

Projet 9

« Attention Mer Fragile » France

4^{ème} Prix du Développement Durable Touristique 2004

contact contact@aquarium-st-malo.com

Vers un programme de sauvegarde de l'environnement marin : « Attention Mer Fragile » (Bretagne, France)

Projet soutenu par l'Association « Attention Mer Fragile » et le Grand Aquarium – Saint Malo, basés à Saint Malo (Bretagne, Ille et Vilaine)

Interlocuteur : Frédéric Charlot, Président de l'association et directeur du Grand Aquarium – Saint Malo

Synthèse

Cette présentation consiste à décrire la motivation de plusieurs entreprises privées et structures publiques locales, regroupées en association, à la conduite d'une campagne de sensibilisation visant à la protection et sauvegarde des littoraux. Nous analyserons l'impact de cette campagne sur les populations économiques et sociales, les résultats des opérations menées et les aspects de durabilité du projet.

Table des matières :

- Introduction**
- I. Naissance de l'association : implication de structures privées et publiques locales, unies dans un projet visant à la protection de l'environnement**
 - 1 Objectifs de l'association
 - 2 Les premières approches et actions réalisées
- II. Impacts de la campagne de sensibilisation sur les populations économique et sociale**
 - 1 Cohésion des acteurs économiques locaux
 - 2 les différentes cibles concernées et l'adaptation du message en fonction du public
- III. Aspects du durabilité du projet**

Introduction

72% de notre planète est recouverte par les océans.

Toutefois, d'autres chiffres inquiétants subsistent : 45 000 tonnes d'emballages en plastique jetés à la mer chaque année, 1 000 000 d'oiseaux de mer et 100 000 mammifères marins meurent chaque année. Nous y sommes tous sensibles, nous souhaitons préserver les océans mais il est difficile d'apporter sa pierre à l'édifice, lorsque l'on agit seul.

Il n'existe aucune « recette miracle » pour sauver les mers et les océans. En revanche, il suffirait d'appliquer de nombreuses petites résolutions...

Proche du littoral, de la faune et flore marines, le Grand Aquarium – Saint Malo s'est engagé à avoir un rôle éducatif et à promouvoir un tourisme responsable. Il ne prétend pas y parvenir seul. C'est par un rassemblement de plusieurs acteurs économiques qu'il peut toucher un public plus vaste. L'association « Attention Mer fragile » regroupe, à l'échelle de la Côte d'Emeraude, des acteurs tout aussi attachés à cette mission.

Saint Malo est la première destination touristique en Bretagne¹. Cité riche d'histoire et de culture, elle représente une cible large et variée. Théâtre des plus grandes marées d'Europe, Saint Malo est régulièrement lieu d'études pour mieux comprendre le phénomène des marées et ses conséquences sur les espèces animales.

En multipliant sa population par quatre en été, la station est dotée d'un bassin de contacts et d'acteurs non négligeables pour l'Association « Attention Mer Fragile ». Dans ce contexte, l'Association souhaite étendre son message aux populations voisines : individuelles, collectives, privées ou publiques ; Elles sont toutes concernées.

I. Naissance de l'Association : implication de structures privées et publiques locales, unies dans un projet visant à la protection de l'environnement

En février 2002, à l'initiative du Grand Aquarium – Saint Malo et avec le soutien de la Ville de Saint Malo, de nombreux acteurs locaux : Carrefour Saint Malo, Peugeot, Les Thermes Marins de Saint Malo, Physiomer, le Comité Local des Pêches Maritimes, Truffaut Saint Malo, le réseau local « Si Tous les Ports du Monde » et Adhoc Communication, une campagne d'information et de sensibilisation est lancée. Une charte graphique est créée (logo, message, visuel). 500 000 imprimés et 2000 affiches sont édités sur du papier recyclé et diffusés auprès des commerçants de Saint Malo. Cette communication importante, relayée par des actions « terrain »

¹ Bretagne : 4^{ème} région française pour l'accueil des touristes (Source : CCI-2004).

(détaillées dans le point I. 2.), mobilise touristes et locaux autour d'une ambition commune : protéger le littoral par l'adoption de « cinq gestes utiles pour une mer fragile »².

Dès lors, l'engagement est pris de poursuivre ces efforts pour une plus forte implication de chacun. Plus qu'une campagne de communication, l'opération « Attention Mer Fragile » se révèle être un moyen de mettre en œuvre des actions concrètes pour tous les publics : collectivités locales, entreprises privées, écoles, associations, individuels...

L'association Attention Mer Fragile naît le 28 avril 2004 pour sensibiliser, mettre en œuvre et s'impliquer.

