

« Ecogestes Méditerranée » et « Inf'eau mer » : 2 campagnes de sensibilisation à l'environnement pour un tourisme durable

Les campagnes « Ecogestes Méditerranée » et « Inf'eau mer » sont menées sur l'ensemble du littoral Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse par 19 structures du Réseau Mer (associations, communes, gestionnaires de milieux...). Il s'agit de la plus grande campagne de sensibilisation se déroulant directement sur le littoral français.

« Ecogestes Méditerranée » et « Inf'eau mer » sont des campagnes relayées par 70 ambassadeurs qui vont à la rencontre des usagers de la mer et des plages avec pour objectif commun de favoriser l'adoption de comportements responsables envers le milieu marin et le littoral :

- « Ecogestes Méditerranée » sensibilise les plaisanciers directement en mer,
- « Inf'eau mer » sensibilise les usagers des plages.

Entretien avec Marion Hillaire, coordinatrice départementale Alpes-Maritimes pour « Ecogestes Méditerranée », et Magali Mazuyer, coordinatrice régionale pour « Inf'eau mer ».



1. Pourquoi ces 2 campagnes ont-elles choisi de se rapprocher ?

Les deux campagnes ont débuté simultanément leur action en 2002. Depuis cette date, elles se sont structurées et ont pris de l'ampleur.

En parallèle, est né le Réseau Mer qui fédère l'ensemble des acteurs impliqués. En 2008, l'idée de travailler en synergie s'est imposée car les deux campagnes ont de nombreux points communs :

- objectif de préservation du milieu marin et de l'environnement par des changements de comportement,
- mode de sensibilisation (contact direct avec le public),
- territoire d'action (le long du littoral de la région PACA et Corse),
- structures participant aux deux campagnes,
- public : usagers de la mer et des plages.

Aujourd'hui, ce rapprochement et la mutualisation des efforts offrent plus de cohérence vis-à-vis du public et des partenaires des campagnes.



2. Dans les grandes lignes, comment se déroule une journée d'intervention, en mer ou sur les plages ?

M.H. : Les journées d'intervention Ecogestes Méditerranée se déroulent directement, en mer, auprès des plaisanciers au mouillage. Un entretien est mené avec les plaisanciers, sous forme d'échange sur leurs pratiques de la mer et sur les gestes de préservation du milieu marin. Ceux-ci réalisent alors, par écrit, un bilan de leurs actions. Puis, ils s'approprient la démarche en s'engageant à améliorer ou débiter un à trois ecogestes (choisir des zones sableuses pour l'ancrage, utiliser des produits d'entretien et d'hygiène corporelle d'origine végétale, limiter la consommation d'eau pour le rinçage du bateau,...).

À l'issue de cet échange, un guide pratique sur les ecogestes est proposé aux plaisanciers sensibilisés ainsi qu'un fanion à placer sur le bateau symbolisant ainsi leur engagement dans la campagne.

Sur chaque journée d'intervention, 8 à 12 embarcations sont ainsi sensibilisées soit une trentaine de personnes.

M.M. : Des stands sont installés directement sur la plage. Ils apportent des informations aux touristes et résidents sur le milieu marin et sur l'environnement par le biais de différents supports (quiz, jeux, panneaux d'information, brochures, livrets...).

Le stand, ouvert et adapté à tous se tient de 10h00 à 17h00. Petits et grands peuvent passer un moment ludique et éducatif. Des objets utiles, en lien avec la protection de l'environnement, sont proposés afin d'accompagner les changements de comportements des personnes sensibilisées. Il s'agit par exemple de sacs à provisions réutilisables, de cendriers de plage...

Par ailleurs, des informations complémentaires concernant les communes accueillant la campagne sont délivrées sur les stands notamment sur la qualité des eaux de baignade ou bien sur la mise en place d'une démarche de gestion du littoral (contrat de baie, Agenda 21...).

