



Etude de préfiguration
pour la lutte contre le carénage sauvage
en Baie de Fort-de-France



RAPPORT PHASE 2

TABLE DES MATIÈRES

1.	INTRODUCTION	3
2.	LES PRATIQUES DE COMMUNICATION AUTOUR DES OPERATIONS DE CARENAGE	4
2.1	Les guides techniques	4
2.1.1	Le Parc naturel marin d'Iroise.....	4
2.1.2	Le guide Ecogestes Méditerranée 2024.....	5
2.2	Les études techniques	6
2.2.1	Etude du CEREMA.....	6
2.2.2	Etude de l'Office Français de la Biodiversité.....	7
2.3	Les documents réglementaires.....	7
2.3.1	L'intégration dans un document de gestion, le SAGE.....	8
2.3.2	La production de fiches de sécurité.....	9
2.4	Les programmes de Certification ou de labelisation	10
2.4.1	La norme ISO 18725 dite norme Ports Propres	11
2.4.2	Le label Pavillon bleu	11
2.5	Panneaux sur le port et affiches générales	12
2.5.1	L'approche de la DDTM Finistère.....	12
2.5.2	Le Port de Piriac.....	13
2.6	Dossier de presse	14
2.7	Site internet dédié	15
2.7.1	Site internet d'information environnementale : Ecogestes méditerranée.....	15
2.7.2	Site internet d'un shipchandler	16
2.8	Articles de blog / dans le journal	16
2.9	Webinaires et Ateliers en présentiel, en ligne et en replay	18
2.10	Mailing et Newsletters	18
2.11	Posts sur les Réseaux Sociaux.....	19
2.12	Salon spécialisée / stand sur les manifestations	20
2.13	Vidéo et télévision	22
2.14	Podcast	24
2.15	Autres possibilités de communication	24
3.	SYNTHESE SUR LES MODES DE COMMUNICATION.....	25

1. INTRODUCTION

La première phase de l'étude a permis le recensement de nombreux sites, assurés ou potentiels, autour de la baie de Fort de France supportant des activités et usages de réparation navale dont des opérations de carénage.

Une des premières raisons de cette situation dommageable réside dans l'absence d'aires techniques aux normes clairement identifiées par les plaisanciers. Toutefois, même si ces aires existaient, leur utilisation n'est pas assurée par les plaisanciers pour des raisons diverses et variées : distance au lieu de mouillage, coût d'intervention sur l'aire technique, mise en œuvre compliquée pour le plaisancier alors qu'il est simple de le faire en bord de rivage ou dans son jardin mais aussi méconnaissance des impacts et de la nocivité des pratiques sur le milieu ou encore de la réglementation sur le sujet. Ainsi, une politique efficace de lutte contre le carénage sauvage, et ceci quel que soit le site d'étude, nécessite une approche sociétale permettant l'adhésion des plaisanciers.

La deuxième phase de l'étude propose de présenter et de décrire les solutions mises en œuvre dans d'autres espaces littoraux pour sensibiliser les plaisanciers à la protection de l'environnement et à la problématique du carénage sauvage.

2. LES PRATIQUES DE COMMUNICATION AUTOUR DES OPERATIONS DE CARENAGE

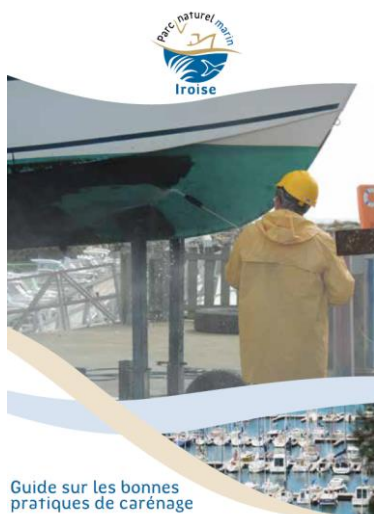
Les maitres d'ouvrages et gestionnaires des aires techniques portuaires ou d'espaces sensibles ont mis en place des techniques variées de communication et de sensibilisation des usagers à la problématique. Ces techniques sont regroupées dans ce chapitre par vecteur de communication.

2.1 LES GUIDES TECHNIQUES

Les guides techniques se déclinent au format papier ou informatique. Ils nécessitent un certain niveau de connaissance et d'investissement de l'utilisateur pour sa lecture et sa compréhension. Deux exemples sont présentés ci-après.

2.1.1 Le Parc naturel marin d'Iroise

- **Intitulé** : Guide sur les bonnes pratiques du carénage, 24 pages
- **Message passé** : rappel de la réglementation, exposition de la problématique, actions en faveur de la qualité de l'eau du Parc, risques de pollutions liés au carénage, conséquences sur le milieu marin, Solutions proposées, Localisation des aires techniques adaptées
- **Public cible** : ports, institutions, plaisanciers



Chaque type de peinture a ses spécificités et ses limites qui les rendent efficaces dans certaines conditions et qui sont déconseillées dans d'autres.

Pour choisir le produit le mieux adapté, il faut tenir compte de différents facteurs :

- le type du bateau ;
- la zone de navigation (eaux chaudes ou froides) ;
- le type d'hivernage (à flot ou à sec) ;
- le type de pratique (échouage, fréquence de sortie).

Pour choisir la bonne peinture, la plupart des fabricants éditent des guides de conseils. De même, les magasins spécialisés apportent à leurs clients informations et recommandations.

Connaître la nature des produits contenus dans les peintures antifouling.

Avant achat, il convient d'être vigilant sur le contenu des peintures antifouling. Sur l'étiquetage des pots, les noms des biocides inclus dans la peinture sont mentionnés.



Privilégier les aires et cales de carénage



Dans le périmètre du Parc naturel marin d'Iroise, il existe trois espaces de carénage et un en projet. Ces équipements ont été conçus conformément à la réglementation et permettent d'entretenir son bateau dans des conditions optimales. Ils limitent la dispersion des produits dans le milieu marin.

Port	Gestionnaire	Contacts
Port de plaisance de Tréboul	Commune de Douarnenez	02 98 74 02 56 port.de.plaisance@marie-douarnenez.fr
Port de Morgat	Commune de Crozon	02 98 27 01 97 ports@mairie-crozon.fr
Port de Camaret	Commune de Camaret-sur-Mer	02 98 27 89 31 capitaine@camaret-wanadoo.fr

Figure 1 : Le guide sur les bonnes pratiques, un outil textuel complet

- **Portée de l'action** : Demande un effort de recherche active de la part de l'utilisateur pour le trouver. Le guide est très textuel et demande un investissement de la part de l'utilisateur pour le lire jusqu'au bout. La dernière page du guide présente un visuel intéressant pouvant être facilement compris par le plaisancier.

LE CARÉNAGE EN 6 POINTS

1. PRENEZ RENDEZ-VOUS auprès de la capitainerie.

Port de Tréboul	02 98 74 02 56	port.de.plaisance@mairie-douarnenez.fr
Port de Morgat	02 98 27 01 97	ports@mairie-crozon.fr
Port de Camaret sur Mer	02 98 27 89 31	capitainerie.camaret@wanadoo.fr

2. CHOISISSEZ BIEN VOTRE PEINTURE

Certains peintures antifouling sont toxiques pour l'homme et l'environnement.

3. CARÉNEZ UNIQUEMENT DANS LA ZONE DE CARÉNAGE

Le Code de l'environnement stipule « déverser ou laisser s'écouler, directement ou indirectement, des substances potentiellement nuisibles pour la santé ou pour la faune et la flore est puni [...] ». Une disposition qui s'applique au carénage pratiqué en dehors des aires et cales de carénage, sur les zones de plage ou d'échouage.

4. LIMITEZ LES POLLUTIONS

Pendant l'opération de carénage, évitez les travaux de ponçage ou de décapage lors de vents forts, évitez de projeter l'eau et les résidus de carénage en direction de la mer...

