



Conservatoire
des Espaces Naturels
du Languedoc-Roussillon



Deuxième campagne de sensibilisation LIFE+ LAG'Nature Bilan année 2011

Ce document constitue le bilan de la seconde campagne de sensibilisation du projet LIFE+ LAG'Nature. Il a été élaboré par le GRAINE LR, suite aux retours des différents acteurs impliqués dans le projet.

Sommaire

1. [Introduction](#)
 - 1.1 [Préparation de la campagne](#)
 - 1.2 [Coordination logistique](#)
 - 1.3 [Cadre d'évaluation](#)
2. [Bilan quantitatif](#)
 - 2.1 [Projets scolaires](#)
 - 2.2 [Animations Aucèl](#)
 - 2.3 [Sorties nature](#)
3. [Bilan qualitatif](#)
 - 3.1 [Projets scolaires](#)
 - 3.2 [Animations Aucèl](#)
 - 3.3 [Sorties nature](#)
 - 3.4 [Matériel perdu ou dégradé](#)
 - 3.5 [Nouveautés](#)
4. [Perspectives](#)

1. Introduction

1.1 Préparation de la campagne

L'année 2011 a constitué la seconde campagne de sensibilisation du LIFE+ LAG'Nature. Elle s'est articulée autour des 3 volets : les animations Aucèl et sorties nature en période estivale et les projets scolaires mis en place à la rentrée 2011. Forte de l'expérience de l'année passée, elle s'est construite au regard du bilan de la précédente campagne, de manière à s'ajuster au mieux aux besoins de chaque acteur.

En effet, quelques modifications ont été apportées, notamment sur la forme des 3 volets, dont voici l'organisation :

- **augmentation du nombre journées de déploiement de l'Aucèl**

Constituant l'élément central et innovant de la campagne, le nombre d'animations Aucèl a été augmenté en 2011, passant de 9 journées par territoire en 2010 à 11 ou 12 jours en 2011.

- **diminution de la durée des projets scolaires**

La durée des projets scolaires a été réduite, passant de 8 demi-journées par classe en 2010/2011, à 4 demi-journées d'intervention pour 2011/2012. Fréquence qui semblait relativement correcte pour mener à bien un projet pédagogique avec une même classe.

- **focus des sorties nature sur un territoire**

Les sorties nature ont été regroupées sur le site de RIVAGE, territoire pour lequel les besoins sur ce type d'actions étaient les plus importants. 10 sorties nature ont donc été programmées autour de l'étang de Salses-Leucate, au lieu de 2 par territoire l'an passé.

A l'instar de l'année passée, un appel à projets a été diffusé fin 2010 par le GRAINE auprès des acteurs

EEDD en réseau sur l'animation des trois volets de la campagne. Début 2011, le comité de pilotage LIFE Education à l'Environnement, composé du GRAINE, du CEN, des cinq syndicats mixtes et des partenaires financiers, a sélectionné les structures qui interviendront parmi les réponses à l'appel à projets.

Une formation Aucèl, ouverte à tous les membres du réseau, a été organisée en amont de la campagne afin que les animateurs découvrent l'aménagement de l'Aucèl et les outils qu'il contient. Vingt éducateurs se sont donc retrouvés le 12 mai 2011 aux Salines de Villeneuve-lès-Maguelone afin de se familiariser avec l'outil. Au programme : apprentissage du montage et du démontage de l'Aucèl, découverte et prise en main des outils, point sur le fonctionnement logistique des déploiements. Cette journée était obligatoire pour les animateurs intervenant pendant l'été, et n'ayant jamais suivi l'une des formations Aucèl précédentes. Certains d'entre eux n'ayant pu être présents ce jour-là ont dû participer à l'une des journées de déploiement organisé avant le passage sur leur territoire.

[Retour au sommaire](#)

1.2 Coordination logistique

Suite au choix des structures intervenantes, un temps important de coordination a permis au GRAINE et aux cinq syndicats mixtes d'organiser le déploiement de l'Aucèl tout au long de l'été. Les syndicats mixtes ont été responsables du choix des lieux précis de déploiement de l'Aucèl, du lien avec les communes de leur territoire, ainsi que du transport du véhicule d'un site à l'autre. L'Aucèl a été entreposé en lieu sûr chaque nuit. Des conventions de partenariat ont été signées d'une part entre le GRAINE et les cinq syndicats mixtes, et d'autre part entre le GRAINE et les structures de terrain.

