

AcceptaFlore

Acceptation de la flore spontanée en ville

Liste des productions associées à cette étude, téléchargeables et consultables sur les sites www.plante-et-cite.fr et www.ecophytozna-pro.fr.

ÉCOLOGIE ET SOCIOLOGIE

- Revue bibliographique : Les plantes spontanées en ville
- Enquête - Synthèse : Les plantes sauvages en milieu urbain, un désordre au naturel ?
- Enquête - Rapport intégral : La perception de la végétation spontanée

COMMUNICATION ET SENSIBILISATION

- Analyse des communications « pour » et « contre » la flore spontanée
- **Recommandation pour l'élaboration d'outils de communication**
- Galerie collaborative d'outils de sensibilisation Acceptaflore

Coordination de l'étude, mise en page :
Plante & Cité, Damien Provendier, Maxime Guérin

Partenariat pour la mise en œuvre de l'étude Acceptaflore :
Marie-Jo Menozzi (Ethnosociologue), Audrey Marco (Ecologue, ENSP Marseille), Valérie Bertaudière – Montès (Ecologue, université de Provence), Jean-Noël Consalès (Géographe, université de Provence), Sébastien Léonard (FREDON Poitou-Charentes), Guénaelle Lanez (Maison de la consommation et de l'environnement de Rennes), Stéphane Thommeret (Agence de communication Hokus Pokus).

Etude qui s'inscrit dans les objectifs du plan :

écophyto2018

Réduire et améliorer l'utilisation des phytos :
moins, c'est mieux

Plante & Cité
Ingénierie de la nature **en ville**
Center for landscape and urban horticulture

AcceptaFlore

COMMUNICATION ET SENSIBILISATION

Recommandation pour l'élaboration d'outils de communication

Auteurs : Stéphane Thommeret (Hokus pokus), Marie-Jo Menozzi

Plante & Cité, 2011

TABLE DES MATIÈRES

SUR QUELS ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE ACCEPTAFLORE LA COMMUNICATION DÉDIÉE À LA FLORE SPONTANÉE PEUT-ELLE S'APPUYER ?	3
DES ÉLÉMENTS POUR LUTTER CONTRE LES IDÉES REÇUES...	3
DES ÉLÉMENTS POUR VALORISER LA FLORE SPONTANÉE	4
DES AXES POUR COMMUNIQUER SUR LA FLORE SPONTANÉE	4
DES RELATIONS CLÉS ...	5
<i>... pour appuyer une communication</i>	5
<i>... étendues à des thématiques globales</i>	5
LES RELATIONS CLES ET LES THEMATIQUES DÉFINISSENT UN CONTEXTE RELATIONNEL	6
PHASE 1 - DÉFINITION DU CONTEXTE RELATIONNEL	7
LA CONSTITUTION D'UN GROUPE DE RÉFLEXION	7
PHASE 2 - DÉFINITION DES NOUVELLES PRATIQUES	9
PHASE 3- DÉTERMINER LES OUTILS DE COMMUNICATION	11
LE GROUPE DÉTERMINE LES OUTILS DE COMMUNICATION	11
OUTILS	11
Fiche Outil n°1 - Le point sur les éléments constituant les outils de communication	12
Fiche Outil n°2 - Se rappeler les objectifs	15
Fiche Outil n°3 - Les constituants d'un Outil	15
Fiche Outil n°4 - Définir la forme de l'outil de communication	16
Fiche Outil n°5 - Définir le contenu de l'outil de communication	16

SUR QUELS ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE ACCEPTAFLORE LA COMMUNICATION DÉDIÉE À LA FLORE SPONTANÉE PEUT-ELLE S'APPUYER ?

DES ÉLÉMENTS POUR LUTTER CONTRE LES IDÉES REÇUES...

✧ *La flore spontanée est un vrai sujet*

✗ FAUX

- Il s'agit d'un « non-sujet » : Les plantes spontanées, c'est anodin, insignifiant. Pour certains, ce n'est même pas des plantes.