Enfin, un questionnaire pour connaître la perception de l'environnement par les usagers de la plage est diffusé en direct auprès des personnes volontaires.

Une centaine de personnes sont sensibilisées lors d'une journée « Inf'eau mer ».

3. En fonction de votre expérience de terrain, quels sont pour vous les facteurs de réussite de vos campagnes de sensibilisation ?

On identifie trois niveaux de facteurs de réussite pour ces campagnes de sensibilisation :

- La compétence des ambassadeurs qui interviennent sur le terrain : les ambassadeurs des deux campagnes sont des professionnels de l'éducation à l'environnement. Ils mènent de nombreuses missions toute l'année. Des formations spécifiques aux campagnes sont délivrées en amont des campagnes.



- La préparation des campagnes tout au long de l'année : ces campagnes sont menées depuis plusieurs années avec le souci de s'améliorer d'une année sur l'autre et d'évoluer en fonction des attentes du public. Les supports de sensibilisation, conçus spécifiquement pour ces campagnes, sont revus tous les ans en fonction de l'évolution des connaissances (produits d'entretien des bateaux) et de l'actualité environnementale (Grenelle de la mer et de l'environnement).



- Le lien avec les cadres de référence : localement, les deux campagnes ont également la volonté de s'intégrer dans l'ensemble des politiques liées à la gestion du littoral de la Région PACA. Elles s'inscrivent dans plusieurs des orientations définies dans le cadre de la Plateforme Régionale de Concertation Education à l'Environnement et au Développement Durable PACA. Plus globalement, les objectifs des deux campagnes trouvent un fort écho dans les engagements issus du Grenelle de la Mer.

Extrait du Livre Bleu des engagements du Grenelle de la Mer, 10 et 15 juillet 2009

« Table ronde n°3 : L'éducation à la mer doit devenir une priorité » :

- 104. Favoriser les initiatives et les contacts directs du public avec la mer, ainsi que l'information et la sensibilisation des différents publics aux enjeux marins
- 104.b. Favoriser l'initiation à l'environnement du grand public pendant la période estivale sur le littoral. »

4. Quel accueil est réservé par le public aux ambassadeurs sur le terrain ? Quel intérêt porte-t-il aux thématiques abordées (eau, biodiversité, déchets,...) ?

Les ambassadeurs des campagnes « Ecogestes Méditerranée » et « Inf'eau mer » sont bien accueillis sur le terrain par le public que ce soit en mer ou sur la plage. Dans le contexte actuel de prise de conscience de la nécessité de préserver notre environnement, les personnes apprécient d'être consultées et ont envie d'échanger sur leurs pratiques. Les entretiens sont menés sur le mode d'une discussion. On remarque que la population est de plus en plus informée. Les usagers ont des connaissances et souhaitent obtenir des informations sur des thématiques précises comme la démarche Ports Propres ou les Agenda 21.



5. Quels sont les principales difficultés que vous avez rencontrées lors de vos interventions ?

Une des difficultés rencontrées par les ambassadeurs est de devoir sensibiliser des personnes qui ont des certitudes erronées sur l'environnement et qui du coup se ferment à la discussion. Par exemple, la posidonie, qui est une plante marine protégée, est souvent confondue avec une algue invasive.

De plus, les personnes rencontrées n'ont pas forcément conscience de l'impact qu'elles peuvent avoir sur l'environnement à leur échelle notamment pendant la période estivale où la fréquentation des zones de mouillage et des plages est accrue. Par ailleurs, les interventions ayant lieu en extérieur, des difficultés d'ordre pratique comme une mauvaise météo peuvent compliquer le bon déroulement d'une journée.

6. Cela fait 9 ans que ces campagnes existent, pensez-vous que les pratiques environnementales sont entrées dans les mœurs ?

Que ce soit pour la campagne « Ecogestes Méditerranée » ou « Inf'eau mer », nous pouvons considérer que les usagers de la mer ou des plages ont progressivement modifié leurs comportements. Nous nous retrouvons de plus en plus souvent face à des personnes qui ont déjà adopté des gestes respectueux de l'environnement (tri des déchets, réduction de la consommation d'eau...).