5. PENSEZ À VOTRE SÉCURITÉ

Portez masque, lunettes et gants pour vous protéger.

6. NETTOYEZ LE SITE ET DÉPOSEZ VOS DÉCHETS À LA DÉCHÈTERIE DU PORT

Entreposez vos déchets dans les poubelles ou la déchetterie mises à disposition par le port, en respectant les consignes de tri.

Figure 2 : Le guide sur les bonnes pratiques, un visuel en dernière page intéressant pour les lecteurs assidus

2.1.2 Le guide Ecogestes Méditerranée 2024

- **Intitulé** : Guide pratique à destination des [Eco]plaisanciers, 29 pages
- **Message passé** : le guide concerne les écogestes en matière de plaisance intégrant une partie sur le carénage. Le guide se focalise sur l'ensemble des impacts du nautisme. Concernant le carénage, exposition de la problématique des peintures anti-salissures, des impacts du carénage, des actions à réaliser, des bonnes pratiques
- **Public cible** : ports, plaisancier

Les peintures antisalissures

Utilisez les [aires de carénage] dédiées

Le carénage un entretien indispensable

Sous l'eau, la coque du bateau se couvre rapidement d'un film bactérien, d'algues, de corallaires... (jusqu'à 150kg par m²), le navire ainsi alourdi et freiné devient moins facile à manœuvrer et consomme plus de carburant (jusqu'à 50%). Ce phénomène s'accroît lorsque le bateau ne navigue pas.

À terme, la coque se détériore. Pour la préserver de cette colonisation, la peinture antisalissure est le remède le plus utilisé. Elle contient des biocides* qui diffusent lentement dans l'eau et empêchent la fixation des organismes aquatiques.

La législation évolue

En 2013, en réponse au 1er janvier 2013 de la nouvelle réglementation européenne sur les biocides, la fabrication des peintures antisalissures, dites "à base de cuivre", est interdite. Cette interdiction est assortie d'un effort, dans le but de garantir un aspect "sans biocides" (sans biocides) pour la protection de la santé humaine et de l'environnement. De plus, la réglementation impose désormais des données de toxicité et d'écotoxicité pour les applications professionnelles et particulières.

Pour quels impacts ?

Chaque année, plusieurs milliers de tonnes de ces revêtements antisalissures sont appliqués sur les bateaux. Les biocides utilisés sont à base d'oxyde de cuivre et de dérivés de pesticides agricoles. Ces substances toxiques sont peu dégradées et des résidus peuvent s'accumuler dans les sédiments ou chez certains organismes marins.

Même à faible concentration, les biocides ont un effet néfaste sur la phytoplancton, organismes végétaux à la base de la chaîne alimentaire. Cet effet se répercute sur les organismes filtreurs (huîtres, moules...) et les prédateurs supérieurs (poissons, mammifères marins...). Sur l'Homme, les effets directs sont des irritations, des troubles gastro-intestinaux. À forte dose, les biocides peuvent être sources de cancers.

Comment agir ?

→ **Lors du carénage du bateau**

Les carénages doivent s'effectuer sur des zones techniques aménagées pour la récupération et le traitement des eaux de carénage : les aires de carénage. Les déchets toxiques (résidus de ponçage, pinçaux, pots vides, chiffons...) doivent être ramassés au Point Propre du port pour traitement.

Les périodes de vent sont à éviter, à défaut installer une bâche autour du bateau.

→ **Au port, informez-vous**

L'Union des Ports de Plaisance Provence-Alpes-Côte d'Azur et Monaco (UPPAC) a conçu deux films pédagogiques, sur l'aire de carénage et le point propre, accessibles sur l'écran d'accueil des capitaineries, par QR Codes sur des affiches et sur la signalétique Ports Propres. On y voit le traitement de l'eau après nettoyage des coques de bateaux ainsi que l'organisation des Ports Propres, avec tri des déchets spécifiques à l'activité de plaisance.

Des revêtements antiadhérents et antibactériens

Les revêtements antiadhérents ne contiennent pas de biocides, ni de cuivre, mais sont composés de silicium, ils créent sur la surface de la coque un aspect lisse qui repousse les micro-organismes d'adhérer et facilitent l'auto-nettoyage lorsque le bateau navigue. Ces revêtements assurent également la glisse du bateau.

Les revêtements antibactériens ne contiennent pas de biocides, ils contiennent des substances qui empêchent l'adhésion des bactéries sur la coque. La promesse de salubrité est trompeuse, prolongeant ainsi la coque.

Figure 3 : Le guide pratique Ecogestes, un outil de communication alliant textes et illustrations

- **Portée de l'action** : Demande un effort de recherche pour le trouver sur internet. La véritable portée du guide réside dans les campagnes des ambassadeurs d'Ecogestes l'été sur les ports et auprès des plaisanciers pour les sensibiliser aux problématiques environnementales, le guide sert alors de support aux échanges.

2.2 LES ETUDES TECHNIQUES

Les études techniques ont comme premier rôle d'apporter de la connaissance pour comprendre, qualifier et quantifier un phénomène ou une pratique. Par extension, une étude technique peut servir de vecteur de communication directement ou indirectement :

- Directement pour les plaisanciers avertis avec une base scientifique voulant se documenter sur le sujet
- Indirectement en y faisant référence dans des communications plus grand public.

2.2.1 Etude du CEREMA

- **Exemple** : Activités de carénage dans les ports de plaisance, zones de mouillages et chantiers nautiques privés, état de l'existant et préconisations techniques. 155 pages
- **Message passé** : Cette étude, exhaustive et très technique, réalise un état des lieux des pratiques de carénage en France hexagonale : techniques et produits utilisés, impacts environnementaux liés au carénage, réglementations. Elle s'appuie sur une enquête auprès des ports de plaisance et des chantiers nautiques, enquête permettant à la fois de récupérer l'information nécessaire pour l'étude et d'informer, sensibiliser les professionnels à la problématique environnementale.
- **Public cible** : Professionnels (gestionnaires, collectivités, entreprises, techniciens...) en lien avec la plaisance et la réparation navale.
- **Portée de l'action** : Demande un effort de recherche pour le trouver. Le niveau technique, la longueur du document et le format réservent ce document à un public disposant d'une base technique.



Direction technique Eau, mer et fleuves

Activités de carénage dans les ports de plaisance, zones de mouillages et chantiers nautiques privés.
État de l'existant et préconisations techniques



Paramètres	Décantation (%)	Filtration (%)	Ultracentrifugation (%)
Matières inhibitrices*	87		
AOX**	58	85	55
Plomb	67	88	63
Cuivre	81	96	93
Chrome	75	81	69
Nickel	62	75	59
Zinc	77	90	57
Manganèse	40	88	88
Etain	37	47	66
Arsenic	54	86	54
Aluminium	86		93
Fer	88		94
Cadmium	57		73
Fer+Aluminium	86	88	94

* Polluant des eaux, minéral ou organique, ayant une toxicité suffisante pour inhiber le développement et/ou l'activité des organismes aquatiques. L'unité de mesure est l'équivalent (eq) : Quantité de toxicité qui, dans 1 m3 d'eau, immobilise, au bout de 24 heures, 50 % des daphnies (micro-crustacés d'eau douce) présentes.

**Quantité (exprimée en chlorures) d'halogènes (chlore, brome et iode) organiquement liés adsorbables sur charbon actif dans des conditions expérimentales bien définies.

Tableau 5: Abattements moyens des systèmes de prétraitement des effluents de carénage. (d'après AELB, 2016).

Il est à noter que ces performances ont été mesurées sur des équipements neufs et que des écarts types importants sont observés.