✧ *Les gens n'aiment pas la flore spontanée*

✗ FAUX

- L'étude démontre qu'une partie de la population y est indifférente, ne la connaît pas et ne la voit même pas.
- Ils apprécient quand il y a des plantes.
- Ils apprécient quand il y a des fleurs et de la couleur, quand la végétation est abondante et qu'elle évoque une idée de richesse.
- Elle est très appréciée quand elle fait penser à la nature, au sauvage.
- Mais souvent, ils ne savent en parler qu'en faisant référence à la végétation horticole

✓ VRAI

- Ils n'aiment pas la végétation piquante, ou qu'ils ont décrété « mauvaise herbe », ou qui est fanée. Ils n'aiment pas cette végétation quand elle fait penser à la saleté. Ils n'aiment pas non plus quand il y en a trop peu.
- Cela dépend des lieux. Elle est beaucoup moins appréciée au pied des arbres que dans de grands espaces.

✧ *La flore spontanée dérange*

✓ VRAI

- Les plantes spontanées sont signe d'abandon ou de défaut d'entretien, leur perception est négative.

✗ FAUX

- Les plantes spontanées sont le signe qu'on laisse pousser la nature, leur perception est positive.

✧ *Les gens veulent qu'on enlève cette végétation spontanée*

✓ VRAI

- Quand ils n'ont rien à dire dessus
- Quand ils ont l'impression que sa présence est due à un manque d'entretien.
- Quand ils ne connaissent pas les noms des plantes

✗ FAUX, ils souhaitent qu'on la conserve

- Quand elle évoque la nature,
- Quand elle leur procure des sensations
- Quand elle participe à une ambiance
- Quand ils connaissent des noms de plantes

DES ÉLÉMENTS POUR VALORISER LA FLORE SPONTANÉE

Parmi les constatations relevées par l'étude Acceptaflore, plusieurs sont essentielles à retenir et à utiliser pour bâtir un discours et une communication.

- ✧ Enrichir les constatations en faveur de la flore spontanée
- La végétation spontanée est appréciée et on préconise de la garder quand elle évoque la nature, le sauvage, une ambiance et des sensations, l'abondance et la richesse perçues.
 - ⇒ Mettre en valeur ces aspects positifs liés à la nature
- Le fait de connaître des noms de plantes rend celles-ci plus acceptables dans l'espace urbain.
 - ⇒ Promouvoir la connaissance des plantes et surtout de la nature
- L'effet positif pour une commune de révéler le lien entre nature et urbain
 - ⇒ Porter le sujet de la nature au même rang d'importance que des grands sujets communaux (transports, logement...)
 - ✧ Lutter contre les constatations en défaveur de la Flore spontanée
- La catégorisation en «mauvaise herbe» induit d'elle-même une perception négative
 - ⇒ Bannir l'usage de l'appellation « mauvaise herbe ».
 - ⇒ Faire évoluer les modalités de classification des plantes en luttant contre l'idée du « mauvais » pour aller vers le « bon ». Pour cela il faut mettre en valeur les bénéfiques sur le plan de la perception.
- La végétation spontanée ne sont pas des plantes pour une partie des répondants, encore moins des éléments de la nature. Celle-ci est connotée négativement. A contrario, la végétation plantée est appréciée.
 - ⇒ Établir un lien positif entre la végétation spontanée et la végétation plantée.
 - ⇒ Supprimer la différenciation spontanée/plantée, ne parler que de nature ou de plantes
- Casser le lien entre présence de plantes spontanées et défaut perçu d'entretien.
 - ⇒ Induire dans le discours une nouvelle définition de l'entretien

DES AXES POUR COMMUNIQUER SUR LA FLORE SPONTANÉE

Il apparaît évident à ce stade qu'il est ici question de changer le sens et les valeurs attachés à la flore spontanée, il faut agir en suivant ces trois axes. Un outil de communication peut être attaché à un axe spécifique ou les rassembler tous à des degrés divers.