Ainsi, nos outils et messages évoluent afin de s'adapter aux nouveaux comportements du public.

Par ailleurs, chaque année environ 35 millions de personnes choisissent la région PACA pour un séjour touristique.

Le cœur de la saison estivale (juillet-août) représente la moitié de cette fréquentation touristique qui se concentre essentiellement sur le littoral. Le nombre de nos actions ne nous permet pas de toucher l'ensemble de ce public. Ainsi, il est fondamental de faire perdurer ces campagnes et de les relayer auprès du plus grand nombre.

7. Quels sont les outils ou les moyens que vous utilisez pour évaluer l'efficacité de vos actions ?

Ces deux campagnes utilisent un questionnaire comme outil de sensibilisation mais aussi comme outil de recueil de données. L'ensemble des informations obtenues sur le terrain font l'objet d'un traitement statistique qui alimentera une étude plus complète comprenant notamment des éléments de contexte. Ce travail est mené chaque année à la fin des campagnes estivales. Il permet d'effectuer un suivi des actions dans le temps.

Par exemple :

- Pour la campagne « Ecogestes Méditerranée », le nombre de plaisanciers qui s'engagent par écrit à l'adoption ou à l'amélioration d'écogestes augmente depuis ces quatre dernières années, passant de 71% en 2006 à 96% en 2009.



- Pour la campagne « Inf'eau mer », le pourcentage de personnes qui déclarent faire attention à leur consommation d'eau est passé des deux tiers aux trois-quarts des sondés.

Par ailleurs, en 2006 et 2007, « Ecogestes Méditerranée » s'est associé au laboratoire de psychologie sociale d'Aix-en-Provence pour améliorer son dispositif et évaluer l'efficacité de son action. Un nouveau processus d'évaluation est prévu pour 2010 et 2011.

8. 2010 est l'année mondiale de la Biodiversité, vos campagnes ont-elles un lien avec cet événement ?

Les deux campagnes « Ecogestes Méditerranée » et « Inf'eau mer » abordent souvent des thématiques liées à la biodiversité à travers les questionnaires et les outils d'information diffusés.

Les usagers sensibilisés sont invités à respecter la biodiversité lors de la pratique de la randonnée palmée, de la plongée ou de la pêche de loisir. Par ailleurs, les deux campagnes ont à cœur de communiquer sur l'herbier de posidonie et son importance écologique.

En effet, la posidonie, espèce endémique de Méditerranée, est une plante marine protégée qui est au cœur de l'écosystème méditerranéen. L'herbier formé par la posidonie abrite un quart des espèces méditerranéennes qui viennent s'y réfugier, s'y nourrir, s'y reproduire...

En se fixant dans le sable, elle permet de stabiliser les fonds marins et ses feuilles mortes échouées sur les plages protègent le littoral contre l'érosion.

9. Qui sont les partenaires des ces campagnes ?

Les principaux partenaires de ces deux campagnes sont l'Agence de l'Eau Rhône Méditerranée & Corse et le Conseil Régional Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Les campagnes bénéficient du soutien de l'état (ADEME, DREAL), de conseils généraux (Var et Bouches-du-Rhône) et de communes du littoral.

La campagne Ecogestes Méditerranée est aussi financée par des partenaires privés (Véolia Propreté, Fondation Crédit Agricole, Ma Nouvelle Mutuelle et Etamine du Lys).

CONTACTS :

➤ Relations presse - Amandine Folcher - 0 820 821 144 - rp@canopee-net.com

➤ Ecogestes Méditerranée - Marion Hillaire - 04 93 39 26 80 - marion.cpieazur@gmail.com

➤ Inf'eau mer - Magali Mazuyer - 04 92 99 10 01- magali.mazuyer@mediterranee2000.org