Figure 4 : L'étude sur les activités de carénage, un document technique et complet

2.2.2 Etude de l'Office Français de la Biodiversité

- **Intitulé** : Etude sur les pratiques de carénage et les perspectives d'évolution à destination des usages de loisirs nautiques du Bassin d'Arcachon, 18 pages (synthèse)
- **Message passé** : L'OFB, sous couvert du Parc Naturel Marin du Bassin d'Arcachon, a pour vocation d'assurer la bonne valorisation des espaces tout en préservant le patrimoine naturel. Dans cette logique, les pratiques de carénage, compte tenu de l'importance de la plaisance, constituent une activité qui mérite une pleine attention. Tout comme précédemment, une enquête auprès des plaisanciers et des professionnels permet d'alimenter l'étude et de procéder à une première information des usagers et des acteurs du nautisme. L'étude explicite les diverses pratiques actuelles au niveau du bassin d'Arcachon et les moyens de faire évoluer cette pratique. Elle met en évidence une typologie de 4 groupes de plaisanciers permettant d'envisager une communication ciblée.
- **Public cible** : professionnels (entreprises, collectivités, techniciens...) en lien avec la plaisance
- **Portée de l'action** : Demande un effort de recherche pour le trouver. L'étude globale reste confidentielle mais la synthèse permet une diffusion plus large et plus compréhensible de la problématique.

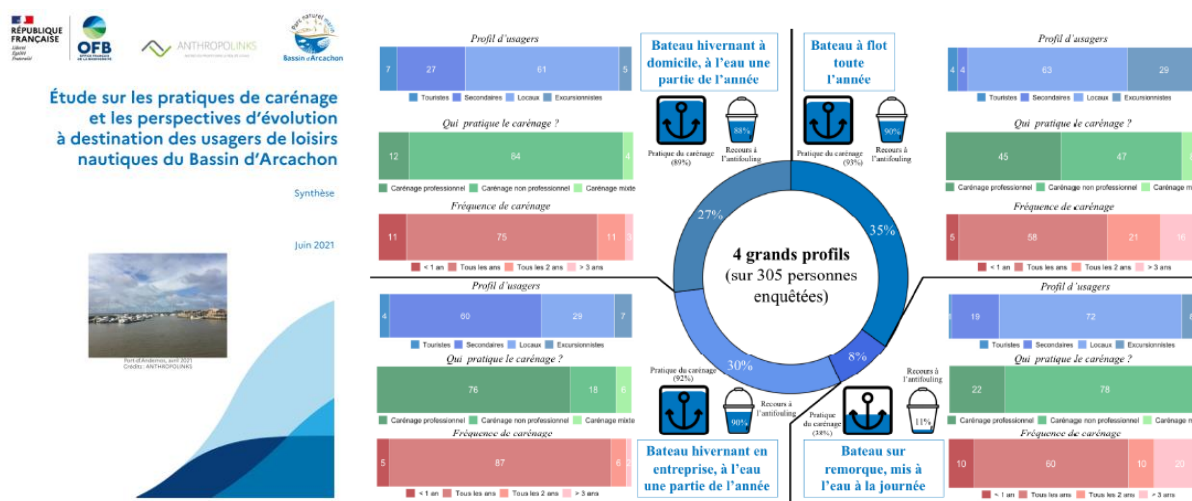


Figure 5 : Une étude appliquée à un territoire pouvant servir de support à la concertation

2.3 LES DOCUMENTS REGLEMENTAIRES

L'approche via les documents réglementaires peut se concevoir à deux échelles :

- L'intégration de la problématique dans les documents cadre ou d'orientation comme les SAGE, les Contrats de baie, ...
- Le rappel de la réglementation dans des fiches dédiées que ce soit sur l'activité ou sur des produits utilisés pour l'activité.

Cette approche peut permettre, en intégrant cette communication dans un cadre formel, de lui donner une importance et une écoute plus importante et étendue.

2.3.1 L'intégration dans un document de gestion, le SAGE

- **Intitulé** : Etude technique et stratégique pour le développement de l'offre en équipements portuaires dans le périmètre du SAGE Rance Frémur Baie de Beausais, 69 pages.
- **Message passé** : Réalisée par la CLE du SAGE Rance Frémur baie de Beausais à destination des acteurs locaux de la plaisance, l'étude a une vocation opérationnelle marquée. Elle présente une approche spatiale permettant aux acteurs d'identifier à proximité des installations permettant la réalisation des opérations de carénage en évitant les impacts sur le milieu. L'approche spatiale est complétée par une approche de communication ciblée sur les différents espaces portuaires.
- **Public cible** : Acteurs locaux de la plaisance.
- **Portée de l'action** : L'action, portée par la CLE, repose sur une large diffusion des informations de l'étude. Elle comporte à la fois des éléments textuels et des éléments visuels permettant une large diffusion.



juillet 2017

ÉTUDE TECHNIQUE ET STRATÉGIQUE POUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE EN ÉQUIPEMENTS PORTUAIRES DANS LE PÉRIMÈTRE DU SAGE RANCE FRÉMUR BAIE DE BEAUSSAIS

Rapport d'étude réalisé par la CLE du SAGE Rance Frémur baie de Beausais
à destination des acteurs locaux de la plaisance

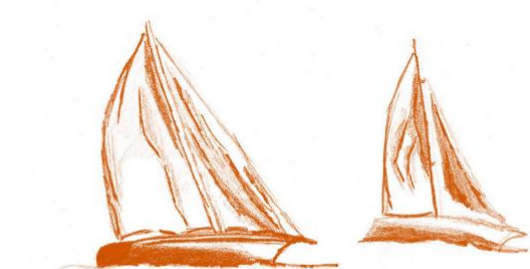


Illustration : Gautier MEHEUST pour la CLE du SAGE Rance Frémur baie de Beausais, dans le cadre de l'étude « équipements portuaires »

« Naviguer : c'est accepter les
contraintes que l'on a
choisies.

C'est un privilège.

La plupart des humains
subissent les obligations que la
vie leur a imposées. »

E. Tabarly



Carénage à Concarneau, vers 1815
(source : « Laniec.com » n°5, février 2012)



Etude technique et stratégique pour le développement de l'offre en équipements portuaires dans le périmètre du
SAGE Rance Frémur baie de Beausais - 2017

2 / 69

Figure 6 : Une étude ciblée intégrée dans un outil de gestion de l'environnement

Plaisanciers, Gens de mer... Ne carénez pas n'importe où !

LE CARENAGE EST INTERDIT SUR GREVES ET CALES DE MISE A L'EAU NON EQUIPEES

(Article 5 du SAGE Rance Frémur baie de Beaussais validé par arrêté préfectoral du 9 décembre 2013)

POURQUOI ?

Parce qu'au moment du carénage, de nombreuses particules de peinture, de graisse, d'hydrocarbures s'échappent vers la Rance et polluent le milieu naturel...

... ALORS ON FAIT COMMENT ?

Des équipements de carénage respectueux de l'environnement existent sur la Côte d'Émeraude...



Renseignez-vous en mairie
ou auprès de la CLE Rance Frémur

Mairie de ST SULIAC: 02.99.58.41.98 / CLE Rance Frémur: 02.96.85.02.49



Figure 7 : Une étude associant contextualisation spatiale et diffusion de l'information

2.3.2 La production de fiches de sécurité

L'activité de carénage, dans la majorité des cas, fait appel à des produits comprenant des substances nocives faisant l'objet de restrictions d'usage ou d'alerte concernant leur nocivité pour la santé humaine ou pour l'environnement. La production et la diffusion de ces fiches permet de sensibiliser les usagers et de les alerter sur des produits qu'ils utilisent couramment sans avoir conscience de leur dangerosité.

