



Ecogestes Méditerranée Occitanie

Campagne Fluviale



BASSIN DE THAU
Entre Terre et Lagune

Bilan d'activité 2023





SOMMAIRE

Présentation du CPIE Bassin de Thau.....	4
Ecogestes Méditerranée Occitanie : une action de sensibilisation unique pour une plaisance durable	6
La campagne fluviale en 2023 : des stands pour sensibiliser sur les ports	8
La campagne fluviale en 2023 : un effort de communication inédit.....	10
La campagne fluviale en 2023 : ressentis et perspectives	12

Le CPIE Bassin de Thau



Le label « Centre Permanent d'Initiatives pour l'Environnement » est attribué aux associations à fort ancrage territorial qui promeuvent la transition écologique par des actions d'éducation, d'accompagnement des territoires et de citoyenneté.

L'Union nationale des CPIE (UNCPIE) est composée de 80 associations, 11 000 adhérents et 900 salariés. Elle est reconnue d'utilité publique : www.cpie.fr

Un nouveau positionnement des CPIE :

Facilitateurs de l'action commune en territoires pour accélérer la transition écologique.

L'association est membre du réseau 1% for the Planet, composé de plus de 1 300 entreprises membres qui ont choisi de donner 1 % de leur chiffre d'affaires à des associations de préservation de l'environnement.



Présentation

Un réseau d'organisations et de citoyens, oeuvrant à la prise en compte de la transition écologique par les acteurs du territoire.

La transition écologique et solidaire concerne tous les territoires et tous les acteurs : particuliers, professionnels, privés, publics, associatifs... C'est précisément pour les aider à la mettre en œuvre que les CPIE (Centres Permanents d'Initiatives pour l'Environnement) se sont constitués en réseau national labélisé de 80 associations d'intérêt général, 12 000 adhérents et 1000 salariés.

Sur Thau, le **réseau CPIE BT**, constitué dès 2006, regroupe 19 structures, 2 966 adhérents et 93 professionnels.

Il a vocation, sur son territoire qui s'étend du Bassin de Thau à la façade littorale d'Occitanie, à :

- Renforcer la puissance d'action en faveur de la transition écologique des acteurs du territoire.
- Faire de ce territoire un tremplin vers des innovations écologiques et solidaires.
- Accompagner les pouvoirs publics dans leurs prises de décisions.
- Initier et réaliser des projets collectifs ambitieux et innovants pour un développement durable du territoire.
- Cordonner, professionnaliser et développer le rayonnement des membres du réseau CPIE Bassin de Thau.

Pour réaliser ses missions, le CPIE BT co-conçoit et met en œuvre **différents types d'actions** :

 La **sensibilisation et l'éducation de tous les publics** au développement durable : animations pédagogiques, sorties nature, écotourisme, événementiels, conférences...

 L'**accompagnement des territoires** : développement de projets autour de la concertation territoriale, agriculture durable sur terre et mer, agritourisme, mise en place de circuits-courts, économie circulaire, solidarité alimentaire...

 L'**observation et la protection de la biodiversité** (terre et mer) : coordination d'études en sciences participatives, plaisance durable, plantes exotiques envahissantes, trame verte et bleue, Atlas de Biodiversité communaux...

 La **conception et le partage de ressources** : créations et diffusion d'outils pédagogiques (malles, expositions, livrets, escape game) et expertise en communication.

 La **formation des acteurs** : capitalisation et transmission de connaissances par la réalisation de formations qualifiantes.

 La **mise en réseau d'acteurs** : mutualiser et faire coopérer notre réseau pour développer des actions innovantes.

Chiffres clés

93 professionnels

2 966 adhérents

19 structures membres

12 791 heures de bénévolat



Consulter le document de présentation du réseau www.bit.ly/reseauCPIEBT2023

Ils contribuent déjà à porter les actions du réseau en façade Occitanie :



2023 Cette année sera consacrée à une concertation avec nos structures membres et partenaires littoraux et marins (institutionnels et techniques) sur le positionnement du réseau CPIE Bassin de Thau à une échelle de la façade maritime d'Occitanie.

