

I-INFORMATION ET ACCUEIL DU PUBLIC

Le domaine « Information et accueil du public » rassemble l'ensemble des tâches relatives à l'information du public quant à la valeur naturelle ou archéologique de la Grande Cariçaie, à la protection et la gestion du site, ainsi qu'aux différentes missions de l'Association. Il englobe également les tâches d'accueil du public à l'intérieur du périmètre statutaire de l'association et les produits touristiques développés par des tiers et ayant un effet possible sur ce même périmètre statutaire. Le domaine est ainsi composé des trois thèmes suivants :

- I-IN – Information du public
- I-AC – Infrastructures d'accueil du public
- I-TO – Produits touristiques

L'état d'atteinte des objectifs fixés pour les thèmes de ce domaine est évalué par le biais des résultats des monitorings définis dans le domaine « C - Connaissance du site ».

I-IN – Information du public



Panneau d'information sur le point de vue paysager de Chabrey (VD)

Constat

La conservation d'un site naturel protégé est meilleure et plus durable si le site est connu et apprécié d'un large public, et si ce dernier est convaincu de l'importance de conserver le patrimoine naturel ou historique que ce site héberge. Même si des bases légales fortes protégeant le site existent à un moment donné, ces bases légales ou les financements publics alloués à la conservation du site peuvent en effet être remis en question en tout temps, suivant l'évolution de la société ou des autorités administratives et politiques. Le gestionnaire du site doit donc œuvrer de manière constante à faire connaître le site et la valeur de son patrimoine, ainsi que les actions mises en œuvre pour le conserver. Le « prestige » du site et une image publique sérieuse de son gestionnaire sont également essentiels en particulier lorsque des financements externes sont recherchés.

Dans la Grande Cariçaie, les moyens d'information du public se sont adaptés au cours du temps aux objectifs poursuivis, ainsi qu'aux outils qui ont considérablement évolué depuis le début du projet à la fin des années 1970. Le GEG puis l'AGC ont été accompagnés dans ce but par deux commissions successives : le Groupe information, avant 1992, puis la Sous-commission d'information, de 1992 à 2011. L'AGC communique aujourd'hui via une large palette d'outils propres, numériques ou traditionnels, et en collaborant avec différents partenaires.

Plusieurs enquêtes (AUBORT 1996; GEG 2006; CIOTTI 2007; NIGGLI 2011; GERBER 2013) menées depuis les années 1990 auprès d'usagers des zones protégées ou de riverains montrent que les connaissances progressent mais restent globalement modestes, malgré tous les efforts investis jusqu'à présent dans la communication. Le public est en revanche aujourd'hui très majoritairement convaincu que le site héberge une nature précieuse, que sa protection est nécessaire et que les actions menées par le gestionnaire sont pertinentes, même s'il en ignore souvent les détails. Divers éléments restent mal compris ou mal acceptés du public, tels l'usage de moyens mécanisés lourds pour l'entretien des milieux naturels, ou les restrictions d'accès ou d'usages dans certains périmètres. L'AGC, gestionnaire officiel du site, est très largement inconnu du grand public ou souvent confondu avec l'ONG Pro Natura.

Objectif

Objectif I-IN – La Grande Cariçaie est bien connue au niveau régional et national et est perçue comme un site abritant un patrimoine naturel et archéologique exceptionnel. Les mesures de protection et les mesures de gestion sont acceptées par le public. L'AGC est perçue comme l'unique gestionnaire du site.

Stratégie pour atteindre l'objectif

L'AGC doit poursuivre les efforts entrepris jusqu'à présent pour communiquer sur la valeur du site, la nécessité de sa protection et de sa gestion, ainsi que sur les règles à respecter par le public pour garantir un équilibre entre protection de la nature et usage du site pour les activités de loisirs. Pour ce faire, l'AGC doit continuer de produire des moyens d'information variés et attractifs, seule ou en collaboration avec ses partenaires. Elle doit être réactive et se tenir prête à développer de nouvelles actions si celles-ci se révèlent intéressantes au point de vue coût/efficacité.

Les informations à transmettre au public sont de trois ordres :

- valeur naturelle et archéologique du site : pourquoi est-ce que ce site est protégé ? Est-ce que cette valeur justifie la mise en place de règles contraignantes pour le public ?
- règles de comportement, prescriptions légales : qu'ai-je le droit de faire où ?
- gestion du site : comment et par qui le site est-il géré pour assurer sa conservation ? Est-ce que les travaux et les moyens investis sont nécessaires ? Les gestionnaires sont-ils dignes de confiance ?