1. Objectifs de l'association

Cette toute jeune association a poursuivi en 2004 sa campagne de communication. Cette année a été consacrée à une réflexion plus large menant à un programme d'actions pour l'année 2005.

L'objectif global de l'Association « Attention Mer Fragile » est de sensibiliser touristes et locaux, collectivités ou individuels à la protection de l'environnement marin par des actions concrètes mais aussi une information ciblée via des outils scientifiques à la portée de chacun.

Sous cet objectif global se déclinent plusieurs facettes qui méritent chacune d'être abordées :

Mission économique : L'objectif de l'association est bel et bien d'informer. Cependant, elle revêt des aspects économiques par la richesse des sponsors qu'elles regroupent.

Parmi les sponsors, nous retrouvons des acteurs économiques importants de la Ville de Saint Malo :

Institutionnels :

- La Ville de Saint Malo : soutien en communication et logistique.

Entreprises privées :

- Grand Aquarium – Saint Malo : établissement de loisirs privé, appartenant au groupe Grévin et Compagnie, leader européen du divertissement familial.
- Peugeot Saint Malo
- Carrefour Saint Malo
- Truffaut Saint Malo

² Cf annexe 1 : supports de communication Mer Fragile

Mission sociale : l'Association « Attention Mer Fragile » permet à chacun d'être impliqué dans un projet fédérateur, quelle que soit son origine, son âge, sa profession, etc. En tant qu' individuel ou entité économique et sociale, chacun a la même priorité et agit en faveur de l'environnement. Les différentes cibles seront détaillées dans le point II. 2., mais nous pouvons d'ores et déjà les lister :

- Individuels : touristes et locaux
- Collectivités et associations
- Ecoles et centres de loisirs
- Entreprises

Mission scientifique : L'Association « Attention Mer Fragile » bénéficie d'une réelle caution scientifique par ses relations de conseil et de soutien.

Parmi les membres actifs de l'association, à vocation scientifique:

- Le Comité Local des Pêches Maritimes : association des professionnels de la Mer de Saint Malo, impliquée dans le programme PROCOQ pour la gestion et l'amélioration de la ressource en coquille Saint Jacques de la baie de Saint Malo.
- Le Grand Aquarium – Saint Malo : 12 000 animaux marins des quatre coins du monde y sont présentés. Il est membre de différentes associations veillant à la protection de l'environnement ou à la conservation d'un patrimoine génétique de certaines espèces:
 - Réseau Océan Mondial, organisme international de sauvegarde du milieu marin, basé à Boulogne sur Mer³, éditeur du Passeport Citoyen de l'Océan⁴.
 - EAZA (European Association of Zoos and Aquariums) : basée à Amsterdam, cette association travaille sur des programmes d'élevage d'espèces afin de conserver un patrimoine génétique.

Outre l'appartenance à certaines associations, le Grand Aquarium – Saint Malo travaille en étroite collaboration avec la Ligue de Protection des Oiseaux et différents centres de soins afin d'orienter les animaux en détresse dans des établissements adaptés et spécialisés.

D'autres organismes interviennent dans l'association sous forme de conseils et d'orientations scientifiques, tels l'Espace des Sciences de Rennes ou Nature et Découvertes de Rennes.

³ Réseau Océan Mondial, <http://www.reseauoceanmondial.org>

⁴ Cf annexe 2 « Passeport Citoyen de l'Océan »

2. Les premières approches et actions réalisées

Au-delà d'une campagne de communication, l'association s'investit dans des opérations concrètes sur le terrain. Nous en retiendrons trois, s'adressant chacune à un public différent : scolaires, professionnels de la mer et grand public.

- Lancement de l'opération le 12 juin 2003, en partenariat avec une école malouine. En présence de Didier Levillain, skipper ayant notamment participé à la Route du Rhum, course de référence pour les professionnels, une trentaine d'enfants a pu découvrir les impacts de la pollution sur la faune et la flore marines.
- Opération nettoyage du port des Bas Sablons à Saint Malo : en partenariat avec le club de plongée Saint Malo Plongée Emeraude et les plongeurs du Grand Aquarium – Saint Malo. Plus d'une tonne de déchets a été récoltée.
- Opération grand public autour d'une Fresque de Sable : autour de la reconstitution d'un milieu marin, parents et enfants se sont unis aux couleurs de mer fragile pour créer une grande fresque de sable symbolisant les valeurs de l'association.

