

# Carnet de bord

*Rapport d'évaluation Eté 2007*  
*Port-Vieux de La Ciotat – Port de Cassis*  
*21 juillet – 11 novembre 2007*



## Préambule

*Après le succès de l'édition de 2006 et pour la deuxième année consécutive, l'association CoLLecT-IF, le Conseil général des Bouches-du-Rhône service des ports, la SEMIDEP ont lancé le 21 juillet sur le Port-Vieux de La Ciotat la campagne : "J'aime ma mer !" dans le cadre de l'opération "Plaisanciers volontaires, ensemble faisons le tri à bord".*



*Cette année sur le Port-Vieux de La Ciotat et le Port de Cassis une grande nouveauté est proposée et développée pour l'accompagnement de nos gestes au quotidien avec en plus du Kit de Tri, une distribution gratuite d'échantillons de produits de nettoyages écologiques « j'aime ma mer ! » respectant notre environnement.*

*Le développement des activités multiples, produit des nuisances qui obligent les décideurs à réagir en concertation avec les gestionnaires, les acteurs et les utilisateurs du site.*

*La question de la propreté et d'une façon plus globale de la protection de l'environnement est un paramètre essentiel de cette réflexion. Apporter des idées à travers des opérations structurantes peut induire une dynamique de proximité, requalifier quelques secteurs clés, et animer une zone centrale et conviviale.*

*Pour Alain Matesi, le président de CoLLecT-IF : « Cette opération de sensibilisation propose une méthode d'engagement de tous les acteurs et à tous les niveaux pour en faire une grande réussite, catalyseur de bonnes volontés et vecteur de changement de comportement.*

*L'objectif est de mettre en place un engagement partagé. Chaque acteur à sa mesure est engagé dans une démarche volontaire. Ceci afin de prouver que par une action d'information, de sensibilisation, d'équipements spécifiques et d'accompagnement aux bons gestes, le changement de comportement est amorcé. »*

### Les partenaires de la campagne:



\*Le Conseil Général des Bouches du Rhône service des ports

\*La SEMIDEP Gestionnaire du Port-Vieux de La Ciotat

\*La société Milhe & Avons Fabricant de cabas en féculé de pomme de terre 100% biodégradables

\*La société HTS Bio Fabricant de produits d'entretiens écologiques et biologiques



*Lancement campagne 2006*

## Des cabas de Tri pour les plaisanciers 100% biodégradables.



L'association CoLLeCt-IF et le Conseil général des bouches du Rhône ont lancé et organisé cet été 2007 sur le Port-Vieux de La Ciotat et le port de Cassis la campagne "J'aime ma mer !" dans le cadre de l'opération "Plaisanciers volontaires, ensemble faisons le tri à bord"



### Le kit du tri

3 cabas 100% biodégradables pour chaque déchet à recycler  
Pour un meilleur impact sur notre environnement réutiliser au moins 5 fois vos cabas pour le tri  
Ne pas jeter en mer



Plaisanciers volontaires



Durant toute la période estivale, 4000 Kits de sensibilisation pour le tri des déchets ont été distribués à chaque plaisancier par des éco-patrouilleurs, également mis à disposition dans les capitaineries et à plusieurs points relais.

Chaque Kit de Tri comporte 3 cabas 100% biodégradables à base de fécule de pomme de terre aux couleurs, bleu, jaune et vert de chaque déchet à recycler (Papier, verre et plastique), une plaquette de sensibilisation sur cette campagne sur laquelle figure une vue du port avec l'emplacement des containers de tri et un tableau sur la durée de vie des macrodéchets.

Des points d'apport volontaire pour le tri sélectif avaient été installés en 2006 sur le Port-Vieux de La Ciotat pour accompagner cette campagne.

Une grande nouveauté cette année, 2000 échantillons gratuits de 125ml de produits de nettoyages écologiques et biologiques « j'aime ma mer ! » pour la vaisselle et multi-usages ont été distribués pour accompagner nos gestes au quotidien.

Rappelons que les produits d'entretien non écologiques contribuent à une pollution massive des sols, de l'eau et de l'air.

De plus, ils créent des mélanges chimiques qui nuisent au bon fonctionnement des stations d'épuration.

50 % de ces agents échappent aux usines de retraitement et sont rejetés dans les cours d'eau et la mer...

Chaque jour nous sommes des millions à faire le même petit geste.

Vous avez le pouvoir de changer les choses, il suffit que vous le décidiez...

Chaque geste compte!



**Préservez notre planète, la mer...  
Réduisez votre empreinte écologique  
avec un geste simple**



Une opération initiée en 2006 par Alain MATESSI Président fondateur de CoLLeCt-IF et lancé et soutenue par Jean-Marc CHARRIER, Conseiller général des Bouches-du-Rhône délégué aux ports.

## Constat/Objectif :



Le Port-Vieux de La Ciotat se nourrit de l'histoire et des traditions culturelles locales.