✧ Sensibiliser

Apprendre à poser un nouveau regard sur la nature en ville et particulièrement sur ces plantes. Éveiller la curiosité, changer les angles de vue, faire naître les questions et mettre en doute les idées reçues et les pratiques habituelles.

✧ Enseigner

Apprendre à connaître la nature et en particulier ces plantes. Leurs places, leurs naissances, leurs apparitions, leurs utilités et ainsi leur donner un sens nouveau.

✧ Agir

Permettre d'agir, de mettre en pratique ce sens nouveau dans de nouveaux usages et de nouvelles pratiques. Expérimenter ce changement de pratique et de sens permet de valider son élaboration, de confirmer sa décision de changer et de valoriser l'auteur du changement.

DES RELATIONS CLÉS ...

... pour appuyer une communication

L'étude nous confirme que les avis sur ce sujet ne s'appuient que très peu sur la raison mais reposent quasi exclusivement sur la perception. Celle-ci étant nourrie par les relations que les habitants entretiennent avec cette végétation.

On relève quatre relations clés déterminant leur perception :

✧ Relation clé N°1 : Plantes ; l'entretien l'espace

À partir de l'action de l'homme, de l'idée de propre et de sale, d'ordre et de désordre. Les plantes spontanées nous parlent de la manière dont ceux qui ont la responsabilité de sa gestion entretiennent l'espace.

« *Beau, propre, bien entretenu* » ; « *Maladive, sale, détrit* » ; « *plate-bande laissée à l'abandon propice pour les chiens* ».

✧ Relation clé N°2 : Plantes ; risques et services rendus

« *L'herbe, c'est la vie, on s'y roule* » ; « *on respire, c'est reposant* » ; « *très convivial d'être là* »

✧ Relation clé N°3 : Plantes ; paysage, esthétique et sensation

Selon leur lieu de présence, les plantes spontanées induisent des sensations, un sentiment esthétique (beau ou pas beau), participent au paysage à partir de leurs caractéristiques.

« *Belles fleurs bleues* » ; « *pissenlit malingre, petite composée jaune* » ; « *c'est beau ; ça égaye le paysage* » ; « *c'est immonde. Ils n'aiment pas la nature* » ; « *parfum* » ; « *paisible* » ; « *tranquillité* » ; « *liberté* ».

✧ Relation clé N°4 : Plantes ; la nature et le sauvage

Les plantes spontanées sont pour une personne sur cinq une manifestation de la nature et du sauvage, et appréciées comme telles.

« *Assez sauvage, joli en cette saison, sera laid en été, il faudra entretenir* » ; « *on laisse pousser la végétation, la nature, le pissenlit* » ; « *la nature reprend toujours le dessus* ».

... étendues à des thématiques globales

Les plantes spontanées représentent un sujet tellement insignifiant pour une grande partie de la population qu'il semble vain de focaliser des actions de communication uniquement sur elles. Il ne faut donc pas dissocier la flore spontanée d'une globalité mais au contraire l'y intégrer. On s'aperçoit que les relations clés reposent naturellement sur des thématiques plus globales car elles s'appuient sur les différentes relations établies entre la flore spontanée et les usagers de la ville.

La communication peut s'inspirer de ces différentes thématiques, en développer plus l'une ou l'autre, ou en prendre une comme porte d'entrée, selon la sensibilité et les souhaits de la commune.

✧ Relation clé N°1 : Plantes ; l'entretien l'espace

Thématique globale : Elles nous racontent l'entretien du site :

⇒ Laisser les plantes spontanées, ce n'est pas abandonner les lieux, c'est une autre manière de faire et d'envisager l'aménagement. Les habitants aussi peuvent participer.

✧ Relation clé N°2 : Plantes ; risques et services rendus

Thématique globale : Elles rendent des services ; procurent émotions, construisent des ambiances et génèrent des sensations :

⇒ Les vertus des plantes spontanées pour les usagers
⇒ La suppression des risques liés aux pesticides.