L'expérience de l'an passé a permis d'être plus efficace en terme d'organisation et de coordination, à la fois pour les syndicats mixtes et pour le GRAINE.

Planning 2011 Campagne LIFE

14 et 15 mai : SIEL
28 et 29 mai : SMBVA
Du 29 juin au 1^{er} juillet : SMCG
Du 2 au 12 juillet : SYMBO
Du 14 au 24 juillet : RIVAGE
Du 26 juillet au 4 août : SMBVA
Du 6 au 13 août : SIEL
Du 14 au 21 août : SMCG
17 et 18 septembre : SIEL
24 septembre : RIVAGE
9 octobre : SIEL

Afin de limiter les longs déplacements, dans un souci de logistique et de réduction du bilan carbone, le camion s'est déplacé en suivant une logique géographique des territoires pendant la « haute saison » de la campagne.

Ce sont tout de même 4635 kilomètres parcourus en 2011, face à 1835 km en 2010. Cette différence s'explique par la disponibilité de l'Aucèl sur la totalité de l'année 2011 (inauguration en juin 2010) et le nombre total de déploiements plus important en 2011.

1.3 Cadre de l'évaluation

Des documents de bilan ont été transmis à chacun des animateurs des 3 volets, ainsi qu'aux syndicats mixtes. Ces documents ont permis à l'ensemble des acteurs éducatifs de noter des éléments d'évaluation quantitative et qualitative. Par qualitatif, nous entendons des remarques permettant de faire évoluer le contenu des animations, le matériel, les lieux et horaires de déploiement, d'avoir un retour des visiteurs, etc. Nous ne sommes pas en capacité, aujourd'hui, de réaliser une évaluation permettant de mesurer l'impact réel et à long terme de nos pratiques éducatives sur les publics visés. La consolidation de ces documents renseignés par les animateurs nous ont permis de produire les résultats et préconisations décrits dans ce document.

[Retour au sommaire](#)

2. Bilan quantitatif

2.1 Projets scolaires

Les projets scolaires de la première campagne s'étant achevés au mois de juin 2011, il est possible désormais de dresser un premier bilan.

Deux projets scolaires ont été menés sur chaque territoire, chacun s'articulant autour de 8 demi-journées. Au total :

- **80** demi-journées d'intervention
- **16** classes, **412** élèves sensibilisés : CP, CE1, 5 CE2, CM1, 6 CM2, 6^{ème}, 5^{ème} SEGPA
- **1** journée Aucèl dans un collège

En 2011/2012, ce sont **40** demi-journées d'intervention prévues pour la seconde campagne.

L'Aucèl a également été déployé lors des Journées Départementales de l'Éducation à l'Environnement qui ont eu lieu dans 3 départements (11, 30 et 66). Ces journées rassemblent une grande partie des scolaires du territoire autour de la thématique de l'environnement.

Ce sont donc : • **4** journées Aucèl lors des JDEE
• **737** enfants au total participants à l'animation Aucèl

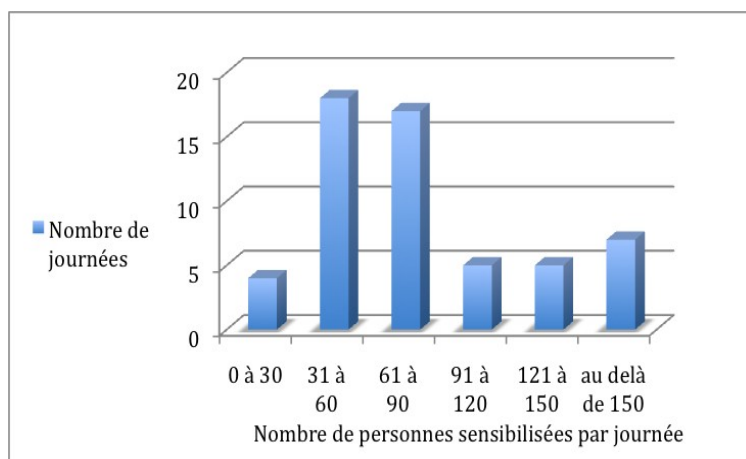
[Retour au sommaire](#)

2.2 Déploiement de l'Aucèl

2.2.1 Résultat global

- **57** jours d'animation Aucèl
- Plus de **4600** visiteurs sensibilisés (56 fiches renseignées sur 57)
- **81** personnes en moyenne par jour

Par rapport à l'an passé, on compte 9 journées supplémentaires de déploiement et 900 personnes sensibilisées en plus. Cette différence peut s'expliquer par l'expérience acquise lors de la campagne précédente.