II. Impacts de la campagne de sensibilisation sur les populations économique et sociale

1. Cohésion des acteurs économiques locaux

Outre les partenaires financiers pré-cités dans ce dossier, l'Association « Attention Mer Fragile » bénéficie du soutien d'acteurs économiques importants :

- La Chambre de Commerce et d'Industrie de Saint Malo : soutien logistique et de conseil aux entreprises locales.
- Le Conseil Général d'Ille-et-Vilaine : vecteur de communication sur tout le département, via son soutien dans le magazine d'information « Nous Vous Ille », édité à 150 000 exemplaires et diffusé sur tout le bassin rennais (population Rennes et périphérie : 300 000 habitants).

Ce réseau de contacts de demande qu'à se développer par une action de communication de plus grande envergure et des actions délocalisées sur toute la Côte d'Emeraude et le bassin rennais, pour son potentiel humain.

2. les différentes cibles concernées et l'adaptation du message en fonction du public

Afin de capter l'attention de tous, l'Association s'est dotée de l'expertise d'une agence de communication. Ce travail de collaboration a abouti à la création d'une charte graphique, comprenant un logo, un visuel et un message :

Logo



Visuel et message



Ce message s'articule autour de cinq gestes simples à la portée de chacun. Le message global s'adresse à toutes les populations. Cependant, en fonction des publics, son contenu peut être abordé différemment afin d'aboutir à des actions de terrain efficaces et constructives :

□ Individuels : touristes et locaux

Utilisation d'un message généraliste mais des actions applicables au quotidien (tri des déchets, respect des plages et des dunes, respect des espèces du littoral par une maîtrise individuelle.

□ Collectivités et associations

Les associations, quelle que soit leur nature, ont par leur propre démarche un fort potentiel de développement de notre message.

□ Ecoles et centres de loisirs

Abordé sous un angle pédagogique, l'Association Mer Fragile mène les scolaires vers une démarche de découverte en commun, au sein de leur classe, et individuelle, dans leur environnement familial.

□ Entreprises

Les entreprises ont les moyens d'être un excellent vecteur de communication, en interne, mais aussi en externe par des challenges inter-entreprises ou des opérations spécifiques à l'attention du grand public.

III. Aspects de durabilité du projet

La naissance de l'Association, cette année, est une première étape à la construction d'un plan d'actions précis. Pour développer et étendre ses projets, nous devons chercher de nouvelles ressources humaines et financières. L'association a conservé un budget équilibré sur ses deux premières années d'exercice. Pour sa troisième année, l'Association se dote de nouvelles ressources humaines. En partenariat avec des écoles de la région, l'Association accueillera à partir de janvier 2005 un stagiaire longue durée, pilote des différents projets à mener. Il sera entouré par une équipe commerciale formée, chargée de prospecter les entreprises, collectivités et associations bretonnes pour mener à leur tour des projets. Des « kits d'action » ainsi que des « guides d'action » seront offerts à ces différentes cibles pour les aider à mettre en œuvre leurs actions quant à la sauvegarde de l'environnement marin.

La durabilité du projet s'évalue sur deux grands axes :

Une campagne de communication d'envergure :

Campagne soutenue sur un rayon d'action beaucoup plus large, à l'échelle de la Bretagne: affiches et affichettes, Tshirts, porte-clefs, cendriers de page, etc.

Diffusion de l'information via plusieurs moyens :

- auprès des entreprises (CCI, Ecole de Commerce de Rennes, Ville de Saint Malo, Conseil Général d'Ille-et-Vilaine)
- auprès des scolaires (20 000 dossiers pédagogiques du Grand Aquarium – Saint Malo, interventions dans les écoles, clubs nautiques)
- auprès des professionnels de la mer (Ports de la région, clubs de plongée, associations de pêcheurs et de plaisanciers)
- auprès du grand public (création d'un site Internet, organisation de conférences en collaboration avec des spécialistes locaux)

Des actions de sensibilisation :

- Des actions en pays de Rance et de Saint Malo sur des thèmes variés :
 - Réglementations sur la pêche à pied.
 - Connaissance des spécificités de la faune et de la flore marines : les gestes qui sauvent...
 - Plongée sous-marine et traitement des déchets.

- Organisation d'un grand rassemblement nautique durant l'été 2005 aux couleurs de Mer Fragile. En parallèle :
 - des ateliers de sensibilisation pour comprendre et agir, avec des outils spécifiques.
 - des tables rondes pour s'informer, informer et éduquer.

Annexes

Annexe 1 : les supports de communication « Attention Mer Fragile »

Logo



Affiche



Annexe 2 : Passeport du Citoyen de l'Océan

