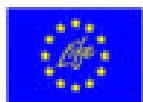




Merçi
d'imprimer
sur du papier
recyclé
recto verso

Les actions de sensibilisation du grand public Rapport final

Actions : E3, E4, E8, E9, E12,
E13



Rapport d'actions « E »

WWF-France

Amandine EYNAUDI,



SOMMAIRE

<u>ACTION E3 : PLAQUETTES DE SENSIBILISATION</u>	5
Introduction	5
I. Présentation de la plaquette sensibilisation	5
II. Les panneaux de sensibilisation	6
<u>ACTION E4 : CAMPAGNES DE SENSIBILISATION</u>	8
Introduction	8
I. Mise en œuvre des campagnes de sensibilisation	9
1. Les équipes d'écovolontaires	9
2. La sensibilisation.....	10
Objectif, message diffusé et public cible.....	10
Les outils de suivi : les questionnaires	11
L'organisation de la mission.....	11
Les sites de sensibilisation.....	11
II. Résultats	12
1. Résultats quantitatifs	12
Sensibilisation des plaisanciers et vacanciers (dans les ports et à bord des bateaux de promenade en mer).....	12
Sensibilisation des candidats au permis côtier	12
2. Résultats qualitatifs 2005 : sensibilisation des plaisanciers et vacanciers (dans les ports et à bord des bateaux de promenade en mer)	12
Typologie des personnes sensibilisées	12
Intérêt du plaisancier	14
Durée de la sensibilisation	16
Connaissances de la problématique par le public	16
Variations temporelles et géographiques	18
3. Résultats qualitatifs : sensibilisation des candidats au permis côtier.....	19
Conclusion	20
<u>ACTION E8 : FILM</u>	21
Introduction	21
1. Recherche du prestataire et tournage.....	21
2. Post production.....	21
3. Plan de financement.....	22
4. Diffusion.	22
Conclusion	22
<u>ACTION E9 : CONFERENCES DE PRESSE</u>	23
<u>ACTION E10 : SITE WEB</u>	24
I. Création du site www.lifelinda.org	24
II. Taux de visites et actualisation	24

<u>ACTION E12 : CONFERENCES GRAND PUBLIC.....</u>	<u>26</u>
<u>ACTION E13 : DIFFUSION PERSONNALISEE DES RESULTATS DU LIFE LINDA AUX PROFESSIONNELS DE LA PROTECTION DE LA NATURE ET NETWORKING</u>	<u>27</u>
<u>ACTIONS DE SENSIBILISATION ET COMMUNICATION SUPPLEMENTAIRES.....</u>	<u>27</u>
<u>LISTE DES SIGLES.....</u>	<u>29</u>
<u>LISTE DES FIGURES.....</u>	<u>29</u>
<u>LISTE DES TABLEAUX</u>	<u>30</u>

Action E3 : plaquettes de sensibilisation

INTRODUCTION

Dans le document de projet il s'agissait de reproduire les plaquettes, déjà existantes, du code de bonne conduite du Whale Watching, réalisées dans le cadre du Sanctuaire PELAGOS. Considérant les objectifs de diffusion de cette plaquette, le public visé et le message à transmettre, le 1^{er} comité de pilotage a décidé de concevoir une nouvelle maquette dédiée exclusivement au Life LINDA.

I. PRESENTATION DE LA PLAQUETTE SENSIBILISATION

Cette plaquette contient des informations sur les Grands dauphins, ses interactions avec les hommes, son statut de protection. Elle présente également le comportement à adopter en mer en cas de rencontre avec les cétacés. Un encart est réservé au programme Life LINDA et au Sanctuaire PELAGOS.

Les plaquettes de sensibilisation ont été réalisées en avril et mai 2004, la première impression faite en juin 2005 d'autres ont été réimprimées en 2005 et en 2006.



Figure 1 : Recto-verso de la plaquette de sensibilisation

Depuis le début du programme 19 000 plaquettes ont été imprimées : 12 000 en français, 3 500 en anglais et 3 500 en italien. La majeure partie est distribuée à l'occasion de la sensibilisation des plaisanciers par les écovolontaires, le reste est mis à disposition des touristes dans les capitaineries et dans les offices du tourisme des sites d'application.

Tableau I : Récapitulatif des impressions des plaquettes de sensibilisation

Nombre d'exemplaires	2004	2005	2006
Version française	5 000	3 000	4 000
Version anglaise	2 000	1 000	500
Version italienne	1 000	1 000	1 500
Total	8 000	5 000	6 000

II. LES PANNEAUX DE SENSIBILISATION

En plus des plaquettes de sensibilisation, trois panneaux ont été réalisés. D'une dimension de 80 X 60 cm (Figure 3), ils ont plusieurs usages. Le principal usage est le soutien de l'intervention des écovolontaires dans les bateaux-écoles lors des formations au permis côtier.

Les panneaux sont également exposés dans les offices du tourisme le souhaitant (Figure 2) et lors de chacune de nos participations à des manifestations comme le festival du vent (Calvi, 29/10/05 au 01/11/05).

Ces panneaux ont été réalisés par la même agence de communication qui a travaillé sur les plaquette de sensibilisation.



Figure 2 : Exposition des panneaux Life LINDA dans les offices du tourisme de Bonifacio (Marina et Ville haute), août 2005 (Crédit : Linard/ Tison/ WWF-France)

3 panneaux pour les sensibilisations des candidats au permis côtier ont été réalisés en 2005. La réalisation de ces panneaux n'était pas prévue dans le document de projet.

Par ailleurs 200 posters sur le nautisme ont été imprimés (action A5). Ils ont été affichés dans toutes les capitaineries et offices du tourisme des zones d'application du Life.



Figure 4 : Poster de recommandations en cas de rencontre avec des Cétacés, Office du Tourisme de Bonifacio, Aout 2005

Les panneaux d'information sur le programme demandés par la Commission Européenne lors de sa visite en août 2005 ont été réalisés au printemps 2006 et installés cet été : un dans la capitainerie de Saint Florent, un sur la Maison de la Mer à Galeria (local de la Réserve Naturelle de Scandola, photo ci-dessous gauche) et le troisième sur la capitainerie de Bonifacio (photo ci-dessous droite).



Figure 5 : Panneaux d'information pour le grand public.

Action E4 : campagnes de sensibilisation

INTRODUCTION

L'activité E4 est un programme de sensibilisation mené lors de « campagnes » estivales et conduites par des écovolontaires bénévoles. Ces écovolontaires sont chargés de réaliser un questionnaire concernant la connaissance du Grand dauphin en Corse et des cétacés en général par les usagers de la mer. La plaquette réalisée dans le cadre de l'action E3 est distribuée à cette occasion.

Le plus large public possible est contacté (touristes, plaisanciers, loueurs de bateaux, bateaux école...), la diffusion se fait donc dans les ports, les offices du tourisme, dans les sites d'application du Life LINDA ou à proximité.

Initialement cette action se déroulait du 1^{er} juin au 30 septembre au sein des 4 zones d'application du Life LINDA et dans les ports limitrophes. Mais les saisons 2005 et 2006 ont été réduites du 15 juin au 15 septembre, la première et la dernière quinzaines n'étant pas suffisamment fréquentées par les estivants pour un effort de sensibilisation comme celui prévu par le programme.

I. MISE EN ŒUVRE DES CAMPAGNES DE SENSIBILISATION

1. Les équipes d'écovolontaires

En 2004, dix écovolontaires se sont relayés de juin à septembre pour la sensibilisation des usagers de la mer.

- Adrien Cheminée
- Yann Jourgeon
- Claire Bertholone
- Sophie Deschamps
- Issam Tilhou
- Charlotte Folcher
- Isabel Calderon
- Julien Laval
- Julie Bonnaveau
- Cécile Morciano

Le recrutement a été effectué sur CV et lettre de motivation dans un premier temps, puis sur entretien dans un second.

La durée de ces écovolontariats a été variable en fonction de la disponibilité des volontaires. La première année étant une année de « rodage » nous n'avons pas fixé de durée minimum de mission. Ainsi certains ne sont restés qu'un mois alors que d'autres ont participé à toute la saison estivale.

En 2005 une durée minimum a été fixée pour faciliter les remboursements de frais mais surtout pour que les écovolontaires soient plus efficaces. Le travail de sensibilisation étant particulièrement répétitif nous avons réduit la durée de mission à 1 mois et demi. Durée qui permet aux bénévoles de s'intégrer sur le terrain, de s'approprier le message et d'être motivés jusqu'à la fin de leur mission.

Douze personnes étaient présentes du 15 juin au 15 septembre 2005

Six personnes composaient l'équipe de début de saison :

- Nicolas Toitot
- Laure Buffaz
- Nadine Descousis
- Sandra Lepage
- Elodie Lafitte
- Annick Oriol

Et six autres l'équipe des mois d'août et septembre :

- Clémentine Linard
- Jean-Luc Tison
- Alexandra Garde
- Leslie Maurin
- Jaëla Devakarne
- Nadia Gahnem

De même en 2006.

