



Établir un plan de communication

Fiche technique Refuges LPO n°3



Objectif

Lancer une campagne de communication, dès le début du projet, vise à faire comprendre et accepter le changement par les usagers et les salariés, voire à les impliquer dans la démarche. Pour être efficace, elle doit être répétitive et réalisée à des moments-clés du projet (par exemple en début de printemps et d'été pour l'aménagement des espaces verts).

Communication interne : informer les différents services, les agents et élus qui doivent recevoir les mêmes informations pour avoir un discours homogène face aux habitants.

Communication externe : informer et sensibiliser les habitants sur la nouvelle politique de gestion de la collectivité afin de limiter les éventuelles plaintes et faciliter l'acceptation du changement.



Exposition Refuges - Jardin Nature © LPO Loire

Actions à mener

- Contacter les associations locales qui peuvent apporter leur connaissance du territoire, fournir des outils de communication, être partenaire pour l'organisation d'un événement, etc.
- Mettre en place un groupe de travail constitué principalement des différents services communaux et du personnel technique. Il s'agit ici d'instaurer un système de réunions pour faciliter les échanges et établir une ligne de conduite approuvée par tous et diffusée à tous les autres services. Il pourra aussi être utile de réorganiser les équipes et revoir les plannings de chacun.
- Respecter une cohérence entre la mise en place de la nouvelle gestion et les actions de communication.

Type d'actions à mener	Contenu
Diffusion d'articles dans la presse locale, le bulletin municipal, sur le site web de la collectivité, à la radio, TV locale, etc. Cible : Grand public	Expliquer les raisons de l'adoption d'une nouvelle politique de gestion des espaces verts : <ul style="list-style-type: none"> Exposer les contraintes et dangers des produits phytosanitaires, Expliquer le concept des nouveaux modes de gestion (techniques d'entretien, utilité de la végétation spontanée, nouveaux aspects esthétiques,...). + Sensibiliser le grand public
Diffusion des documents de sensibilisation dans les boîtes-à-lettres, les associations de quartiers, etc. Cible : Grand public	Distribuer des supports de communication (dépliants, livrets, plaquettes de sensibilisation, etc.) sur les dangers des pesticides, l'acceptation de la végétation spontanée, la gestion différenciée, la biodiversité dans les espaces verts, les techniques de jardinage écologique, etc. + Sensibiliser les habitants et jardiniers amateurs
Installation de panneaux d'informations sur les secteurs faisant l'objet de changement de pratiques. Cible : Grand public	Installer des panneaux ou affiches au sein de l'espace destiné à évoluer dès le début des modifications. Ces panneaux doivent être évolutifs et informer sur les changements en cours et leurs raisons. + Transmission d'un message clair et précis sur le long terme (reste en place toute la saison)
Organisation de réunions, journée d'échange, visites de sites et rencontres de professionnels... Cible : élus et agents techniques	Animer des réunions d'information est primordial pour assurer une bonne coordination et créer un réseau de mutualisation entre les différents acteurs. Informer et échanger sur la démarche de mise en œuvre du nouveau mode de gestion, les aspects concrets des techniques, l'utilité de la végétation spontanée, l'organisation du travail des équipes... + Échanger et donner de nouveaux points de vue sur la gestion des espaces verts...
Établissement d'un plan de formation du personnel de la collectivité. Cible : agents techniques	Recenser les besoins en formation. <ul style="list-style-type: none"> Établir un planning et proposer des sessions de formation sur divers thèmes. Mutualiser les nouvelles compétences. + Faire monter en compétences les équipes
Organisation de journées portes ouvertes de jardins naturels, salons de jardinage et autres manifestations. Cible : Grand public	Repérer des jardins entretenus «au naturel» (classés Refuge LPO par exemple) et les faire visiter. <ul style="list-style-type: none"> Créer un évènement type «bourse aux plantes» : présenter les choix de la commune (diaporama, conseils de jardiniers...), les techniques de jardinage naturel, etc. Organiser des comités de quartier, conférences, expositions, etc. : expliquer le projet de la ville, les démarches mises en place au sein des espaces publics et inciter les habitants à appliquer ces conseils au sein de leur jardin. + Faire comprendre le travail des agents
Réalisation d'animations pédagogiques. Cible : Grand public	Faire découvrir aux enfants (dans les écoles, les centres de loisirs, etc.) la nature en milieu urbanisé, la végétation spontanée, etc. <ul style="list-style-type: none"> Réaliser des animations grand public : plantation d'une portion de haie, jardinage écologique, etc. + Attractif pour toutes les générations



Inauguration d'un Refuge © LPO Oise



L'entreprise Itancia lance un plan de communication sur l'évolution de ses pratiques

Depuis son passage au zéro phyto en 2010, l'entreprise Itancia située dans le Maine-et-Loire (49) et classée Refuge LPO, a décidé d'informer au mieux ses salariés, clients et fournisseurs de ses changements de pratiques en établissant un plan de communication spécifique et original. La principale mesure a été le lancement d'un challenge tous les 2 ans, dont le thème était le développement durable, s'inscrivant parfaitement dans la lignée des actions de l'entreprise. Parmi l'ensemble des propositions des salariés, trois actions ont été retenues : installation d'urinoirs sans eau, mise en place d'une ruche en partenariat avec un apiculteur bio et création d'un Club Nature à destination des enfants des salariés. Ce challenge a permis de sensibiliser tous les salariés aux changements de pratiques de l'entreprise. Par ailleurs, Itancia a revu toute sa stratégie d'entreprise pour qu'elle respecte au mieux les principes du développement durable. Ainsi, les comptes-rendus du comité développement durable sont diffusés auprès de l'ensemble des salariés. L'évaluation et la sélection des nouveaux fournisseurs, prend désormais en compte ce critère et une nouvelle ligne a été ajoutée sur la grille d'évaluation. Le jeune public n'est pas oublié car en plus du Club Nature, l'école de la ville voisine de la Jubaudière s'est investie dans la plantation de haies et a également participé à des visites de l'entreprise.

En récompense de son engagement fort en faveur de la préservation de la biodiversité, Itancia a été primée du trophée Ecologie et Développement Durable lors des trophées choletais de l'économie en 2013, organisé par la jeune chambre économique du choletais. Au final, grâce à cette stratégie, l'ensemble des acteurs de l'entreprise, des salariés et leurs familles jusqu'aux fournisseurs, se sentent pleinement investis et mobilisés grâce à leur implication dans les actions concrètes de préservation de la biodiversité de proximité.

Source : d'après le témoignage de Aubérie Besnard, Chargée de mission Hygiène Sécurité Environnement et Développement Durable chez Itancia.

Ressources et contacts

- **Guide de la communication sur la gestion différenciée** / Pôle wallon de gestion différenciée, 2013, 93 p.
- **Guide des alternatives au désherbage chimique dans les communes** / FEREDDEC Bretagne, 2012, 136 p.
- **Guide de gestion différenciée à l'usage des collectivités** / PARISOT Christophe ; ANVL ; NATUREPARIF, 2009, 159 p.
- **Guide Pour une gestion durable des espaces publics en Picardie** / URCPIC de Picardie - CPIE des Pays de l'Aisne, 2012, 47 p.

