**ASSEMBLEE MARITIME POUR LA CROISSANCE REGIONALE ET L’ENVIRONNEMENT**

**COMPTE-RENDU DE LA**

**COMMISSION Sensibilisation Des Publics**

**Réunion du 27 novembre 2017**

**Accueil des participants par Mme BENEDETTI, Présidente de la Commission Sensibilisation.**

**Présentation de Mme Solène MATTLIN, chargée de mission de Mme FONTENOY, vice-présidente Environnement, Energie et Mer** qui a rappelé la priorité qu’est l’Assemblée maritime pour la vice-présidente.

Cette 2ème réunion de la commission a pour objet de définir une feuille de route des actions à mettre en œuvre. Remerciements à tous les membres d’être si nombreux pour suivre ces travaux.

**Rappel des conclusions de la Commission du 27 juin 2017**

* Conclusion du rapport de stage de Fanny ROYANEZ : le Réseau Mer constitue un intermédiaire clé dans l’élaboration et la mise en place des politiques publiques maritimes. Il est une véritable ressource pour le décideur. Ce dernier peut, en effet, s’appuyer sur des actions de sensibilisation pour expliquer ses décisions et interagir avec la société civile. Cette démarche facilite la mise en œuvre de ses mesures sur le territoire. **Les actions de sensibilisation peuvent ainsi être comparées à des instruments de politiques publiques.**
* Réfléchir aux moyens pour faire prendre conscience aux décideurs de l’intérêt de faire de la sensibilisation un levier pour l’action publique : les citoyens opèrent désormais leurs choix non plus en fonction du simple processus électoral mais en fonction de leur contribution aux décisions publiques.
* Se rapprocher du monde de la recherche et des sciences humaines et sociales pour travailler, par exemple, sur les sujets suivants : la biodiversité, les ports, l’impact des composants chimiques sur la vie marine, les déchets marins, les changements de comportements, l’acceptation des mesures de gestion, la sensibilisation comme instrument de politiques publiques…
* Fernand BRAUDEL a défini la « maritimité » comme le lien que développe une population avec la mer. Le lien culturel et identitaire qu’une population tisse avec la mer est très spécifique. Comment les gens vivent la mer au quotidien ? La sensibilisation des publics sera plus efficace si l’on tient compte de leur spécificité sociale et culturelle.
* Un rapprochement du monde économique et du monde de l’environnement doit être opéré. Les deux types d’acteurs ont besoin de la sensibilisation des publics pour que le partage de l’espace maritime entre les différentes activités soit compris et accepté. Il faut trouver des moyens pour réussir ce pari, en obtenant des partenariats d’entreprises. La dynamique de réseau favorisera la concertation entre les différentes parties prenantes.
* Beaucoup d’actions ont été menées pour la sensibilisation des enfants et des jeunes. Une fois adulte, comment faire revivre ces messages ? Le volet scolaire n’est pas complexe à traiter grâce aux partenariats avec l’Education nationale. Par contre, comment développer les actions à destination des décideurs ? Comment toucher le grand public non impliqué, celui qui ne vient pas spontanément chercher mes informations ?

**Validation du compte rendu de la réunion du 27 juin 2017**

Erreur dans l’intitulé de la Fédération du patrimoine marin : Fédération Française du Patrimoine Maritime Méditerranéen.

Cette modification faite, le compte rendu de la réunion du 27 juin 2017 est validé et sera envoyé à tous les participants.

**Proposition lors de la réunion du 27 juin 2017 de création de trois groupes de travail**

Après échanges et réflexions, la priorité sera mise sur les groupes 2 et 3, notamment celui dédié au développement d’une citoyenneté maritime.

* Un groupe de travail chargé de réfléchir **sur la structuration du travail de sensibilisation avec des groupes de travail locaux**: comment construire un réseau par territoire avec des référents, des ambassadeurs ? Les expériences passées nous ont montré que démultiplier les réseaux sur les territoires n’étaient pas très efficaces car difficulté notamment pour assurer l’animation de ces réseaux (problèmes financiers).
* Un groupe de travail « **Outils** » : Identifier les outils pédagogiques, numériques, de communication à valoriser ou à développer. Le travail de synthèse de Fanny ROYANEZ fait le point des outils créés dans le cadre du Réseau mer. Créer des outils est une tâche facile. Toutes les personnes de cette commission ont les compétences pour créer des outils. Cette commission peut être plus ambitieuse.