C'est un port en milieu urbain qui conjugue activité industrielle, activités de pêche, de plaisance, activités commerciales, de restauration, de circulations de livraisons et de promenades.

Cette zone du centre ville offre "virtuellement" la multifonctionnalité nécessaire : habitat, politique, culturel, activités...facteur de centralité.

Valoriser les potentialités du site et redécouvrir l'activité humaine sous-jacente permet de développer des objectifs économiques et touristiques à travers une véritable authenticité peu banale.

L'image du site s'inscrit dans une démarche globale et de cohérence, alliant le « côté ancien » (authentique) et les activités plus récentes (modernité) nécessitant des équipements et des infrastructures spécifiques.

L'actualité met le site sous les projecteurs, à l'aube de la reconversion en plateforme de grande plaisance pour la rénovation des grands yachts et de bateaux de luxe, les chantiers navals brillent dans la route du Rhum et la coupe de l'America.

La pression spéculative immobilière étant également un facteur déterminant, dans le changement de politique de la cité, les investisseurs attendent une image valorisante pour s'engager.

Le développement des activités multiples, produit des nuisances qui obligent les décideurs à réagir en concertation avec les gestionnaires, les acteurs et les utilisateurs du site.

La question de la propreté et d'une façon plus globale de la protection de l'environnement est un paramètre essentiel de cette réflexion. Apporter des idées à travers des opérations structurantes peut induire une dynamique de proximité, requalifier quelques secteurs clés, et animer une zone dite centrale et « conviviale ».

## L'engagement (Des Institutions / du gestionnaire / de CoLLecT-IF / des plaisanciers / des points relais)

Pour se faire, face à ses responsabilités et ses ambitions le Conseil Général service des Ports développe une véritable politique d'amélioration environnementale. Cette politique est devenue d'une grande nécessité. Ses réflexions et ses actions menées en concertation avec le gestionnaire du site en l'occurrence la SEMIDEP se tournent naturellement vers les acteurs de terrains et les utilisateurs du site.

C'est de ce besoin, que naît la campagne J'aime ma mer ! Opération Plaisanciers volontaires, ensemble, faisons le tri à bord.

Cette Opération propose une méthode d'engagement de tous les acteurs et à tous les niveaux pour en faire une grande réussite, vecteur de changement de comportement, elle est encouragée, soutenue et financée par le Conseil Général des Bouches-du-Rhône dans sa phase de réalisation, avec un suivi rigoureux de toutes les étapes et difficultés rencontrées.

L'objectif est de mettre en place un engagement partagé. Chaque acteur à sa mesure est engagé dans une démarche volontaire. Ceci afin de prouver que par une action d'information, de sensibilisation, d'équipements spécifiques et d'accompagnement aux bons gestes, le changement de comportement est amorcé.

**Le Conseil Général des Bouches-du-Rhône** : Finance la campagne et équipe le Port-Vieux de conteneurs de tri sélectif.

**La SEMIDEP** : Assure le soutien logistique et accompagne la promotion de l'opération en relayant depuis la capitainerie.

**CoLLecT-IF** : Informe, sensibilise, distribue les KITS de Tri et des plaquettes de sensibilisations auprès des plaisanciers, assure la promotion de cette opération via les différents médias et manifestations environnementales.

**Les Plaisanciers** : S'engagent à faire le tri à bord de leur embarcation des déchets et de les déposer dans les conteneurs de tri sélectif.

**Les points relais** : Professionnels de la plaisance, ils disposent de KITS de Tri et de plaquettes de sensibilisation.

**MPM/la ville de La Ciotat** : Assure la collecte des conteneurs de tri sélectif.



## Le lancement de la campagne 21 Juillet 2007



Cette année encore le lancement de la campagne « J'aime ma mer ! » est un véritable succès.

Beaucoup de plaisanciers attendaient le démarrage de cette opération en posant régulièrement la question à la capitainerie et en espérant une nouveauté pour cette année 2007.

D'autres opérations de sensibilisation de grandes envergures liées à la pollution en mer comme « Opération Calanques Propres 2007 Chaque geste compte ! » étaient programmées par CoLLecT-IF. Ces manifestations qui se sont déroulées avec des collégiens au mois de Juin ont fait l'objet d'une couverture médiatique importante, elles ont permis d'annoncer, à travers les médias, en avant-première le lancement de la campagne J'aime ma mer! 2007.

La clôture officielle de la campagne a été programmée le 16 septembre, mais comme en 2006 elle se poursuivra au-delà de la date prévue jusqu'à la semaine nationale de la réduction des déchets lancée par l'ADEME et clôturer en point d'orgue le 11 Novembre.



## L'Animation

**L'organisateur de l'opération est entièrement responsable du développement et du succès de sa campagne.**

Les paramètres à prendre en compte doivent être réfléchis et respectueux d'une méthode et d'une organisation tant sur le plan matériel, que sur la gestion des équipes d'Éco-patrouilleurs.