✧ Relation clé N°3 : Plantes ; paysage, esthétique et sensation

Thématique globale : Elles font partie du paysage :

⇒ Créer, découvrir et apprécier de nouveaux paysages urbains. Quelle visibilité et quelle place leur donner, comment les intégrer à la végétation horticole. Valoriser l'esthétique des plantes spontanées.

✧ Relation clé N°4 : Plantes ; la nature et le sauvage

Thématique globale : C'est de la nature :

⇒ Les plantes spontanées = de la nature en ville

LES RELATIONS CLÉS ET LES THÉMATIQUES DÉFINISSENT UN CONTEXTE RELATIONNEL

Les relations clés et les thématiques sont issues des liens établis entre la flore spontanée et les usagers de la ville. Comme chaque commune, chaque territoire possède des particularités, il ne peut y avoir une réponse valable pour tous. Pour apporter la réponse la plus précise et plus adaptée, il faut donc définir la spécificité des relations entretenues entre la flore spontanée et ses habitants. C'est ce que l'on appellera le contexte relationnel.

Pour bâtir une communication autour de la flore spontanée, il faut donc suivre :

- Les 3 axes
- Les 4 relations clés
- Les 4 thématiques globales

Et surtout déterminer le contexte relationnel

PHASE 1

DÉFINITION DU CONTEXTE RELATIONNEL

DÉFINITION DU CONTEXTE RELATIONNEL DE LA FLORE SPONTANÉE

Ainsi, la flore spontanée doit être placée, recentrée, dans un contexte relationnel afin que sa problématique soit mieux comprise et son importance mieux mesurée. Ce contexte relationnel se définit en s'interrogeant sur les quatre relations clés identifiées par l'étude.

LA CONSTITUTION D'UN GROUPE DE RÉFLEXION

Il est utile de mettre en place un groupe de réflexion composé d'autant de membres qu'il le faut pour intervenir sur les divers champs de réflexion :

- élus, responsables de services municipaux, écologues, naturalistes, biologistes, médecins, psychologues, historiens, géographes, sociologues, économistes, urbanistes, architectes, jardiniers, agriculteurs, enseignants, élus, habitants, associations de quartiers, naturalistes et de défense de l'environnement, acteurs sociaux et acteurs économiques...

Dans la mesure du possible, le pilotage de ce groupe de réflexion devra être mené de manière transversale entre les différents services en charge de la nature en ville, environnement, cadre de vie, espaces en associant service com

A quoi sert le groupe ?

Le groupe de réflexion est un outil pour définir :

- le contexte lié à la relation de votre ville à la nature.

A quoi réfléchit le groupe ?

Il portera son effort sur les quatre relations clés identifiées par l'étude :

- 1. Quelle est la nature de la relation à l'entretien de l'espace, à partir de l'action de l'homme, à l'idée de propre et de sale, d'ordre et de désordre ?
- 2. Quelle est la relation entre les plantes et les risques et les services rendus ?
- 3. Les plantes et leurs lieux. Quelle relation avec le paysage, l'esthétique, la morphologie, les ambiances et les sensations ?
- 4. Quelle relation entre la Nature et le Sauvage ?

LE GROUPE DÉTERMINE LE CONTEXTE RELATIONNEL

Leur premier travail consiste donc à dresser un état des lieux du contexte relationnel en répondant à toutes les questions qu'il suscite. Ils établiront ainsi une sorte de diagnostic. La flore spontanée n'est pas un sujet isolé, elle s'inscrit dans une problématique globale qui est celle du rapport de l'homme à la nature en ville. Il ne faut donc pas s'interdire de poser des questions d'ordre plus général dépassant le seul sujet de la flore spontanée. Les thématiques citées plus haut peuvent vous guider en ce sens.

Les questions, toutes rattachées aux quatre relations clés identifiées par l'étude, peuvent donc s'élargir ou se préciser en suivant les thématiques. L'étude a déjà permis d'identifier un certain nombre de questions, nous en donnons ci-après quelques exemples associés à leurs réponses.

L'ensemble questions/réponses définit donc le contexte relationnel.

