J'aime ma mer ! Ensemble, faisons le tri Ã Dernière mise à jour : 07-12-2009	bord
Rejoignez notre campagne en Provence-Alpes-Côte-d'Azur et en Corse	
L'agence de l'eau rhône méditerranée & corsePartena	aire principal de la campagne 2010
PARTENAIRES CAMPAGNE 2010 sur le littoral régional	
LE FILM Cliquez pour lire	le rapport
Annã":- la auta ã "a das ã @ditiana 0000 / 0007 / 0000 / 0000	Name of the Cold of T. E. Landons on this canada in the cold
partenaires institutionnels et associatifs sur le Port-Vieux d cadre de l'opération "Plaisanciers volontaires, ensemble	faisons le tri à bord". tion pour le tri des déchets seront distribués à chaque plaisancier
Chaque Kit de Tri comporte 3 cabas 100% biodégradable et vert de chaque déchet à recycler (Papier, verre et pla laquelle figure une vue du port avec l'emplacement de macrodéchets.	es à base de fécule de pomme de terre aux couleurs bleu, jaune estique), une plaquette de sensibilisation sur cette campagne sur es containeurs de tri et un tableau sur la durée de vie des

Une Gamme de produits d'entretiens Écologiques et Biologiques pour les plaisanciers...

Cette année une grande nouveauté est proposée et développée pour l'accompagnement de nos gestes au quotidi en plus du Kit de Tri, une distribution gratuite d'échantillons de produits de nettoyages écologiques « j'aime ma me 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 paramà "tre essentiel de cette réflexion. Appo 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 démarch 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:

- *L'agence de l'eau rhà ne méditerranée & corse
- *Le Conseil Général des Bouches du Rhône
- *La SEMIDEP
- *La société Milhe & Avons
- *La société HTS Bio

LE FILM

L'association CoLLecT-IF et le Conseil général des Bouches-du-Rhà ne ont lancé et organisé cet été 2006 sur le Po Vieux de La Ciotat la campagne :

"J'aime ma mer !"Dans le cadre de l'opération :"Plaisanciers volontaires, ensemble faisons le tri à bord" Durant la période estivale, 3000 Kits de sensibilisation pour le tri des déchets ont été distribués à chaque plaisancier. Chaque Kit comportait 3 cabas 100% biodégradables pour chaque déchet à recycler (Papier, verre et plastique), 10 sacspoubelles végétal, 100% biodégradables pour les autres déchets courants, une plaquette de sensibilisation sur cette campagne et un tableau sur la durée de vie des macrodéchets.ParallÃ"lement, des points d'apport volontaire pour le tri sélectif avaient été installés sur le Port-vieux de La Ciotat.Une opération initiée par l'association CoLLecT-IF et la soutenue par Jean-Marc CHARRIER, Conseiller général des bouches du Rhà ne délégué aux ports.

Photos
1 110103

Boutique

TéIécharger

Carnet de bord

Rapport d'évaluation Eté 2006Port-Vieux La Ciotat13 juillet â€" 15 octobre 2006

Des ambitions pour les ports départementaux

Les lois de décentralisation ont confié aux départements la responsabilité de la gestion des ports d'intérêt local accueillant les activités de pêche et de commerce.

Le Conseil Général des Bouches-du-Rhà ne a ainsi reçu compétence sur les huit ports suivants : Le Port-Vieux de La Ciotat, Cassis, Niolon, la Redonne, Carro, le JaÃ, le Sagnas et Pertuis.

Depuis 2001, il assure la gestion de ces ports en régie directe à l'exception des ports de Cassis et de La Ciotat, dont l'importance et les spécificités ont justifié le recours à une délégation de service public.

La politique des ports du conseil général, qui mobilise 2,5 Mâ,¬ au budget 2006, s'articule autour de 5 grands axes :

- Aménagement et mise en valeur environnementale des ports départementaux.
- Le conseil général fait porter ses efforts sur l'entretien et le confortement des ouvrages portuaires (grosse réparatior des quais, rechargement des diguesâ€i) afin de permettre l'exercice dans de bonnes conditions, des activités de pêche, commerce et de plaisance dans les ports départementaux.
- Au-delà de cette gestion patrimoniale, il a souhaité une attention particulià re sur l'amélioration environnementale et paysagà re de ses ports.
- Une réflexion a été engagée pour favoriser l'intégration des ports dans le milieu. Des études diagnostics strat sont réalisées sur chacun des ports en concertation avec les usagers.