Réussir une animation, c'est réaliser une bonne performance par rapport à un certain nombre d'objectifs précis et prédéfinis.

La formation de l'animateur est un travail préparatoire à prendre très au sérieux qui va conditionner le succès de l'opération.

Celle-ci réalisée, peuvent venir en plus les "figures libres" liées au talent personnel d'à-propos et d'adaptation de l'animateur : approches bien dosées en humour, provocations, ruptures de rythme, relances surprenantes et paradoxales..., propres à dynamiser et égayer davantage la mission, sans pour autant que les objectifs principaux soient oubliés.

Ces "figures imposées" peuvent donc se résumer en quelques points clés. L'animateur doit les connaître, s'être entraîné et les avoir pratiquées éventuellement en co-animation.



### **LA FORMATION des Éco-patrouilleurs :**

**La formation permettra une bonne connaissance des lieux et doit avoir une visée surtout très opérationnelle.**

**La prise de contact** est un moment crucial qu'il faut impérativement réussir. "S'enliser" dès le départ est le piège à éviter.

Les premières secondes sont capitales et l'approche doit se faire à distance en un visuel de reconnaissance non agressif, et avec le sourire. L'accroche doit être bref et précis. KIONÉ, KESKONFÉ et que c'est gratuit.

**Le choix du moment et le lieu :** L'environnement est agréable et calme en extérieur, sur les pontons. Nous sommes en plein été. Cet espace convivial et de détente doit rester agréable et le meilleur moment doit être celui de la disponibilité des plaisanciers. Cette opération doit rechercher la performance de l'écoute et la cohérence de l'information donnée.

C'est pourquoi, nous préférons aller à la rencontre des plaisanciers en fin de matinée pour ceux qui restent au port et qui déjeunent sur leur bateau, et en début de soirée pour ceux qui reviennent à quai après une sortie en mer (En bref à l'heure de l'apéro...)

**Le rythme doit être alerte et vivant** pour mieux capter l'attention des plaisanciers ne pas oublier que c'est la première impression qui compte ! L'attention des plaisanciers sera plus facilement captée que si l'information donne l'impression de nouveauté et de pertinence, donnée sous l'impulsion de l'Éco-patrouilleur.

**Le discours :** Cette présentation ne doit pas dépasser 3 à 4' de manière à conserver du temps pour les réactions et l'engagement d'une conversation

L'information, l'éducation et la sensibilisation à l'environnement sont des éléments essentiels dans la mise en œuvre des politiques environnementales durables. Ils permettent de faire naître ou de renforcer la prise de conscience qu'ont les individus de leur impact sur l'environnement et susciter des comportements de citoyens responsables ou "éco-citoyens".

C'est pourquoi le Conseil Général apporte son soutien au développement de la sensibilisation de la population à la gestion de l'environnement, sur la base de projets qui doivent être d'intérêts collectifs.

- Informer de la présence sur les Ports, de points d'apport volontaires (containeurs) pour le tri sélectif de déchets produits à bord de chaque embarcation. Cette information peut être visualisée et localisée sur la plaquette d'information et de sensibilisation, remis à chaque plaisancier.
- Sensibiliser sur la durée de vie des macrodéchets, l'utilisation de produits polluants et les effets négatifs sur l'environnement marin.
- Accompagner l'opération par la remise d'un KIT gratuit, pour faire le tri à bord des déchets en précisant que c'est avec le soutien du conseil général et de la SEMIDEP.
- Obtenir un engagement du plaisancier qui en changeant son comportement va assurer le succès de l'opération et va inciter les pouvoirs publics à poursuivre dans d'autres domaines des initiatives du même genre, pour la protection de notre environnement maritime.
- Présenter CoLLecT-IF ses opérations de sensibilisations, ses combats et ses réussites au niveau National.

### Les réactions

Que connaissent-ils du sujet ?

Quelles sont leurs attentes éventuelles ?

Que peuvent-ils apporter ?

Susciter des réactions et engager une conversation dite à « bâtons rompus » permet de nouer des liens étroits qui vont se perpétuer et se retrouver tout au long de la campagne et au-delà. Encore aujourd'hui...

Ce travail de dynamisation revient à l'équipe d'éco-patrouilleur. Elle doit donc conduire la discussion et faire avancer les débats selon le rythme souhaité. Il devra parfois faire "tourner la page", de manière souple mais ferme, lorsqu'il aura l'impression de pertes de temps inutiles.

Cette complicité recherchée est d'autant plus facilitée lorsqu'une identification de fait se produit.

« Nous sommes également plaisanciers et notre QG se trouve sur le bateau qui porte le pavillon SOS mer propre, visible de cet endroit »

C'est de cet endroit que s'organisent les patrouilles et le stockage de matériels.

C'est toujours, grâce à une attitude et un discours appropriés direct, clair et ouvert, que l'Éco-patrouilleur se sentira responsable de la réussite de l'opération.