- Alexandre Lumsden
- Chistelle
- Stephanie
- Sandra Lepage
- Elena Gorchakova
- Eve Ancelin
- Jordy Wofford
- Leslie Coïc
- Sandrine Baillon

- Sophie Deschamps
- Sylvain Roumeau
- Thierry Grenier

Ce découpage des équipes en deux périodes a été bénéfique pour la mise en œuvre sur le terrain, mais également pour les aspects administratifs. Le déclenchement de tous les remboursements de frais au même moment était plus facile. Sur le terrain les journées de « mise en route » ont été moins nombreuses qu'en 2004 (3 en juin et 3 en août). Par ailleurs, les binômes étaient tous au même niveau de connaissance du programme, depuis la même durée sur site, le suivi par le chef de projet en était facilité.

Les écovolontaires signent avec le WWF-France une convention d'écovolontariat qui détaille les conditions et le contenu de leur mission. Elle les informe sur les conditions de prise en charge et le montant de leurs frais. Cette convention fait également état de la prise en charge de leur responsabilité civile dans le cadre de leur bénévolat.

La première année aucun logement n'avait été trouvé pour les écovolontaires, ils étaient donc tous en camping. Conditions de travail parfois difficile en saison estivale où l'ambiance est souvent à la fête jusque tard le soir. En revanche en 2005 et 2006, tous les écovolontaires ont été logés dans du « dur ». Seul un binôme pendant 3 semaines sur le secteur des Bouches de Bonifacio a du être en camping.

2. La sensibilisation

Objectif, message diffusé et public cible.

L'objectif de cette action est de transmettre un message de type informatif en trois points aux usagers de la mer.

Il s'agit de les informer de la présence du Grand dauphin sur les rivages corses et de son statut de protection. Le deuxième niveau du message concerne le comportement à adopter en cas de rencontre avec les dauphins en mer. Enfin il s'agit de présenter le programme et la diversité des activités mises en œuvre pour limiter les interactions négatives entre Grands dauphins et activités humaines.

Les quelques minutes (ou dizaines de minutes) de sensibilisation doivent prendre la forme d'un échange le plus souvent possible. Les personnes que nous contactons en priorité sont : les plaisanciers, les vacanciers du bord de mer (qui ont l'occasion de réaliser des promenades en mer) les candidats au permis côtier et enfin les professionnels de la mer (offices du tourisme, loueurs de bateaux, bateliers (en fonction des zones), école de voile, école de plongée....).



Figure 6 : Photo de gauche : Sensibilisation à bord de l'Amour des Iles, Porto-Vecchio, juillet 2004. Photo de droite : Sensibilisation dans le port de Calvi, juillet 2005 (Crédits WWF-France).

A l'issue du dialogue engagé avec la personne les écovolontaires laissent une (ou plusieurs selon les cas et/ou la demande) plaquette de sensibilisation.

Les outils de suivi : les questionnaires

Pour chacune des sensibilisations effectuées un questionnaire est complété par l'écovolontaire. La première partie du questionnaire est une entrée en matière qui nous permet à la fois d'avoir une idée des connaissances de la problématique du Grand dauphin de la personne, mais ces quelques questions permettent aussi d'engager la discussion en éveillant la curiosité de la personne enquêtée. La seconde partie du questionnaire nous permet de relever des informations sur le type de personnes sensibilisées et sur la satisfaction de la personne sensibilisée. Ce questionnaire nous permet par ailleurs de suivre le travail des écovolontaires. En 2005 une feuille de route a également été donnée aux volontaires pour récupérer plus rapidement et régulièrement une information synthétique sur la sensibilisation. Cette feuille de route regroupe par jour le nombre de plaquettes distribuées, le nombre de personnes sensibilisées, le nombre de questionnaires réalisés, ainsi que le nombre de refus¹.

Seulement deux bateaux-écoles se trouvent sur une des zones d'application du Life LINDA. Ces deux écoles se trouvent à Porto-Vecchio et toutes deux ont accepté l'intervention des bénévoles auprès de leurs élèves. Généralement les écovolontaires font une intervention de 10 à 15 minutes et restent à la disposition des élèves durant la pause pour répondre à leurs questions. Après chaque intervention un questionnaire de satisfaction est distribué.

L'organisation de la mission

Nous demandons aux écovolontaires de réaliser une vingtaine de contacts positifs (un contact est considéré comme positif lorsque la sensibilisation a pu être faite dans son ensemble) par jour. Ce qui correspond à une vingtaine de plaquettes distribuées par jour.

Les écovolontaires travaillent le matin de 9h à 12h, la fin d'après midi et le début de soirée (17h-20h). Les heures les plus chaudes de la journée n'étant pas appropriées pour la sensibilisation : le public n'est pas présent ou pas réceptif. Les bénévoles disposent de deux jours de repos par semaine qui sont généralement pris hors week-end afin de toucher la population locale sur ces deux journées.

Le plus souvent, les bénévoles d'un binôme travaillent ensembles les premiers jours de leur mission puis sensibilisent ensuite seul le public. La sensibilisation dans le cadre des formations au permis côtier se fait généralement par binôme.

Le chef de projet fait une visite au minimum tous les dix jours de chacune des équipes en plus de la première visite. Ces rencontres sont l'occasion de faire un bilan sur leur avancement, sur les problèmes qu'ils rencontrent, sur l'organisation des jours de repos. C'est aussi l'occasion de faire le point sur le nombre de plaquettes distribuées, le nombre de questionnaires réalisés et éventuellement de leur donner le complément de documents.

Les sites de sensibilisation

Sur le secteur de Saint-Florent les écovolontaires sensibilisent les plaisanciers sur les pannes et devant la capitainerie. Ils embarquent également à bord de la navette "Le Popeye" qui dessert la plage du Lodu dans le dessert des Agriate.

Sur le secteur de Calvi les écovolontaires réalisent la sensibilisation sur les pannes du port. La seule compagnie de promenade en mer présente à Calvi ne souhaite pas la présence des volontaires à bord. En revanche dans le port de Porto (plus au sud) où les bénévoles basés à Calvi se rendent de temps en temps (trajet en voiture long et très fatiguant) les compagnies acceptent avec beaucoup d'enthousiasme les écovolontaires à bord. Lors de ces sorties en mer les bénévoles interviennent quelques minutes devant tout le public lorsque le capitaine accepte leur intervention au micro. Plus généralement les entretiens se déroulent sur le retour de la visite de la Réserve Naturelle de Scandola, les commentaires du capitaine étant terminés, et les visiteurs plus disponibles pour discuter avec les écovolontaires.

Sur le secteur des Bouches de Bonifacio les écovolontaires sensibilisent les plaisanciers dans les deux ports de plaisance (Porto-Vecchio et Bonifacio) mais interviennent également dans les bateaux écoles (jusqu'à 3 fois par semaine) en haute saison. Des embarquements à bord d'une compagnie de promenade en mer (L'Amour des Iles) sont également effectués sur ce secteur.

Concernant les embarquements sur les bateaux de promenade en mer il faut préciser qu'ils se font que sur la base du volontariat des compagnies et des capitaines. Par ailleurs avant chaque saison un point est fait avec les gestionnaires des réserves naturelles pour savoir si ces embarquements sont compatibles avec la politique menée.

¹ Un refus signifie qu'une personne a été contactée mais que la sensibilisation n'a pas pu être faite.

II. RESULTATS

1. Résultats quantitatifs

Sensibilisation des plaisanciers et vacanciers (dans les ports et à bord des bateaux de promenade en mer)

Les données récoltées en 2004 ne nous permettent pas de donner précisément le nombre de personnes touchées.

En revanche 6 000 plaquettes ont été distribuées (toutes versions confondues) et environ 3000 questionnaires de suivi réalisés.

Pour 2005 (Tableau II), 3 929 questionnaires ont été complétés, 8 531 personnes sensibilisées et 5 035 plaquettes distribuées «de la main à la main » sur les 7 000 plaquettes disponibles en 2005.

Environ 1 000 ont été disposées dans les offices du tourisme, capitaineries et locaux commerciaux de location de bateaux. Il ne reste que 500 plaquettes exclusivement en anglais et en italien à l'issue de la seconde campagne de sensibilisation.

Tableau II : Récapitulatif de la sensibilisation en 2005 et 2006

	Total 2005	Total 2006
<i>Période</i>		
Nombre de plaquettes	5 035	4280
Nombre de personnes	8 531	5567
Nombre de questionnaires	3 929	2744

Nous pouvons remarquer que le nombre de plaquettes distribuées diminue fortement sur la deuxième partie de l'été. Le nombre de plaquettes en français diminuant fortement des consignes de distribution parcimonieuses avaient été donnée aux équipes d'écovolontaires du mois d'août. De façon générale une plaquette seulement était donnée à l'issue d'une sensibilisation où le plus souvent 2 à 3 personnes assistaient.