Pour transmettre ces connaissances, il faut s'adapter au public visé. Celui-ci peut être classé en 4 catégories :

- grand public (hors espaces protégés) : impact direct nul sur le périmètre statuaire de l'AGC. Impact indirect potentiellement élevé pour augmenter la renommée du site et la prise de conscience par les trois catégories ci-dessous de l'importance de le respecter et de le conserver. Impact indirect également au moment de la recherche de ressources financières externes ;
- usagers des réserves naturelles et des autres sites protégés à l'intérieur du périmètre statuaire de l'AGC : impact potentiel ponctuel et limité dans le temps (dérangement de la faune, piétinement, feux, déchets). L'intégrité des milieux naturels protégés n'est pas menacée ;

- riverains¹ : impact potentiel ponctuel, mais durable (animaux domestiques, plantes invasives, déchets de jardin, atteintes directes à la végétation des milieux naturels par des travaux de fauche ou de débroussaillage au-delà de la limite de la propriété du riverain). L'intégrité des réserves peut être menacée localement ;
- décideurs régionaux et nationaux : impact potentiel étendu et durable (pression d'urbanisation, tourisme de masse, assouplissement des règles de protection, réduction des financements). L'intégrité des zones protégées peut être menacée à grande échelle.

L'efficacité des moyens d'information dépend en outre de nombreux facteurs : attractivité du média, confiance et disposition d'esprit du « receveur d'information » à l'égard du pourvoyeur de l'information, disponibilité pour recevoir une information à un moment donné, etc.

Précisons encore que l'effet des différents moyens d'information est global et qu'il est difficile de mesurer l'efficacité de chaque moyen considéré individuellement.

Bilan des actions mises en œuvre à fin 2017

Avant même que ne débutent les travaux d'entretien des milieux naturels, un effort conséquent a été porté sur l'information du public, dans le but d'obtenir la protection légale de la Grande Cariçaie. A la fin des années 1970, l'autoroute A1 menaçait en effet la moitié Ouest des zones naturelles (entre Yverdon et Estavayer). Menée par la Ligue suisse pour la protection de la nature (aujourd'hui Pro Natura) et le WWF Suisse, cette campagne d'information s'est révélée un énorme succès, puisque 560'000 signatures et 4 millions de francs ont alors été récoltés pour conserver la Grande Cariçaie. Avant de démarrer cette campagne nationale, les associations avaient pris soin d'informer très activement le public régional (autorités politiques, riverains, usagers, ...) pour expliquer leurs intentions et éviter que l'action au niveau national ne soit perçue comme une tentative d'imposer la protection de la Grande Cariçaie de l'extérieur.

Une fois la protection du site obtenue, via le plan directeur intercantonal de 1982 (SCAT-VD & OCAT-FR 1982) et le renoncement au tracé de l'autoroute par les rives, l'effort d'information a été porté principalement sur les administrations cantonales et les décideurs politiques régionaux. Au moment où démarrait la gestion du site en 1982, il fallait en effet convaincre les futurs bailleurs de fonds et ceux qui décideraient de poursuivre la gestion du site dès 1987 (voir chap. 3 - « Historique de la gestion du site ») que les opérations d'entretien de la Grande Cariçaie étaient nécessaires et la structure de gestion crédible. La population régionale n'était pas oubliée, avec une communication s'opérant via le « Journal des Grèves » et des articles dans les médias régionaux. Cette communication a atteint ses objectifs, car la confiance des administrations a été progressivement acquise et car un financement a été obtenu des Cantons de Vaud et de Fribourg dès 1987 pour la poursuite de la gestion des marais non boisés.

A la fin des années 1990, la procédure de création des réserves naturelles a eu un impact très négatif sur l'opinion publique. L'association Aqua Nostra, créée pour fédérer les divers opposants à la protection, est parvenue à remettre en négociation les premiers projets de réserves naturelles mis à l'enquête publique. Il s'est ensuivi une phase intense de négociation entre Confédération, Cantons et Communes, puis les projets renégociés ont été mis à l'enquête et adoptés par les Cantons fin 2001 (Vaud) et début 2002 (Fribourg). L'information s'est alors centrée sur les Communes riveraines et les usagers des réserves naturelles, dans le but d'améliorer l'acceptation de la protection et de restaurer la confiance des populations locales envers la structure de gestion.

Aujourd'hui, la protection n'est plus contestée mais la pression du public croît sur les réserves naturelles et espaces protégés du périmètre statutaire. L'augmentation de la démographie dans la région, le besoin en loisirs et des étés de plus en plus chauds poussent en effet les riverains et vacanciers à fréquenter de plus en plus les espaces naturels, ce qui augmente la pression sur les espèces sensibles. L'information

¹ Cette catégorie désigne les personnes résidant à proximité immédiate des réserves naturelles, que ce soit de manière permanente ou temporaire (estivants dans les campings par exemple)

se focalise dès lors principalement sur la signalétique de terrain, ainsi que sur la collaboration avec les acteurs de la surveillance et les partenaires touristiques. L'information sur la valeur naturelle et archéologique du site est également renforcée, de même que l'information sur le rôle de l'AGC, ceci afin de clarifier pour le public l'organisation de la gestion du site et « d'institutionnaliser » l'AGC pour garantir son existence à long terme.

Le budget du poste « information et accueil du public » s'est monté en moyenne ces dernières années à CHF 30'000 à 35'000.- par année, salaires non compris. Il inclut tous les moyens d'information décrits ci-dessous (documents papier, panneaux, internet, animations, etc.), mais pas les infrastructures d'accueil du public (observatoires, pontons, etc.) décrites au thème « I-IN-ACC ».