### Le comportement : Il doit être adapté et positif

Faire preuve de savoir-vivre, respecter le plaisancier, ne jamais forcer une rencontre.

Etre en accord avec l'ambiance générale, le niveau intellectuel et les prédispositions environnementales du plaisancier.

Savoir aussi parfois se faire oublier, ne pas se montrer ostensiblement envahissant... pour favoriser les échanges.

La tenue vestimentaire également doit être en bonne harmonie avec le message, ne pas choquer et être identifiable.

Accorder le même intérêt à chacun, ne pas montrer de différences, n'exclure personne, même avec les plaisanciers parfois difficiles.

Faire participer c'est essentiel. Rien ne serait plus néfaste qu'une absence de participation, d'engagement personnel Cette participation évitera la passivité et favorisera une meilleure assimilation.



### Les situations difficiles



- Critiques fréquentes de tout et de rien...

Ne pas se démonter, voir si une intervention liée à l'opération est positive et le faire remarquer...

Revenir avec souplesse à l'objectif de l'opération et à son intention.

- Peu de participation et d'engagement affiché...

Demander un premier avis ou une observation sur un point qu'il connaît...

- Désir de piéger l'Éco-patrouilleur.

Ne pas prendre parti, ne pas résoudre ses problèmes et renvoyer à plus tard...

- Les timides ou les bavards...

Favoriser l'expression de ceux qui timides n'osent pas se lancer en les orientant vers des pistes simples... mais canaliser le flot des bavards en les faisant, avec souplesse, revenir à l'objectif de l'opération...

- Provocations explicites ou latentes...

Ne pas se montrer soi-même agressif, en demeurant courtois, calme et le plus neutre possible.

Traiter le cas difficile discrètement en privé en restant chevillé à l'objectif de l'opération à atteindre par tous et chacun, ce qui ne peut être rationnellement contestable...



**OPÉRATION**

**Plaisanciers volontaires**

## Structure de l'opération



### L'opération doit s'organiser selon deux techniques d'approches.

L'approche classique consiste à aller vers une recherche de contacts en proposant un moyen d'accompagner l'action (le KIT) et une sensibilisation au bon geste éco-citoyen.

La seconde approche s'appuie sur le service proposé. Ce service fait suite à une démarche volontaire du plaisancier qui sollicite la capitainerie ou la société de location, qui en retour propose le service en plus de l'accompagnement et de la sensibilisation.

Cette méthode nécessite la mise en place de points relais susceptibles d'élargir le champ d'action de l'information et de la sensibilisation.

### Le QG

Notre quartier général est directement basé sur le Port-Vieux en partie centrale à partir d'un voilier de type Sangria avec cabine. Il permet d'entreposer tout le matériel et ainsi de constituer la zone de stockage et de ressourcement. Il permet également de préparer les interventions et enfin de réunir les Éco-patrouilleurs pour le débriefing après chaque intervention de sensibilisation.

Les informations sont ainsi enregistrées en temps réels et permettront un traitement ultérieur des plus précis.

Un pavillon SOS Mer Propre de la fondation Nicolas HULOT visible des autres panes permet de délivrer aux plaisanciers le message que nous sommes aussi des plaisanciers.



## Les Éco-patrouilleurs

**L'équipement :** L'identité visuelle est très importante dans cette démarche de sensibilisation. Elle permet d'aller à la rencontre du plaisancier en délivrant un message à distance avant même la prise de contact verbale. C'est un message rassurant qui favorise la relation à l'autre et qui permet de gagner en efficacité.



- **Tee-Shirt :** 2 Tee-Shirt différents à fond blanc sont utilisés. 1 Tee-Shirt à flochage ventral reprend le slogan de la campagne « J'aime ma mer ! » et le nom de l'opération avec les logos des différents partenaires. 1 Tee-Shirt à flochage dorsal avec l'adresse du site internet de l'association CoLLeCt-IF.
- **Pantalon :** Un pantalon ou un short blanc pour constituer « l'uniforme »
- **Casquette :** Les casquettes sont de plusieurs couleurs, blanc pour les femmes, bleues pour les jeunes garçons, orange pour les petites filles, noires pour les hommes. Cette distinction permet un meilleur repérage à distance à partir de notre QG.
- **Sac à dos :** 1 sac à dos noir floqué du logo de CoLLeCt-IF à poche latérale pour un accès facile aux matériels lors de la distribution.
- **Cabas de tri 100% biodégradables aux 3 couleurs de TRI (Bleu, Jaune, Vert):** Distribués gratuitement à chaque plaisancier ce KIT permet un accompagnement au geste et un engagement moral.
- **Plaquette de sensibilisation :** Cette plaquette fabriquée à partir d'un papier 100 % recyclé permet d'expliquer l'opération et l'objectif. Elle permet de visualiser très rapidement la durée de vie des macro déchets et de localiser sur le Port-Vieux avec une vue en plan les conteneurs de tri sélectif
- **Tabloïde de la durée de vie des macrodéchets :** Ce tabloïde d'un format A5 est plastifié et a été tiré à faible exemplaires. Il est destiné à être utilisé par les Éco-Patrouilleurs en support de communication et à être laissé à la vue dans les différents points relais de l'opération.
- **Sac-poubelle 100% biodégradables de 110 Litres** de l'opération « Calanques Propres 2007» Ensemble responsables ! Ces sacs-poubelles ont été utilisés sur cette opération pour faire la promotion des actions de l'association CoLLeCt-IF dans le domaine de la protection de l'environnement. Ils ont été distribués essentiellement auprès des grosses unités qui disposent de plus de place à bord de leurs embarcations.
- **Produits nettoyants écologiques et biodégradables aux huiles essentielles de plantes pures et 100% naturelles** pour la vaisselle et multi-usages, échantillons de 125 ml