En moyenne une vingtaine de plaquette est distribuée par jours, ce qui correspond à une quinzaine de questionnaires de suivi réalisés mais 30 personnes sensibilisées. Le taux de refus par rapport au nombre total de personnes contactées par jour est de 4% environ.

Sensibilisation des candidats au permis côtier

En 2004, 257 personnes ont été sensibilisées et 256 en 2005. Autant de plaquettes ont été distribuées à cette occasion.

2. Résultats qualitatifs 2005 : sensibilisation des plaisanciers et vacanciers (dans les ports et à bord des bateaux de promenade en mer)

Toutes les données n'ont pas pu être traitées en 2004, la saisie n'étant pas toujours identique et certaines données étant en nombre insuffisant pour être significatives.

Voici les résultats des saisons 2004 et 2005 (établis à partir de 423 questionnaires saisis pour 2004 et 300 questionnaires saisis pour 2005).

Typologie des personnes sensibilisées

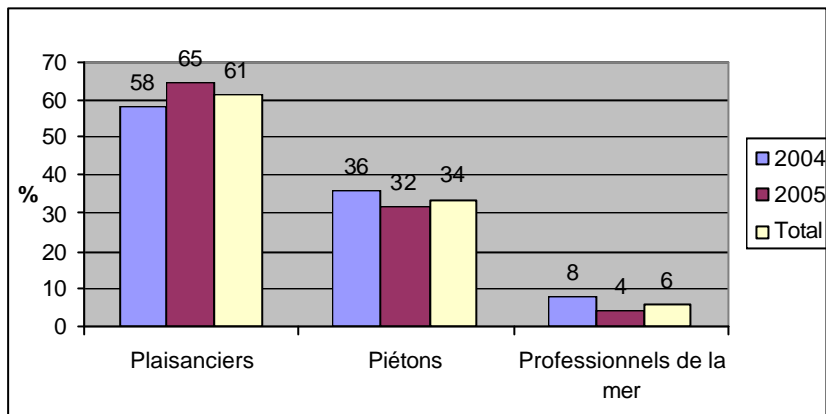


Figure 7 : Type de personnes sensibilisées

La catégorie «piétons » regroupe les personnes sensibilisées sur les pannes des ports n'étant pas embarquées sur un navire ou les personnes sensibilisées au cours de promenades en mer. En 2005 la proportion de plaisanciers sensibilisés est en augmentation par rapport aux piétons, cette tendance traduit l'effort fait sur le terrain pour sensibiliser au maximum les personnes amenées à rencontrer des dauphins en mer.

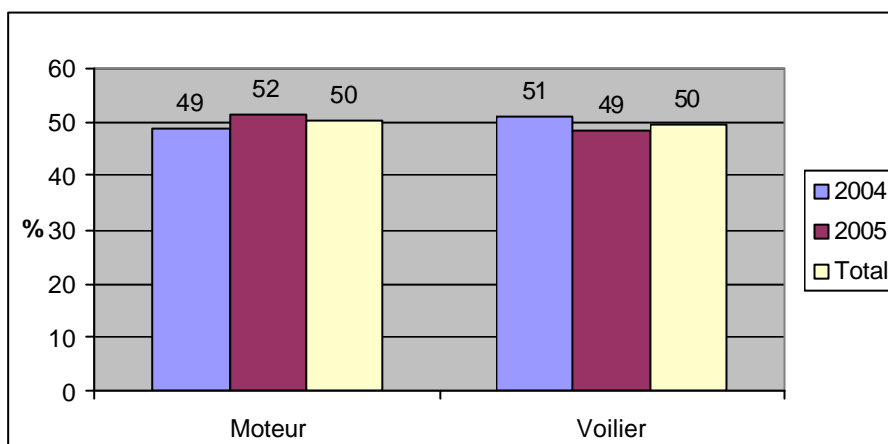


Figure 8 : Type d'embarcation des plaisanciers sensibilisés

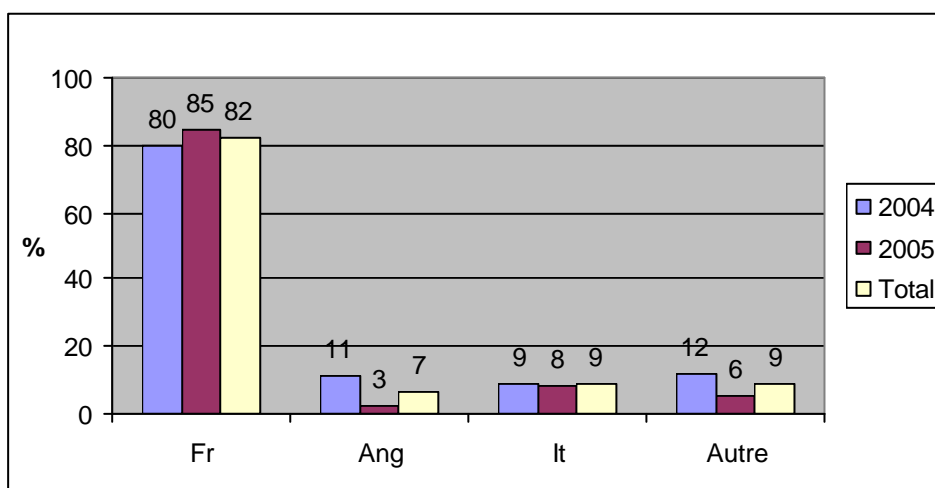


Figure 9 : Nationalités des personnes sensibilisées

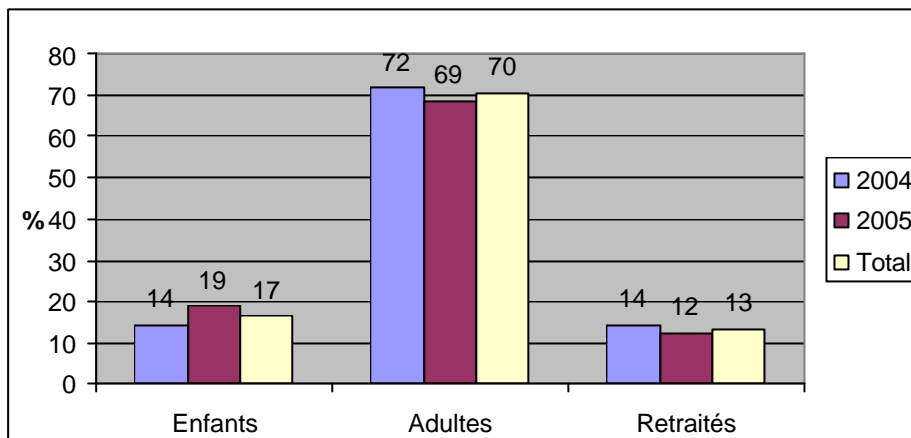


Figure 10 : Tranche d'âge des personnes sensibilisées

Intérêt du plaisancier

En 2004, la saisie des données concernant l'intérêt des personnes sensibilisées n'avait pas été suffisante et parfois inexistante. En effet les consignes n'étant pas suffisamment précises les questionnaires n'étaient pas toujours complétés ou de façon très variable d'un écovolontaire à l'autre. La question : « que pensez-vous de cette intervention ? » n'était pas systématiquement posée en fin de sensibilisation. Par ailleurs les items : « contact avec la personne sensibilisée » et intérêt du plaisancier » étaient généralement incomplets ou complétés différemment selon les écovolontaires.

En revanche en 2005 les consignes de saisie de ces données ont été éclaircies :

- la question que pensez vous de cette intervention ? a été systématiquement posée aux personnes sensibilisées, la réponse était notée entièrement. Lors du traitement des questionnaires les réponses ont été classées en trois catégories : les réponses positives, négatives, et absence de réponse équivalente à « sans opinion ».
- l'item « contact avec la personne » : devait être complété en prenant en compte le ressenti de l'écovolontaire lors du premier contact avec la personne.
- l'item « intérêt du plaisancier » est un évaluation par l'écovolontaire de l'intérêt du plaisancier à sa sensibilisation.

La figure 9 montre la différence de saisie de données entre 2004 et 2005. En 2004 la question « que pensez-vous de cette intervention » n'étant que rarement voir jamais posée par les écovolontaires seuls les commentaires positifs spontanés des personnes sensibilisées étaient pris en compte et dans la majorité des questionnaires la case « sans opinion » était cochée par défaut. En revanche en 2005, la question étant posée systématiquement, le taux de réponses positives est bien plus important : 96 %.