- **Exemple** : Fiche de données de sécurité sur l'antifouling thinner
- **Message passé** : Identification de la substance et de ses dangers
- **Public cible** : Professionnels et particuliers utilisant l'antifouling thinner
- **Portée de l'action** : Demande un effort de recherche pour trouver l'information, une diffusion confidentielle nécessitant une démarche active poussée de la part de l'utilisateur pour accéder à l'information.

Fiche de données de sécurité
selon 1907/2006/EC (REACH), 2015/830/EU



ANTIFOULING THINNER

Impression: 23/01/2020 Date d'établissement: 22/02/2018 Révision: 23/08/2019 Version: 2 (substitut 1)

RUBRIQUE 1: IDENTIFICATION DE LA SUBSTANCE/DU MÉLANGE ET DE LA SOCIÉTÉ/L'ENTREPRISE	
1.1	Identificateur de produit: ANTIFOULING THINNER
1.2	Utilisations identifiées pertinentes de la substance ou du mélange et utilisations déconseillées: Utilisations identifiées pertinentes: Produits pour les navires, bateaux, ... (construction, réparation, ...) Utilisations déconseillées: Toute utilisation non spécifiée dans cette section ou dans la section 7.3
1.3	Renseignements concernant le fournisseur de la fiche de données de sécurité: Troton Sp. z o.o. Zabrowo 14A 78-120 Góscino - Zachodniopomorskie - Polska Tél.: +48 94 35 123 94 - Fax: +48 94 35 126 22 troton@troton.com.pl www.troton.pl
1.4	Numéro d'appel d'urgence: (8:00-16:00)+48 094 35 123 94; 112

RUBRIQUE 2: IDENTIFICATION DES DANGERS **	
2.1	Classification de la substance ou du mélange: Règlement n° 1272/2008 (CLP) : La classification de ce produit a été réalisée conformément au Règlement n° 1272/2008 (CLP). Aquatic Chronic 2: Dangersité chronique pour le milieu aquatique, Catégorie 2, H411 Asp. Tox. 1: Danger par aspiration, Catégorie 1, H304 Eye Dam. 1: Lésions oculaires graves, Catégorie 1, H318 Flam. Liq. 3: Liquides inflammables, Catégorie 3, H226 Skin Irrit. 2: Irritation cutanée, catégorie 2, H315 STOT RE 2: Toxicité spécifique par ingestion sur des organes déterminés (expositions répétées), Catégorie 2, H373 STOT SE 3: Toxicité pour les voies respiratoires (exposition unique), Catégorie 3, H335 STOT SE 3: Toxicité spécifique avec effets de somnolence et vertiges (exposition unique), Catégorie 3, H336
2.2	Éléments d'étiquetage: Règlement n° 1272/2008 (CLP) : Danger      Mentions de danger: Aquatic Chronic 2: H411 - Toxique pour les organismes aquatiques, entraîne des effets néfastes à long terme Asp. Tox. 1: H304 - Peut être mortel en cas d'ingestion et de pénétration dans les voies respiratoires Eye Dam. 1: H318 - Provoque de graves lésions des yeux Flam. Liq. 3: H226 - Liquide et vapeurs inflammables Skin Irrit. 2: H315 - Provoque une irritation cutanée STOT RE 2: H373 - Risque présumé d'effets graves pour les organes à la suite d'expositions répétées ou d'une exposition prolongée (Oral) STOT SE 3: H335 - Peut irriter les voies respiratoires STOT SE 3: H336 - Peut provoquer somnolence ou vertiges Conseils de prudence:

Figure 8 : Une fiche d'information sur les produits utilisés pour le carénage

D'autres outils réglementaires tels que la présence de pictogramme de toxicité sur les pots d'antifouling et l'interdiction de certains composants (règlements biocide) sont aussi utilisées.

2.4 LES PROGRAMMES DE CERTIFICATION OU DE LABELISATION

Les programmes de certification constituent également des vecteurs opérationnels de communication et de sensibilisation à la problématique des impacts du carénage.

Dans l'absolu, trois programmes peuvent intéresser la problématique du carénage :

- La norme ISO 14001 qui définit les exigences d'un système de management environnemental (SME) d'une activité. La lourdeur de sa mise en œuvre n'en fait pas un dispositif approprié pour notre problématique.
- La norme ISO 18725 – « Tourisme et services connexes - Ports de plaisance et ports à sec - Exigences pour les ports propres et ports propres actifs en biodiversité », spécifie les exigences relatives à la définition d'une démarche stratégique et des moyens permettant d'améliorer la qualité environnementale des ports.
- Le label Pavillon bleu valorise chaque année les communes et les ports de plaisance qui mènent de façon permanente une politique de développement touristique durable.

2.4.1 La norme ISO 18725 dite norme Ports Propres

La certification Ports propres atteste de la conformité d'un port à la norme ISO 18725 et valorise sa démarche et son engagement en faveur de la préservation de l'environnement. Seule et Unique norme mondiale en environnement pour les ports de plaisance, la norme ISO 18725 connaît un essor conséquent ces dernières années sous l'impulsion de l'UPACA à l'origine du processus. L'attribution de la norme, qui est amenée à se démocratiser dans les années à venir auprès des plaisanciers à mesure de son extension, repose sur un référentiel technique précis et pointu comprenant à la fois des mesures techniques et des actions de communication et de sensibilisation. Cette norme constitue un engagement ferme de la part des ports de plaisance et un cadre intéressant pour engager une démarche de communication auprès des plaisanciers. Plus spécifiquement, adressée aux gestionnaires de port, aux agents portuaires et aux plaisanciers, la norme impose de nombreuses actions comme le respect du cadre réglementaire lié aux activités de carénage, la formation des agents du port aux bonnes pratiques environnementales ou encore la sensibilisation des usagers.



Figure 9 : La norme ISO 18725

2.4.2 Le label Pavillon bleu

Les ports de plaisance labellisés sont quant à eux des lieux où la protection de l'environnement et du milieu marin est une priorité. Les plaisanciers ont accès à des aires de carénage sans rejets dans le milieu naturel, des systèmes de récupération des eaux usées des bateaux mais aussi à des zones de récupération des déchets spéciaux. Tout comme les communes, les ports de plaisance Pavillon Bleu proposent des activités environnementales pour sensibiliser plaisanciers et visiteurs à la fragilité du milieu.

Moins technique et moins regardant sur les critères techniques que la norme ISO 18725, le label Pavillon bleu bénéficie d'une couverture médiatique intéressante qui en fait un outil de communication intéressant auprès du grand public.

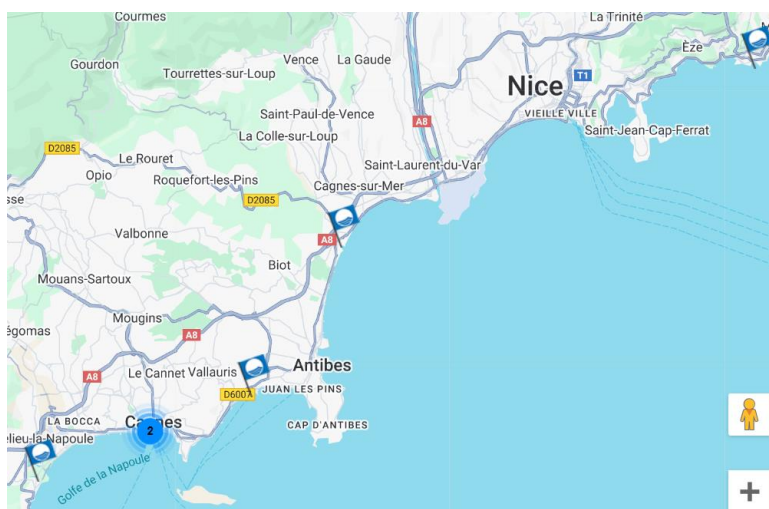


Figure 10 : Le label Pavillon bleu pour les ports de plaisance

2.5 PANNEAUX SUR LE PORT ET AFFICHES GENERALES

La diffusion de l'information constitue un aspect fondamental dans la protection de l'environnement et dans l'atténuation des impacts de l'activité de carénage. En ce sens, l'information sur site visuelle constitue une étape incontournable d'un processus de communication pour diminuer les incidences environnementales.

