

## **Préparation JET « Sensibilisation dans les sites Natura 2000 »**

### **05 octobre 2017**

- *présentation des différents outils de communication à l'échelle nationale : posters nationaux, exposition itinérante, pépinière de sites Web...*
- *échantillon d'outils de communication et de sensibilisation développés sur différents sites N2000*
- *besoins des animateurs, outils mutualisables, évaluation des actions et indicateurs associés ?*

### **Etat des lieux des outils de communication développés en AC**

#### **1/ Brochures - Ouvrages**

- La construction du réseau natura 2000 en France (2007) – ouvrage broché
- Natura 2000 en France (2009) -> **à actualiser (chiffres, contacts..)**
- Natura 2000 – 10 questions 10 réponses (2010) -> **à actualiser**
- Dans la peau d'un animateur (2010) – en collaboration avec DREAL PACA
- L'indispensable livret sur les évaluations d'incidence Natura 2000 (DREAL PACA – 2010)
- L'indispensable vocabulaire de Natura 2000 (DREAL PACA – 2010)
- Guide européen 20 ans directive Habitats (2012)
- Guide européen sur les directives Oiseaux et Habitats (2014)
- Guides sectoriels sur les EIN

Le stock de ces documents papier est épuisé. Cependant nombre d'entre eux se retrouvent sur Internet.

#### **2/ Supports dématérialisés**

- Internet MTES actualisé en mai 2017, présentant les éléments essentiels de Natura 2000
- Lettre Natura 2000

#### **3/ Évènementiel**

Evénements dédiés ou communication à l'appui d'événements à résonance nationale : Tour de France cycliste, journées du patrimoine, grands prix nationaux N2000, etc.

#### **4/ Exposition Natura 2000 / Grands sites**

Réalisée en 2010, elle contenait 6 panneaux Natura 2000.

2 des panneaux méritent d'être actualisés, les autres peuvent être réutilisés (EIN, contractualisation, charte et DOCOB).

#### **5/ Goodies**

- Affiches N2000 Terre et N2000 Mer – 10 000 ex → petit stock
- Marques-pages – 15 000 ex → stock
- Stickers – 25 000 ex → stock
- Crayons papier logotés – 30 000 ex → épuisé
- Clé USB - 2 000 ex → épuisé
- Drapeaux – 2 000 ex → petit stock

### **Exemples d'actions menées en région (cf e-lettre 25 ans DHFF)**

- Actions pédagogiques auprès des scolaires
- Ciné-débat (Grand-Est)

- Journées naturalistes (Nvlle-Aquitaine)
- Exposition (Grand-Est)
- Programmes participatifs (Grand-Est, Nvlle-Aquitaine)
- Musique/concert (Pays de la Loire)

## Stratégie de communication/sensibilisation

### 1/ Moyens disponibles en AC pour développer des initiatives

Bureau ET5 + moyens graphiques de la DICOM dans une moindre mesure  
Moyens financiers limités

### 2/ Publics-cibles

- Grand public (visiteurs, scolaires, socio-professionnels) → supports ludiques, illustrés, courts, posant les bases de la politique Natura 2000 + supports synthétiques développés par les structures porteuses et animateurs concernant leurs sites (dates clés, espèces caractéristiques, aménagements remarquables, 1-2 enjeux principaux justifiant la protection apportée au site, etc.)
- Elus, structures porteuses → supports décrivant Natura 2000 et leur rôle dans le dispositif
- Animateurs, gestionnaires → documentation technique

### 3/ A développer et compléter en fonction des attentes des acteurs du réseau

- Produire des outils de communication personnalisables (cartes, affiches, etc.) y compris **en phase creuse de la vie d'un site** (cf +90 % des DOCOB établis) malgré les difficultés liées aux outils de financement : communiquer sur les actions de restauration/conservation mises en œuvre, sur les résultats attendus et/ou obtenus, privilégier les projets auto-participatifs
- Développer l'**évènementiel** : évènements sportifs nationaux (tour de France à la voile, courses cyclistes et pédestres), culturels (grands rendez-vous dans les Grands sites, etc.), journée européenne Natura 2000, semaine du développement durable, etc.
- Centre de ressources N2000, en cours de développement, qui recensera les outils pratiques de mise en œuvre de la politique : évènements, formations, documentation technique et outils, retours d'expérience, annuaire (via volet public SIN2), etc.  
PS : l'adresse Natura2000.fr, dirigeant vers l'ancien portail dédié au réseau, est inactive. Elle sera réutilisée dans les prochains mois par le centre de ressources Natura 2000
- Poursuivre la création du **logo-marque « Natura 2000 – Partenaire France »** → charte graphique du logo à établir puis marque à déposer : il s'agit de proscrire toute utilisation de la marque à but commercial et de permettre, aux signataires de contrats et chartes de bonnes pratiques, aux structures porteuses, membres de COPIL et animateurs, de promouvoir leur engagement en faveur du maintien et de la restauration du bon état de conservation des habitats et des espèces.

le tout en adaptant peut-être mieux les outils aux publics concernés et en orientant les messages sur les services rendus aux populations (maintien des paysages, bénéfices pour l'alimentation - cf fertilisation des sols, etc.) plutôt qu'essentiellement sur les écosystèmes.