Les moyens d'information utilisés actuellement sont les suivants :

Balisage et information sur le terrain

Un peu plus de 400 panneaux sont actuellement installés dans les réserves naturelles et zones protégées de la Grande Cariçaie. Ces panneaux sont de différents modèles et ont différentes fonctions, les principales étant le marquage des limites des réserves, le rappel de règles de comportement et l'information sur la gestion ou des particularités locales. L'adoption en 2016 par l'OFEV de règles unifiées pour la signalisation des aires protégées suisses (OFEV 2016) a influencé l'aspect de certains de ces panneaux, l'AGC ayant décidé d'adopter cette nouvelle signalétique et de remplacer progressivement tous ses panneaux.

Les panneaux actuellement en place ou planifiés sont les suivants (figure I-IN_1) :

- panneaux de « signalisation de l'aire » pour marquer les limites des réserves naturelles (figure I-IN_1 : panneaux de balisage) : transition en bonne voie vers le système OFEV 2016. Les panneaux ont un format 40x62² (modèle 14 adapté OFEV). Il reste à réaliser des panneaux de marquage des limites lacustres des OROEM pour remplacer les panneaux mis en place auparavant avec l'ancien logo « hibou-trèfle » ;
- panneaux de rappel des règles (figure I-IN_1 : panneaux de balisage) : là aussi, la transition est presque terminée vers le système OFEV 2016. Les panneaux ont un format 9x25 ou 9x34 et correspondent au modèle 21 OFEV. Ces panneaux sont mis en place aux emplacements où un rappel des règles est utile, par exemple le rappel de la règle du chien en laisse ;
- panneaux d'information (figure I-IN_1 : panneaux d'information) : l'AGC utilise différents modèles, mais la transition vers le système OFEV 2016 en est à ses débuts. A terme, l'AGC utilisera des panneaux de grand format 160x90 (type 31 OFEV) et des panneaux verticaux de format moyen 40x100 ou 40x62 (type 41 OFEV). L'AGC a fait valider par l'OFEV des panneaux panorama 120x55 ou 160x55 pour remplacer ses vieux panneaux en sérigraphie, certains datant des années 1980. Elle a également réalisé des panneaux directionnels 51x15 pour indiquer des points de vue, des plages, etc. A fin 2017, plusieurs panneaux des différents modèles sont déjà posés sur le terrain, mais il reste un important travail à faire pour remettre à jour tous les panneaux d'anciens modèles et mettre en place le nouveau balisage directionnel qui aidera les visiteurs à se repérer dans le terrain ;
- panneaux routiers (figure I-IN_1 : panneaux routiers) : à part les panneaux mentionnés ci-dessus, l'AGC a également réalisé des panneaux indicateurs touristiques pour signaler ses deux points de vue paysagers à Châbles et à Chabrey. Elle a mis en place également des panneaux OSR (Ordonnance sur la signalisation routière (CHANCELLERIE FÉDÉRALE SUISSE 5 septembre 1979)) pour indiquer l'interdiction des cycles dans la réserve des Grèves d'Ostende ;

² Tous les formats de panneaux sont indiqués en cm. Les dimensions sont exprimées en largeur x hauteur

Signalons enfin que d'autres marquages permettent aux visiteurs de s'orienter dans le terrain : il s'agit de bouées jaunes et de panneaux d'interdiction de navigation A1 (selon Ordonnance sur la navigation intérieure ; (CHANCELLERIE FÉDÉRALE SUISSE 8 novembre 1978)) mis en place autour des OROEM et gérées par les Services des eaux cantonaux, ainsi que du marquage des plages autorisées en zone interdite, sous forme de ronds orange peints sur des arbres et des piquets. Ce dernier système est géré par l'AGC avec l'aide des surveillants des réserves naturelles.