- Les équipements en faveur de la protection de l'environnement (récupération des résidus et fluides usagéesâ€l) systématiquement programmés à chaque intervention lourde sur les 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 pÃache, 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 perr 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 « cà Té ancien » (authentique) 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 immobilià re étant également un facteur déterminant, dans le changement de pol de la citée, 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 paramÃ"tre esse 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 vérita politique d'amélioration environnementale.
Cette politique est devenue d'une grande nécessité. Ses réflexions et ses actions menées en concertation avec le

Cette politique est devenue d'une grande n©cessit©. Ses r©flexions et ses actions men©es 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 expérimentale est à l'initiative de l'association CoLLecT-IF qui a proposé une méthode d' tous les acteurs et à tous les niveaux pour en faire une grande réussite, vecteur de changement de comportement. Cette méthode a été encouragée, soutenue et financée par le Conseil Général des Bouches-du-Rhà ne dans sa phase c 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 démarch volontaire.

Ceci afin de prouver que par une action d'information, de sensibilisation, d'équipements spécifiques et d'accom aux bons gestes, le changement de comportement est amorcé.

Le Conseil Général des Bouches-du-Rhà ne : Finance la campagne et équipe le Port-Vieux de containeurs 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 auprÃ"s 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 containe

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

Les points relais : Professionnels de la plaisance, ils disposent de KLIS de Tri et de plaquettes de sensibilisation. MPM/la ville de La Ciotat : Assure la collecte des containeurs de tri sélectif.

Observations méthodologique 13 juillet 2006 â€" 15 Octobre 2006

Le lancement de la campagne prend 2 mois de retard.

Ce qui initialement était prévu pour le 15 mai sera officiellement lancé le 13 Juillet 2006 en présence de Jean-Marc CHARRIER Conseiller général délégué aux ports, de l'ADP et de nombreux médias.

Les raisons de ce retard se justifient par une absence d'équipements portuaires dans les délais et des tracasseries administratives pour validation du projet.

Finalement ce décalage se révÃ"le positif. Compte tenu des faibles quantités (En rapport avec une ligne de production dite « normale ») de cabas 100% biodégradables, le fabricant lui-même ne livre pas dans les délais.

D'autres opérations de sensibilisation de grandes envergures liées à la pollution en mer étaient programmées par CoLLecT-IF. Ces manifestations ont fait l'objet d'une couverture médiatique importante, elles ont permis d'annon avant-première le lancement de la campagne J'aime ma mer !. Ce contretemps a permis également de poursuivre audelà de la date prévue jusqu'à la semaine nationale de la réduction des déchets lancée par l'ADEME et clà tu

d'orgue le 15 octobre.

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 organisatio le plan matériel, que sur la gestion des équipes d'Éco-patrouilleurs.

 $R\tilde{A}$ ©ussir une animation, c'est r \tilde{A} ©aliser une bonne performance par rapport \tilde{A} un certain nombre d'objectifs pr \tilde{A} ©cis et pr \tilde{A} ©d \tilde{A} ©finis.

La formation de l'animateur est un travail préparatoire à prendre trÃ"s au sérieux qui va conditionner le succÃ"s 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 trÃ"s opérationnelle. La prise de contact est un moment crucial qu'il faut impérativement réussir. "S'enliser" dÃ"s le départ est le piÃ"ge à évit Les premiÃ"res 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 disponibilitÃ0 des plaisanciers. Cette opération doit rechercher la performance de l'écoute et la cohérence de l'information donr C'est pourquoi, nous préférons aller à la rencontre des plaisanciers en fin de matinée pour ceux qui restent au port et déjeunent sur leur bateau, et en début de soirée pour ceux qui reviennent à quai aprÃ"s une sortie en mer (En bref à l'heure de l'apÃ"ro…)

Le rythme doit Ã^atre alerte et vivant pour mieux capter l'attention des plaisanciers ne pas oublier que c'est la premià re 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 maniÃ"re à conserver du temps pour les réactions e l'engagement d'une conversation

L'information, l'éducation et la sensibilisation à l'environnement sont des éléments essentiels dans la mise en Å"uvre 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'intéróts collectifs.

