

Guide d'élaboration des plans de gestion des espaces naturels

Outils de gestion et de planification



7.1 - METHODE - Communication du Plan de Gestion

mise à jour: 16/07/2015

Objectif : Identifier, tout au long de l'élaboration du plan de gestion, les moments appropriés pour communiquer et les éléments à diffuser en fonction du public visé.

La bonne communication est l'un des instruments fondamentaux pour la réussite de la gestion et la bonne intégration d'un ENP sur son territoire. Il est donc essentiel de savoir avant tout « à qui communiquer, ce que l'on communique, quand et pourquoi, de sorte à adopter des outils/médias, des délais et des méthodologies efficaces et spécifiques à chaque cas.

- [Pourquoi communiquer ?](#)
- [Qu'entend-on par « communication » ?](#)
- [Vers qui communiquer ?](#)
- [Comment communiquer ?](#)
- [Quand et quoi communiquer ?](#)
- [Aller à l'essentiel](#)
- [Bibliographie](#)

Pourquoi communiquer ?

L'intérêt de la communication

La communication est essentielle : elle construit l'identité de la communauté autour du projet de conservation sur l'ENP et à une échelle plus large, permet le développement des connaissances, structure les relations entre les individus, etc. Elle est **indispensable au dialogue territorial**. On communique pour **informer et sensibiliser**, mais surtout pour **inciter les participants à prendre part à la démarche et se l'approprier**, à proposer des solutions et éventuellement en fonction des cas, **à adhérer à l'approche concertée** (en particulier sur les sites Natura 2000, des CEN, du CdL, PN, PNM...). Elle doit accompagner, dans la durée, l'élaboration et la mise en œuvre du plan de gestion.

Dans la plupart des cas, la conservation d'un ENP est un **sujet délicat où les visions contrastées selon les usages** (agriculture, sylviculture, urbanisme, chasse, pêche, loisirs, etc.) **peuvent être sources de conflits**. Le site fait partie intégrante du territoire et joue un rôle important dans l'aménagement et le développement du territoire, le bien être de la population locale (qualité de vie, lieu de détente, de loisir ou de pratiques sportives) et en matière de responsabilités à différentes échelles (du local à l'international) vis-à-vis de la conservation de la biodiversité. Ses différents rôles doivent souvent être démontrés et expliqués aux usagers et acteurs du territoire pour mettre en évidence les bénéfices réciproques qu'il peut y avoir à la gestion d'un ENP.

Il est également nécessaire de communiquer dans un contexte de rapportage à plus large échelle (Europe, projets transnationaux, financeurs internationaux etc.), ainsi que dans une optique de capitalisation des retours d'expériences afin améliorer l'efficacité de la gestion mise en œuvre au sein des différents types d'ENP.

⇒ *La communication permet de définir une stratégie partagée pour l'ENP. Elle rassemblera un maximum d'acteurs et d'usagers du territoire.*

⇒ *Il est donc important de sensibiliser le public aux services rendus par ces milieux, de consulter les acteurs et de confronter les points de vue de chacun afin de construire une vision et un projet de territoire partagés, avec ses complémentarités.*

Qu'entend-on par « communication » ?

« Communiquer » signifie entrer en relation. Bien avant d'avoir ouvert la bouche, écrit un mot ou dessiné un signe, la relation existe et la communication passe, ou pas. Ce processus peut être **non intentionnel ou bien intentionnel** ; dans ce cas, au moins l'une des personnes impliquées a pris la décision consciente d'entamer

la communication. La communication peut ainsi **être verbale** (lorsque les mots sont utilisés de façon écrite ou orale) **ou non verbale** (lorsque des gestes, symboles, sons, etc. communiquent un message).

Vers qui communiquer ?

A chaque cible son objectif

Il est important de distinguer les cibles auxquelles s'adresse la « communication ». En effet, elles influencent le but visé de la communication :

- Communication pour l'**appropriation** ;

Cibles : membres des instances de gouvernance de l'ENP, acteurs à impliquer dans la gestion, usagers de l'ENP, futur gestionnaire...

- Communication pour la **sensibilisation (en s'appuyant sur la pédagogie, l'éducation à l'environnement)** ;

Cibles : acteurs locaux, usagers du site, scolaires...

- Communication pour la mise **en garde, l'information des risques et des responsabilités** ;

Cibles : acteurs locaux, usagers du site...

- Communication **pour le « rapportage » (reporting)** (cf. [fiche 5.2](#))

Cibles : financeurs, services de l'Etat...

- Communication pour la capitalisation des **retours d'expérience de gestion**

Cibles : autres gestionnaires, réseaux d'ENP...