## Les équipes :



CoLLecT-IF qui compte plus de 500 adhérents avec une trentaine de membres actifs sur les différentes opérations de sensibilisation menées jusqu'à présent, a constituée 6 équipes d'Éco-Patrouilleurs chacune travaillant en binôme.

La volonté de CoLLecT-IF dans la recherche de rencontre auprès des plaisanciers était de délivrer un message visuel cohérent avant même la prise de contact. Nous avons vu l'importance de la place de l'équipement et de la tenue, mais au-delà, l'équipe elle-même, dans sa constitution devait délivrer le même message.

La plupart du temps les équipes d'Éco-Patrouilleurs étaient composées de la même « famille des genres », soit 2 jeunes femmes, 2 hommes, 2 ou 3 enfants adolescents. Seule la notion de couple n'a pas été exploitée, en revanche la filiation mère-fille, mère fils a été bien perçue et agréable à développer.

**Vous aurez noté le petit clin d'œil par rapport au nom de la campagne  
« J'aime ma mer ! »**

Pour les adolescents, l'enjeu était double. Bien entendu l'objectif de la mission à remplir, mais aussi l'engagement et la responsabilité des jeunes Éco-Patrouilleurs à travers une action concrète et utile, riche d'apprentissage.

Depuis, cette opération a suscité de nouvelles ambitions puisque Nicholas Oliver-Prades jeune adhérent de CoLLecT-IF a été élu jeune conseiller municipal de la ville de La Ciotat pour les questions d'environnement et de cadre de vie.

Elle a suscité également des engagements inattendus de la part de certains plaisanciers qui ont souhaité nous accompagner dans nos tournées et sensibiliser à leur tour, tout en faisant connaissance avec leurs congénères.

Cette dynamique a été très profitable pour l'ambiance du Port-Vieux et a permis de nouer de nouvelles amitiés. Chaque nouvel arrivant devait être coaché par un ancien sur une tournée avant d'être autonome.





### **Le discours :**

Comme nous l'avons vu précédemment, le discours doit être clair. Cette présentation ne doit pas dépasser 3 à 4' de manière à conserver du temps pour les réactions et l'engagement d'une conversation. Le type même de la constitution des équipes permet de développer des affinités et des sensibilités particulières en fonction des catégories de plaisanciers que l'on rencontre. Nous avons beaucoup appris des pêcheurs, des « voileux », des bricoleurs avec les astuces de bord : les économies d'énergie, les produits de nettoyage, l'utilisation de l'eau, de la différence entre un 51, un Jannot et un Ricard etc...

### **La capitainerie de La Ciotat et le personnel de la capitainerie**

La capitainerie du Port-Vieux est idéalement située. Elle bénéficie d'une large vue sur les entrées et les sorties du Port et se situe à proximité du quai passager et du principal point de rencontre convivial, qui est le Yacht Club « Sur les Quais ». Cette situation stratégique et la qualité du personnel dirigé par Pascal Selliez a permis d'établir le point relais principal, véritable pivot de l'ensemble de l'opération.

Dans la plaquette de sensibilisation, distribuée à chaque plaisancier, sur la vue en plan du Port la Capitainerie est matérialisée par une roue et ses coordonnées sont clairement indiquées.

800 Kits et 1000 plaquettes ont été laissés sur place en évidence sur présentoirs et dans le hall d'accueil afin de les distribuer à chaque plaisancier qui en faisait la demande. Le personnel d'accueil avait pour mission de sensibiliser et d'informer le plaisancier en parcourant la plaquette avec lui et en indiquant la présence nouvelle des points d'apports volontaires (P.A.V.) pour adopter les consignes de tri sélectif.

Le personnel itinérant a joué un rôle prépondérant durant toute la période de la campagne et les remarques des plaisanciers à ce sujet est unanimement très favorable. Pour certains plaisanciers, le Port-Vieux de La Ciotat devrait servir d'exemple à d'autres ports de la Méditerranée.