Voici ci-après des exemples de questions révélées par l'étude et de réponses potentielles. Elles peuvent vous guider, tout comme les rubriques « bon à savoir », pour élaborer les vôtres.

Il faudra bien entendu répondre précisément à ces questions afin de déterminer le contexte relationnel spécifique à votre territoire.

BON A SAVOIR

- Dans l'enquête menée par Emilie Zadjian sur la perception des plantes spontanées, seulement 2% des personnes interrogées ont dit s'être déjà plaintes à propos des « mauvaises herbes »
- Seulement une personne sur quatre parmi l'échantillon enquêté demande à ce que les plantes spontanées soient remaniées (enlevées ou changées). Une sur trois est favorable à les laisser telles quelles. Les autres préconisent de les entretenir ou de les améliorer.
- Un même endroit avec des plantes spontanées ne sera pas perçu de la manière si on a l'impression que « c'est voulu » (voir passer les jardiniers par exemple)

EXEMPLE

Questions / Reponses

❖ Exemples de question

Il faut ici sélectionner 2 ou 3 questions à titre d'exemples mais les situer dans une relation clé, par exemple :

- Question relevant de la relation clé N°1 : Relation clé 1 • Quelle est la nature de la relation à l'entretien de l'espace, à partir de l'action de l'homme, à l'idée de propre et de sale, d'ordre et de désordre ?
- Certains habitants de la rue des Tilleuls se sont plaints de voir des plantes apparaître dans les interstices des trottoirs. Ils se sont adressés à l' élu de quartier et ont reprochés un défaut d'entretien. Comment peut-on faire pour que ce « défaut » soit en fait entendu comme un progrès ou une nouvelle donne du rapport entre les habitants de cette rue et la flore qui s'y développe ?
- Ou encore prendre un exemple réel et symptomatique de la démarche que nous proposons ici

❖ Exemples de réponses

On voit bien là que pour une part de la population la relation clé N°1, celle liée à l'entretien, est négative. Ces plantes représentent un défaut d'entretien, évoquent une négligence, un manque de propreté ou de « tenue ». On aborde là la question de « l'ordre des choses », de l'idée que l'on a d'une ville en ordre. C'est donc cette notion d'ordre ou de propreté qu'il faut changer.

PHASE 2

DÉFINITION DES NOUVELLES PRATIQUES

LE GROUPE DÉTERMINE LES NOUVELLES PRATIQUES

Les réponses aux questions permettent d'identifier les points sur lesquels il faut agir pour changer le contexte relationnel. Agir c'est d'abord définir de nouvelles pratiques à mettre en place. Elles seules permettront de changer le contexte relationnel. Vous passez ici du constat et de la réflexion à l'action, vous donnez ainsi corps et réalité aux réponses.

EXEMPLE

Les nouvelles pratiques face aux réponses

❖ Question

- Certains habitants de la rue des Tilleuls se sont plaints de voir des plantes apparaître dans les interstices des trottoirs. Ils se sont adressés à l'élu de quartier et ont reprochés un défaut d'entretien. Comment peut-on faire pour que ce « défaut » soit en fait entendu comme un progrès ou une nouvelle donne du rapport entre les habitants de cette rue et la flore qui s'y développe ?

❖ Réponse

- On voit bien là que pour une part de la population la relation clé N°1, celle liée à l'entretien, est négative. Ces plantes représentent un défaut d'entretien, évoquent une négligence, un manque de propreté ou de « tenue ». On aborde là la question de « l'ordre des choses », de l'idée que l'on a d'une ville en ordre. C'est donc cette notion d'ordre ou de propreté qu'il faut changer.

❖ Nouvelles pratiques

- Valoriser l'impact de ces plantes se développant dans les interstices du trottoir en évoquant un retour au naturel, à leur impact sur la biodiversité, sur la qualité esthétique et donc sur la notion de bien-être et expliquer le soin apporter à ne plus utiliser de désherbant et donc de veiller à la santé.
- Elargir le sujet en mettant en valeur et en entretenant des espaces où la flore spontanée se développe. Il s'agit « d'embellir » et de rendre remarquable « la végétation spontanée et la flore sauvage ».
- Sollicitation des riverains de la rue des Tilleuls pour qu'ils participent au fleurissement de leur rue.