Ecogestes Méditerranée Occitanie

Une action de sensibilisation unique pour une plaisance durable



Une campagne harmonisée à l'échelle de la Méditerranée

Ecogestes Méditerranée est une campagne de sensibilisation à la préservation des habitats marins et littoraux le long de la Méditerranée française. Son objectif principal est de s'adresser aux pratiquants d'activités nautiques et notamment aux plaisanciers pour les inciter à adopter des pratiques respectueuses de l'environnement, à la fois en terme d'équipement et de comportement. Elle contribue ainsi aux efforts des gestionnaires pour préserver les milieux naturels de la façade Méditerranéenne.



Dès 2002, différentes campagnes de sensibilisation des plaisanciers ont été menées par des structures d'éducation à l'environnement et des gestionnaires de milieux appuyés par des institutions publiques. En 2017, sous l'impulsion du Plan d'Action pour le Milieu Marin (PAMM), ces acteurs ont unifié leurs actions pour être plus forts et plus cohérents. Une campagne harmonisée s'est ainsi étendue à l'échelle des 3 régions, l'Occitanie, la Région Provence Alpes Côte d'Azur et la Corse : **Ecogestes Méditerranée**. La campagne est mise en oeuvre par des collectifs régionaux : le CPIE Bassin de Thau, le CPIE Iles de Lérins - Pays d'Azur et le CPIE Bastia Golo Méditerranée.

Aujourd'hui, elle regroupe 29 structures ambassadrices formées aux thématiques de la plaisance et aux méthodes de communication engageante pour aller à la rencontre des plaisanciers et professionnels du nautisme.

En Occitanie, la campagne fluviale se développe depuis 2021

En 2021, le réseau CPIE Bassin de Thau se donne pour mission d'adapter les outils de la campagne au contexte fluvial afin de pouvoir cibler les usagers des canaux et une première approche de ce public est réalisée sur le port d'Aigues-Mortes. En 2022, la campagne est officiellement déployée sur le milieu fluvial en Occitanie avec des entretiens en face à face sur le canal du Midi et le canal du Rhône à Sète : 9 haltes et ports fluviaux sont visités par nos ambassadeurs durant l'été. A l'image de la campagne maritime, ils s'appuient alors sur un questionnaire d'enquête permettant de diagnostiquer les pratiques des plaisanciers sur différentes thématiques.

Puis, au regard de la difficulté de réaliser ces entretiens, notamment due à la grande proportion de plaisanciers non francophones rencontrée, il a été choisi en 2023 de mener la campagne fluviale sous forme de stands dans les moments clés des ports et de renforcer une diffusion des messages clés par la communication via les réseaux et les partenaires de la campagne. Un réseau de partenaires institutionnels et techniques contribue à la campagne fluviale (cf ci-contre).

Ci dessus :

Partenaires financiers et techniques de la campagne fluviale Ecogestes Méditerranée Occitanie

Chiffres clés :

Une campagne unifiée à l'échelle de la Méditerranée depuis

2017

3 régions impliquées dans la campagne Ecogestes Méditerranée à l'échelle de la façade

3 années de campagne fluviale, uniquement en Occitanie



La campagne Ecogestes fluvial en 2023

Des stands pour sensibiliser sur les ports

Canal du Midi et Canal du Rhône à Sète : 10 lieux d'intervention

En 2023, la campagne fluviale est mise en oeuvre grâce à l'implication de **5 structures ambassadrices** (cf ci-contre) dont les **7 animateurs**, formés en début de saison, ont sensibilisé les visiteurs des canaux via le déploiement de stands sur les **10 haltes et ports fluviaux** identifiés :

DT Sud-Ouest : Toulouse, Castelnaudary, Carcassonne, Colombiers, Capestang

DT Rhône Saône : Frontignan, Lattes, Palavas-les-Flots, Gallician, Aigues-Mortes

Les dates d'intervention ont été choisies en collaboration avec les ports partenaires pour correspondre à des temps forts événementiels de la capitainerie ou de la commune (fête du port, fête du littoral, apéro-quai, world clean up day, etc...).