Le Réseau Mer a été une formidable machine humaine pour mettre en place des projets. Il a permis de mettre en exergue la richesse de créer des outils pédagogiques collectivement. Il a été proposé de **promouvoir toutes les actions menées jusqu’à ce jour pour la sensibilisation à la mer lors d’un évènementiel** organisé à l’Hôtel de Région.

Autre option envisagée dans la poursuite des réflexions suite à cette réunion, proposer au Président de la **Commission d’Etudes et de Travail Environnement, Mer** de prendre un temps de présentation de ces productions. Mme BENEDETTI, membre de cette commission pourrait présenter les travaux de la Commission Sensibilisation de l’AMCRE avec l’appui d’une délégation de 3 ou 4 personnes qui présenteraient la dynamique du Réseau mer et ses productions.

* Un groupe de travail sur comment développer une conscience, une culture, **une citoyenneté maritime**.Il est décidé que c’est la préoccupation prioritaire qui peut retenir l’attention de cette commission et mobiliser les forces vices.

**Objectif de la réunion : Explorer les différentes possibilités pour développer une citoyenneté maritime en région Provence-Alpes-Côte d’Azur et identifier les priorités.**

Avant de rentrer dans le détail des actions que pourrait mener cette commission, il est important de partager ensemble une certaine vision des enjeux du territoire, des publics cible, des moyens à notre disposition ou des messages que l’on aimerait transmettre.

Rappel de la définition de l’éducation à l’environnement extraite du Réseau des parcs nationaux : L'éducation à l'environnement et au développement durable (EEDD) favorise l'apprentissage de l'esprit critique, basé sur la découverte, la compréhension et l'action. Elle s'attache de manière transversale aux dimensions environnementales, sociales, culturelles et économiques de notre société.

Dans les parcs nationaux, elle s'appuie sur le caractère des territoires aux patrimoines naturels, culturels et paysagers exceptionnels et préservés, ainsi que sur des valeurs de partage et d'engagement.

On garde en mémoire deux objectifs majeurs :

**- Concilier l’attractivité touristique du territoire aux enjeux environnementaux.**

**- Connaître la mer (beauté, émerveillement) pour une meilleure appropriation par le public.**

La connaissance des **enjeux du territoire régional** permettra d’adapter les besoins de sensibilisation :

- adaptation des plages aux changements climatiques, érosion des plages en lien avec le nettoyage manuel des plages ;

- aménagements du littoral et destruction irréversible des petits fonds côtiers, réservoirs de biodiversité;

- impacts du bassin versant sur la mer ;

- la restauration écologique des milieux dégradés ;

- l’impact des molécules médicamenteuses sur la biodiversité marine.

Les membres de la commission sont d’accord pour retenir ces principaux enjeux.

**Les publics cible** : les élus, techniciens des collectivités, professionnels (entreprises du nautisme, restaurateurs, hôteliers, plagistes, gestionnaires de ports, office du tourisme…), élèves des écoles et lycées, les acteurs de l’éducation [encadrants de l’Education nationale (enseignants, caisse de résonnance des messages auprès des élèves), partenaires associatifs, Caisse d’allocations familiales, délégués de parents d’élèves et médiateurs DDEN…], les éducateurs sportifs, grand public averti ou non impliqué…

Il a été évoqué la nécessité de se rapprocher du monde de l’entreprise. C’était le point faible du réseau mer, de ne pas avoir réussi à mobiliser suffisamment le monde de l’entreprise. Il est proposé d’associer les CCI, le Pôle Mer Méditerranée…

A ce stade, aucune priorité n’a été faite.

**Messages à transmettre au public…**

Affirmer l’intérêt du développement durable, une nécessité pour sauver l’Humanité…. vivre heureux, notion de bien-être, d’environnement de qualité, santé-environnement.

Recréer du lien avec la Nature.

Etre en harmonie avec les différents acteurs de la Vie (règnes végétal, animal, humain).

Respect et promotion de la biodiversité, services rendus par la biodiversité à l’Homme.

S’inspirer de la Nature, bio-inspiration.

Révéler le pouvoir d’agir du citoyen. Ambassadeur.