Les modalités et les formes de ces affiches sont multiples et créent des messages plus ou moins compréhensibles en fonction de la forme, de la typographie et de la facilité de lecture du document.

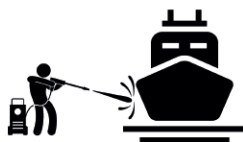
2.5.1 L'approche de la DDTM Finistère

- **Exemple** : Affiche sur les bonnes pratiques de carénage
- **Message passé** : Promotion des techniques respectueuses de l'environnement, rappel de la réglementation concernant l'activité, incitation à travailler dans des espaces dédiés.
- **Public cible** : Utilisateurs des installations de carénage, plaisanciers, professionnels du nautisme.
- **Portée de l'action** : une diffusion importante sur les aires techniques mais une lecture nécessitant une attention particulière du plaisancier.

INFORMATIONS SUR LE CARÉNAGE

carénage [nom] [masculin] Le carénage est une opération de révision périodique de la coque d'un navire en vue de lui redonner ses qualités nautiques. Elle consiste au nettoyage, gommage, ponçage, décapage de la couche superficielle de la coque, éventuellement au grattage des restes de peinture antifouling et la remise en peinture et/ou à la réparation de la carène du navire, c'est-à-dire la partie de la coque située sous la ligne de flottaison qui correspond donc aux œuvres vives du navire.

1 JE CARÈNE UNIQUEMENT DANS UNE AIRE / CALE DE CARÉNAGE



Lors du carénage d'un navire de nombreuses substances toxiques, de particules de peinture, de graisse, d'hydrocarbures se retrouvent dans la mer (dans l'eau et les sédiments) et polluent les milieux naturels.

Caréner sur une aire homologuée et utiliser des produits autorisés permet de préserver la qualité de l'eau et des milieux aquatiques.

C'est pourquoi le carénage «sauvage» est interdit.

2 JE M'INFORME SUR LA RÉGLEMENTATION

La pratique du carénage en dehors d'installations adaptées est interdite. La mise sur le marché de produits non polluants est réglementée.

L216-6 du Code de l'Environnement
«Le fait de jeter, déverser ou laisser s'écouler dans les eaux superficielles, souterraines ou les eaux de la mer dans la limite des eaux territoriales, directement ou indirectement, une ou des substances quelconques dont l'action ou les réactions entraînent, même provisoirement, des effets nuisibles sur la santé ou des dommages à la flore ou à la faune, [...] est puni de deux ans d'emprisonnement et de 75 000 euros d'amende»

Mais aussi :

- Les schémas d'aménagement et de gestion des eaux (SAGE) peuvent interdire le carénage sur les grèves et les cales de mise à l'eau non équipées (R212-47-2 du Code de l'Environnement)
- Règlement n°528/2012 du Parlement européen et du Conseil du 22 mai 2012
- Décret n°2008-1125 du 3 novembre 2008

L2132-3 du Code Général de la Propriété des Personnes Publiques

«Nul ne peut en outre, sur le domaine public maritime, procéder à des dépôts ou à des extractions, ni se livrer à des dégradations»

Article 90 du Règlement Sanitaire Départemental

«Il est interdit :
- de déverser directement ou indirectement dans la mer, [...], toutes matières usées, tous résidus fermentescibles d'origine végétale ou animale, toutes substances solides ou liquides toxiques ou inflammables, susceptibles de constituer un danger ou une cause d'insalubrité, de communiquer à l'eau un mauvais goût ou une mauvaise odeur, de provoquer un incendie ou une explosion»

3 J'ADOpte DE BONNES PRATIQUES



Je privilégie des aires de carénage respectueuses de l'environnement

Le site de la préfecture du Finistère : www.finistere.gouv.fr indique toutes les aires et cales de carénage du département. Le site www.bretagne-info-nautisme.fr recense les chantiers navals subventionnés Vague Bleue par l'Agence de l'eau. Les ports signataires de la charte «Port partenaire du Parc naturel marin d'Iroise» sont engagés dans une démarche d'amélioration de leur équipement.



Je choisis bien ma peinture antifouling

Certaines peintures antifouling sont toxiques pour l'homme et l'environnement. Certaines contiennent même des biocides interdits par la loi : Diuron, Thirame, Chlorothalonil, TCMTB, TBT et Irgarol.

Vérifiez bien l'étiquetage de vos pots de peinture.



Je limite les pollutions

Pendant l'opération de carénage, évitez les travaux de ponçage ou de décapage lors de forts vents. Évitez de projeter l'eau et les résidus de carénage en direction de la mer...



Je pense à ma sécurité

Portez masque, lunettes et gants pour vous protéger.



Après l'opération de carénage, je nettoie le site et dépose mes déchets à la déchetterie du port.



Pour en savoir plus sur les bonnes pratiques du carénage, le Parc naturel marin d'Iroise a édité un guide. Il est disponible sur demande ou téléchargeable sur www.parc-marin-iroise.fr.



Renseignements :
DDTM du Finistère
2 boulevard du Finistère
29325 QUIMPER cedex
02.98.76.52.00 - www.finistere.gouv.fr

AGENCE FRANÇAISE
POUR LA BIODIVERSITÉ
ÉTABLISSEMENT PUBLIC DE L'ÉTAT

Figure 11 : Une présentation très formelle nécessitant une attention du lecteur

2.5.2 Le Port de Piriac

- **Exemple :** Panneau informatif sur la zone de carénage
- **Message passé :** Le carénage est une activité réglementée et peut avoir des impacts divers. L'affiche est standardisée à l'échelle des ports de l'Association des Ports de Plaisance de Bretagne (APPB) ce qui permet de répéter et d'uniformiser le message passé à l'échelle de la population de plaisanciers. La répétition de l'affiche sur les différents ports permet de renforcer la portée du message
- **Public cible :** Usagers des aires techniques
- **Portée de l'action :** Locale. Il faut être sur les aires techniques pour visualiser les panneaux. La répétition sur l'ensemble des ports du même message renforce la puissance du message et son intégration par les plaisanciers.



Figure 12 : Une présentation globale des problématiques commune à l'échelle des aires techniques d'une région (APPB)

2.6 DOSSIER DE PRESSE

La communication et l'information des plaisanciers peut prendre différentes formes. Outre l'information ciblée vue précédemment, la communication peut se faire via les différents médias, traditionnels ou informatiques. Cette démarche a été mise en œuvre par l'Agence française de la biodiversité et la préfecture du Finistère.

- **Intitulé** : Stop au carénage « sauvage » et à l'utilisation de produits interdits, 10 pages
- **Message passé** : réglementation, liste des produits interdits, surveillance et contrôle de l'environnement marin, les aires et cales de carénage dans le Finistère, les bonnes pratiques, quelques chiffres sur la plaisance.
- **Public cible** : médias locaux et nationaux, à spectre large ou spécialisés
- **Portée de l'action** : l'action est ici indirecte et s'adresse à un intermédiaire qui va diffuser l'information. De cette manière, la diffusion de l'information est large et susceptible de toucher un public important. Le producteur du document ne maîtrise pas le message diffusé et sa forme.