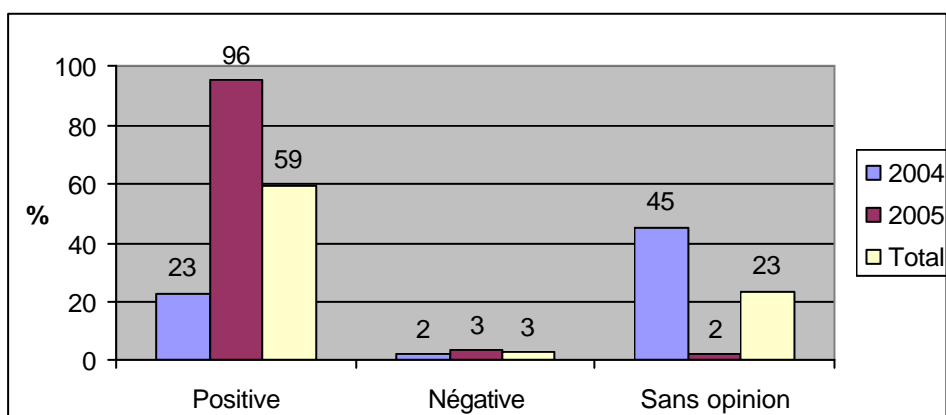


Figure 11 : Type de réponse à la question : " Que pensez-vous de cette intervention "

Le taux de réponses négatives est très faible 3% sur les deux saisons, il s'agit généralement de personnes qui pensent que cette action est inefficace. Ces personnes estiment généralement qu'elle ne sont pas la « bonne » cible pour cette sensibilisation, n'étant pas « responsable » des interactions négatives avec les dauphins.

Seules les données de 2005 ont été traitées pour les figures 10 et 11.

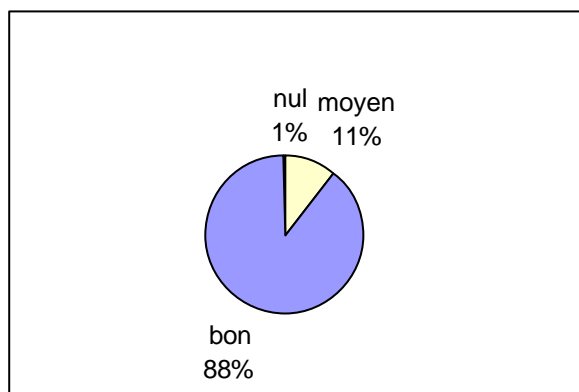


Figure 12 : Evaluation de l'intérêt de la personne sensibilisée par l'écovolontaire, 2005

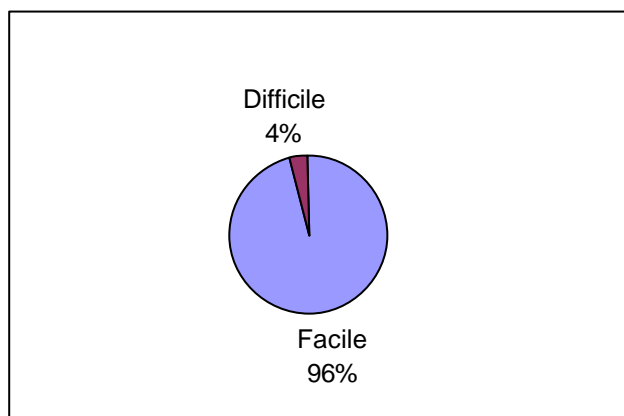


Figure 13 : Premier contact avec la personne sensibilisée évalué par l'écovolontaire, 2005

Le premier contact avec les personnes sensibilisées est généralement bon (à 96 %, figure 11) et les écovolontaires estiment que dans leur grande majorité les personnes sensibilisées étaient intéressées par leur intervention (à 88 %, figure 10). D'ailleurs en 2005, lorsque les personnes sont interrogées sur l'intervention qui leur a été proposée, 96 % ont une réponse positive du type « c'est intéressant », « c'est bien ce que vous faite, continuez ! ».

Durée de la sensibilisation

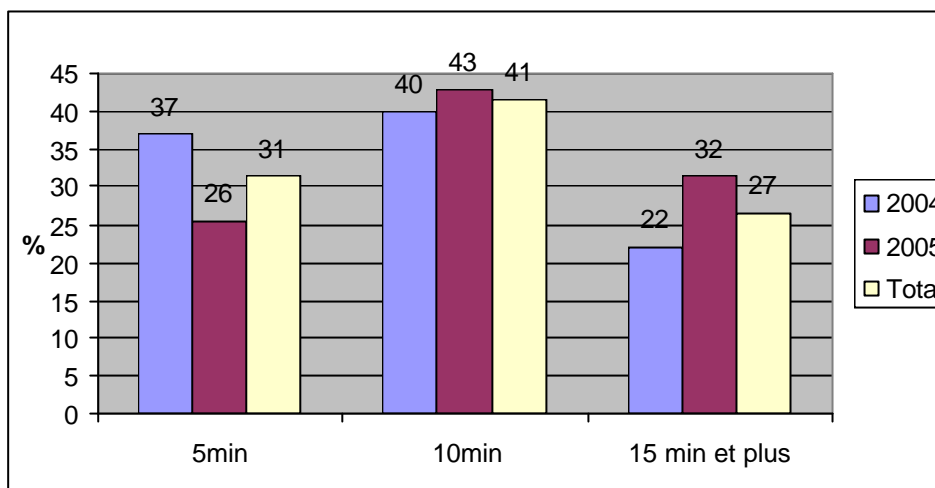


Figure 14 : Durée de sensibilisation

En 2004 la durée de la sensibilisation était plus courte qu'en 2005, seul 22 % des "sensibilisations" dureraient 15 minutes et plus. En revanche en 2005, la durée des sensibilisations augmente sensiblement : 43 % durent 10 minutes et 32 % durent 15 minutes ou plus. Les interventions courtes se sont elles réduites à 26 % seulement des interventions.

Connaissances de la problématique par le public

La majorité des personnes rencontrées savent que des mammifères marins sont présents en Méditerranée (96 %, figure 13) et nombre d'entre elle en ont déjà rencontrés en mer (plaisanciers ou piétons qui ont fait la traversée en bateau et qui ont pu voir des animaux à cette occasion).

En revanche très peu de personnes connaissent l'existence du Sanctuaire PELAGOS (22 %) et souvent celles qui connaissent cette délimitation ne savent pas à quoi elle correspond et lui attribuent souvent des réglementations inexistantes.

A 79 % les personnes interrogées citent des activités humaines qu'elles considèrent comme ayant un impact sur les cétacés (Figure 13). Lorsque que l'on regarde un peu plus précisément les réponses apportées il s'agit, pour 44 % des premières réponses données, d'activités liées à la pêche (le premier mot cité étant : « pêche » ou « filet » comme le montre la figure 14). Dans la majorité des cas les personnes pensent aux filets dérivants et à la pêche industrielle. La « Pollution » est la deuxième réponse la plus donnée (18 %), rares sont les personnes qui précisent quel type de pollution.

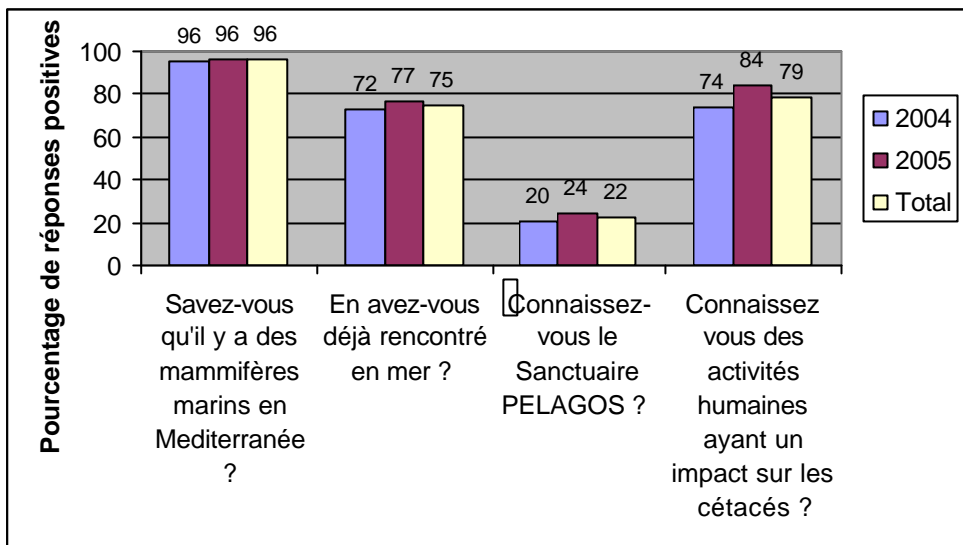


Figure 15 : Connaissance de la problématique par le public sensibilisé

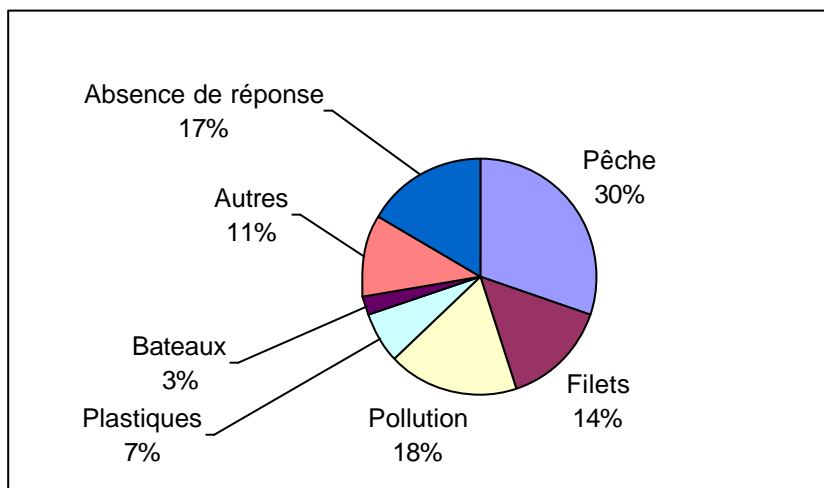


Figure 16 : 1ères réponses données à la question : " Pouvez-vous citer des activités humaines ayant un impact négatif sur les Cétacés ? »

La réponse « sac plastique » est donnée dans 7% des cas ce qui donne l'occasion aux écovolontaires de faire le point sur les fausses idées et de délivrer un message général sur les macro déchets en mer et la destruction des habitats.