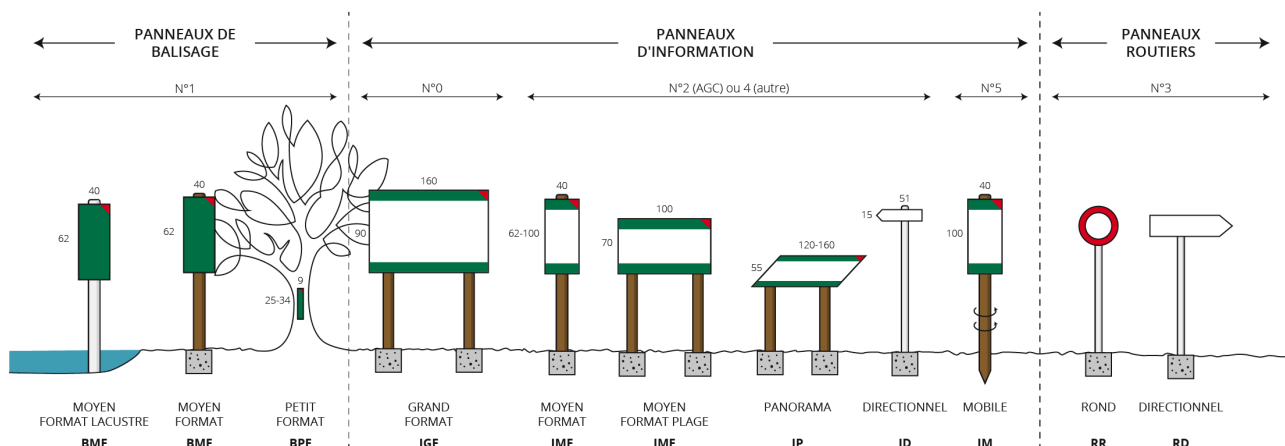


Figure I-IN_1 : Modèles de panneaux utilisés par l'AGC, conformes aux règles de signalisation OFEV 2016. Certains panneaux d'anciens modèles sont encore présents sur le terrain et seront remplacés progressivement.

Documents papier

L'AGC a publié de nombreux documents papier, seule ou en collaboration avec divers partenaires. Avec le recours accru à internet, l'usage de ces documents tend à diminuer. Les documents encore utilisés aujourd'hui sont : le dépliant réalisé avec Estavayer-Payerne Tourisme (grand public, foires de promotion touristique, offices du tourisme) et divers documents ciblés sur des publics particuliers (propriétaires de chiens, riverains, navigateurs, gestionnaires d'autres sites naturels, etc.).



Figure I-IN_2 : De gauche à droite : dépliant pour les propriétaires de chiens, dépliant pour les navigateurs et dépliant pour les riverains.

Journal des Grèves (JdG)

Distribué actuellement deux à trois fois par année en tout-ménage officiel (donc y-compris dans les boîtes à lettre avec l'autocollant « pas de publicité ») dans toutes les Communes ou localités riveraines du périmètre statuaire de l'AGC, sauf Yverdon-les-Bains, le JdG touche potentiellement près de 7'500 ménages. À fin 2017, 85 numéros ont été publiés, depuis la première édition en 1983. Un problème à résoudre à terme sera l'extension probablement nécessaire à l'entier du périmètre statuaire de l'Association, à savoir Yverdon-les-Bains, les communes touchées par l'OROEM Grandson-Champ-Pittet, la Commune de La Tène pour le Fanel NE (Réserve du Bas-Lac), et à moyen terme, les Communes germanophones du Fanel BE si le Canton de Berne décide d'adhérer à l'Association. Si ce nouveau périmètre de distribution est validé, la formule du JdG devra être repensée, ne serait-ce que pour des questions de langue et de coûts de production.



Figure I-IN_3 : Couverture du Journal des Grèves du mois d'octobre 2017 portant sur le thème du Sanglier

Newsletter électronique

L'AGC diffuse depuis 2009 une newsletter électronique, envoyée plusieurs fois par année à une liste d'adresses électroniques, et servant en particulier à faire parvenir le JdG aux personnes qui ne sont pas domiciliées sur la rive sud. Depuis novembre 2017, cette newsletter est envoyée une fois par mois. Le nombre d'abonnés à fin 2017 est de 250 environ.



Figure I-IN_4 : Entête de la newsletter électronique mensuelle

Internet

L'AGC gère le site www.grande-caricaie.ch depuis une vingtaine d'années. Le site actuel est la troisième version, fonctionnant sur la base d'un système de gestion de contenu (CMS), ce qui facilite les mises à jour. Pour certains utilisateurs, le site est devenu un peu trop « touffu » avec le temps et est jugé parfois un peu trop « scientifique ». L'AGC planche dès lors actuellement sur une refonte complète du site pour mieux l'adapter aux différents publics-cible. Outre son site propre, l'AGC a créé récemment une page Facebook et un compte Twitter pour tenter de mobiliser le jeune public et collabore régulièrement avec les sites internet d'autres structures (tourisme, Communes, etc.).

Animations, évènements

Pour ne pas entrer en concurrence avec les Centres-nature de Champ-Pittet et de La Sauge, l'AGC ne développe pas d'animations pour le grand public ou pour les enfants. Elle se contente de répondre favorablement aux demandes de Communes riveraines et directions régionales du tourisme et organise de temps à autre des manifestations, par exemple pour la Journée mondiale des zones humides ou la Fête de la Nature. La bonne entente actuelle avec les Communes tend à augmenter le nombre de sollicitations pour des animations avec des classes ou dans le contexte de passeports-vacances. L'AGC guide en outre chaque année plusieurs excursions pour un public plus spécialisé (universités, services de l'Etat, etc.), donne des conférences, ou participe à des journées techniques avec d'autres gestionnaires de sites naturels ou institutions de recherche. En 2017, l'AGC a ainsi participé à une vingtaine d'événements, toutes catégories confondues.