⇒ *La communication doit donc être ciblée et ajustée en fonction des publics : jeunes, grand public, autres acteurs. Toujours dans la même logique de mise en perspective territoriale et fonctionnelle du site, les acteurs « hors site » sont également une cible de communication très importante, en particulier pour les sites marins : pratiquants saisonniers, pêcheurs professionnels ressortissants d'autres Etats membres...*

Comment communiquer ?

Documents de communication : définir une ligne éditoriale

Une fois le public visé et l'objectif recherché identifié, il est primordial de bien cibler la **ligne éditoriale** du document de communication. En effet, elle en définit l'**identité**. Elle correspond ainsi à l'ensemble des règles définissant l'**orientation des contenus, l'ensemble des choix et décisions visant à assurer la cohérence des textes**. En fonction de la complexité du site et des enjeux, cette compétence peut relever d'un chargé de communication (notamment pour les PNM, cf. exemple ci-contre). En effet, la difficulté principale réside dans l'équilibre entre le « trop » et le « pas assez » technique, qu'il n'est pas facile de trouver pour chaque public identifié.

Il est également conseillé d'**adopter un format** type (charte graphique, maquette, logo etc.) pour les différents documents de communication du site (à voir, le cas échéant, avec le(s) réseau(x) dont dépend l'ENP, qui possèdent des chartes graphiques propres – RN...).

Recourir à une présentation succincte et didactique

Quel que soit le document de communication, il est important de privilégier une **présentation didactique** à partir de cartographies, tableaux, synthèses intermédiaires, quels que soient les moyens (maquettage de qualité, etc.), et de faire un important effort de **vulgarisation** et de **concision**. Le recours aux photographies, aux anciens documents (e.g. vieux baux d'exploitation ; vieux registres, carnets de commandes d'anciennes exploitations présentes sur l'ENP), mais aussi éventuellement à des artistes pour réaliser certaines illustrations, peut également agrémenter le document pour en faciliter la présentation du site et de son patrimoine naturel, mais aussi historique et culturel.

Par ailleurs, il est primordial d'expliciter les termes techniques employés (afin d'en faciliter la compréhension, des explications via des renvois de bas de page ou un glossaire peuvent être données).

Concernant l'**animation** qui joue par ailleurs un rôle important dans le cadre de la communication, de la sensibilisation et de la pédagogie, des outils sont proposés ici.

Le choix des outils de communication

Il est conditionné par l'**hétérogénéité des situations des gestionnaires et/ou animateurs**, dont les facteurs déterminants sont :

- La complexité des relations avec les acteurs et les usagers du territoire
- le degré d'acceptabilité de l'ENP par la population locale
- **Le temps** dont dispose l'animateur pour se consacrer au volet "sensibilisation du grand public" (en fonction de la priorité donnée aux objectifs à long terme) ;
- **Les compétences** (l'animateur a-t-il eu une formation en communication ou une expérience terrain sur le sujet ?)
- **Le budget** disponible.

Divers outils répondant à différents besoins sont proposés dans un [tableau](#) en fin de fiche.

Quand et quoi communiquer ?

A chaque phase de l'élaboration puis de la mise en œuvre du PG, il est possible de communiquer sur différents aspects relatifs à « la vie de l'ENP », tels

que :

- l'élaboration du plan de gestion,
- les travaux de gestion,
- l'avancement de la mise en œuvre du plan de gestion,
- les évènements sur le site (soirée conférence, nuit de la chouette, journée thématique...),
- les évènements parlant du site (du local à l'international, e.g. : article de presse),
- etc.

Les paragraphes suivants suggèrent différents types de documents qui peuvent être produits lors de l'élaboration ou de la mise en œuvre du PG à des fins de communication.

Phase d'élaboration

✓ Supports écrits de communication

Des documents papiers ou en format numérique (articles dans les journaux locaux, bulletin ou lettre d'information, page internet) peuvent accompagner l'élaboration du plan de gestion pour informer les acteurs locaux et usagers sur l'état d'avancement du plan de gestion, sur les découvertes réalisées dans le cadre de l'état initial, sur les relations entre l'humain et la biodiversité du site, sur la contribution des acteurs à l'élaboration du plan de gestion...