Un effort de sensibilisation en face à face grâce aux outils Ecogestes fluvial

Au total, **9,5 journées de sensibilisation sous forme de stands** ont été réalisées dont :

- **5 jours en DT Sud-Ouest** (2 demi-journées sur chaque point d'intervention)
- **4,5 jours en DT Rhône Saône** (2 demi-journées sur chaque point d'intervention, sauf Aigues-Mortes où l'animatrice n'a pas pu identifier un second temps approprié avec la capitainerie)

Le stand permet d'aborder une discussion avec un public non captif, plaisancier ou non, qui passe au niveau du port. L'animateur s'appuie sur différents outils : le jeu du bateau, la fiche conseil fluvial (il existe une version pour les propriétaires et une version pour les touristes de passage), le jeu «la jungle des labels», ou d'autres outils propres à sa structure en cohérence avec les thématiques de la plaisance fluviale. Il dispose d'une partie des outils traduite en anglais (jeu du bateau notamment) et d'une fiche de vocabulaire vue en formation en début de saison, afin de pouvoir aborder également un public anglophone.

En général, les capitaineries réservent un bon accueil à l'animateur, lui permettent de trouver un emplacement stratégique pour son stand, et les supports de communication de la campagne (flamme Ecogestes, tee-shirt Ecogestes, vidéo fluviale) viennent amplifier sa visibilité.

Grâce à ces actions, **360 personnes** ont été sensibilisées en face à face, dont 200 en DT Rhône Saône et 165 en DT Sud-Ouest.



TERRES TOULOUSAINES



Ci dessus :

Les 5 structures ambassadrices de la campagne fluviale Ecogestes Méditerranée Occitanie

Chiffres clés :

5 structures ambassadrices

7 animateurs formés

10 lieux d'intervention (haltes et ports fluviaux)

9,5 journées de sensibilisation sous forme de stands

360 personnes sensibilisées en face à face



Ci contre :
Stands Ecogestes à Gallician et à Castelnaudary
© Office de tourisme de Castelnaudary



La campagne Ecogestes fluvial en 2023

Un effort de communication inédit

La vidéo Ecogestes Fluvial Occitanie diffusée par différents partenaires



La campagne fluviale en 2023, c'est aussi la réalisation et la diffusion d'une **nouvelle vidéo de présentation de la campagne**. Une vidéo inédite qui rassemble les conseils donnés aux plaisanciers pour prendre soin des canaux et diminuer leur impact sur le milieu fluvial.

Grâce à son graphisme séduisant et à son contenu particulièrement pertinent sur les enjeux de la plaisance sur les canaux, la vidéo a été appréciée des partenaires de la campagne et des acteurs touristiques dont certains l'ont relayée durant toute la saison estivale :

- **capitaineries des haltes et ports fluviaux partenaires** : la communauté de communes Terre de Camargue (port d'Aigues-Mortes) l'a valorisée sur sa page facebook (6000 abonnés), le port de Gallician l'a diffusé par mail à ses adhérents (environ 50 personnes), et le port de Capestang a affiché le communiqué de presse sur sa vitrine et a fait tourner la vidéo sur un écran pendant l'été (environ 2000 visiteurs uniques)
- **offices de tourisme** : l'OT Grand Carcassonne (antenne de Trebes) a affiché le communiqué de presse sur sa vitrine jusqu'à l'automne, et l'OT d'Aigues-Mortes a publié la vidéo sur son site web, sur une page dédiée (264 000 visiteurs uniques par an)
- **loueurs de bateaux** (Locaboat Lattes, Nicols Bellegarde et les Canalous Colombiers) : intégration dans le mail client pré-embarquement, intégration du QR code dans le livre de bord, diffusion sur borne vidéo dans les locaux, pour un total de plus de 2000 personnes sensibilisées (calculé sur la base du nombre de départs dans la saison, chiffres fournis par les loueurs).

NB. Au total, 6 compagnies de loueurs ont été sollicitées : Les Canalous Carnon et Colombiers, Locaboat Lattes, Le Boat St Gilles, Nicols Bellegarde). Nous n'avons reçu aucun refus explicite, mais simplement une absence de réponse malgré relances pour certains.

Une valorisation sur les plateformes numériques et auprès des plaisanciers engagés

La vidéo a été postée sur **Viméo** puis sur la page **YouTube** Ecogestes Méditerranée en juin 2023 (cliquez **ici** pour la visionner) et compte 330 vues sur les deux plateformes.