Figure I-IN_5 : Stand de l'Association de la Grande Cariçaie lors de la Fête de la Nature sur le site de Pro Natura à Champ-Pittet

Médias

La Grande Cariçaie apparaît régulièrement dans les médias, soit dans le cadre d'événements communiqués par elle-même (recensements ornithologiques, journée mondiale des zones humides, etc.), soit sur des sujets liés aux réserves naturelles et zones protégées (chalets, constructions de ports, ...), soit du fait de la spécialité et de l'expérience des collaborateurs du BEx (ornithologie surtout). L'AGC met un effort particulier à donner une image positive d'elle-même et de la Grande Cariçaie, en communiquant sur la découverte d'espèces rares, sur les travaux scientifiques ou la biodiversité exceptionnelle du site. Elle effectue parfois des visites de presse avec des médias nationaux ou étrangers, sur demande des directions régionales du tourisme, pour des reportages sur la valeur naturelle du site,

dans un but d'accroître sa renommée au niveau national ou international. Une centaine d'articles traitant de la Grande Cariçaie sont repérés chaque année dans la presse régionale.

Collaboration sur des projets touristiques

L'AGC ne fait pas de promotion touristique, mais elle collabore avec les directions régionales du tourisme, à leur demande. Elle peut ainsi fournir un appui documentaire pour certaines manifestations touristiques et apporter son soutien technique sur certains projets de tourisme doux valorisant le patrimoine (Village lacustre de Gletterens, Calèches Nature & Saveurs).



Figure I-IN_6 : Calèche Nature et Saveurs dans la Grande Cariçaie

Collaboration avec les autres structures chargées d'informer le public

L'AGC collabore activement avec les autres structures chargées d'informer le public dans et autour des réserves naturelles et espaces protégés du périmètre statutaire. Elle travaille en particulier avec les Centres-nature de Champ-Pittet et de La Sauge, comme indiqué dans ses statuts, en fournissant un appui scientifique et documentaire et en formant les animateurs-nature appelés à être au contact avec le public. À noter que les centres-nature gardent une identité visuelle forte et une autonomie complète sur les thèmes de leurs campagnes d'information. Ils sont peu identifiés par le public pour l'instant comme portes d'entrée dans la Grande Cariçaie.

Outils multimédias

Avec le développement de la technologie, les moyens d'information deviennent plus sophistiqués et attractifs. Pratiquement chaque visiteur des réserves naturelles possède à présent un téléphone intelligent doté d'un GPS et peut donc accéder à un contenu varié (textes, images, vidéo) et adapté à ses souhaits et au territoire qu'il traverse. Ces technologies déboucheront probablement à terme sur une application Grande Cariçaie sur téléphone mobile, avec des compléments d'information sur des pages internet. Pour l'instant, les outils testés dans ce sens sont restés à un stade expérimental, mais l'AGC recourt de plus en plus souvent aux QR-codes sur ses panneaux pour offrir plus d'information aux visiteurs qui le souhaitent.

État d'atteinte de l'objectif à fin 2017

Les différentes enquêtes menées auprès du public depuis les années 1990 (AUBORT 1996; GEG 2006; CIOTTI 2007; NIGGLI 2011; GERBER 2013) montrent que :

- le niveau de connaissance global des visiteurs des réserves naturelles reste modeste. Les résidents des Communes riveraines, en particulier, pourtant plus régulièrement exposés à une information Grande Cariçaie, ont une connaissance superficielle de la Grande Cariçaie et de sa gestion ;
- les notions les plus connues du public sont le terme « Grande Cariçaie » et le fait que celle-ci est constituée de milieux protégés, principalement des marais. Une majorité des personnes interrogées connaissent au moins trois règles à respecter dans les réserves naturelles et savent que ces zones sont fauchées au moyen d'une « grosse machine ». Ils connaissent au moins un lieu où aller observer la nature (souvent le Centre Pro Natura de Champ-Pittet) ;
- les gens connaissent moins ce que recouvre géographiquement le terme de Grande Cariçaie. Même si les études montrent un progrès au cours du temps, une part encore importante des personnes échantillonnées continuent de penser que la Grande Cariçaie est constituée uniquement des marais localisés devant le Centre Pro Natura de Champ-Pittet ;
- les personnes interrogées ignorent presque complètement les autres méthodes d'entretien utilisées, le fait que les zones naturelles abritent des sites archéologiques inscrits au Patrimoine mondial de l'UNESCO et l'identité des gestionnaires des réserves naturelles. Dans beaucoup de cas, il y a confusion entre l'organisation Pro Natura et l'AGC, ce qui s'explique principalement par le passé commun de ces deux organisations, par la localisation de l'AGC à Champ-Pittet et par la signalétique utilisée sur les anciens panneaux des réserves naturelles qui reprenait le logo « hibou-trèfle », traditionnellement associé par le grand public à Pro Natura ;
- malgré ces connaissances limitées, le public est plutôt bienveillant à l'égard des gestionnaires et des mesures permettant de sauvegarder la Grande Cariçaie. L'impact de la campagne d'Aqua Nostra, qui avait passablement écorné l'image du GEG, structure préexistante à l'AGC, s'est donc bien estompé, les gens s'étant probablement rendu compte que la création des réserves naturelles n'a pas tellement changé les possibilités d'accès en fin de compte. Un point critique pour le public reste toujours l'usage de moyens mécanisés « lourds », mal compris dans ces espaces protégés, annoncés partout comme fragiles.