Les jours de forte fréquentation sont liés au lieu de déploiement, aux horaires adaptés en fonction du lieu de déploiement, et à une manifestation à laquelle l'Aucèl participe.

Le nombre maximum de visiteurs comptabilisés en une journée s'élève à 222 personnes, sur le territoire de RIVAGE. L'Aucèl était déployé sur l'ensemble de la journée, sur un lieu à forte fréquentation où beaucoup d'étrangers étaient présents (parking de la plage). Les animateurs parlant anglais, ils ont donc pu communiquer et leur proposer des animations.

On compte au total 16 journées ayant rassemblé plus de 100 personnes.

Les jours de plus faible fréquentation sont souvent liés au début de saison, à un mauvais emplacement et à la météo. Le nombre minimum de visiteurs comptabilisés en une journée s'élève à 12 personnes, toujours sur le territoire de RIVAGE, en raison d'un faible passage à cet endroit, malgré un temps de déploiement assez long et la pleine saison estivale.

Il est tout de même à noter qu'une faible fréquentation permet aux animateurs d'accorder plus de temps à chaque visiteur, ce qui ne peut qu'améliorer la qualité de l'échange par rapport à un moment où il se trouverait débordé par un nombre de visiteurs trop important.

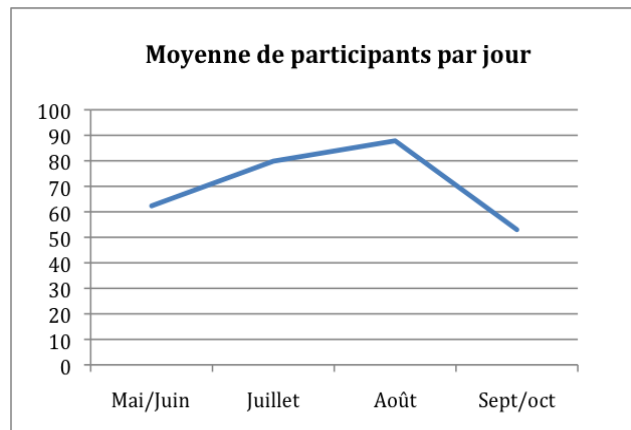
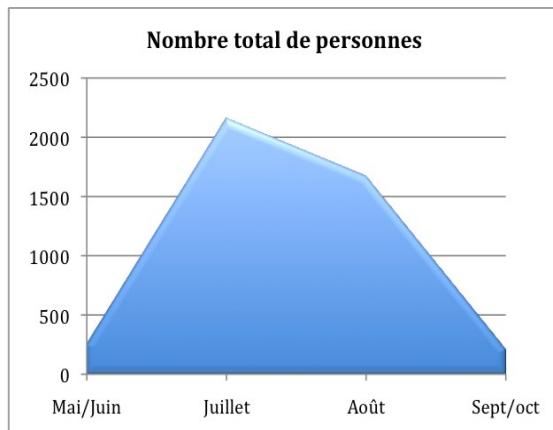
Deux journées ont été annulées ou reportées à cause de la météo.

Un centre de loisirs a été accueilli sur l'Aucèl lors de son passage sur le territoire du SMCG : public sensibilisé et attentif.

2.2.2 Répartition par mois

	Nb de fois	Nb total de personnes	Moyenne de participants par jour
Mai/Juin	4	249	62
Juillet	27	2156	80
Août	19	1669	88
Sept/octobre	4	212	53

A l'instar de l'an passé, les pics de fréquentation ont été enregistrés entre fin juillet et mi-août, sans doute du à une période estivale de haute fréquentation touristique. Le début et fin de saison accueillant toujours moins de monde.