SYNTHÈSE PHASES 1 ET 2

Les précédentes phases vous auront permis de clairement définir toutes les nouvelles pratiques sur lesquelles vous avez choisi de communiquer pour changer le contexte relationnel.

Ces étapes sont essentielles pour la construction d'un discours cohérent et l'élaboration d'une communication efficace pour atteindre les objectifs désignés.

⇒ Avant de mettre en pratique, il faut bien entendre ce que nous dit l'étude car elle nous apporte des éléments essentiels pour construire une communication pertinente.

L'étude reste donc l'outil de référence pour répondre à vos questions.

PHASE 3

DÉTERMINER LES OUTILS DE COMMUNICATION

EXEMPLE

Les outils de communication face aux nouvelles pratiques

❖ Question

- Certains habitants de la rue des Tilleuls se sont plaints de voir des plantes apparaître dans les interstices des trottoirs. Ils se sont adressés à l'élu de quartier et ont reprochés un défaut d'entretien. Comment peut-on faire pour que ce « défaut » soit en fait entendu comme un progrès ou une nouvelle donne du rapport entre les habitants de cette rue et la flore qui s'y développe ?

❖ Réponse

- On voit bien là que pour une part de la population la relation clé N°1, celle liée à l'entretien, est négative. Ces plantes représentent un défaut d'entretien, évoquent une négligence, un manque de propreté ou de « tenue ». On aborde là la question de « l'ordre des choses », de l'idée que l'on a d'une ville en ordre. C'est donc cette notion d'ordre ou de propreté qu'il faut changer.

❖ Nouvelles pratiques

- Valoriser l'impact de ces plantes se développant dans les interstices du trottoir en évoquant un retour au naturel, à leur impact sur la biodiversité, sur la qualité esthétique et donc sur la notion de bien-être et expliquer le soin apporter à ne plus utiliser de désherbant et donc de veiller à la santé.
- Elargir le sujet en mettant en valeur et en entretenant des espaces où la flore spontanée se développe. Il s'agit « d'embellir » et de rendre remarquable « la végétation spontanée et la flore sauvage ».
- Sollicitation des riverains de la rue des Tilleuls pour qu'ils participent au fleurissement de leur rue.

LE GROUPE DÉTERMINE LES OUTILS DE COMMUNICATION

Le groupe définit les outils de communication à élaborer pour les nouvelles pratiques définies.

Ces outils peuvent être isolés ou regroupés tout comme être ponctuels ou faire l'objet d'un travail de fond. Dans tous les cas ils doivent agir sur les trois axes : sensibiliser, enseigner et agir.

La réflexion du groupe s'effectue dans un dialogue libre où toutes les idées et propositions peuvent être exprimées et confrontées. On se place ici dans le contexte d'une libre invention sans contrainte. On dresse ainsi une sorte de catalogue d'outils potentiels qui servira de base à un travail plus poussé sur la définition précise des outils.

OUTILS

- Edition d'un dépliant sur les nouveaux espaces mis en valeur. Axer sur la découverte des espèces, l'impact sur la qualité de vie ; l'esthétique, la santé. Diffusion en boîte aux lettres.
- Publication d'un dossier dans le magazine municipal avec l'interview d'un jardinier municipal sur l'entretien et ces changements de pratique.
- Mise en place de visites pédagogiques pour les scolaires et les adultes.

Le ou les outils sont définis dans leurs grandes lignes.

Il s'agit maintenant d'entrer dans le détail de ces outils, les préciser et les rendre effectifs.

Pour cela il faut connaître les éléments constituant un outil de communication.