Mettre en exergue l’identité méditerranéenne par rapport à celle de l’atlantique.

…

**Echanges et propositions des membres de la commission**

Tout le monde est d’accord pour dire que l’on ne protège que ce que l’on connait. Il est donc important de rendre « accessible » le fond de la mer, les connaissances sur le milieu marin méditerranéen, les spécificités de la Méditerranée. Certains pensent que si ça ne se voit plus, ça n’existe plus.

Il est proposé les pistes de réflexions ou actions suivantes :

- Utiliser **le registre des émotions** pour toucher les publics, beauté, **émerveillement** des fonds marins, mais aussi images chocs (nettoyage du Vieux Port à Marseille, images chocs mais qui ne durent pas) ; émerveillement, oui, mais aussi **engagement**. Les actions menées depuis de nombreuses années ont montré que l’émerveillement seul ne suffisait plus. Le travail mené avec les **chercheurs en sciences humaines** a montré que l’engagement citoyen portait ses fruits.

- Développer une citoyenneté maritime régionale avec **l’appui des sciences humaines** ; et aussi en associant des structures, autres que celles spécialisées en éducation à l’environnement.

- **Le processus « écoute » est nécessaire à toute communication**. On ne peut pas parler à tout le monde de la même manière. Connaissons-nous suffisamment les publics ? Chacun a ses représentations. Il est peut-être utile de **se faire accompagner par un laboratoire de psychologie sociale**, **de sciences humaines** pour identifier quelles sont les attentes du public que l’on souhaite cibler. Faire appel à l’Observatoire Homme Milieu (CNRS) ou le GIS HOMER par exemple.

- **Les campagnes du Réseau Mer** ont permis depuis plus de 10 ans de faire remonter les besoins des publics. On a noté des changements de mentalités. On pourrait envisager de **mieux utiliser les données recueillies**.

- **Comprendre les liens entre le littoral et la mer**. Cela rejoint l’enjeu identifié bassins versants, l’impact des activités terrestres sur le milieu marin encore trop méconnu. Utiliser aussi les outils cartographiques pour apprécier les distances. Comment stopper le geste « jeter » ? Il ne doit pas y avoir de mer propre ou sale, on doit la respecter.

- S’appuyer sur les « **questions socialement vives** », ce sont des thématiques qui ont un réel intérêt pour les publics (questions qui font sens) : banquettes de posidonies sur les plages, effet des changements climatiques, risque de submersion, érosion des plages. Cela rejoint les enjeux du territoire régional.

- S’appuyer sur le potentiel économique des activités sous-marines, notamment la plongée. Une étude de l’Agence de l’Eau a montré que la plongée a le même poids économique que la pêche. **Le sentier sous-marin est un bel outil de sensibilisation des publics pour faire découvrir l’infra les petits fonds côtiers**.

Le prochain **appel à projets Marittimo (mars 2018)** peut permettre de développer un projet en lien avec les sentiers sous-marins. Se rapprocher de Tatiana LAMBERT de la Maison de la Région du Var qui pourra accompagner les porteurs de projets pour répondre aux axes retenus dans l’appel à projets.

- **La formation est une portée d’entrée pour accéder au monde de l’entreprise**. Ne pas négliger cette voie.

- Penser **à mobiliser les médias**. Belle couverture médiatique sur France
Bleu, avec deux membres de la commission qui font des chroniques régulières : « Bleu comme la Mer » sur France Bleu Provence avec Nardo VICENTE et « Planète Bleue » sur France Bleu Azur avec Richard CHEMLA. Chroniques aussi sur Radio Vinci en saison estivale avec la campagne Inf’Eau mer.

- Montage **d’actions de co-gestion de territoires** avec la mobilisation citoyenne et l’organisation de grands débats citoyens.

- Créer une **exposition de photos sous-marines**, **beauté de la Méditerranée** mais aussi **nuisances et pollutions.**

**Schéma synthétique élaboré en séance**

**Citoyenneté maritime : comment mobiliser et sensibiliser dans la durée ?**

**Socle** : les contenus / les outils : quelle évolution ? comment capitaliser ? faut-il rééditer des outils revus et modifiés ?

**Moyens d’actions pour connaître les attentes des publics avec l’appui des sciences humaines :**

1/ Représentation des usagers.