- Informer de la présence sur le Port-Vieux, 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'informatic de sensibilisation, remis à chaque plaisancier.
- Sensibiliser sur la durée de vie des macrodéchets 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 câ 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 mÃame 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-delÃ. Encore aujourd'hui… Ce travail de dynamisation revient à l'équipe d'éco-patrouilleur. Elle doit donc conduire la discussion et faire avancer le débats selon le rythme souhaité. Il devra parfois faire "tourner la page", de manià re 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 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 ptous et chacun, ce qui ne peut être rationnellement contestable...

Le Port-Vieux, géré par la SEMIDEP

La Ciotat abrite quatre plans d'eau : le Port des Capucins, le Port de Saint-Jean, le Nouveau Port de Plaisance ainsi que le Port-Vieux, susceptibles d'offrir un large éventail d'activités nautiques.

Bordée par la Grande Bleue, entourée par un paradis vert au parfum de garrigues, c'est aux Grecs que La Ciotat doit sa situation et sa vocation maritime. Au loin, l'île Verte à la végétation luxuriante agit comme un formidable amer naturel.

À l'origine de la ville, le Port-Vieux est à présent un petit port de plaisance et de póche disposant de 1000 places. À l'ombre d'une terrasse de café, on contemple dans une quiétude matinale avec nonchalance les activités des plaisanciers se préparant à la sortie en mer et les pócheurs revenant du large pour installer leurs étales à poissons. Posée sur le quai une ancre marine géante, vestige d'un temps révolu…

qui cà toie une sculpture des victimes de l'amiante, de l'Artiste Ciotaden Ganteaume, descendant de l'illustre Vice-Amiral de Napoléon.

Capitainerie: Daniel GRONLIER

• TéI. : 04 42 83 80 27 • Fax. 04 42 83 80 24

Horaires d'ouverture : 8h/12h - 14h/18h du lundi au vendredi

• Situation : 43°10,4 N 05°36,7 E

• Equipements : 700 places à quai • Batotel : 300 places

Autre pà le économique de premier ordre, le site naval de La Ciotat compte aujourd'hui une trentaine d'entreprises spécialisées. La reconversion du site permet également de créer de nouveaux emplois : aux 400 existants, 600 nouveaux emplois sont annoncés à l'horizon 2010-2012.

Avec lâ€[™]installation en cours dâ€[™]une plate-forme de maintenance et de réparation de grands yachts, intégrant un ascer bateaux, le site naval sâ€[™]apprÃ^ate à devenir le pôle leader de la haute plaisance dans le bassin méditerran©en.

Structure de l'opération

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

Lâ€TMapproche classique consiste à aller vers une recherche de contacts en proposant un moyen dâ€TMaccompagner lâ€TMKIT) 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 plaisanc 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'inform sensibilisation.

Le QG

Notre quartier général est directement basé sur le Port-Vieux en partie centrale à partir d'un voilier de type Sangria av 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 débrifing aprÃ"s 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 pannes permet de délivrer aux plaisanciers le message que nous sommes aussi des plaisanciers.

Les Éco-patrouilleurs

L'équipement : L'identité visuelle est trÃ"s importante dans cette démarche de sensibilisation. Elle permet d' 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.

- o Tee-Shirt : 2 Tee-Shirt différents à fond blanc sont utilisés. 1 Tee-Shirt à flocage 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 dorsal avec le logo de l'association CoLLecT-IF.
- o Pantalon : Un pantalon ou un short blanc pour constituer « l'uniforme »
- o Casquette : Les casquettes sont de plusieurs couleurs, blanc pour les femmes, bleu pour les jeunes garçons, orange pour les petites filles, noire pour les hommes. Cette distinction permet un meilleur repérage à distance à partir de notre QG.
- o Sac à dos: 1 sac à dos noir à poche latérale pour un accÃ"s facile aux matériels lors de la distribution.
- o Cabas de tri et sacs-poubelles 100% biodégradables : Distribués gratuitement à chaque plaisancier ce KIT permet un accompagnement au geste et un engagement moral.
- o Plaquette de sensibilisation : Cette plaquette fabriquée à partir d'un papier 100 % recyclé permet d'expliquer l†et l'objectif. Elle permet de visualiser trà s rapidement la durée de vie des macro déchets et de localiser sur le Port-Vieu

avec une vue en plan les containeurs de tri sélectif

o TabloÃ⁻de de la durée de vie des macrodéchets : Ce tabloÃ⁻de 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 vidans les différents points relais de l'opération.

o Sac-poubelle 100% biodégradables de 110 Litres de l'opération

« Calanques Propres 2006» Ensemble responsables!