Cf. fiches outils ci-après

FICHE OUTIL N°1

LE POINT SUR LES ÉLÉMENTS CONSTITUANT LES OUTILS DE COMMUNICATION

➔ *Les temps de la communication*

Deux temps essentiels partagent la communication :

- la communication ponctuelle (il s'agit d'une communication correspondant à une action limitée dans le temps, on peut aussi parler de communication conjoncturelle)
- la communication permanente (à l'inverse c'est ici à une action à long terme que l'on se consacre, on parle aussi de communication structurelle)

➔ *Les champs de la communication*

Ici plusieurs champs sont appelés ;

- la communication institutionnelle, (c'est-à-dire lorsque l'accent est mis sur le caractère officiel de l'action),
- la communication informative, (lorsque l'accent est mis sur la nécessité d'informer le public qui est alors passif),
- la communication participative, (lorsque l'on invite le public à participer à l'action générale ou être l'acteur d'une action individuelle).

➔ *L'émetteur*

Identification claire de la structure qui pilote l'action. S'il s'agit d'un relais de l'institution, cette dernière doit être associée clairement à l'émetteur.

➔ *Les récepteurs*

Il peut s'agir soit du grand public où soit d'un public spécifique ; enfants, habitants d'un quartier, professionnels, institutionnels... Dans ce cas il faut l'identifier avec précision, tenir compte de sa spécificité et adapter les outils dans leur contenu et leur forme.

➔ *Les axes*

Comme nous l'avons vu plus haut, trois axes ont été définis, les outils doivent répondre à chacun de ces axes mais peuvent définir des priorités différentes pour chacun d'eux. L'outil peut être, par exemple, plus précisément dirigé vers la sensibilisation mais il n'oublie pas d'évoquer l'enseignement et l'action. Ils sont au nombre de trois : sensibiliser, enseigner et agir

➔ *La cible*

La cible est définie par la combinaison obtenue par le croisement des axes et des récepteurs. Par exemple, un outil qui vise les enfants et qui répond à l'axe « enseigner ». On retient donc la cible enfants/enseigner.

➔ *Les types d'outils*

La liste ci-dessous est une illustration par l'exemple de la typologie des outils. Elle n'est évidemment pas exhaustive. En outre certains outils peuvent, même s'ils sont voués à une typologie principale, s'élargir vers d'autres. Une exposition placée dans le champ participatif peut accueillir un atelier pour enfant qui répondra à une action pédagogique tout en restant dans le champ participatif mais en y entrant plus en profondeur. Pour autant, un dépliant sur l'entretien des jardins privés, disponible durant l'exposition, recouvrira, quant à lui, un champ informatif.

Cette typologie est là pour vous éclairer sur le choix des outils en fonction des champs à toucher et éviter ainsi des outils aux usages inappropriés.

→ En communication ponctuelle :

- **Dans le champ institutionnel** ils peuvent prendre les formes suivantes :
 - Opération de relations presse
 - Echo dans le journal municipal ou intercommunal

· **Dans le champ informatif**, la forme est à déterminer en fonction du type d'action et des publics) :

- dépliants
- brochure
- affiches...

· **Dans le champ participatif**, la forme est à déterminer en fonction du type d'action et des publics :

- événement
- animation
- festival, fête
- exposition
- concours photos
- circuit découverte
- action pédagogique
- formation professionnelle
- jardinage participatif
- réunions de concertation au niveau du quartier

→ En communication permanente :

· **Dans les champs institutionnel et informatif :**

- Élaborer un document de référence si l'action est à long terme : dépliant ou brochure en cohérence avec une charte graphique déterminée pour mettre en forme tous les documents
- Sous-rubrique spécifique sur le site internet officiel mise à jour régulièrement pour permettre un suivi de l'action et donc une actualité permanente de celle-ci

Les différents types d'outils décrits ici sont disponibles dans la «Galerie collaborative d'outils de sensibilisation AcceptaFlore», ci-après quelques exemples



➤ *Les contenus*

Ils doivent systématiquement :

- répondre aux trois axes, sensibiliser, enseigner et agir
- la part de chaque axe peut être différente en fonction de la priorité donnée à l'action
- être adaptés aux récepteurs dans sa longueur et dans sa forme ; résumés, phrases clés, listes, images clés...
- présenter la réalisation ou la nouvelle pratique et donc :
 - expliquer sa nécessité
 - présenter son bénéfice, son impact positif
 - détailler sa mise en œuvre (moyens mobilisés, durée...)