Elle a été valorisée dans la **newsletter** Ecogestes Méditerranée Occitanie de l'été 2023 dont la liste de diffusion compte près de **1700 destinataires** (dont les plaisanciers engagés) avec un taux d'ouverture de 34% soit 463 mails ouverts.

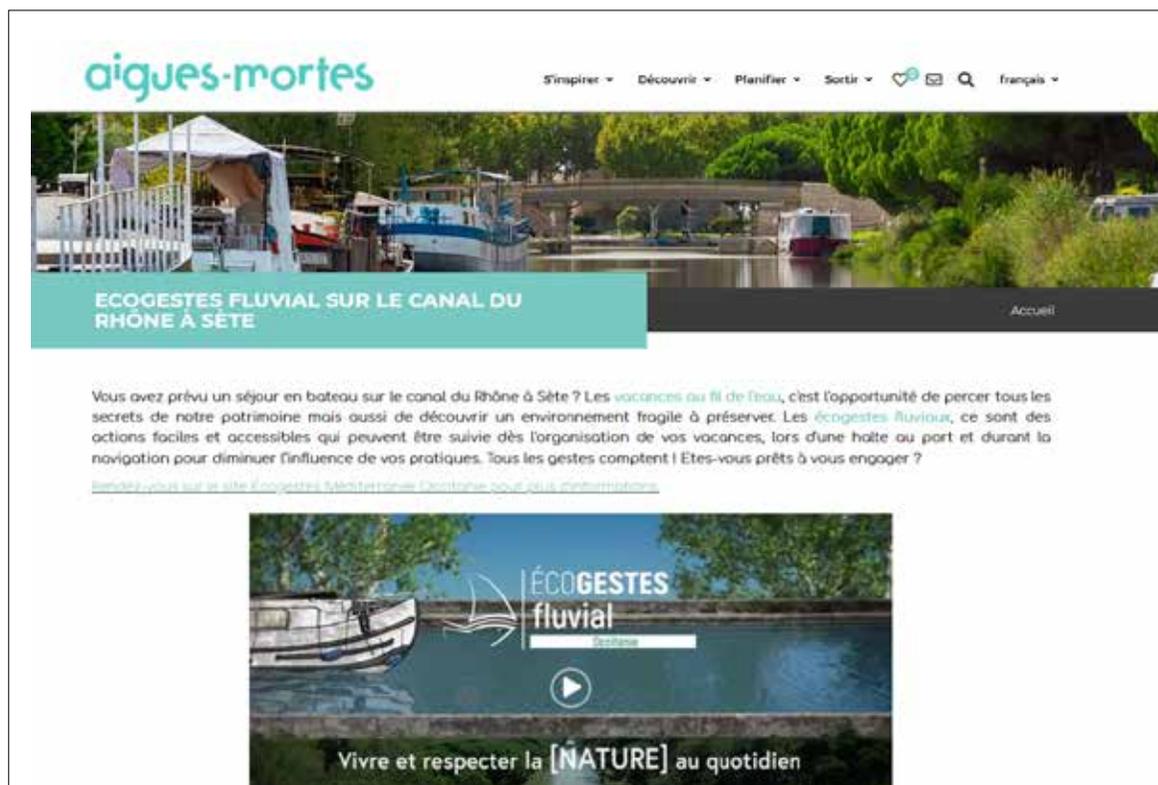
Elle a également été relayée sur la **page facebook Ecogestes Méditerranée Occitanie** (1000 abonnés), et partagée sur 8 autres pages facebook des partenaires, ainsi que sur le LinkedIn du CPIE Bassin de Thau (1163 abonnés, 18 repartages).