Seulement 3% des réponses données sont relatives à leur propre activité de plaisance, signe que la majorité d'entre eux ignore leur propre rôle dans le dérangement des cétacés.

Variations temporelles et géographiques

En 2004, nous pouvons remarquer que plus de piétons étaient sensibilisés au mois de juillet et que les familles étaient moins représentées sur le mois de septembre.

Concernant les variations géographiques, Calvi était un site où le public sensibilisé était majoritairement composé de piétons (78 %). Il semble que ces variations soient le fait des équipes d'écovolontaires et de la stratégie de sensibilisation qu'elles ont mise au point.

En 2005 nous ne retrouvons pas ces variations temporelles. La campagne de sensibilisation 2004 commençant début juin pour se finir fin septembre, les données des 4 mois séparément ont été traitées. En revanche pour la saison 2005 qui se déroulait du 15 juin au 15 septembre, seules deux périodes ont été définies : 15 juin - 30 juillet et 1^{er} août - 15 septembre.

Ci-après les variations remarquables entre les 3 sites sont présentées.

Variations géographiques

Connaissances de la problématique

Il semble que les personnes sensibilisées sur le site de Bonifacio connaissent mieux la problématique des Cétacés en Méditerranée. Ce site se détache particulièrement des deux autres concernant la connaissance du Sanctuaire PELAGOS. Nous pouvons faire l'hypothèse, que les personnes présentes sur ce site sont dans le périmètre de la Réserve Naturelle des Bouches de Bonifacio et bénéficient donc d'informations « environnementales » délivrées dans de nombreux points stratégiques comme les offices du tourisme, capitaineries ou encore les panneaux d'information sur les points de vues.

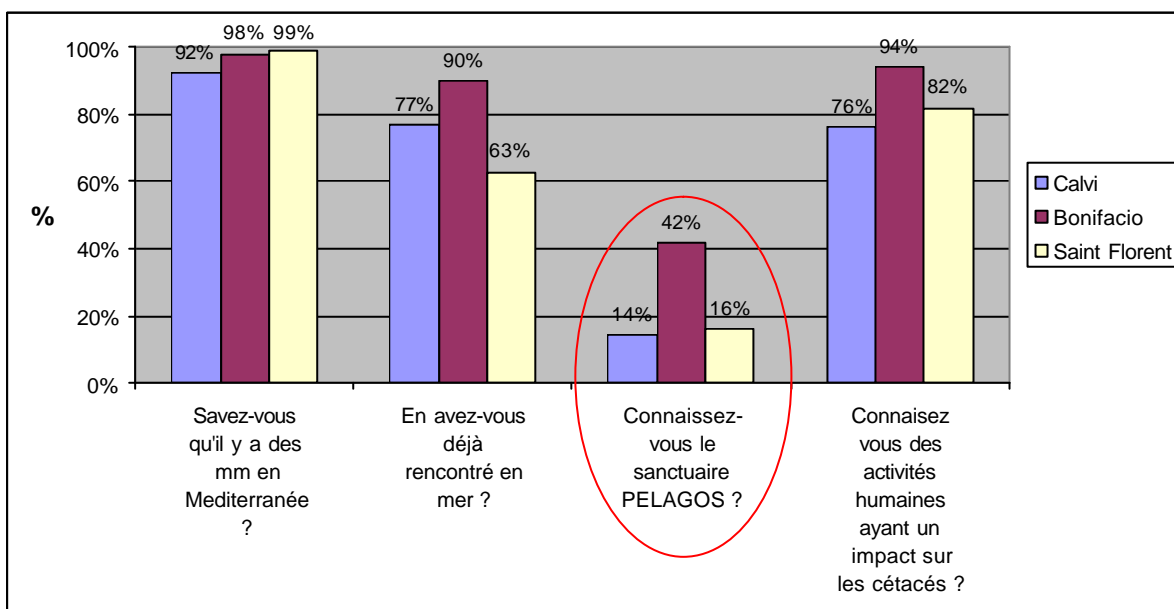


Figure 17 : Connaissance de la problématique par les personnes sensibilisées, par site, 2005.

Typologie du public par site

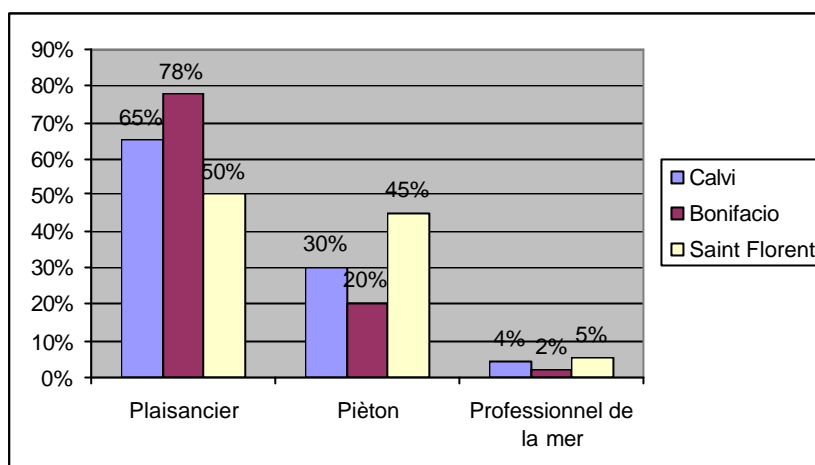


Figure 18 : Type de personnes sensibilisées par site, 2005

Le public sensibilisé dans le secteur des Bouches de Bonifacio est constitué de plus de plaisanciers que sur les autres sites (78 %, Figure 16). Et ces plaisanciers naviguent très majoritairement sur des bateaux à voiles (83 %), Figure 17)

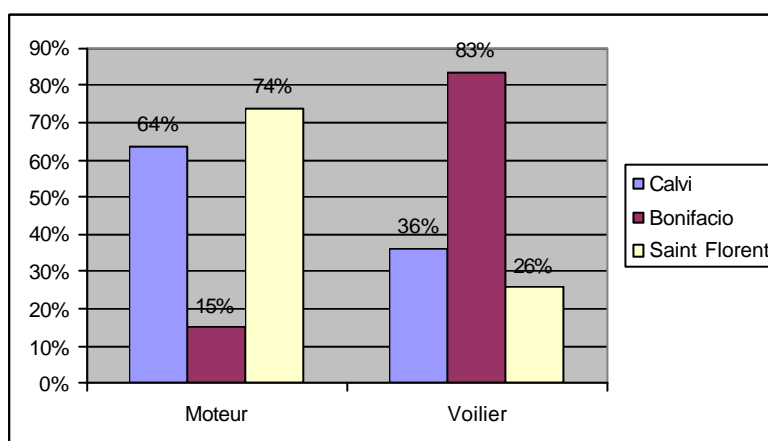


Figure 19 : Type de plaisanciers sensibilisés par site, 2005

Il n'y a pas de différence significative concernant les tranches d'âge ou les nationalités.

Variations temporelles

Aucunes variations temporelles entre les périodes de juin-juillet et août-septembre ne se distinguent.

3. Résultats qualitatifs : sensibilisation des candidats au permis côtier

96 % des candidats au permis côtier sensibilisé en 2005 ont été intéressés par la séance de sensibilisation et 94 % pense que cette sensibilisation devrait être systématique lors de la formation. Nous remarquons que 52 % (figure 18) des candidats ne connaissaient pas le Grand dauphin avant la présentation des écolovoltaires. Chiffre qui contraste fortement avec le pourcentage de personnes sensibilisées dans les ports qui savent qu'il y a des mammifères marins en Méditerranée (96 %). La question relative à une espèce précise (le Grand dauphin) dans le cas du questionnaire donné dans les bateaux écoles en est probablement à l'origine.