2/ Valorisation des données recueillies lors des campagnes de sensibilisation du réseau mer (Ecogestes méditerranée, Inf’Eau mer et Eco-Attitudes).

3/ Ateliers de réflexions collectives.

**Autres points d’entrée :**

1/ Questions socialement vives.

2/ Interface Terre-Mer.

3/ Emerveillement, beauté des richesses sous-marines // images chocs.

4/ Intergénérationnel, Patrimoine, Mémoires…

5/ Utiliser les sens (découverte du milieu, sentier sous-marin), faire sens (relations humaines, échanges, partage)

**Tour de table des projets ou orientations des structures, membres de la commission**

Parc National des Calanques : Conventionnement avec l’Education nationale. Appel à projet Educalanques. Aires marines éducatives avec AFB et Ville de Marseille. Rendre accessible au grand public ce qu’il se passe sous la mer. Charte sur la pêche de loisirs.

AIEJE Ensuès-la-Redonne : penser au Grand Port maritime de Marseille pour toucher les entreprises en lien avec la mer.

CPIE Côte Provençale : Projet « A l’Eau les Filles ».

Observatoire de Villefranche-sur-Mer : Fête de la Sciences avec de plus en plus de participants lors des conférences. Envisager de monter une action collective le 8 juin, pour la journée mondiale des océans.

Conseil Scientifique des Iles de Lérins : proposition d’un nouveau projet « Cap sur l’innovation : la mer au service de l’Homme et l’Homme au service de la mer ».

Méditerranée 2000 : contact avec entreprise E3D Environnement spécialisée dans le changement des comportements. Travail en réflexion sur la représentation des banquettes de posidonies.

Campagne Inf’Eau Mer : extension de la campagne en Occitanie en 2018 dans le cadre du Plan d’Action pour le Milieu Marin de la Directive Cadre Stratégie Milieu Marin.

CPIE Iles de Lérins : la campagne Ecogestes Méditerranée a été étendue en Occitanie en 2017 dans le cadre du Plan d’Action pour le Milieu Marin de la Directive Cadre Stratégie Milieu Marin.

Fédération de Canoé Kayak : Même si le mouvement sportif n’est pas très représenté dans cette commission, ce n’est pas pour autant qu’il n’est pas impliqué depuis de nombreuses années dans la sensibilisation des publics. La FFCK est très active, a mis en œuvre des projets et produit des documents pédagogiques.

Parc national de Port Cros : Création d’un réseau des sentiers sous-marins sur le territoire du Parc national en s’appuyant sur la dynamique mise en œuvre dans le cadre du Réseau mer avec la Communauté des sentiers sous-marins. Animations aires marines éducatives et accompagnement vers la transition écologique des bases nautiques. Les Voiles de Port Cros, sorties en mer.

Ouvrage « Plonger du bord, plonger autrement » propose 52 spots insolites en Provence.

**Conclusions**

Nécessité de travailler sur la ligne bleue, la surface de la mer…pour accompagner les publics à mettre la tête sous l’eau.

**Mettre en place un GT « Représentation des usagers »** pour définir les modalités pour travailler avec l’appui des sciences humaines et valoriser les résultats des campagnes de sensibilisation (Ecogestes méditerranée, Inf’Eau mer et Eco Attitudes).

**Mettre en place d’un GT « Journée de la Méditerranée » pour préparer le 21 mars 2018**. *A ce propos, aucune information trouvée sur Internet. Merci aux membres de la commission qui auraient une information plus précise de la faire suivre au Service Mer et Littoral de la Région.*

Se rapprocher des CCI et Pôle Mer PACA pour étudier avec eux les possibilités de collaboration dans cette commission (Céline MAURER et Valérie RAIMONDINO).

Les membres de la commission qui souhaitent apporter leur expertise et contribution rédactionnelle pour participer activement à ces deux groupes de travail sont priés de se faire connaître auprès de Nathalie MENC (nmenc@regionpaca.fr) du Service Mer et Littoral. Pour travailler dans de bonnes conditions, les groupes seront constitués d’un maximum de 7 personnes.

**Calendrier**

Les deux groupes de travail se réuniront en janvier 2018.

**Pour mémo :**

21 mars 2018 : Journée de la Méditerranée.

20 mai 2018 : Journée européenne de la mer.