Stratégie pour 2020-2024

Pour atteindre l'objectif, l'AGC poursuivra la réalisation des moyens d'information actuels en mettant un effort particulier sur :

- le renforcement de la connaissance par le public de l'identité du gestionnaire des réserves naturelles. Cela passe notamment par le renforcement de l'identité visuelle de l'AGC sur les documents produits, les panneaux, les articles dans les médias, le personnel, les véhicules sur le terrain, etc. ;
- la communication régulière sur des actions de gestion spectaculaires et leur bénéfice pour la nature, de même que sur des événements biologiques exceptionnels (découverte d'espèces rares, rôle de refuge de la Grande Cariçaie pour des espèces menacées).

L'AGC cherchera en outre à développer les partenariats avec les centres-nature et les services archéologiques pour :

- mieux identifier les centres-nature comme portes d'entrée dans la Grande Cariçaie ;
- faire mieux connaître la valeur archéologique exceptionnelle du site.

Actions à mettre en œuvre

Action I-IN-IDE – Développement et déploiement de l'identité visuelle

Développement et déploiement d'une identité visuelle propre, présente sur toutes les infrastructures d'accueil, moyens d'information, vêtements et véhicules du personnel, permettant d'identifier clairement l'AGC auprès du public et de montrer l'étendue de son action.

Planification pour 2020-2024 : diffusion du logo de l'AGC, accompagné selon les supports de la bande tramée bleu-vert-jaune, sur tous les moyens d'information produits par l'AGC, modèles de lettres, de rapports, etc. Mise en place de ce visuel sur les véhicules, les locaux, l'équipement du personnel, en particulier le personnel temporaire actif sur le terrain. Elimination de tous les visuels anciens subsistant encore, et en particulier le logo hibou-trèfle encore présent sur certains panneaux.

Perspectives pour la suite : à poursuivre.

Action I-IN-JOU – Diffusion d'information via un journal pour les riverains

Poursuite de la publication du JdG et de sa diffusion à toutes les personnes concernées ou intéressées, que ce soit en version papier dans les localités riveraines de la Grande Cariçaie, ou sous forme électronique via le site grande-caricaie.ch et la newsletter électronique. Adaptation du périmètre de distribution aux autres communes concernées selon les opportunités. L'objectif ici est d'atteindre les personnes potentiellement concernées par les réserves naturelles et zones protégées, mais ne recherchant pas activement une information, par exemple en s'abonnant à la newsletter ou en parcourant le site internet de la Grande Cariçaie.

Planification pour 2020-2024 : publication du JdG à un rythme semestriel, avec un numéro en été et un numéro en hiver. Extension du périmètre de distribution aux autres Communes du périmètre géré par l'AGC (Yverdon, Montagny, Grandson, La Tène) selon opportunités et selon possibilités de financements complémentaires.

Perspectives pour la suite : poursuite de la réalisation de ce moyen d'information si celui-ci est toujours jugé pertinent à fin 2024.

Action I-IN-NEW – Diffusion d'information via la newsletter électronique

Poursuite de la diffusion de la newsletter électronique, en axant le contenu sur les actualités Grande Cariçaie, pour maintenir l'intérêt des abonnés, faire parler régulièrement de la réserve naturelle, et susciter la publication d'articles ou de reportages dans les médias.

Planification pour 2020-2024 : publication de la newsletter à un rythme si possible mensuel, avec au moins trois actualités par numéro.

Perspectives pour la suite : poursuite de la réalisation de ce moyen d'information si celui-ci est toujours jugé pertinent à fin 2024.

Action I-IN-DOC – Diffusion d'information via des moyens papier

Collaboration avec des tiers ou réalisation en interne de moyens d'information papier (prospectus, dépliants, etc.) si ceux-ci peuvent permettre d'accroître significativement la reconnaissance de la valeur patrimoniale de la Grande Cariçaie ou le respect des règles de comportement dans les réserves naturelles.

Planification pour 2020-2024 : remise à jour et réédition des « Mémos des visiteurs des réserves naturelles », diffusion de ceux-ci aux personnes concernées. Soutien documentaire des centres-nature

et directions régionales du tourisme, éventuellement d'autres partenaires (services archéologiques par exemple), pour la production de documents concernant la Grande Cariçaie.

Perspectives pour la suite : poursuite de la réalisation de documents papier, hors JdG, si l'action est toujours jugée pertinente à fin 2024.

Action I-IN-WEB – Diffusion d'information via internet et d'autres moyens multimédia

Poursuite du développement du site internet grande-caricaie.ch pour que celui-ci devienne à terme l'outil central pour l'information sur la Grande Cariçaie, tous les autres moyens d'information renvoyant d'une manière ou d'une autre à ce site. Diffusion des infos publiées sur le site sur les réseaux sociaux, selon publics-cible et en évaluant régulièrement l'intérêt et l'efficacité des réseaux sociaux pour atteindre le public concerné par la Grande Cariçaie. Développement éventuel d'une application sur téléphone mobile après évaluation du rapport effort/efficacité.