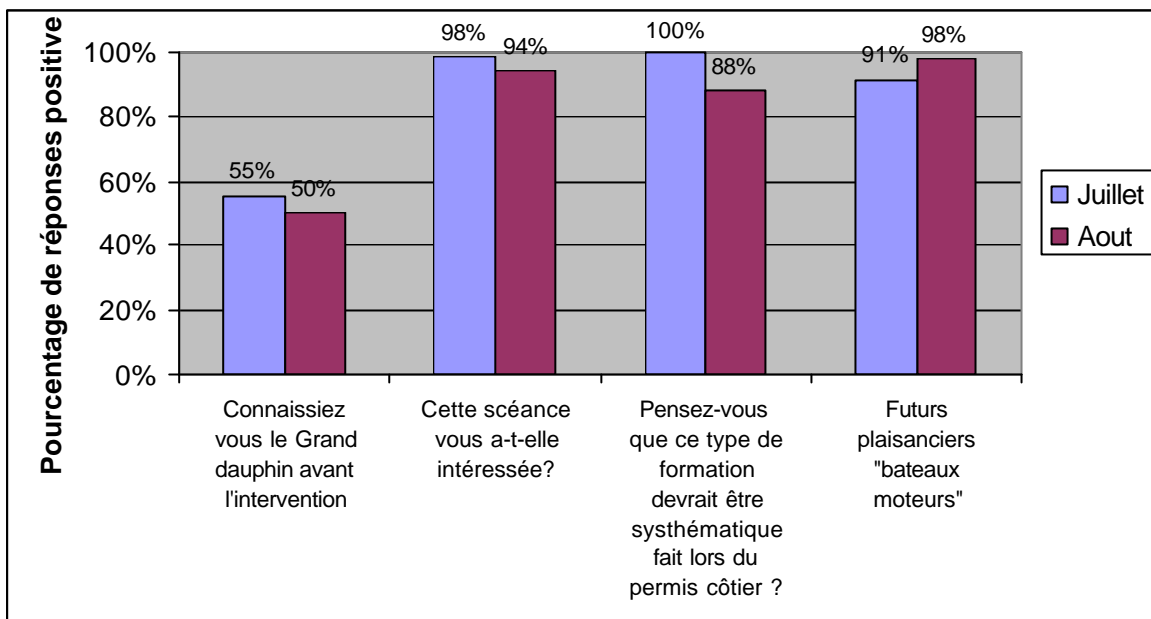


Figure 20 : Résultats du questionnaires de satisfaction "sensibilisation des candidats au permis côtier"

CONCLUSION

L'action E4 de sensibilisation des usagers de la mer (couplée à l'action E3) est une action qui fonctionne bien, les résultats annoncés seront probablement dépassés. Près de 15 000 personnes ont été sensibilisées en deux saisons en prenant en 2004 une estimation basse d'une personne sensibilisée par plaquette distribuée (6 000 plaquettes en 2004 et 8 500 personnes en 2005).

Action E8 : Film

INTRODUCTION

Cette action a pour objectif de réaliser un documentaire sur le programme LINDA pour sensibiliser le public à ses activités. Plusieurs cibles seront atteintes grâce à ce DVD: les vacanciers arrivant en Corse par voies maritimes, les scolaires et le grand public.

1. Recherche du prestataire et tournage

La réalisation du film devait se faire lors de la première saison du Life LINDA, mais la déficience d'un sous-traitant nous a fait prendre du retard. Le tournage du film a donc eu lieu pendant l'été 2005 (du 15 au 30 juillet). Le documentaire finalisé nous a été livré fin octobre. D'une durée de 26 minutes, il s'intitule « Homme et dauphins : la mer en partage ».

La défaillance du premier sous-traitant nous a obligé à renouveler les recherches de coproducteurs. Au mois d'avril 2004 le prestataire de service a été choisi: « Bonne pioche production ». France 3 Corse est le troisième producteur associé et premier diffuseur (le 6 novembre à 12h55).

La rédaction du scénario a été finalisée par l'équipe du prestataire en étroite collaboration avec les responsables du projet.

Deux personnes étaient présentes sur le tournage (réalisateur et assistante) pour réaliser les images, L'ensemble des agents techniques des partenaires du programme, le chef de projet, ainsi que les pêcheurs ont «joués le jeu » en acceptant tous d'être tour à tour interviewé ou filmé dans leurs activités menées pour le programme. Cette action a également bénéficiée d'un suivi en interne au WWF-France par la responsable médias.



Figure 21 : Photo de gauche : Port de Calvi avec les écovolontaires, photo de droite, port d'Ajaccio avec les pêcheurs (Crédits WWF-France)

2. Post production

Le documentaire a été monté au mois de septembre. La rédaction des commentaires a été réalisée en étroite collaboration entre l'équipe de production et le WWF-France. Le film est en français, une version est sous-titrée en anglais et une autre est sous-titrée en italien.

En plus du 26 minutes, un clip de 4 minutes a également été monté, ce clip est sous-titré en français, et en anglais.



Figure 22 : Photo de gauche : Plage de Saleccia, interview de Denis Ody. Photo de droite, Baste technique de la Réserve Naturelle des Bouches de Bonifacio, Rondinara, interview de Jean-Michel Culioli.

3. Plan de financement

Le financement de ce film de qualité professionnelle a pu être assuré grâce à la participation financière d'organismes privés pour sa réalisation.

La répartition se fait comme suit :

Organisme	Montant en euros	Pourcentage
Bonne Pioche	25 285 €	30.7 %
France 3 Corse	23 089 €	28 %
Planète	3 000 €	3.6 %
Planète Thalassa	2 134 €	2.6 %
Seasons	500	0.3 %
WWF-France	28 300 €	34.3 %
Total	82 308 €	100 %

4. Diffusion.

Plusieurs diffusions « télé » sont prévues, la première a eu lieu le 6 novembre 2005 sur France 3 Corse à 12h55, une rediffusion est déjà d'or et déjà prévue. D'autres auront lieu au cours du premier trimestre 2006 sur des chaînes du câble : Planète Thalassa et Season.

La diffusion du documentaire se fait sur les bateaux de la SNCM qui font le trajet entre la Corse et le continent en période estivale et sur les navires de la Corsica Ferries depuis le printemps 2006 et se poursuit jusqu'à fin 2008.

Un DVD a été ajouté à chaque malle pédagogique LINDA. Les animateurs pourront proposer sa diffusion aux élèves ou le laisser quelque temps à la disposition des professeurs. Ce DVD sera également utilisé lors de manifestations grand public comme le festival du vent, CAP Mer etc.

Le documentaire sera présenté lors de différents festivals de films « nature & environnement » en France.

Notons enfin qu'il est diffusé au sein du réseau du WWF International.

CONCLUSION

Malgré un retard d'un an le produit finalisé est de très bonne qualité, et réalisé par des professionnels, contrairement à ce qui était prévu initialement (élèves de l'IUT de Corte). Le plan de financement n'a pas changé pour le Life LINDA. Différents partenariats nous ont permis de récolter des fonds supplémentaires pour le financement de cette action. Un partenariat avec un magasin de photo numérique (Reflex[e] Numérique), avec des chaînes de télévision et avec un producteur.

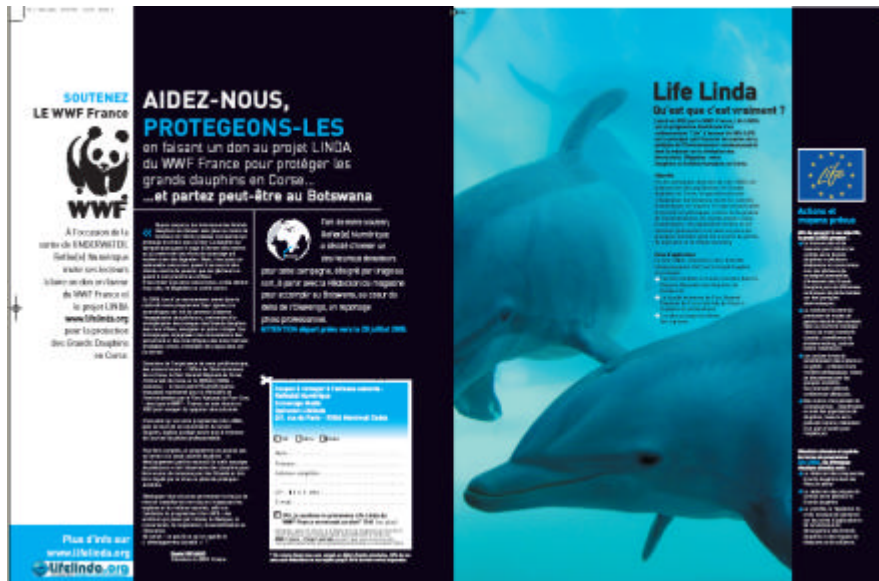


Figure 23 : Article et appel à dons paru dans le magazine Reflex[e] Numérique hors série été 2005

Action E9 : Conférences de presse

Cette action a pour objectif d'informer la presse et donc le grand public des activités et de l'avancement du programme LINDA. Deux conférences de presses sont prévues dans le document de projet.