2.2.3 Répartition par territoire

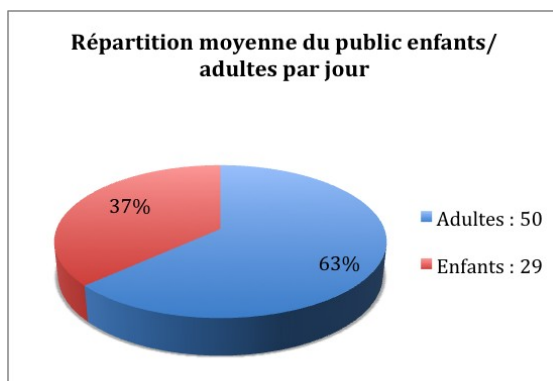
	SYMBO	RIVAGE	SMBVA	SIEL	SMCG
Nombre de déploiements	11	11	11	12	11
Nombre total de personnes sensibilisées	815	818	1070	965	818
Moyenne de personnes / jour	74	74	97	80	74

Le but ici n'est pas de rentrer dans une compétition entre territoires, mais de comprendre quels facteurs peuvent expliquer le fait que certains territoires aient attiré plus de participants lors des déploiements de l'Aucèl.

Tout d'abord, il est à constater que le territoire du SMBVA a accueilli l'Aucèl fin juillet/début août, période de grande fréquentation touristique (cf.2.2.2). Le SIEL ayant ensuite récupéré le véhicule début août.

Par ailleurs, on peut constater que par rapport à l'an passé il existe une plus grande homogénéité du nombre de personnes sensibilisées entre les territoires. Cela peut s'expliquer par l'expérience acquise lors de la première campagne. Chaque territoire avait pu constater quels étaient les lieux adaptés ou non pour accueillir l'Aucèl.

2.2.4 Répartition visiteurs Enfants / adultes



/ soirée

Seulement la moitié des fiches retour précise le nombre d'enfants et d'adultes sensibilisés, et elles ne concernent seulement que 4 territoires sur 5. Ces chiffres sont donc à relativiser au regard de l'ensemble de la campagne.

2.2.5 Format de déploiement journée

Contrairement à 2010, la majorité des animations ont eu lieu sur un format après-midi ou soirée, le temps de déploiement ayant été réduit afin de respecter des journées de travail de 8h.

Au regard des chiffres de fréquentation, on constate que la

présence de l'Aucèl sur une journée entière ne permet pas forcément de sensibiliser davantage de monde – un creux en milieu de journée se fait généralement sentir en terme de fréquentation. Les horaires bien définis en fonction du lieu ou de la manifestation sont en revanche plus efficaces.

	Matin	AM	Journée complète
Nombre de jours	14	27	16
Nombre total de personnes	1151	2199	1205
Moyenne de personnes / jour	82	81	75

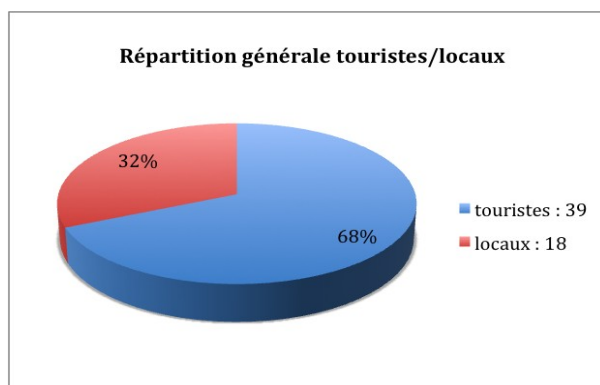
[Retour au sommaire](#)

2.3 Sorties nature

En 2011, **10** sorties nature étaient programmées sur le territoire de RIVAGE, dont 3 ont été annulées faute de participants.

Cette difficulté peut s'expliquer par :

- le mauvais temps ;
- le lieu de départ de ces sorties relativement à l'écart du lieu de résidence des touristes ;
- les modalités de participation ne permettant pas de comptabiliser le nombre d'inscrits. En effet, l'inscription au préalable n'étant pas obligatoire, et toutes les informations concernant les sorties étant accessibles (jour, horaires, lieu de rendez-vous), les participants pouvaient se rendre directement sur place le jour même. Ce fonctionnement obligeait l'animateur à se déplacer sans forcément savoir combien de personnes seraient présentes. Une réservation par téléphone aurait donc été préférable et aurait davantage engagé les personnes intéressées.
- La communication de l'événement peut-être encore trop restreinte ?



Au total, ce sont **82** participants, dont 75 adultes et 7 enfants, soit en moyenne **12 personnes par sortie** en dehors des sorties annulées.

Plus des 2/3 des participants étaient des touristes – une seule fiche n'ayant pas mentionné la répartition entre locaux et touristes.