Planification pour 2020-2024 : développement du site internet pour le rendre plus orienté utilisateur. Structuration du contenu pour que l'utilisateur ait le choix entre un « surf » superficiel ou une consultation plus approfondie. Rapatriement sur le site de toutes les infos essentielles, des publications, et recours à la vidéo pour des explications sur certaines thématiques. Publication régulière d'actualités (1-2 par semaine), actualités diffusées ensuite via la newsletter. Reprise de ces actualités également sur les réseaux sociaux selon une stratégie à définir. Développement éventuel d'une application sur téléphone mobile après évaluation du rapport effort/efficacité.

Perspectives pour la suite : internet et les outils multimédias se développant à une vitesse impressionnante, l'AGC restera réactive pour redéfinir sa stratégie de développement internet et multimédia après la convention-programme 2020-2024. Il est vraisemblable que ces outils resteront centraux pour l'information Grande Cariçaie.

Action I-IN-MED – Diffusion d'information via les médias

Poursuite de la collaboration avec les médias pour faire connaître la Grande Cariçaie, sa valeur patrimoniale, les actions de gestion entreprises pour la conserver et l'identité du gestionnaire. Recherche de contacts plus réguliers avec les médias nationaux, éventuellement internationaux, pour augmenter la renommée de la Grande Cariçaie au niveau national et international.

Planification pour 2020-2024 : publication régulière de communiqués de presse sur des actualités Grande Cariçaie. Mise à disposition du personnel pour répondre à des journalistes, sur leur initiative ou pour faire suite à la publication d'actualités ou de communiqués AGC. Recherche proactive de sujets, par exemple pour la saison estivale, traditionnellement plus « creuse », ou de collaborations suivies comme l'accompagnement de biologistes pour des travaux de terrain. Accompagnement de journalistes de médias nationaux ou internationaux sur demande des directions régionales du tourisme, après évaluation du rapport coût/efficacité.

Perspectives pour la suite : poursuite de contacts et d'actions régulières avec les médias, ceux-ci permettant d'atteindre un très large public, hors canaux d'information propres de l'AGC.

Action I-IN-PAN – Diffusion d'information via les panneaux d'information

Poursuite de la mise en place de panneaux d'information sur le terrain, pour mettre en valeur la valeur naturelle et archéologique de la Grande Cariçaie ou expliciter certaines actions de gestion. Développement du site internet (voir action « I-IN-WEB ») pour fournir des informations complémentaires attractives.

Planification pour 2020-2024 : remplacement progressif des panneaux existants par des panneaux compatibles avec les règles OFEV 2016. Mise en place de panneaux complémentaires selon besoins et

opportunités, en particulier sur les sites aménagés par l'AGC pour l'accueil du public. Développement des contenus complémentaires sur www.grande-caricaie.ch (voir action « I-IN-WEB »).

Perspectives pour la suite : adaptation du dispositif selon besoins et selon évolution de la technologie multimédias.

Action I-IN-AMB – Diffusion d'information via les ambassadeurs-nature

Mise en place d'une petite équipe d'animateurs patrouillant dans les réserves naturelles et sites protégés, en particulier les sites à haute fréquentation tels que les plages, pour sensibiliser les usagers à la valeur naturelle du site et aux règles de comportement à appliquer. Les ambassadeurs-nature travailleront en complémentarité des surveillants des réserves naturelles mais seront encadrés par l'AGC.

Planification pour 2020-2024 : conception du dispositif et recherche des financements ad hoc. Dans l'idéal, mise en place d'une première équipe avant la fin de la convention-programme pour tester la formule et inscrire les financements dans les prochaines conventions-programme.

Perspectives pour la suite : poursuite de l'action si celle-ci s'avère utile pour améliorer la connaissance des usagers et faire diminuer le taux d'infractions aux règlements des zones protégées.

Action I-IN-EXC – Organisation d'animations, d'excursions, de conférences et de manifestations

Collaboration de l'AGC ou organisation propre d'animations, d'excursions, de conférences ou de manifestations, en évaluant préalablement le rapport effort/efficacité selon l'aide à la décision utilisée en interne par le BEx. L'objectif est de renforcer la perception de la valeur patrimoniale du site, de faire comprendre les mesures de gestion et de protection légale, et de promouvoir la connaissance par le public du gestionnaire du site. En principe, renvoi aux centres-nature et offices du tourisme des demandes d'animations guidées ou de conférences grand public, sauf si celles-ci proviennent de Communes membres de l'AGC ou de services-clés de l'Etat pour la protection de la Grande Cariçaie.

Planification pour 2020-2024 : action à réaliser selon besoins et selon opportunités, en se focalisant sur les événements permettant de sensibiliser le plus large public possible ou un public-cible important. En principe, pas d'organisation propre de manifestations pour limiter l'effort d'organisation et de promotion. Sur demande des offices du tourisme, développement d'offres de visites guidées Grande Cariçaie et formation des guides.

Perspectives pour la suite : poursuite de l'action selon besoins et nouveaux objectifs définis en 2024.

Action I-IN-CEN – Diffusion d'information via les partenaires actifs auprès du public

Collaboration de l'AGC avec les acteurs régionaux actifs auprès du public, dont les offices du tourisme, les centres-nature, les responsables d'hébergements, etc. Formation par l'AGC des acteurs-clé chargés de l'information du public.