8 juin 2018 : Journée mondiale des océans.

**ANNEXE**

**PERSONNES PRESENTES**

* Mireille Benedetti, Présidente de la Commission « Sensibilisation des Publics »
* Richard Chemla, Vice-président (Président du Centre de Découverte du Monde Marin)
* Céline Maurer, Vice-présidente (Responsable de l’Antenne Méditerranée de l’Agence Française de Biodiversité)
* Solène Mattlin, Chargée de mission auprès de Maud Fontenoy, Région Provence-Alpes-Côte d’Azur
* Valérie Raimondino, Cheffe du Service Mer et Littoral, Région Provence-Alpes-Côte d’Azur
* Mariam Cousin, Maître de conférence, Direction des Relations Extérieures et de la Communication, Observatoire Océanologique de Villefranche-sur-Mer
* Claudiane Chevalier, chargée de mission, IFREMER
* Nathalie Menc, Service Mer et Littoral, Région Provence-Alpes-Côte d’Azur
* Roger Alberto, Fédération Française de Pêche en Mer
* Nathalie Huertas, Présidente, Association AIEJE
* Bruno Rousseau, Délégué Départemental adjoint, SNSM
* Jean-Loup Bertret, Délégué Départemental, SNSM
* Michel Coulomb, CROS PACA
* Cécile Régnier, Direction de la Mer, Ville de Marseille
* Benoît Razimbaud, Conseiller Technique, Fédération Française de Canoé Kayak
* Hélène d’Ortoli, chargée de projets, Service Mer et Littoral, Région Provence-Alpes-Côte d’Azur
* Jamila Poydenot, responsable de projets, CPIE Iles des Lérins Pays d’Azur
* Tatiana Lambert, référente Marittimo, Région Provence-Alpes-Côte d’Azur
* Patrick Figou, Institut Pythéas Aix-Marseille Université
* Jean-François Lanier, Directeur Association ADEE
* Amandine Franc, chargée de mission, Association Méditerranée 2000
* Estelle Bellanger, Directrice Association Méditerranée 2000
* Mathieu Rossi, chargé de mission, Conseil Départemental des Bouches-du-Rhône
* Sylvie Charvoz, Déléguée du Conseil Consultatif européen Med CRPMEM Paca, MEDAC
* Alice Billault, Service civique, Surfrider Foundation Europe
* Benjamin Van Hoorebeke, Responsable Méditerranée, Surfrider Foundation Europe
* Cora Ollier, Responsable pédagogique, Parc Marin de la Côte Bleue
* Mélanie Sergent, Responsible Pôle Mer; Association Naturoscope
* Marie-France Pelletier, Médiatrice, Association Mer-Nature Amis de la Voile Latine
* Morgane Billault, Service Civique, Association Mer-Nature
* Michel Lamberti, Président, Fédération des Sociétés Nautiques des Bouches-du-Rhône, FSN 13
* Nardo Vicente, Responsable Scientifique, Institut Océanographique Paul Ricard et IMBE
* Frédéric Di Meglio, Président Région Paca, FFESSM
* Marcel Bontoux, Président, CPIE Côte Provençale Atelier Bleu
* Julie Frachon, Responsable Pôle EEDD, CPIE Côte Provençale Atelier Bleu
* Nicolas Chardin, Directeur adjoint, Parc National des Calanques
* Juliette Grossmith, Chargée de mission, Parc National des Calanques
* Franck Alary, chargé de mission, Parc National de Port-Cros

**PERSONNES EXCUSEES**

* Maud Fontenoy, Vice-présidente de la Région Provence-Alpes-Côte d’Azur, Présidente de l’AMCRE
* Vincent Rigaud, Directeur, IFREMER
* Didier Reault, Adjoint au Maire de Marseille, Président du CA du Parc National des Calanques
* Thierry Botti, OSU, Institut Pythéas, Aix-Marseille Université
* Frédéric Bachet, Directeur, Parc Marin de la Côte Bleue
* Solène Basthard-Bogain, Directrice adjointe, Association Septentrion Environnement
* Emmanuel Aragon, Vice-président délégué à la FTLV, Université de Toulon
* Olivier Varin, Conseiller du Président, La Méridionale
* Marina Jovanovic, Responsable Marseille, Association La Touline