[Retour au sommaire](#)

3. Bilan qualitatif

Ces éléments qualitatifs se basent sur les retours des animateurs et des syndicats mixtes – ce sont donc des « remontées de terrain », auxquelles s'ajoutent les perspectives d'Erwan Billon et d'Emilie Guillemot, responsables de la campagne LIFE au GRAINE, suite à la coordination et aux passages sur site durant tout l'été.

3.1 Projets scolaires

2010/2011

Les derniers projets scolaires de l'année 2010/2011 se sont terminés en juin 2011. Ils se sont articulés entre interventions en classe, sorties de terrain et ateliers divers (jeu de rôle, Aucèl...), répartis en fonction du déroulement pédagogique proposé par les éducateurs.

Lors du recueil des représentations initiales chez les élèves, on s'aperçoit qu'ils associent souvent le littoral à un espace de loisir, sans forcément remarquer de quoi il est constitué. Le bilan en fin de

projet permet de constater l'évolution de cette vision chez les élèves et la prise de conscience de la richesse du milieu.

Pour les ateliers ou interventions en classe, le travail en petit groupe peut être plus efficace qu'en grand nombre, mais s'avère difficile pour les classes agitées.

Les interventions du personnel des syndicats mixtes lors des sorties ont été très appréciées, à la fois par les animateurs et par les élèves et enseignants, qui ont pu bénéficier d'un apport de connaissances supplémentaire à propos du territoire concerné.

L'Aucèl a été déployé dans un collège lors de la dernière journée d'intervention d'une animatrice. Cette initiative a été très remarquée et a permis à l'ensemble des classes du collège de bénéficier du projet, les élèves adoptant la posture d'animateurs des outils au regard de ce qu'ils avaient appris au cours du projet. Le collège a ainsi déjà demandé à l'association de reconduire l'action l'année prochaine.

A défaut de pouvoir déplacer le camion dans l'enceinte de l'établissement, certains animateurs ont amené les outils du LIFE en classe, initiative également très appréciée par les élèves.

Certains travaux créés lors des ateliers ont fait l'objet d'exposition ou de présentation auprès de l'ensemble du collège et des parents d'élèves. Cette démarche valorisant le travail des classes et permettant de communiquer sur les projets, a ainsi permis à l'ensemble des acteurs de l'établissement de profiter également de ce projet.

Le bilan général est très satisfaisant, les élèves et enseignants se sont révélés très investis dans les projets et ont beaucoup apprécié la diversité des outils utilisés, ainsi que la complémentarité entre les différentes interventions. Le format confortable de 8 demi-journées a permis aux animateurs de proposer des projets de qualité en utilisant divers supports pédagogiques, répartis sur une partie de l'année scolaire.

Certains établissements ou enseignants souhaitent renouveler l'opération pour l'année suivante, ce qui témoigne d'une partie de la réussite du projet.

Difficultés rencontrées

- Organiser les déplacements en bus
- La météo parfois défavorable pour les sorties – possibilité de décaler au printemps ?
- Les dates d'interventions à fixer rapidement
- La préparation du projet demandant beaucoup de temps et n'étant pas financée
- Le lien difficile à faire avec certaines communes qui favorisent l'urbanisation

2011/2012

Les premiers projets ont commencé pour cette deuxième campagne et se présentent sous la forme de 4 demi-journée ou deux journées d'intervention.

Au total, 2 projets par territoire sont prévus, avec 10 classes, dont un groupe d'élèves en situation de handicap.

Les premiers retours de cette deuxième campagne déplorent la diminution du nombre de journées disponibles pour ce volet, 4 demi-journées s'avérant un peu juste, les enseignants et éducateurs restent frustrés de ne pas pouvoir aller plus loin dans le projet.

Un juste milieu est peut-être à trouver entre répartition des animations entre les 3 volets de la campagne et nombre de jours suffisants pour mettre en place les interventions souhaitées et développer ainsi des projets pédagogiques de qualité.

[Retour au sommaire](#)

3.1 Déploiements de l'Aucèl

En début de campagne, une formation Aucèl a été organisée par le GRAINE. Le but était pour les nouveaux animateurs de découvrir le dispositif et de s'appropriier les outils qu'il contient. Certaines personnes ayant déjà participé à la campagne 2010 étaient également présentes afin de se « rafraîchir la mémoire » avant d'entamer une deuxième saison. Cette journée est obligatoirement à prévoir pour chaque campagne.