➤ *Les instruments de mesure*

Il faut mettre en place des instruments de mesure de façon à mesurer l'impact de vos actions, ils peuvent prendre la forme de ;

- études de retour, études d'impact, sondages,
- jeux-concours, bulletin réponse, cadeaux...

Ces instruments doivent permettre de mesurer l'audience de votre action ainsi que son impact. Ils s'avèrent utiles pour affiner vos actions mais aussi pour en justifier l'intérêt.

FICHE OUTIL N°2

SE RAPPELER LES OBJECTIFS

➔ *Se rappeler les objectifs :*

- 1 – Quels axes sont choisis ?
- 2 – Quelles relations clés sont convoquées ?
- 3 – Quelles thématiques sont requises ?
- 4 – Quelles nouvelles pratiques sont mises en avant ?
- 5 – quel changement pour le contexte relationnel ?

FICHE OUTIL N°3

LES CONSTITUANTS D'UN OUTIL

Il s'agit ici de définir l'ensemble des points qui constituent un outil de communication, ils vous guideront dans son élaboration et serviront de référence pour effectuer des choix de forme et de contenus et éviter les contre-sens.

➔ *Définir les constituants :*

- 1 – Quel temps de communication ?
- 2 – Quels champs de communication ?
- 3 - Quel est l'émetteur ?
- 4 - Quels sont les récepteurs ?
- 5 – Quels axes ?
- 6 – Quelle cible ?
- 7 – Quel type d'outil ?
- 8 - Quels contenus?
- 9 – quel instrument de mesure ?

FICHE OUTIL N°4

DEFINIR LA FORME DE L'OUTIL DE COMMUNICATION

Ce qui peut nous renseigner sur les formes éventuelles et nous donner quelques pistes sur la forme des outils c'est l'axe de l'action, ainsi on peut distinguer des formes potentielles.

➔ *Pour changer le sens, les valeurs, le regard donc sensibiliser et enseigner :*

- guide d'interprétation
- dépliant d'appel
- animations publiques (fête ou journée dédiée)
- action en jardinerie
- action en salon grand public (salon jardinage, habitat, etc.)
- spectacles

➔ *Pour inciter à être actif et participatif donc pratiquer et agir*

- guide des pratiques
- animations publiques (fête ou journée dédiée)
- parcours de découverte et d'initiation
- action pédagogique enfants / jeunes / adultes
- action guidée et accompagnée d'enseignement et de réalisations pratiques :
- journée «déshebons ensemble» ou journée «zéro phyto» (action collectif de déshebage ou d'entretien avec don d'outil, stand de pratique et action collective).

FICHE OUTIL N°5

DEFINIR LE CONTENU DE L'OUTIL DE COMMUNICATION

➔ *Quelle action ?*

- Quelle est-elle ?
- Comment la définir ?
- Quelles sont ses caractéristiques essentielles qui font qu'elle est remarquable ?
- Quels points faut-il mettre en avant ?
- Il faut synthétiser la nature de l'action et dresser la liste des arguments qui la rendent positive.

➔ *Quel contenu ?*

Il faut déterminer les éléments suivants :

- quel champ de communication : institutionnel, informatif, participatif
- quel discours général, c'est-à-dire le ton du discours, par exemple; moralisateur, ludique, responsable, légal, etc.
- quel message doit être délivré : il faut élaborer le message tant sur le plan du texte que sur celui de l'iconographie.
- quelle est la structure de l'outil, par exemple le plan rédactionnel d'une brochure, l'arborescence d'un site internet, etc. Cette structure est essentielle car c'est elle qui met en pratique le message, c'est elle qui construit le cheminement des idées et du raisonnement, c'est elle qui convainc au delà du message lui-même.