Les nombreux échanges entre les Éco-Patrouilleurs et le personnel itinérants de la Capitainerie ont permis de créer une dynamique et de valoriser l'action et l'importance du rôle à jouer pour chacun.



**La Capitainerie de Cassis et son personnel :** Le capitaine de port M. Burt et ses collaborateurs ont été très séduits par cette campagne qui a eu un vif succès auprès des plaisanciers Cassidains et ceux de passages. La fréquence de distribution de cabas pour le tri sélectif peu élevée à raison d'un seul passage des Éco-patrouilleurs par semaine a été compensée par un approvisionnement important en capitainerie.

## Les points relais

Les points relais permettent une extension de la campagne et ainsi donner une meilleure lisibilité sur l'engagement des différents acteurs de la ville. Le choix de ces points relais est d'importance car le message doit être cohérent et réparti au-delà du secteur du Port-Vieux à l'ensemble de la ville à travers des structures existantes et reconnues par tous.

Nous avons choisi de travailler avec des professionnels du service, de la sensibilisation et de l'information, tous prêts à relayer cette opération de la meilleure des façons.



*La capitainerie du nouveau port* s'imposait dans ce choix. Marc CAMUS son directeur nous a réservé un très bon accueil et a pu bénéficier de 100 Kits et de 100 plaquettes de sensibilisation à disposition dans la capitainerie sur présentoirs.

Un tabloïd sur la durée de vie des macrodéchets et une affiche de la campagne sont exposés dans le hall de réception.

Les bonnes relations entre les deux capitaineries et les nombreux échanges de services assurent une passerelle intelligente sur la gestion des affaires courantes et sur les actions de protection de l'environnement.

À ce propos Marc CAMUS a été à l'initiative d'une démarche environnementale qui a reçu un franc succès auprès des plaisanciers avec un Kit de dépollution permettant la récupération des fluides nocifs en fond de cales.



*La base Nautique* idéalement placée sur le nouveau port a bénéficié quant à elle de 100 Kits, 200 plaquettes de sensibilisation, une affiche et un tabloïde.

Ce centre sportif et associatif inauguré récemment, dirigé par Olivier BELDA, allie Sports divertissements et développement durable dans une ambiance chaleureuse et conviviale.

Formidable vecteur de dynamique sportive, les messages de la base Nautique sont très respectueux de la protection de l'environnement et reste toujours à l'écoute des bonnes initiatives à développer.

Comme la capitainerie du nouveau port, la base Nautique a toujours relayé nos diverses opérations de sensibilisation, la dernière en date étant l'opération Calanques Propres Ensemble, responsables ! qui a réuni près de 850 bénévoles.

***Plongée Passion, plongée 2000 et Alizé Location***

Les écoles de plongée Ciotadennes ont la chance de bénéficier de sites de plongées merveilleux ayant une renommée internationale. Le site draine, de par son attractivité, une clientèle extérieure déjà sensibilisée à la protection maritime attirée par la découverte des fonds marins. Cette activité doit se conjuguer avec une réflexion profonde sur la meilleure utilisation possible. L'écotourisme est une valeur qui tend à se développer et chacun à son niveau doit agir au quotidien pour préserver notre environnement et vivre de ses activités sans les rendre néfastes.

Les plongeurs responsables doivent s'engager dans une démarche volontaire et au-delà de la découverte c'est une préparation à la sensibilisation et à l'éducation qui s'opère avant toutes plongées.

Plongée Passion (excentré du Port-Vieux) et Plongée 2000 (Sur le Port-Vieux) incarnent ces valeurs et ont décidé de jouer le jeu. Cette prise de conscience de nos institutions, a d'ailleurs permis d'équiper les sites de bouées permanentes (corps morts) pour les bateaux des écoles de plongée.

Alizé Location, principal loueur de bateaux ayant pignon sur le Port- Vieux s'est également engagé pour relayer cette opération.

Au total c'est 300 Kits et 300 plaquettes de sensibilisation qui sont disponibles gratuitement à ces enseignes, une affiche exposée en vitrine et un tabloïde installé de façon permanente.



*L'office de tourisme de La Ciotat et de Cassis* qui sont deux endroits très fréquentés par les touristes mais aussi par les Ciotadens et Cassidens et qui met à disposition une information permanente sur toutes les activités culturelles, sportives, économiques, et pratiques ont distribué 200 Kits et 200 plaquettes. Une affiche de la campagne a été exposée pendant toute la durée de l'opération.

*La Maison des associations* est une grande plateforme de la vie associative Ciotadenne, 200 plaquettes et une affiche de campagne ont été disposées sur ses présentoirs.