Coordination

L'Aucèl est doté de plusieurs documents de suivi contenus dans le carnet de bord : une fiche de

déplacements (kilométrage, lieux de départ et d'arrivée, date etc.), une fiche d'observation (état du camion et des outils...), ainsi qu'un inventaire des outils à réaliser à chaque passage de main entre syndicat mixte. Certaines fiches du carnet de bord ont été mal remplies par les utilisateurs de l'Aucèl, notamment l'inventaire, qui n'a pas été renseigné pendant tout un mois. Une vérification plus régulière et un rappel systématique aux utilisateurs seront donc à faire par le GRAINE pour les futures sorties du camion.

Erwan Billon, stagiaire au GRAINE, était la personne référente auprès des syndicats mixtes pour l'ensemble de la campagne, sous le pilotage d'Emilie Guillemot, coordinatrice du projet. Il a passé une trentaine de jours sur le terrain, tout au long de l'été, disponibilité appréciée par les syndicats mixtes. Certaines périodes ont été plus chargées que d'autres en terme d'animation de terrain, et se sont donc avérées assez fatigantes. Le profil « animation » est à demander impérativement pour le stagiaire de la prochaine campagne.

Aucun problème majeur n'est survenu pendant cette période. La bonne communication entre syndicats mixtes et GRAINE a permis de bien gérer les problèmes mineurs.

Animations et outils

Globalement, l'expérience de l'an passé a permis une meilleure appropriation de l'Aucèl (outils, montage, animations).

Dans l'ensemble les retours des animateurs et gestionnaires à propos du camion sont positifs en terme de support d'animation. L'Aucèl est un outil qui propose des ateliers intéressants, c'est un dispositif qui permet d'attirer le public, de par son aspect visuel, mais également par le biais de son contenu, ludique et adapté à toutes les tranches d'âge.

En revanche, la lourdeur de l'outil est encore une fois le principal élément négatif de cette action. Malgré les aménagements effectués pour réduire le poids des éléments qui le composent, son déploiement reste difficile et fatigant, surtout lorsque les animateurs interviennent plusieurs jours de suite.

⇒ Voir si possibilité de faire venir le camion à deux périodes différentes pendant l'été et d'éviter que les mêmes animateurs ne soient présents plus de 2 jours d'affilés.

Les boîtes à toucher et la maquette de bassin versant sont les outils qui permettent « d'accrocher » le plus facilement les promeneurs - bien qu'attirer l'attention du public reste parfois difficile. Les animateurs doivent aller à la rencontre des gens, qui généralement ne viennent pas d'eux-mêmes, surtout si l'espace d'accueil est vide. Les enfants servent souvent de leviers pour sensibiliser les parents car ils sont curieux et viennent plus facilement vers le stand pour découvrir les outils.

Un atelier « lecture de contes » a été organisé et a connu un franc succès : beaucoup de personnes sont venues d'un seul coup et ont ensuite participé aux autres animations du camion.

Certaines personnes se souviennent d'avoir vu le véhicule sur le littoral l'été précédent. L'Aucèl commence donc à être identifié par les usagers de cet espace.

Les posters, banderoles et le tableau noir acheté cette année sont des outils de communication efficaces pour signaler la présence de l'Aucèl, sa mission et les animations. Il importe d'afficher les posters avant l'arrivée du camion sur le territoire, les syndicats mixtes disposant désormais dans leur structure d'un certain nombre d'exemplaires.

Globalement, il y a eu une meilleure mobilisation des partenaires territoriaux (communes, offices du tourisme...) pour la logistique, la communication et l'intérêt porté au projet.

Le lien entre syndicats mixtes et associations de terrain s'est également conforté (rencontre, partage de connaissances et d'outils...). Pour la prochaine campagne, il sera tout de même nécessaire que le GRAINE rappelle aux associations de prendre contact avec le syndicat mixte du territoire avant de commencer leurs interventions ; ceci afin d'établir un premier contact, de se présenter mutuellement, d'aborder les questions de logistique et de discuter de certains points qui sembleraient importants pour le bon déroulement de la campagne.

Certains lieux de déploiement attirent plus de monde que d'autres (accès unique à la plage comme à la Yole - SMBVA, ou à Toreilles - RIVAGE, marchés, offices du tourisme...).