✓ Actions d'animation

Plusieurs **étapes** au cours de l'élaboration du plan de gestion sont particulièrement **propices afin de mobiliser les acteurs du territoire** au travers de réunions d'informations sur le site ou en salle, de groupes de travail, de comité de suivi, d'évènements de sensibilisation et d'activités pédagogiques, etc. dont voici quelques exemples :

- **Journées d'échanges, d'information grand public** avec les gardes, conservateurs ou agents ayant en charge la gestion sur une problématique prégnante du site (e.g. pour un site littoral l'incidence du changement climatique sur la dynamique dunaire) ou encore dans le cadre de participation à des actions nationales ou internationales ([jour de la nuit](#), [fête de la nature](#), [nuit internationale de la chauve-souris](#) ...) etc.
- **Journées de formation relatives** à une thématique spécifique (e.g. réduction des apports diffus de pesticides et engrais d'origine urbaine...) voire visant un type d'acteurs en particulier (e.g. services techniques, agents d'entretien des collectivités, agriculteurs, riverains etc.)... Sorties pédagogiques avec scolaires, centres aérés, etc.
- **Journées « inter-espaces naturels protégés »** (e.g. [journées « inter-parcs » entre le PNR Verdon et PNR Camargue](#) : échanges entre les jeunes de ces territoires autour des « savoir-faire et des produits locaux »).
- Afin de connaître les ENS d'Ille-et-Vilaine et les contraintes liées aux usagers sur ces sites, le Département organise des "**Educ'Tour ENS**". Ces demi-journées de présentation de sites ENS d'un même territoire s'adressent aux acteurs locaux en lien avec le grand public et notamment les offices de tourisme, les associations de randonnées pédestres, équestres et VT, associations sportives...

⇒ Favorise la cohésion entre gestionnaires de même ENP ou ENP différents, le partage d'expériences...

L'approche participative favorise l'appropriation du PG par les acteurs locaux au travers de sa co-construction. En fonction du degré d'implication de la population locale recherché, les démarches participatives seront sollicitées comme présenté à la [fiche 1.3](#).

Une fois le plan de gestion validé, pendant la phase de mise en œuvre

L'animation demeure centrale sur les ENP où les acteurs et les usagers ont besoin de comprendre et de suivre la gestion mise en œuvre sur le site.

Néanmoins c'est au cours de cette phase, que la communication écrite est souvent la plus attendue et la plus abondante. En voici quelques exemples :

✓ Supports de communication

Plan de gestion simplifié : une synthèse accessible du PG

Une fois le plan de gestion terminé et approuvé, il permet d'en décliner un document simplifié, outil de travail diffusable lors des échanges entre acteurs sur le site, mais aussi outil de sensibilisation aux problématiques de gestion pour les visiteurs intéressés, les riverains du site, les élus, etc. C'est un document de synthèse comprenant notamment un descriptif des finalités du site et une présentation des choix fondamentaux opérés pour la gestion. Il permet ainsi de communiquer sur les grandes lignes du plan de gestion (enjeux, stratégie et actions).

Pour certains, le PGS peut même être abordé par une approche cartographique (e.g. *CdL, 2006. PGS 2007-2013, de Cluny à la pointe Nogent – Guadeloupe, commune de Sainte Rose, cf. encadré ci-contre*).

Exemple de points essentiels à faire ressortir dans un tel document :

- **Diagnostic :**
 - *Bref historique mettant le site en perspective ;*
 - *Synthèse du diagnostic du milieu physique en ne faisant ressortir que les facteurs influençant l'état de conservation des enjeux (et dans ce cas en expliquer les liens/conséquences...), ou des fonctions constituant des enjeux ;*
 - *Synthèse des enjeux : la responsabilité patrimoniale du site ;*
- **Stratégie de gestion :**
 - *Objectifs à long terme*
 - *Objectifs opérationnels*
- **Plan opérationnel :**
 - *Sélection d'actions phares*

A noter que l'ordre n'est pas obligatoirement linéaire : il est important d'adapter ces éléments en fonction du contexte local et de la responsabilité du site.

Entrée enjeux (e.g. RNN Lilleau des Niges).

Les formats peuvent également varier en fonction du niveau de détails dans lequel on veut aller (en fonction des cibles etc.)

● **Autres supports de communication à destination du grand public**

Plaquettes de sensibilisation, panneaux et autres affichages sur site (attention toutefois à trouver le juste milieu entre laisser place à la découverte/expérimentation, et la sensibilisation/information, en faisant attention à ne pas « surcharger », voire saturer le site en panneaux de toutes sortes), article dans les magazines des collectivités, films mis en ligne, émissions radio... sont autant d'exemples parmi lesquels piocher pour communiquer sur la stratégie de gestion de son site et des enjeux... le plus important étant de faire preuve de créativité !

RNN Moëze-Oléron : plaquette présentant les enjeux avec des règles à suivre pour la préservation

● **Communication sur l'évaluation**

Les bilans sur la mise en œuvre du plan de gestion peuvent être l'occasion de communiquer sur les résultats de la gestion et sur les retombées sociales et économiques. C'est aussi l'occasion de faire témoigner les acteurs et usagers ayant participé à la mise en œuvre du plan de gestion (retour d'expérience, attentes, besoins,...).

