010-083 du 8 juin 2010, parue au Bulletin officiel n°24 du 17 juin 2010, relative à l'accompagnement en sciences et technologie - Présentation du dispositif et modalités de mise en œuvre.

### **Documents**

*BO n°5, 25.08.2005, hors série*. Programme des collèges, introduction commune à l'ensemble des disciplines scientifiques. Annexe 1.

*Guide méthodologique. La démarche d'investigation : comment faire en classe ?*  
Edith Saltiel, La Main à la Pâte. Mars 2007, 36 pages.

### **Site internet**

<http://www.eduscol.education.fr/pid21473/accueil.html>

## Remerciements

Différents organismes et de nombreuses personnes ont contribué à faire le livret que vous tenez entre vos mains. Que soient donc ici remerciés

- \* Patricia Lévy-Léonésio, membre de l'URVN-FNE PACA qui s'est particulièrement investie dans ce projet,
- \* La DREAL PACA et notamment le Pôle Natura 2000, en les personnes de Catherine Duflos de Saint-Amand, qui a suivi le projet de A à Z, de Jean-Christophe Daudel, de Martine Pichou et de Isabelle Vidal,
- \* Les associations d'éducation à l'environnement et au développement durable qui nous ont apporté leur concours et leurs expériences : Maison de la Nature des Hautes Alpes, UDVN 13, Colinéo Assenemce, CPIE Alpes de Provence, CPIE Côte Provençale—Atelier Bleu, LPO PACA, Découverte Sainte Baume Ecomusée Terriroires, CPIE Iles de Lérins — Pays d'Azur, association Les Sorgues Vertes
- \* Les compagnies de théâtre—forum : les Echomédiens, La Cohue et particulièrement Marie Favereau (Cie la Cohue)
- \* Les membres du Comité de suivi du projet : Kévin Pouet et Agnès Vivat, animateurs départementaux Natura 2000 des Hautes Alpes, Marie-Christine Aubry, chargée de mission Natura 2000 à la Communauté de Communes Cœur de Var, Valérie-Claude Sourribes, chargée de mission Natura 2000 au Syndicat Mixte du Massif de l'Arbois, Natacha Heitz, directrice de la Maison de la Nature des Hautes Alpes, Isabelle Robillard et Cécile Clouet-Pagès, chargées de mission à l'UDVN 13, Catherine Duflos de Saint Amand et Jean-Christophe Daudel, DREAL PACA—pôle Natura 2000,
- \* Suzie Deschamps, stagiaire à l'URVN-FNE PACA.





***Ce livret est destiné***

- ***Aux animateurs de sites Natura 2000***
- ***Aux opérateurs de sites Natura 2000***
- ***À toute personne travaillant avec les acteurs de Natura 2000 sur les questions de sensibilisation des publics...***