En général, lors des déploiements sur les plages, les gens sont pressés d'aller profiter de la mer. Il est donc difficile d'attirer leur attention sur les animations proposées par l'Aucèl. Les horaires les plus intéressants semblent être entre 15h et 20h. Cette plage horaire permet de sensibiliser à la fois les

personnes qui arrivent sur la plage vers 15/16h et celles qui en repartent aux alentours de 19h/20h. Les animations sur les marchés permettent généralement de sensibiliser un nombre important de personnes.

Lieux ou horaires de déploiement souvent intéressants

- chemin ou entrée du marché (avant 12h30)
- proche d'un office du tourisme
- à côté d'un arrêt de bus
- entre midi et deux au port (arrivée des bateaux)
- en fin d'après-midi sur les plages
- lors d'un événement particulier (à condition d'être bien placé et non à l'écart)

La météo n'était parfois pas forcément au rendez-vous (vent, pluie), ce qui a conduit à une fréquentation très faible ces jours-là ou à l'annulation de journées d'animation.

Lieux ou horaires de déploiement souvent inadéquats

- à côté d'un espace de restauration
- à côté d'un autre stand, sauf les bibliothèques de plage
- un lieu peu passant

Un incident en terme d'emplacement a eu lieu cette année : un stand Nivea était installé à la place où l'Aucèl devait se trouver. Il a dû être déployé un peu plus loin et n'a pas attiré beaucoup de monde, le stand d'à côté distribuant des échantillons gratuits a accaparé l'attention des gens. Cette difficulté est peut-être due une mauvaise organisation des événements de ce type par la mairie, ou à un problème de communication entre syndicat mixte et office du tourisme/mairie.

Éléments à améliorer ou à apporter

L'Aucèl croise la route de nombreux touristes étrangers. Les animations se font alors en anglais. Il serait donc intéressant de proposer un petit lexique français/anglais pour les animateurs, avec les noms des coquillages, des différents habitats etc...

D'autres livres naturalistes sur la faune et la flore du littoral seraient très utiles afin que les animateurs puissent répondre correctement aux nombreuses questions posées par les personnes passant sur le stand.

Il manque également un support sur les oiseaux des zones humides.

Un jeu de belles photos plastifiées représentant les principaux éléments dont on parle (hippocampe, anguille...) viendrait compléter la boîte à outil et illustrer les discussions.

La question du poste pour diffuser des chants d'oiseaux ou autres est revenue. Le problème est toujours le même : trouver un moyen de faire fonctionner un poste sans pile et sans user la batterie de l'Aucèl...

Les boîtes à toucher commencent à être vides à partir du milieu de la campagne (les étoiles de mer et autres os de seiche sont fragiles). Il faudrait donc peut être penser à constituer une sorte de « réserve » à lisses de mer, afin de pouvoir en disposer tout l'été, ou rappeler aux animateurs d'apporter ce dont ils disposent.

Les syndicats mixtes et les associations ont souvent des outils pédagogiques complémentaires qui aident bien lors des animations (jeu des empreintes de pas d'animaux, pions pour les villes et autres sur la maquette, documentation...).

Il serait intéressant de relancer les associations pour l'utilisation du bar (expériences, etc...).

Sur certains territoires, les jours sans vent sont rares (RIVAGE, SMBVA), les voiles sont donc peu déployées, ce qui rend l'Aucèl moins accueillant (soleil) et moins esthétique.

Les fanions achetés cette année pour palier à ce problème décorent bien le camion, mais se sont avérés trop bruyants lors de leur prise au vent, ce qui peut être gênant pour réaliser les animations.

⇒ Voir si possibilité de trouver des voiles plus légères.

Une boîte à outil complète serait fortement appréciée en cas de légères réparations à effectuer sur l'Aucèl et son matériel (tournevis, pinces, marteau, ficelle, scotch...).

Le marquage des éléments de l'Aucèl est à accentuer pour en faciliter le montage.

3.2 Sorties nature

Au delà des 3 sorties nature n'ayant pas accueilli de participants, le choix d'orienter les sorties sur le territoire de RIVAGE a tout de même permis d'impulser une dynamique, notamment auprès des élus du territoire.

Les sorties LIFE se sont entrecroisées avec des sorties proposées dans le cadre du programme Esti'scapades, et ont été réunies sur une même plaquette d'information. Disposer d'un même support de communication a permis aux personnes intéressées de reporter plus facilement leur sortie en cas d'intempéries ou d'indisponibilité. L'idée de rédiger des conventions entre syndicats mixtes et offices du tourisme a été lancée, afin de formaliser davantage le partenariat, et définir les rôles et responsabilités de chacun dans ce type de projet. Quant aux participants il semblerait qu'ils aient été satisfaits de leur animation, la spécificité de chaque structure et animateur permettant une diversité de propositions pour répondre aux centres d'intérêts de chacun.