Planification pour 2020-2024 : poursuite des formations des stagiaires des centres-nature et du personnel des offices du tourisme. Collaboration selon opportunités avec d'autres acteurs régionaux, comme des loueurs de matériel nautique ou des responsables d'hébergements.

Perspectives pour la suite : poursuite de l'action selon besoins et nouveaux objectifs définis en 2024.

Action I-IN-POP – Implication de la population dans des actions de conservation ou de monitoring

Organisation d'événements permettant d'impliquer la population (riverains, écoles, actions communales type coup de balai, ...) dans des opérations de gestion ou de monitoring, pour renforcer l'implication et

l'attachement de la population aux réserves naturelles et zones protégées, ainsi que l'acceptation des mesures de protection. Développement du bénévolat pour l'AGC.

Planification pour 2020-2024 : réalisation de l'action selon opportunités. Relance d'actions d'entretien avec des riverains, mise en place d'une petite équipe de bénévoles, par exemple pour l'entretien des infrastructures d'accueil du public.

Perspectives pour la suite : poursuite de l'action selon besoins et nouveaux objectifs définis en 2024.

Action I-IN-USA – Réponse aux sollicitations d'utilisateurs

Réponse aux sollicitations d'utilisateurs (courriers, courriels, téléphones, messages sur les réseaux sociaux), dans les canaux choisis par ceux-ci. Le cas échéant, rédaction de courriers des lecteurs dans la presse pour communiquer la position de l'AGC suite à des courriers rédigés par des utilisateurs.

Planification pour 2020-2024 : mise en œuvre de l'action selon les opportunités. La fréquence des sollicitations tend à augmenter légèrement ces dernières années, l'AGC étant probablement mieux connue du public.

Perspectives pour la suite : poursuite de l'action.

Actions de monitoring

Les deux monitorings ci-dessous permettront de contrôler l'atteinte de l'objectif. Ils sont décrits en détail au chapitre « C-PU - Connaissance du public ».

Action C-PU-ENQ – Monitoring des connaissances des utilisateurs et de leur satisfaction

L'évolution des connaissances des visiteurs des réserves quant à la valeur patrimoniale de la Grande Cariçaie, quant à sa gestion et quant aux règles de protection à respecter, est documentée par ce monitoring. Celui-ci permet en outre de réfléchir à d'autres actions permettant d'améliorer les connaissances des utilisateurs, actions à mettre en place soit durant le PG actuel, soit à l'occasion du prochain PG.

Action C-PU-VIS – Monitoring de la visibilité de la Grande Cariçaie dans les médias

Ce monitoring permet d'évaluer comment évolue la présence et l'image de la Grande Cariçaie dans les médias. Il permet également d'apprécier la renommée du site au niveau national.

Bibliographie

- AUBORT, M.-N. (1996): La Grande Cariçaie entre mésange à moustaches et ski nautique. Version synthétique. *Mémoire de Licence*. Université de Lausanne; Lausanne.
- CHANCELLERIE FÉDÉRALE SUISSE (8 novembre 1978): *Ordonnance sur la navigation intérieure: RS 747.201.1 (ONI)*.
- CHANCELLERIE FÉDÉRALE SUISSE (5 septembre 1979): *Ordonnance sur la signalisation routière: 741.21 (OSR)*.
- CIOTTI, N. (2007): Analyse comparative de la perception du public dans le site Ramsar du Bas-Lac de Neuchâtel (réserves du nature ASPO de La Sauge). Chablais de Cudrefin (VD), du Fanel (NE, BE) et le centre-nature ASPO de La Sauge). *Travail de diplôme*. HES-SO École d'ingénieurs de Lullier; Lullier.
- GEG (2006): *Enquête téléphonique auprès de la population locale quant aux moyens d'information réalisés par le Groupe d'étude et de gestion*. Plan d'analyse. Groupe d'Étude et de Gestion; Cheseaux-Noréaz.
- GERBER, E. (2013): Conservation des milieux naturels et accueil du public dans l'une des réserves naturelles de la Grande Cariçaie (Baie d'Yvonand). Usage par le public et pistes d'amélioration des situations conflictuelles. *Travail de Bachelor*. HES-SO École d'ingénieurs de Lullier & Haute école du paysage, d'ingénierie et d'architecture de Genève.

NIGGLI, F. (2011): Enquête sur l'utilisation et la connaissance des réserves naturelles de la Grande Cariçaie par le public. Volumes I & II (Annexes). *Travail de Bachelor*. HES-SO École d'ingénieurs de Lullier; Lullier.

OFEV (2016): Aires protégées suisses : manuel de signalisation. *L'environnement pratique* 86.

SCAT-VD & OCAT-FR (1982): *Plan directeur de la rive sud du lac de Neuchâtel et des rives du lac de Morat: Plan, accord et convention adoptés par les Conseils d'Etat des Cantons de Vaud et de Fribourg les 28 mai et 1er juin 1982*; Fribourg, Lausanne.