Figure 13 : Dossier de presse sur l'activité de carénage sauvage

2.7 SITE INTERNET DEDIE

Le réseau internet prend de plus en plus de place dans la vie de tous les jours. Vecteur économique puissant pour les entreprises, moteur de recherche pour les usagers, Internet devient incontournable dans la gestion d'une activité et un élément important de divulgation de l'information

2.7.1 Site internet d'information environnementale : Ecogestes méditerranée

- **Description** : Site entier dédié aux éco-plaisanciers. Campagne de sensibilisation des plaisanciers pour initier à des changements de pratiques avec des articles, vidéo et actualités, campagnes sur le terrain.
- **Messages passés** : 3 missions
 - Accompagner les plaisanciers vers des pratiques éco-responsables
 - Accompagner les ports de plaisance et les professionnels du nautisme vers une gestion environnementale de leurs infrastructures.
 - Faire intervenir des ambassadeurs Ecogestes Méditerranée sur le terrain

- **Public cible** : Plaisanciers, ports de plaisance, professionnels du nautisme
- **Portée de l'action** : Une action très complète et aboutie avec plusieurs canaux de communication.

Nb : cette initiative en a lancé d'autres. La campagne de sensibilisation écogestes s'est par exemple déclinée par une version sur la manche Normandie, une sur la manche atlantique Bretagne.



2.7.2 Site internet d'un shipchandler

- **Description** : Site internet créé par une entreprise pour vendre son produit : Naviclean.fr, K-ren.fr ...
- **Message passé** : Explication de l'utilité du produit vendu et de ses avantages écologiques. Conseils dans l'application des produits, dans la gestion des déchets, dans le respect des règles
- **Public cible** : Clientèle de plaisanciers
- **Portée de l'action** : Ces entreprises utilisent souvent plusieurs canaux de communication : site, réseaux sociaux, salon, etc. avec une vocation commerciale évidente et normale. Elles utilisent la fibre environnementale pour mettre en avant leurs produits à plus ou moins juste titre. La logique environnementale, si les produits sont respectueux de l'environnement, est particulièrement intéressante en terme de communication. L'utilisateur n'est toutefois pas à l'abri qu'il s'agisse d'une politique de *green washing*, la concomitance de ces politiques avec des labels ou des certifications environnementales des produits permet de s'assurer de la véracité du message promulgué.

2.8 ARTICLES DE BLOG / DANS LE JOURNAL

Complémentaires et indispensables aux médias, les articles spécifiques à la problématique sont très présents. C'est le moyen de communication privilégié et facilement accessible pour parler de carénages respectueux de l'environnement. Ci-dessous sont présentés deux exemples d'articles. D'autres exemples sont proposés dans le dossier d'annexes.

Port de plaisance de Port La Forêt

- **Exemple** : Articles de blog sur le recyclage des eaux de carénage pour un port plus écologique
- **Message passé** : Importance de l'entretien respectueux de l'environnement, innovations dans les techniques de carénage durable.
- **Public cible** : Lecteurs de boatindustry.fr, magazine de services nautiques, principalement des professionnels
- **Portée de l'action** : La notoriété du site est classée en « peu connu » selon webwiki (rang #60k. A titre de comparaison, le site de la LPO est « parfaitement connu » avec un rang #652)

Port La Forêt : Recycler les eaux de carénage pour un port plus écologique



Frédéric Boccou, directeur de Port La Forêt

Le port de plaisance de Port La Forêt se dote d'une nouvelle aire de carénage et mise sur une démarche la plus respectueuse possible de l'environnement pour imaginer son port de demain. Des travaux à plus de 6 M€, dont le directeur du port Frédéric Boccou nous livre les détails.



Briag Merlet

Publié le 21-03-2024

Suivre

Figure 14 : Article proposé par un gestionnaire de port de plaisance

Association Ecogestes méditerranées PACA

- **Exemple** : articles interactifs avec une partie sur le carénage
- **Message passé** : Informations synthétiques et efficaces sur les pratiques à réaliser
- **Public cible** : plaisanciers, gestionnaires d'espaces maritimes, gestionnaires de ports de plaisance
- **Portée de l'action** : La notoriété du site est classée en « un peu connu » selon webwiki (rang #90k)

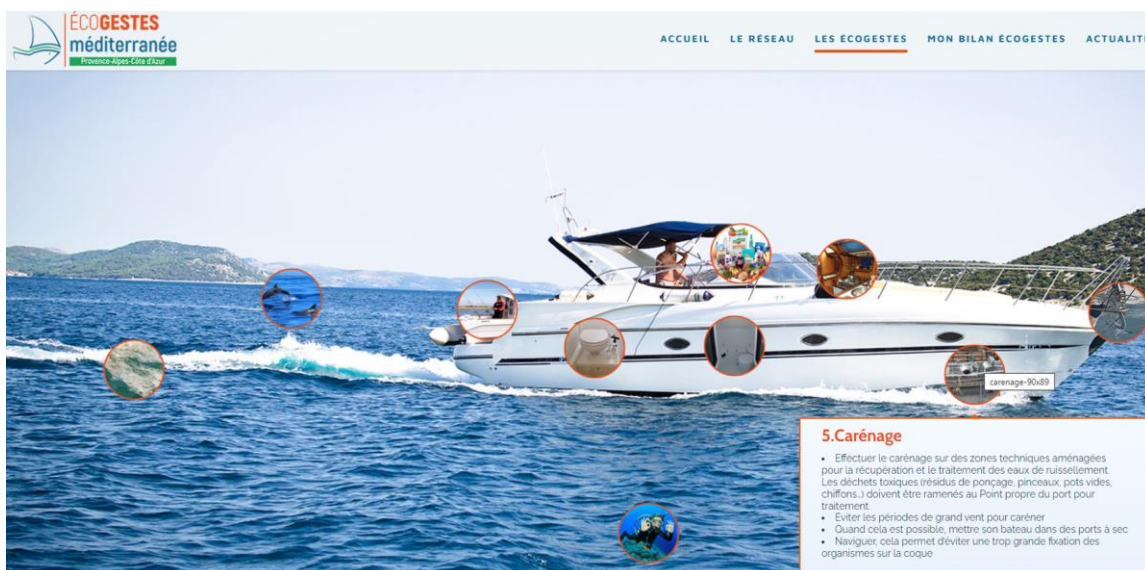


Figure 15 : Article proposé par une association de protection de l'environnement

2.9 WEBINAIRES ET ATELIERS EN PRESENTIEL, EN LIGNE ET EN REPLAY

Le développement des réseaux sociaux a permis d'ouvrir d'autres voies de communication pour évoquer les problématiques liées au carénage et capter de nouvelles populations. Les webinaires ou ateliers participatifs en présentiel mais surtout virtuels sont en plein essor ;

- **Exemple** : conférence « antifouling chimique et alternatives » du Port de Plaisance de la Rochelle
- **Message passé** : Sessions interactives entre experts, conseils pratiques pour un carénage durable.
- **Public cible** : Professionnels de la plaisance soucieux de l'environnement, université de la Rochelle, membres de l'association des plaisanciers de La Rochelle
- **Portée de l'action** : Les multiples modalités de visionnage augmentent la portée de l'action (le présentiel était complet). Le couplage présentiel, distanciel et visionnage ultérieur augmente la portée du message et permet à l'usager de consommer l'information de différente manière.



Figure 16 : Réalisation d'un webinar dédié à la problématique des produits antifouling

2.10 MAILING ET NEWSLETTERS

Port de Plaisance d'Arcachon

- **Exemple** : questionnaires sur les pratiques actuelles de carénage, communication avec les emails des plaisanciers
- **Message passé** : sensibilisation, explication certification Port Propre
- **Public cible** : plaisanciers du port
- **Portée de l'action** : touche la totalité des plaisanciers du port sans certitude de la lecture du message.