[Retour au sommaire](#)

3.3 Matériel perdu ou dégradé durant cette campagne

3.3.1 Matériel perdu :

- 2 photos aériennes
- 1 vis papillon pour le plateau du bar
- mousse de protection pour les tables

3.3.2 Matériel abimé :

- 1 poids bol cassé en deux
- 2 mâts porte-étendard cassés
- 1 fixation d'un mât enfoncée
- 1 aquarium cassé
- caisse de rangement des tables abimée
- autocollant abimé sur la porte latérale droite arrière et face latérale gauche
- 2 pas de vis sur 4 décollés sur socle du bar
- quelques tabourets déchirés
- quelques coquillages décollés dans les vitrines
- 1 loupe binoculaire fonctionne mal (problème de vis de mise au point)
- 1 bloc cascaïl coupé en 2
- la boîte de cartes abimée
- 1 fixation du tableau noir cassée
- 1 fiche réponse pour les vitrines abimée par la pluie

[Retour au sommaire](#)

3.4 Les nouveautés pour la prochaine campagne

- les t-shirts animateur Aucèl (qui ont déjà été utilisés en fin de campagne)
- des dépliants pédagogiques complémentaires avec des versions en anglais, catalan et espagnol
- un présentoir de document dans l'Aucèl
- de nouveaux magnets pour le transect
- le jeu de rôle dernière version

[Retour au sommaire](#)

4. Perspectives

Campagne 2012

En plus des pistes énoncées pour la prochaine campagne dans les chapitres précédents, la mise en place de formations complémentaires pour préparer au mieux la dernière saison LIFE a été évoquée. Deux types de formations pourraient ainsi être proposés aux animateurs :

- **Accroche du public** : Comment interpeler le public non captif ? Comment le faire venir sur le stand plus facilement ? Comment accrocher l'attention sans forcer la main ?
- **Cadres et territoires d'intervention** : formation sur les dispositifs de référence dans le

cadre desquels ils interviennent (Natura 2000, LIFE...), ainsi que sur le territoire de chaque syndicat mixte pour une meilleure connaissance des enjeux, problématiques et actualités des sites par les animateurs.

Déploiement Aucèl hors-LIFE

En dehors de la période estivale, l'Aucèl peut être mis à disposition des structures qui souhaitent l'utiliser. Des animations Aucèl ont donc été proposées lors de plusieurs événements : la Fête de l'environnement, Cap sur les lagunes, Vert Demain, le Raid Méjean, Terre d'Octobre, une formation acteurs du tourisme, les Journées mondiales des zones humides, la Charte Nature 2000 Chasse, Famille Plus, Festi'Jump, certains marchés... Au total, 6 structures ont été à l'initiative de ces déploiements : le SIEL, RIVAGE, le CEN LR, les Ecologistes de l'Euzière, la MDE 34 et l'Office du tourisme de Carnon.

Voici un récapitulatif chiffré des sorties ayant eu lieu jusqu'à présent :

- **18** journées de déploiement (8 en 2010 et 10 en 2011)
- **1450** personnes environ
- **81** personnes par jour en moyenne

Le nombre de personnes sensibilisées est à relativiser car seulement la moitié des fiches retour ont été renseignées par les animateurs. Ce total a été calculé sur la base des chiffres indiqués lors de déploiements similaires.

A terme, nous allons tenter de favoriser le déploiement de l'Aucèl en dehors des cinq sites pilote pour étendre son usage à l'ensemble du territoire régional.

Un dossier de communication sur l'outil, à l'attention des municipalités, des écoles et des centres de loisirs, est en cour de finalisation et devrait être diffusable avant fin 2011.

L'utilisation de l'Aucèl lors de journées de formation des acteurs est très apprécié et à développer davantage.

Après-LIFE

Des pistes de réflexion sur la structuration de l'EEDD sur certains territoires sont déjà amorcées afin de pérenniser et développer la dynamique déjà en cours. Un des objectifs des prochaines réunions du comité de pilotage LIFE EE sera notamment d'échanger sur ces perspectives EEDD « après-LIFE ».

[Retour au sommaire](#)