La première conférence de presse était initialement prévue en tout début de programme, mais les membres du comité de pilotage ont choisi de reculer la date pour favoriser l'appropriation du projet par les différents acteurs locaux (notamment les pêcheurs) avant de réaliser une communication à plus grande échelle.

Une première prise de contact avec la presse locale a eu lieu lors de la présentation des résultats de l'étude expérimentale sur l'utilisation de répulsifs acoustiques en vue de la réduction de l'interaction entre dauphins et filets de pêche réalisée par L'Université de Corse le 26 mai 2004. Une présentation rapide du Life LINDA y a été faite.

La première conférence de presse du programme c'est tenue le 14 juin 2005 à 11h à la base technique de Pianottoli de la Réserve Naturelle des Bouches de Bonifacio.



Figure 24 : Représentants et responsables des partenaires et cofinanceurs du Life LINDA. (De gauche à droite : Denis Ody WWF-France, Lucile Rossi Université de Corse, Brigitte Dubeuf Directrice de la Diren Corse, Jérôme Polverini Président de l'OECE, Guy Cucchi Prud'homme de Bonifacio, José Filippi Directeur du PNRC, Simon Goss unité LIFE CE, n'apparaît pas sur le photo : Philippe Robert représentant du Sanctuaire PELAGOS, partie française).

Les organismes invités étaient : le comité régional de pêche, les quatre premiers prud'hommes de Corse, la direction régionale des affaires maritimes, la Commission Européenne, le bureau d'étude Ecosphère, deux parlementaires européens : Monsieur Behamias et Madame Grossetete Françoise, ainsi que les responsables du Life CETACEI.

France 3 Corse, RF *Frequaza mora*, et Corse matin étaient les organismes de presse présents.

Suite au discours de Monsieur Jérôme Polverini qui accueillait le programme dans les locaux de l'OEC, une présentation du programme et des principales actions a été faite, suivie des réponses aux questions des journalistes.

La seconde conférence de presse s'est tenue le 6 juillet à Corte dans le cadre du comité de pilotage final du programme.

Action E10 : Site web

I. CREATION DU SITE WWW.LIFELINDA.ORG

Suite à un appel à candidatures multiples basé sur un cahier des charges le prestataire a été choisi : Kaliop Interactive Média.

Le site www.lifelinda.org a été mis en ligne le 27 septembre 2004. Un mailing d'information de l'ouverture de ce site a été envoyé à un grand nombre de personnes : des institutionnels (locaux, nationaux et européens) aux responsables d'associations concernées par notre problématique en passant par les gestionnaires d'aires marines protégées françaises.

En plus du site Internet, un extranet a été créé et mis à disposition des partenaires. Cette interface permet de présenter un calendrier des activités du programme (réunions, comités, manifestations...) et de mettre en ligne des documents (compte-rendu de réunions, rapport, articles, mémos....).



Figure 25 : Page d'accueil de l'extranet LINDA

Par ailleurs deux jeux de la malle pédagogique ont été mis en ligne : un puzzle et un quizz. Chacun des jeux a deux niveaux de difficulté.

II. TAUX DE VISITES ET ACTUALISATION

Depuis la mise en ligne du site plus de 13 000 visiteurs différents se sont rendus sur le site depuis son ouverture. La fréquentation moyenne mensuelle est légèrement supérieure à 1 000 visiteurs différents par mois (Figure 24).

Deux actualisations du site ont été faite depuis sa mise en ligne : une première en février/mars 2005 et une seconde en août/septembre 2005. Ces mises à jours représentent 7 jours d'infogérance.

Figure 26 : Nombre de visiteurs différents par mois

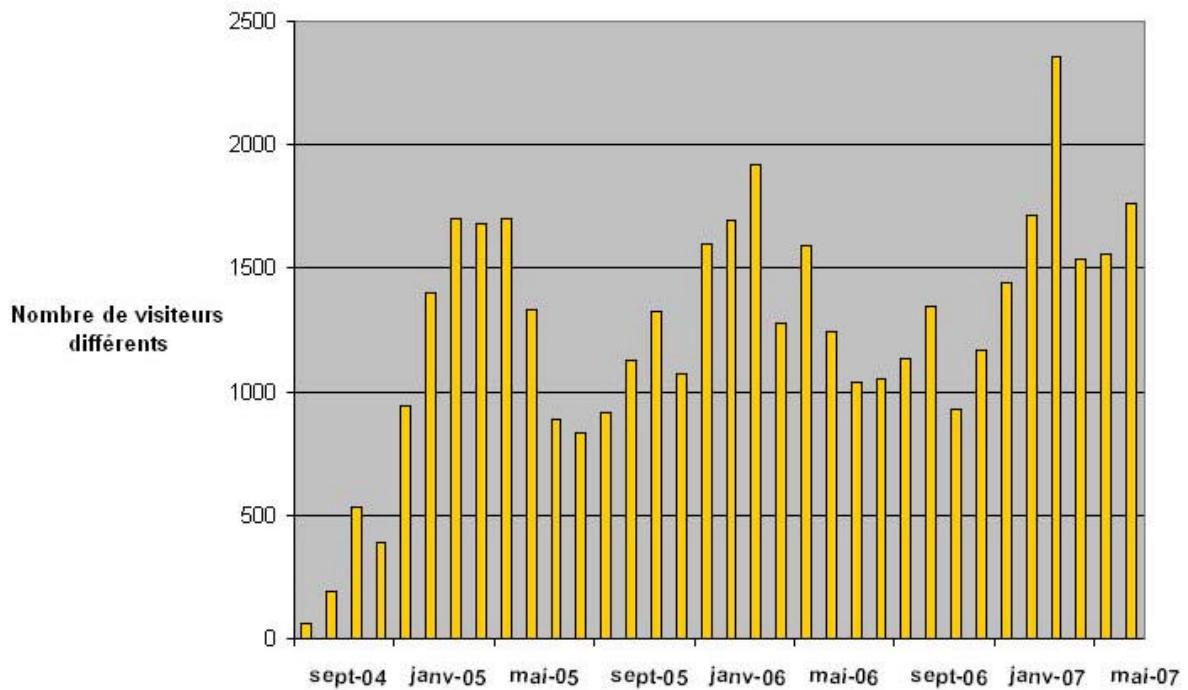


Figure 27 : Nombre de visiteurs différents par mois sur le site web LINDA

Action E12 : Conférences grand public

Tableau III : Liste des conférences LINDA

Date	Occasion	Site	Intervenants	Nombre de personnes
Mars 2005	Journée Nationale PELAGOS	Hyères	Amandine Eynaudi	50
Juin 2005	30 ans de la Réserve Naturelle de Scandola	Galeria	François Arrighi, Jean-Michel Culioli, Amandine Eynaudi	70
Juillet 2005	Conférence LINDA	Saint Florent	Cathy Cesarini, Jean-Michel Culioli, Amandine Eynaudi	15
Août 2005	Conférence LINDA	Bonifacio	Guy Cucchi, Jean-Mivhel Culioli, Amandine Eynaudi	20
Décembre 2005	Samedi de l'Environnement, Ville d'Ajaccio	Ajaccio	Amandine Eynaudi	50
Mars 2006	Journée Nationale PELAGOS	Hyères	Amandine Eynaudi	50
Avril 2006	Colloque sur le Grand dauphins Institut de formation consulaire	Ajaccio	Amandine Eynaudi	25
Juin 2006	Conférence LINDA, Clôture exposition RNBB	Porto Vecchio	Jean-Michel Culioli, Amandine Eynaudi	30
Juillet 2006	Conférence LINDA Projection film LINDA	CCAS Porto Vecchio	Jean-Louis Peirragi, Amandine Eynaudi	30
Juillet 2006	Conférence LINDA Projection film LINDA	Tour de Galeria	Amandine Eynaudi	60
Août 2006	Conférence LINDA Projection film LINDA	Tour de Galeria	Amandine Eynaudi	80
Août 2006	Conférence LINDA – RNBB-PMI Projection film LINDA	CCAS Porto Vecchio	Jean-Louis Peirragi, Guy François Frisoni, Amandine Eynaudi	40
Novembre 2006	Conférence LINDA CAP Mer	Corte	Marie-Catherine Santoni	40
Avril 2007	Conférence LINDA pour les bénévoles WWF	Paris	Amandine Eynaudi	30
Mai 2007	Journée environnement Précy sur Marne – Conférence LINDA	Précy sur marne	Amandine Eynaudi	50

Action E13 : Diffusion personnalisée des résultats du life LINDA aux professionnels de la protection de la nature et networking

Des échanges étroits sont entretenus avec le projet LIFE CETACEI (n°03 NAT/IT/000148) qui se déroule en Toscane, Ligure et Sardaigne sur les mêmes problématiques que le Life LINDA.