2.11 POSTS SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Association Ecogestes méditerranée Occitanie

- **Exemple** : Posts sur réseaux sociaux Facebook et LinkedIn
- **Message passé** : Astuces écoresponsables pour le carénage, vidéos de sensibilisation, impact des mauvaises pratiques sur l'environnement.
- **Public cible** : Communauté en ligne, abonnés des pages (pour LinkedIn : institutions, biologistes marins, élus, vendeurs de bateaux, employés d'autres ports, plaisanciers principalement).
- **Portée de l'action** : 188 followers pour LinkedIn et 926 j'aime + 1.1k followers sur Facebook + des reposts augmentant la portée du post. Plus le nombre de followers augmentera, plus la portée de l'action sera importante.



Entreprises vendant des solutions de carénage écologique

- **Exemple** : Post sur leur page LinkedIn
- **Message passé** : Utilisation d'images et de vidéos courtes pour illustrer les techniques de carénage respectueuses de l'environnement.
- **Public cible** : Communauté en ligne, abonnés des pages (professionnels de la plaisance, collectivités...)
- **Portée de l'action** : Dépendante de l'entreprise. Plus le nombre de followers des pages de ces entreprises est important, plus la portée de l'action sera importante.



Port de plaisance d'Arcachon via monsieur Le Maire

- **Exemple** : Post sur LinkedIn
- **Message passé** : Promotion de l'obtention de la certification Port Propre.
- **Public cible** : Communauté en ligne, abonnés des pages tels que des professionnels en lien avec la plaisance, biologistes, collectivités,
- **Portée de l'action** : 86 likes du post + 12 reposts dont un par le Figaro Nautisme (2.2k followers)



Sur les réseaux sociaux (et notamment sur Instagram, x et Tiktok), les #ecogestesmediterranee, #ecogestealamer et #antifoulingultrason existent, mais rassemblent moins de 100 publications. #antifoulingtoxic et #antifoulingtoxicity n'existent pas. L'hashtag le plus populaire est #antifoulingsucks, il est néanmoins utilisé pour se plaindre de l'effort à fournir pour faire un carénage.

2.12 SALON SPECIALISEE / STAND SUR LES MANIFESTATIONS

Les salons spécialisés et les manifestations estivales constituent des moyens de communication traditionnels mais toujours efficace de par le nombre de personnes touchées et du contact physique qui permet d'échanger et d'informer plus efficacement que via les supports papier ou virtuel. Quelques exemples de ces manifestations sont présentés dans la suite de ce chapitre

Salon nautique Les Nautiques de Port Camargue

- **Exemple** : Présence d'entreprises comme K-Ren, de services de l'Etat sur le salon nautique du port avec nombreux posts LinkedIn liés
- **Message passé** : Informer sur les solutions innovantes pour une pratique plus écologique du carénage, rappeler la réglementation, informer sur les enjeux environnementaux
- **Public cible** : Propriétaires de bateaux, plaisanciers, visiteurs du port.
- **Portée de l'action** : 45 000 visiteurs en 2024

Port-Camargue : 45'000 visiteurs aux Nautiques

La 24ème édition des Nautiques de Port-Camargue, dans la station balnéaire du Grau-du-Roi a enregistré un record d'affluence avec 45'000 visiteurs durant le week-end de Pâques.



Figure 17 : Salon nautique en Méditerranée

Salon Nautique de La Rochelle : Grand pavois organisation édition

- **Exemple** : Présence de l'entreprise G&G boatwash, de la Direction générale des affaires maritimes, d'associations environnementales.
- **Message passé** : Informer sur les solutions innovantes pour une pratique plus écologique du carénage, rappeler la réglementation, informer sur les enjeux environnementaux, mise en avant de technologie innovante comme le système de carénage écologique à flot
- **Public cible** : Propriétaires de bateaux, plaisanciers, professionnel de la plaisance
- **Portée de l'action** : 72 000 visiteurs pour l'édition 2023



72 000 VISITEURS AU GRAND PAVOIS LA ROCHELLE



Des objectifs atteints !

Nombreuses nouveautés présentées en avant-premières, présence de 800 marques internationales provenant de 33 pays différents, exposition de plus de 700 bateaux à terre dont 300 à flot : le Grand Pavois La Rochelle confirme bien le fait d'être un salon d'affaires, un salon de nouveautés, un RDV des tendances du nautisme de demain et un salon référence du nautisme français et européen. Côté fréquentation, le salon international à flot aura compté 72.000 visiteurs (ndr, 73.000 en 2022) avec un jeudi pluvieux et un jour

de fermeture décalé au lundi (ndr, du mardi au dimanche en 2022).

Figure 18 : Salon nautique en Atlantique

Association Ecogestes Méditerranée Corse et Occitanie : campagne estivale

- **Exemple** : Stand et déplacement sur le terrain sur les différents ports de la Corse
- **Message passé** : Sensibilisation sur les bonnes pratiques, les bons produits à utiliser en milieu marin. La thématique du carénage fait partie des points de sensibilisation
- **Public cible** : Large, plaisanciers, promeneurs, gestionnaires de port
- **Portée de l'action** : Campagne de sensibilisation avec rencontre des plaisanciers et recensement de leurs actions éco-responsables. 5000 personnes touchées entre 2017 et 2023





Figure 19 : Stand itinérant estival Ecogestes

2.13 VIDEO ET TELEVISION

Les vidéos sont assez présentes sur Internet et quelques reportages sont recensés dans les journaux télévisés. Ci-dessous sont présentés quelques exemples. D'autres exemples sont proposés dans le dossier d'annexes.

Association UPACA

- **Exemple** : 2 vidéos (français + anglais) sur le carénage <https://upaca.com/aire-de-carenage/>
- **Message passé** : Explication des pratiques, localisation des aires de carénage, explication des moyens de traitement.
- **Public cible** : Plaisanciers parlant français et anglais.
- **Portée de l'action** : Touche les plaisanciers français et étrangers, utilisateurs du site internet de l'UPACA

Association Ecogestes Méditerranée

- **Exemple** : Vidéo dédiée spécialement au carénage « Ecogeste#5 - Je respecte les consignes du point propre lors du carénage »,
- **Message passé** : Les bonnes pratiques, la gestion des déchets et les produits à utiliser pour un carénage respectueux
- **Public cible** : Plaisanciers français et étrangers, clubs nautiques,

- **Portée de l'action** : 2.2k vues et 62 abonnés. Version en français, anglais, italien et espagnol.



Figure 20 : Vidéo Youtube Ecogestes

Reportage sur BFM TV

- **Exemple** : direct + replay sur www.bfmtv.com/marseille/replay-emissions/bonjour-marseille/marseille-quatre-nouvelles-aires-de-carenage-sur-le-vieux-port_VN-202206270154.html
- **Message passé** : explications de l'importance de mise aux normes des aires de carénage
- **Public cible** : Téléspectateurs de BFM Marseille
- **Portée de l'action** : Touche un public local élargi



Marseille: quatre nouvelles aires de carénage sur le Vieux-Port

Les opérations de carénage reprennent sur le Vieux-Port. Quatre aires ont été mises aux normes.