Ces sacs-poubelles ont été utilisés sur cette opération pour faire la promotion des actions de l'association CoLLecTdans le domaine de la protection de l(environnement. Ils ont été distribué essentiellement auprÃ"s des grosses unités qu disposent de plus de place à bord de leurs embarcations.

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 10 équipes d'Éco-Patrouilleurs chacune travaillant en bi La volonté de Collect-IF dans la recherche de rencontre auprÔs 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, r delÃ, 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 femmes, 2 hommes, 2 ou 3 enfants adolescents. Seule la notion de couple n'a pas été exploitée, en revanche la filiatio mà re fille, mà re fils a été bien perçu et agréable à développer.

Vous aurez noté le petit clin d'Å"il 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'engager responsabilité des jeunes Éco-Patrouilleurs à travers une action concrÓte 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 trÃ⁻s 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 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'ea différence entre un 51, un Jannot et un Ricard etc…

La capitainerie 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 se situe à proximité du quai passagers et du principal point de rencontre convivial, qui est le Yatch Club « Sur les Quais ».

Cette situation stratégique et la qualité du personnel dirigé par Daniel GRONLIER, 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.

750 Kits et 1000 plaquettes ont été laissés sur place en évidence sur présentoirs et dans le hall d'accueil afin de le 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 rà le prépondérant durant toute la période de la campagne et les remarques des plaisanciers à ce sujet est unanimement trà s favorable. Pour certains plaisanciers, le Port-Vieux de La Ciotat devrait servir d'exemple à d'autres ports de la Méditerranée.

servir d'exemple A d'autres ports de la MA©diterranA©e. Le succès de l'opération a provoqué un disfonctionnement pendant les 3 premières semaines de l'opération. Er les containeurs ont été très rapidement remplis et la fréquence des tournées de déchargements était beaucoup trop

Nous devons saluer l'implication du capitaine du Port, Monsieur Daniel GRONLIER qui s'est mis en relation avec les services de la municipalité pour palier à ce problà me. Quelques aménagements ont été réalisés pour rendre plus accessible la manutention des P.A.V. Des problà mes d'accà subsistent encore et il faudra trouver une solution, qui se traduira certainement par un aménagement spécifique aux abords des P.A.V.

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 rà le à jouer pour chacun.

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 répar 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 trÃ"s bon accuet a pu bénéficier de 100 Kits et de 100 plaquettes de sensibilisation à disposition dans la capitainerie sur présentoirs. Un tabloÃ⁻d 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 succÃ"s a

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.

plaisanciers avec un Kit de dépollution permettant la récupération des fluides nocifs en fond de cales.

Formidable vecteur de dynamique sportive, les messages de la base Nautique sont trÃ's 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 bénévol

Plongée Passion, plongée 2000 et Alizée Location

Les écoles de plongée Ciotadennes ont la chance de bénéficier de sites de plongées merveilleux ayant une renommÃ0 internationale. Le site draine, de part son attractivité, une clientà 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'éco-tourisme est une valeur qui tend à se développer et chacun à son niveau doit agir au quotidic 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 un préparation à la sensibilisation et à l'éducation qui s'opÃ"re 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 pour les bateaux des écoles de plongée.

Alizée 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 tabloÃ⁻de installé de façon permanente.

L'office de tourisme qui est un endroit très fréquenté par les touristes mais aussi par les Ciotadens et qui met à disposition une information permanente sur toutes les activités culturelles, sportives, économiques, et pratiques a distribué 100 Kits et 100 plaquettes. Une affiche de la campagne a été exposée pendant toute la durée de l'opér 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.