Exemples et propositions d'outils de communication possibles

Message	Type de support	Canaux ?	Nature de l'outil	Contenu	Exemples
Le territoire est un bien commun et doit être géré de manière durable. Il est important de sensibiliser le public à la préservation de ce bien commun.	Site de gestion (panneau, affiche, etc.)	Site de gestion	Panneau	Texte de sensibilisation, images, etc.	RNN Lilleau des Niges , RNN Moëze-Oléron
Le territoire est un bien commun et doit être géré de manière durable. Il est important de sensibiliser le public à la préservation de ce bien commun.	Plaquette de sensibilisation	Site de gestion, kiosque, etc.	Plaquette	Texte de sensibilisation, images, etc.	RNN Lilleau des Niges , RNN Moëze-Oléron
Le territoire est un bien commun et doit être géré de manière durable. Il est important de sensibiliser le public à la préservation de ce bien commun.	Site de gestion (panneau, affiche, etc.)	Site de gestion	Panneau	Texte de sensibilisation, images, etc.	RNN Lilleau des Niges , RNN Moëze-Oléron
Le territoire est un bien commun et doit être géré de manière durable. Il est important de sensibiliser le public à la préservation de ce bien commun.	Site de gestion (panneau, affiche, etc.)	Site de gestion	Panneau	Texte de sensibilisation, images, etc.	RNN Lilleau des Niges , RNN Moëze-Oléron
Le territoire est un bien commun et doit être géré de manière durable. Il est important de sensibiliser le public à la préservation de ce bien commun.	Site de gestion (panneau, affiche, etc.)	Site de gestion	Panneau	Texte de sensibilisation, images, etc.	RNN Lilleau des Niges , RNN Moëze-Oléron
Le territoire est un bien commun et doit être géré de manière durable. Il est important de sensibiliser le public à la préservation de ce bien commun.	Site de gestion (panneau, affiche, etc.)	Site de gestion	Panneau	Texte de sensibilisation, images, etc.	RNN Lilleau des Niges , RNN Moëze-Oléron
Le territoire est un bien commun et doit être géré de manière durable. Il est important de sensibiliser le public à la préservation de ce bien commun.	Site de gestion (panneau, affiche, etc.)	Site de gestion	Panneau	Texte de sensibilisation, images, etc.	RNN Lilleau des Niges , RNN Moëze-Oléron
Le territoire est un bien commun et doit être géré de manière durable. Il est important de sensibiliser le public à la préservation de ce bien commun.	Site de gestion (panneau, affiche, etc.)	Site de gestion	Panneau	Texte de sensibilisation, images, etc.	RNN Lilleau des Niges , RNN Moëze-Oléron
Le territoire est un bien commun et doit être géré de manière durable. Il est important de sensibiliser le public à la préservation de ce bien commun.	Site de gestion (panneau, affiche, etc.)	Site de gestion	Panneau	Texte de sensibilisation, images, etc.	RNN Lilleau des Niges , RNN Moëze-Oléron
Le territoire est un bien commun et doit être géré de manière durable. Il est important de sensibiliser le public à la préservation de ce bien commun.	Site de gestion (panneau, affiche, etc.)	Site de gestion	Panneau	Texte de sensibilisation, images, etc.	RNN Lilleau des Niges , RNN Moëze-Oléron

Exemples et propositions d'outils de communication possibles

Aller à l'essentiel – Un document de communication en 10 étapes

Un document de communication se conçoit en fonction d'un plan de communication, qui explicite la stratégie de communication pour l'ENP.

1. **identifier la ou les cibles**, les lecteurs du document ;
2. **définir l'objectif visé** : informer, sensibiliser, mobiliser... ;
3. **identifier un nombre limité de messages** et de contenus à intégrer au document (trop de messages et de contenus rendent la communication inefficace) ;
4. **choisir un format** ;
5. **élaborer un chemin de fer**, conception graphique, qui permet de voir la cohérence du document ;
6. **rédiger des textes synthétiques** et clairs, dans un langage adapté à la cible ;
7. **illustrer le contenu** par des cartes, photos, schéma, tableaux pertinents et de bonne qualité pour capter l'attention du lecteur ;
8. **réaliser le document** ;
9. **diffuser le document**, choisir le ou les bons vecteurs de diffusion en fonction de la cible ;
10. **sonder le document** diffusé pour évaluer son efficacité.

Bibliographie

Aten, **CT n°68. Communiquer et négocier pour la conservation de la nature**

DREAL PACA, 2012. [Guide à l'usage des animateurs de sites Natura 2000](#)

CEN RA. CT Accueillir du public.

Aten, [CT n° 47 Méthodologie du plan d'interprétation](#)

ENRX. MEDDTL, 2011. [Cahier de recommandations pour la réalisation d'aménagements cyclables dans les espaces protégés.](#)

[Haut de page](#)

Tous droits réservés © - Propriété de l'ATEN