# Évaluation qualitative et quantitative



## Sur le Port-Vieux de La Ciotat

Distribution du 21 juillet au 11 Novembre 2007 :

**Au total 2500 Kits de Tri et 1500 Éco-produits d'entretien**

- 1700 Kits distribués par les Éco-patrouilleurs
- 800 Kits à disposition en Capitainerie
- 900 plaisanciers différents environ durant

22 semaines de campagne

*Durant la période haute estivale :*

3 distributions par semaine pendant 6 semaines.

*Ensuite jusqu'à la fin :*

1 distribution par semaine le week-end pendant 16 semaines.

## Sur le Port-Vieux de Cassis

Distribution du 21 juillet au 31 Août 2007 :

**Au total 600 Kits de Tri et 500 Éco-produits d'entretien**

- 300 Kits distribués par les Éco-patrouilleurs à
- 300 Kits à disposition en Capitainerie
- 200 plaisanciers différents environ durant

6 semaines de campagne

*Durant la période haute estivale :*

1 distribution par semaine le week-end pendant 6 semaines.



## Bilan Total de la campagne La Ciotat/Cassis/Points relais

Distribution du 21 juillet au 11 novembre 2007 :

**Au total 4000 Kits de Tri et 2000 Éco-produits d'entretien**

- 2000 Kits distribués par les Éco-patrouilleurs à
- 1100 Kits à disposition en Capitainerie
- 700 Kits à disposition dans les points relais
- 200 Kits sur les forums et manifestations
- 1200 plaisanciers différents environ durant 22 semaines de campagne

**Soit au total 40 jours de distributions pour une moyenne de 50 Kits de Tri par distribution pour 2 à 3 équipes d'Éco -Patrouilleurs. La durée moyenne d'intervention est de 8 minutes et la distribution selon le nombre d'équipes entre 2h00 et 3h00 hors préparation et débriefing.**

Cet engagement volontaire et collectif permet de proposer des solutions adaptées en équipements (P.A.V.) et en outils d'accompagnement au bon geste (Kits de Tri) (Éco-produits 100% Biodégradables) lorsque les activités ou services présents sur le Port-Vieux sont susceptibles de générer des impacts ou des nuisances sur l'environnement.

Au-delà de ces engagements, notre système s'articule autour des objectifs suivants :

- La préservation des ressources naturelles par la sensibilisation et l'éducation à l'environnement.
- L'amélioration du tri sélectif des déchets et la prise de conscience collective et individuelle.
- L'équipement en P.A.V. des sites sensibles.
- L'amélioration de la collecte des déchets.



Cette méthode Environnementale est basée sur une démarche d'amélioration continue. Sa construction nous oblige à lui donner un cadre, à lui fournir les ressources et les moyens nécessaires (techniques, humains et financiers) pour atteindre les objectifs que nous nous sommes fixés. Nous évaluons au travers d'analyses quantitatives et de retours de satisfaction, son degré de réussite afin de nous fixer de nouveaux objectifs.

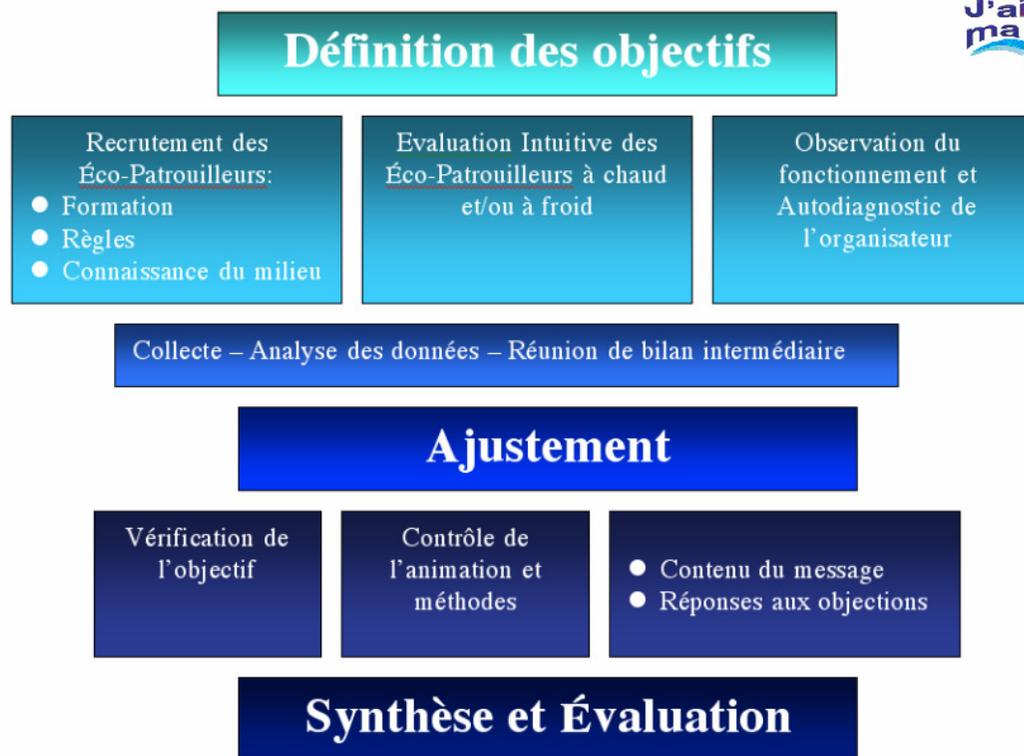
Nous souhaitons faire du port de plaisance un site reconnu comme performant et exemplaire.