Ci dessus :
La nouvelle vidéo Ecogestes Fluvial Occitanie

Chiffres clés :

- 1 nouvelle vidéo de présentation et conseil sur le fluvial
- 8 partenaires engagés pour relayer la vidéo pendant toute la saison estivale (dont 3 loueurs de bateaux) - hors structures ambassadrices
- 330 vues sur les plateformes vidéos en ligne (vimeo et youtube)
- 1 effort général de valorisation de la part du CPIE Bassin de Thau sur les réseaux sociaux et via la newsletter



Ci contre :
Valorisation de la vidéo Ecogestes fluvial sur le site web de l'OT d'Aigues Mortes, sur la vitrine de l'OT Grand Carcassonne et en animation de stand (CPIE Terres Toulousaines)



La campagne Ecogestes fluvial en 2023



Ressentis et perspectives

Nouveau format stand : une sensibilisation plus ample mais moins ciblée

Cette année, le format stand donné à la campagne a permis de réaliser une **sensibilisation plus large sur les enjeux de préservation des canaux** (promeneurs, cyclistes, familles de passage) avec un total de **360 personnes touchées pour 9,5 jours de terrain** - contre **114 plaisanciers ayant accepté l'entretien sur les 317 approchés en 2022, pour 31 jours de terrain**. Cependant, cela n'a pas toujours permis de capter un public concerné directement par la plaisance fluviale. L'objectif d'un impact direct sur les changements de pratique des plaisanciers est donc plus difficilement atteignable par cette méthode.

Toutefois, ce format donne une résonance plus large à la campagne et à ses partenaires, et aux problématiques de la navigation fluviale (enjeux environnement et biodiversité). Il permet aussi de **mettre en lumière l'engagement des ports** qui nous accueillent dans ces démarches vertueuses pour l'environnement.

Communication : une diffusion qui repose sur l'engagement des partenaires

Sur le volet communication, la diffusion des messages et des supports produits (notamment la vidéo Ecogestes fluvial) repose beaucoup sur l'**engagement volontaire des partenaires**, dont la sensibilité aux thématiques abordées et la volonté de contribuer est variable. Il n'a pas toujours été évident d'obtenir la mise en lumière de la campagne sur les événements des ports et des communes concernées, et un relai de la part des offices de tourisme ou des loueurs de bateaux. Certains ont montré une très bonne disposition à partager la vidéo, voire à intégrer les supports de campagne dans leur communication auprès des visiteurs / des clients ; d'autres n'ont pas répondu à nos sollicitations même après plusieurs relances. Ce **travail de partenariat doit se construire progressivement** à travers le temps.

Les perspectives pour 2024

Les changements de comportements reposent sur un **processus long et de répétition**. Pour le CPIE Bassin de Thau, il est essentiel de reconduire et de renforcer ces actions. Le format est à réfléchir de nouveau en concertation avec les ambassadeurs de la campagne lors du comité technique à venir en décembre 2023, puis lors du comité de pilotage à prévoir en janvier 2024.

Quelques idées et actions envisagées pour 2024 :

- la **communication sur les réseaux sociaux** reste un levier puissant et efficace en termes de coût-bénéfice : la poursuite du travail avec l'UVPO et Pavillon Bleu permettrait de trouver une démarche de valorisation obligeante pour que la campagne soit davantage portée au sein des ports.
- une campagne avec un « **bateau école Ecogestes** » qui parcourt le canal et sensibilise à chaque escale à travers un programme d'animation pour différents publics cibles : une séquence pour les agents du ports, une séquence conviviale pour les plaisanciers, et des animations plus générales biodiversité pour le grand public (sur 1 ou 2 jours)
- mise en place d'une **aire fluviale éducative** à Frontignan sur le canal, pour déployer une action collective et initier un partage entre acteurs du canal et jeunes (classe de CM1), qui seraient nos portes-parole.



Ci dessus :

Ecluse de Fonsérannes visitée en 2022: la campagne Ecogestes fluvial est en cours de construction et pleine de perspectives

capturer supports direct manque intégrer
capter tourisme biodiversité travail
impact changements plaisanciers
lumière été 2024 sensibilisation clients
public format fluviatil
2023 campagne vidéo
toujours ports large ample
permet CPE enjeux long canaux
intéret ciblée ciblée volet mise
cyclistes environnement
cette diffusion re canaux
réaliser réaliser pose aussi
offices construire



Ci contre :
Animations de stands durant l'été 2023 :
Castelnaudary, Frontignan et Toulouse (Saint-
Sauveur)



BASSIN DE THAU

Entre Terre et Lagune

 60 boulevard Victor Hugo, 34 110 Frontignan

 info@cpiebassindethau.fr

 04.67.24.07.55

 www.cpiebassindethau.fr

Suivez-nous sur :