Figure 21 : Vidéo BFM TV

2.14 PODCAST

Outre la télévision ou la vidéo, la radio peut également être un vecteur de diffusion de l'information

Podcast « Parlons peu, parlons bleu »

- **Exemple** : L'audio de l'épisode 10 du podcast est consacré à un antifouling écologique (interviews de personnalités et de personnes passionnées et engagées à travers des épisodes de vulgarisation scientifique et d'actualité)
- **Message passé** : Importance de la préservation du milieu marin, explication des problématiques liées au carénage, présentation d'un antifouling écologique
- **Public cible** : Toute personne intéressée par la mer ayant l'habitude d'écouter des podcasts
- **Portée de l'action** : Touche un public bien différent des autres canaux de communication

2.15 AUTRES POSSIBILITES DE COMMUNICATION

Comme visualisé dans les chapitres précédents, les vecteurs de communications sont nombreux et variés. Ceux-ci ne sont d'ailleurs pas limités, d'autres possibilités sont offertes comme les exemples suivants le montrent :

- **Exemple 1** : Programme éducatif pour les écoles/universités locales littorales / pendant les classes de mer. Ateliers et présentations sur les bonnes pratiques de carénage, importance de la préservation de l'environnement marin. **Public cible** : élèves, étudiants, enseignants, familles.
- **Exemple 2** : Journées portes ouvertes / salons nautiques / journée formation ou sensibilisation / réunion d'information sur le carénage écologique, stands d'information. **Public cible** : Public général, plaisanciers, agent de port
- **Exemple 3** : Collaboration avec différentes associations de protection des milieux marins. De nombreuses associations sont concentrées sur la macro-pollution et font des campagnes de récupération des déchets plastiques. Cette ONG fait des campagnes de sensibilisation pour la préservation du milieu marin. Des articles pourraient être réalisés sur le carénage. **Public cible** : tout public.
- **Exemple 4** : Application mobile avec des conseils personnalisés pour un carénage respectueux de l'environnement, localisation des différentes zones de carénage écologiques, ou insertion dans d'autres applications sur la plaisance / sur les éco-gestes en faveur du milieu marin. **Public cible** : Propriétaires de bateaux, jeunes plaisanciers.
- **Exemple 5** : Sensibilisation orale des plaisanciers avec « l'apéro ponton » ou « l'apéro capitainerie ». **Public cible** : Propriétaires de bateaux, agents portuaires
- **Exemple 6** : Exposition sur le thème de la plaisance, de la mer, et de l'environnement. **Public cible** : tout public, vulgarisation et diffusion de l'information
- **Exemple 7** : Flyers sur les bonnes pratiques de carénage ou d'information sur les zones de carénage. Conseils pour minimiser l'impact environnemental, importance de l'entretien régulier pour prévenir la pollution. **Public cible** : Propriétaires de bateaux, visiteurs du port.
- **Exemple 8** : Sensibilisation, indication des bonnes pratiques et solutions alternatives réalisables puis sanction avec amende si manque flagrant de bonne volonté. **Public cible** : les personnes réalisant des carénages sauvages.

- **Exemple 9** : Création d'un jeu de société sur la préservation du milieu marin et l'impact des pollutions. **Public cible** : public jeune ou familial.

3. SYNTHÈSE SUR LES MODES DE COMMUNICATION

Les modes de communication en matière environnementale en général et du carénage en particulier sont nombreux et variés. La revue des modes de communication met en lumière certains prérequis et certaines modalités qui permettent d'améliorer la qualité du message transmis.

En premier lieu, le message communiqué doit s'appuyer sur une base technique comprise et partagée. Pour que le message soit efficace, il faut que l'utilisateur comprenne l'enjeu et puisse avoir accès à l'information quel que soit son âge, son niveau technique ou de connaissance et sa volonté d'implication dans la compréhension de la problématique. Cela implique des moyens de communication variés, des niveaux d'information adaptés à la cible envisagée et une répétition des campagnes de communication pour permettre l'intégration du message par l'utilisateur.

La campagne de communication doit orienter les plaisanciers vers des bonnes pratiques environnementales en matière de carénage et de manutention sur les navires. Cet objectif est intimement lié avec la possibilité offerte aux plaisanciers de caréner sur des espaces dédiés sécurisés. En conséquence de quoi, il est indispensable, avant de lancer une quelconque campagne de communication sur le sujet de carénage, de disposer d'un réseau d'aires techniques autour de la baie offrant une alternative crédible aux plaisanciers pour intervenir sur leurs navires.

La communication n'est pas l'affaire d'une structure mais bel et bien un concept partagé. L'adhésion sur une même campagne de plusieurs partenaires (institutions, gestionnaires, associations, acteurs du nautisme,...) renforce la portée de la communication et son efficacité.

La communication, pour qu'elle soit efficace, doit s'inscrire dans la durée. La répétition des messages permet au plaisancier d'enregistrer le message plus facilement.

Les moyens de communication présentés vont tous dans le sens d'une communication préventive et d'une information des plaisanciers sur la dangerosité des pratiques de carénage et notamment de la pollution engendrée sur le milieu marin. Si la prévention trouve tout son sens pour faire adhérer les plaisanciers à la démarche environnementale, il ne faut pas négliger le volet répressif dans le dispositif de préservation du milieu marin et assurer une communication efficace autour de ce dispositif.

L'analyse des différents vecteurs de communication ne prend pas en compte les différences sociétales. Il est marquant d'observer que le message n'est pas différencié géographiquement ou temporellement. L'intégration d'études faisant appel aux neurosciences dans la compréhension du phénomène de carénage sauvage peut également permettre de renforcer la qualité et l'efficacité des campagnes de communication et de résorber plus rapidement cette problématique.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bordeaux, le 24 juin 2022

Lutte contre les carénages sauvages

Une opération interservices de lutte contre les carénages sauvages a été menée les 9 et 10 juin derniers sur l'ensemble du département dans le cadre du Comité opérationnel de Lutte contre la délinquance environnementale (COLDEN) de la Gironde, sous le contrôle des parquets de Bordeaux et Libourne.

Cette opération pilotée au niveau de la façade de la Nouvelle-Aquitaine par la Direction inter-régionale de la Mer Sud Atlantique (DIRM SA) et coordonnée pour la Gironde par la délégation mer et littoral de la Direction Départementale des Territoires et de la Mer (DDTM 33) a ainsi mobilisé l'ensemble des unités opérationnelles, à savoir l'Unité littorale des affaires maritimes, la Brigade de surveillance du littoral de la gendarmerie maritime de Lège-Cap-Ferret, la brigade nautique de la gendarmerie nationale d'Arcachon, la vedette DF 32 des Douanes, ainsi qu'un hélicoptère de gendarmerie.

Avec le soutien du Centre d'appui et de contrôle de l'environnement marin (CACEM), cette action conjointe a permis de contrôler les sites potentiels de carénages sauvages sur le Bassin d'Arcachon, et sur les deux rives de l'estuaire de la Gironde. Elle a permis également d'identifier de nouveaux sites d'intérêt à surveiller, mais également de faire de la pédagogie et la prévention auprès des usagers et des professionnels rencontrés.

Si les services de l'État se félicitent qu'aucun carénage sauvage n'ait été constaté sur ces deux journées, ils affirment leur détermination à lutter contre ces pratiques illicites qui génèrent des rejets pouvant avoir un impact sur l'environnement et la santé humaine par contamination du milieu marin par ruissellement ou par voie aérienne.

Ainsi, d'autres opérations de contrôles et de surveillance du littoral seront réalisées d'ici la fin de l'année afin de poursuivre l'action de prévention et de rappel de la réglementation. Elles pourront aboutir à la sanction d'éventuelles pratiques illicites comme cela a récemment été le cas.

Figure 22 : Communiqué de presse d'une campagne de répression du carénage sauvage

En résumé, une campagne de communication efficace contre le carénage sauvage nécessite les éléments suivants :

- Reposer le message sur des aménagements et des équipements opérationnels
- Adapter le message à la cible visée
- Répéter le message pour s'assurer de sa bonne réception et compréhension par l'utilisateur
- Multiplier les supports de communication pour toucher un spectre large d'utilisateurs
- Exploiter les réseaux sociaux et les nouvelles technologies pour démultiplier la diffusion du message à moindre coût
- Assurer une présence physique sur les espaces portuaires et les bassins de navigation pour toucher directement les plaisanciers

- Envisager une communication préventive mais aussi sur les dispositifs répressifs en cas de manquement à la réglementation comme la pratique du carénage sauvage
- Travailler sur la perception sociétale de la plaisance et des manutentions sur les bateaux pour mettre en œuvre des messages de communication adaptés au contexte locale de la plaisance