D'autre part, la prévention des pollutions est un point important de la mise en place de ce système. C'est pourquoi nous préférons nous engager dans la recherche de moyens techniques et de concepts propres permettant de réduire ces pollutions à la source, plutôt que d'avoir à les traiter.

Mise en place, remplissage des conteneurs, réflexions et attentes des plaisanciers

Nous veillerons également à la sensibilisation et à l'implication de chacun, par rapport à l'ensemble de notre démarche et des résultats escomptés au travers d'actions d'information et de sensibilisation ciblées vers : le personnel du port, les prestataires, les plaisanciers et les professionnels du nautisme présents sur les zones techniques.

**Mesures des résultats ; Amélioration et Développement sur l'ensemble des ports du département.**





## Synthèse sur la campagne

### Points forts :

1. Action de Protection de l'environnement spécifique et ciblée vers les utilisateurs de la mer.
2. Sensibilisation et éducation à l'environnement très bien accueillie, largement soutenue, proposée par des adolescents.
3. Développement de la Responsabilisation et de l'Engagement des plaisanciers et des gestionnaires du Port.
4. Forte présence et Visibilité des Éco-Patrouilleurs.
5. Moyen d'Information sur la vie du Port (Installation des P.A.V.)
6. Animation du Port de plaisance (Dynamique)
7. Création d'une relation de proximité entre les Plaisanciers, CoLLecT-IF, le Gestionnaire du Port et les Institutions
8. Une réponse aux attentes des plaisanciers
9. Valorisation du Port dans son ensemble et du personnel
10. Bonne couverture médiatique et événementielle
11. La mauvaise Météo qui a favorisé la présence des

plaisanciers dans le Port plutôt qu'en mer.

12. Démarche d'Amélioration et développement du concept sur d'autres ports.

### Points faibles :

- 1 La propreté générale du port causée par des activités annexes
- 2 Répartition insuffisante des P.A.V.
- 3 Rotations insuffisantes des collectes de tri et difficulté d'accès



## Réflexion, cohérente et globale sur la gestion des déchets en zone portuaire.



*Batteries usagées*  
*Piles tous formats*

- salines, alcalines, NiCad...
- boutons...

*Composteur ordures ménagères*

- restes de cuisine, épluchures...
- restes de repas

*Huiles moteur usagées*

- Bidons vides
- Filtres à huile et gasoil
- Chiffons souillés



*Carburants périmés et / ou mélangés*

- Gas-oil, essence, super, mélange 2T

*Déchets toxiques de carénage*

- Pots de peinture vides, brosses, rouleaux...
- Rubans de masquage, papiers souillés...
- Aérosols vides, cartouches, mastic...

*Bennes à déchèterie*

Bois,  
Tissus moquette,  
Cartons, métaux



*Eaux noires/eaux grises*  
Solutions techniques pour  
le traitement des eaux et  
des pollutions de  
carburants.





# Communication : J'aime ma mer !

Ce que l'on aime on le protège

Le rapport affectif, la possessivité, la responsabilité dans le côté fusionnel et original

C'est de cet endroit que tout à commencer...



- Dossier de presse / Presse écrite / Radio Locales et Nationale / Internet (Nombreux référencement)
- T.V Reportage FR3 Méditerranée / France 5 émission les Maternelles du jeudi 6 décembre 2007
- Événementiel / Salons / Forums / Conférence / Groupes de Travail

## Présentation du projet Réseau Mer

QuickTime™ et un décompresseur TIFF (non compressé) sont requis pour visionner cette image.

## Présentation du projet au bilan Calanques propres



Journées de la Mer La Ciotat



## Présentation du projet Réseau GRAINE PACA



## Semaine nationale de réduction des déchets ADEME du 09 au 15 octobre 2006

Stand de l'environnement des 10 ans Grand littoral Marseille



## Salon du Bien-être Forum des associations La Ciotat



## Présentation L'Alliance pour la planète

QuickTime™ et un décompresseur TIFF (non compressé) sont requis pour visionner cette image.



## Festival du livre et de la presse d'écologie Paris

## Salon Nautique de PARIS



## Grenelle de l'Environnement Juillet Oct. 2007 Présentation de la campagne



## Présentation aux Assises Régionales Education à l'Environnement vers un Développement Durable

## Stand de Noël ETHIK Aubagne-Digne « Consommation responsable »

Festival Sciences Frontières Marseille Février 2007

## Salon Nautique Marseille-La Ciotat Mars 2007