Une première réunion de travail a eu lieu en novembre 2004. Ces deux jours nous ont permis de fixer les échanges possibles entre les deux programmes.

Ainsi des plaquettes et des posters ont été échangés : environ 150 plaquettes LINDA en Italien ont été envoyé au programme CETACEI. De la même façon nous avons reçu une centaine de posters présentant les espèces de Cétacés présentes en Méditerranée.

Ces posters ont été affichés dans les offices du tourisme et les capitaineries des ports des zones d'applications du Life LINDA (Figure 22) et quelques exemplaires distribués à des enfants notamment par les écovolontaires.

Une réunion de travail entre les deux équipes sur les aspects « pêche » des programmes était prévue de longue date les 3 et 4 novembre à Porto-Torres en Sardaigne Mais la demande de prolongation (de 6 mois) faite par le Life CETACEI a été refusée, leur plan de travail en a été fortement perturbé et ils ont été dans l'obligation d'annuler cette réunion.



Figure 28 : Affichage du poster réalisé par le Life Cetacei à la gare maritime de Bonifacio (Crédit : WWF-France)

Actions de sensibilisation et communication supplémentaires

Le programme Life LINDA est présent dans de nombreuses manifestations dédiées à la sensibilisation et l'éducation à l'environnement qui nous ont permis de sensibiliser plus de 1 500 personnes supplémentaires.

Le 19^{ème} congrès ECS, la Rochelle

Du 2 au 7 avril 2005, le WWF-France a mis en place un stand d'information dans la salle d'exposition des posters scientifique.

La mer en fête

Le Life LINDA était présent sur 2 stands à la 12^{ème} édition de la Mer en Fête qui s'est déroulée du 9 au 12 mai 2005. Sur le stand du PNRC et sur un stand WWF-France Life LINDA où les animateurs proposaient des animations avec la malle LINDA aux scolaires.

En 2006 le Life LINDA était également présent à la mer en fête sur le stand du PNRC.

La Mer en fête est une manifestation qui regroupe en moyenne 75 structures (PACA, Corse et Méditerranée), 170 éducateurs mobilisés durant 3 journées d'animation et 5400 élèves accueillis durant 3 jours (2 500 à Marseille, 1300 à Ajaccio, 1600 à Bastia) à bord du Napoléon Bonaparte, navire de la SNCM mis à disposition pour cette manifestation. Environ 400 enfants ont pu assister aux animations LINDA en 2005.

CAP Mer

Les 2 et 3 juin 2005 l'Office de l'Environnement de la Corse organise une manifestation qui s'adresse aux élèves des écoles, ainsi qu'au grand public. Les animations proposées pendant ces deux jours ont permis de sensibiliser environ 200 enfants.

La fête de la science

Organisé par le ministère de la Recherche et de l'Education en France la fête de la Science permet de sensibiliser le public à l'évolution des sciences et l'intérêt des études scientifiques, tout en donnant à partager le savoir et en aidant à la compréhension du monde qui nous entoure. En octobre 2005, elle s'est déroulée dans 5 villes en Corse (Porto-Vecchio, Sartène, Ajaccio, Bastia, et Ile Rousse) où des animateurs des partenaires du life LINDA étaient présents avec la malle. A cette occasion 400 personnes ont été sensibilisées.

Le festival du vent

Du 29 octobre au 2 novembre, le stand du WWF-France avec malle LINDA a accueilli les enfants. Plusieurs animateurs se sont relayés pour les animations. Environ 100 enfants ont été sensibilisés en 5 jours.



Figure 29 : Animations lors du Festival du vent. Photo de gauche : Elvira Mattei, animatrice PNPC. Photo de droite : Nicolas Robert, animateur PNRC

Tableau IV : Récapitulatif des manifestations où le Life LINDA était représenté

Manifestation	Dates 2005	Nombre de personnes	Niveau	Localité
Mer en fête	9 au 12 mai	401	Primaire (18 interventions)	Marseille / Ajaccio / Bastia
Cap mer	2 et 3 juin	600	Scolaire et grand public	Ajaccio
Fête de la science	10 et 11 octobre 14 octobre	400	Scolaires	Ajaccio, Bastia
Festival du vent	29 octobre au 2 novembre	100	Tous publics	Calvi

Liste des sigles

DIREN	Direction Régionale de l'Environnement
GECEM	Groupe d'Etude des Cétacés de Méditerranée
LIFE	L'Instrument Financier pour l'Environnement
LINDA	Limitations des Interactions Négatives entre Dauphins et Activités humaines
OEC	Office de l'Environnement de la Corse
PMI	Parc Marin International (OEC, RNBB)
PNRC	Parc Naturel Régional de Corse
PNPC	Parc National de Port-Cros, Sanctuaire PELAGOS
RNBB	Réserve Naturelle des Bouches de Bonifacio
RNS	Réserve Naturelle de Scandola

Liste des figures

Figure 1 : Recto-verso de la palette de sensibilisation.....	5
Figure 2 : Exposition des panneaux Life LINDA dans les offices du tourisme de Bonifacio (Marina et Ville haute), août 2005 (Crédit : Linard/ Tison/ WWF-France).....	6
Figure 3 : Panneaux de sensibilisation (Agence Mars).....	7
Figure 4 : Poster de recommandations en cas de rencontre avec des Cétacés, Office du Tourisme de Bonifacio, Aout 2005	8
Figure 5 : Panneaux d'information pour le grand public.....	8
Figure 6 : Photo de gauche : Sensibilisation à bord de l'Amour des Iles, Porto-Vecchio, juillet 2004. Photo de droite : Sensibilisation dans le port de Calvi, juillet 2005 (Crédits WWF-France).....	10
Figure 7 : Type de personnes sensibilisées.....	13
Figure 8 : Type d'embarcation des plaisanciers sensibilisés.....	13
Figure 9 : Nationalités des personnes sensibilisées.....	13
Figure 10 : Tranche d'âge des personnes sensibilisées.....	14
Figure 11 : Type de réponse à la question : " Que pensez-vous de cette intervention"	14
Figure 12 : Evaluation de l'intérêt de la personne sensibilisée par l'écovolontaire, 2005.....	15
Figure 13 : Premier contact avec la personne sensibilisée évalué par l'écovolontaire, 2005	15
Figure 14 : Durée de sensibilisation.....	16
Figure 15 : Connaissance de la problématique par le public sensibilisé.....	17
Figure 16 : 1ères réponses données à la question : " Pouvez-vous citer des activités humaines ayant un impact négatif sur les Cétacés ? ».....	17
Figure 17 : Connaissance de la problématique par les personnes sensibilisées, par site, 2005.	18
Figure 18 : Type de personnes sensibilisées par site, 2005.....	19
Figure 19 : Type de plaisanciers sensibilisés par site, 2005	19
Figure 20 : Résultats du questionnaires de satisfaction "sensibilisation des candidats au permis côtier"	20
Figure 21 : Photo de gauche : Port de Calvi avec les écovolontaires, photo de droite, port d'Ajaccio avec les pêcheurs (Crédits WWF-France).....	21
Figure 22 : Photo de gauche : Plage de Saleccia, interview de Denis Ody. Photo de droite, Baste technique de la Réserve Naturelle des Bouches de Bonifacio, Rondinara, interview de Jean-Michel Culioli.	22

Figure 23 : Article et appel à dons paru dans le magazine Reflex[e] Numérique hors série été 2005	23
Figure 24 : Représentants et responsables des partenaires et cofinanceurs du Life LINDA. (De gauche à droite : Denis Ody WWF-France, Lucile Rossi Université de Corse, Brigitte Dubeuf Directrice de la Diren Corse, Jérôme Polverini Président de l'OEC, Guy Cucchi 1 ^{er} Prud'homme de Bonifacio, José Filippi Directeur du PNRC, Simon Goss unité LIFE CE, n'apparaît pas sur le photo : Philippe Robert représentant du Sanctuaire PELAGOS, partie française).....	23
Figure 25 : Page d'accueil de l'extranet LINDA.....	24
Figure 26 : Nombre de visiteurs différents par mois.....	25
Figure 27 : Nombre de visiteurs différents par mois sur le site web LINDA.....	25
Figure 28 : Affichage du poster réalisé par le Life Cetacei à la gare maritime de Bonifacio (Crédit : WWF-France).....	27
Figure 44 : Animations lors du Festival du vent. Photo de gauche : Elvira Mattei, animatrice PNPC. Photo de droite : Nicolas Robert, animateur PNRC	28

Liste des tableaux

Tableau I : Récapitulatif des impressions des plaquettes de sensibilisation.....	6
Tableau II : Récapitulatif de la sensibilisation en 2005 et 2006.....	12
Tableau V : Liste des conférences LINDA	26
Tableau XVI : Récapitulatif des manifestations où le Life LINDA était représenté.....	28