

Bilan 2007 – Campagne « Plages et rivières propres » 2^{ème} édition

Pourquoi un telle campagne ?

L'état de propreté des rivières et des plages martiniquaises est alarmant : les écosystèmes ainsi que notre cadre de vie et notre santé sont menacés.

Fort de ce constat, le conseil d'administration de l'Office De l'Eau, établissement public local à caractère administratif a décidé de renouveler pendant les vacances, une large campagne de sensibilisation et d'information intitulée : « Plages et Rivières propres », du 1^{er} juillet au 8 août.

Concept de la campagne

Cette campagne est basée sur spot de sensibilisation, ainsi qu'une affiche et un dépliant, composés d'un visuel de plage ou de rivière sale, et du slogan « choc » : « *Fiers d'être Martiniquais ?* », *Nos plages et nos rivières ne sont pas des poubelles.*

Le ton emprunté a pour but d'éveiller chez les habitants de la Martinique, le sens des responsabilités, face à leurs actes, individuels et collectifs ; tout en encourageant les gestes, que chacun peut faire, pour préserver les plages et les rivières.

L'objectif est d'interpeller les martiniquais sur les pollutions intempestives dont sont sujettes les plages et les rivières en période de vacances. En ramassant ses déchets, chacun de nous participe à la préservation du patrimoine naturel martiniquais.

Nos plages et nos rivières ne sont pas des poubelles. Respectons-les.

Action médiatique du 1^{er} juillet au 8 août

Action participative, du 1^{er} juillet au 10 août

Action ludique du 2 juillet au 8 juillet et du 1^{er} août au 8 août

Action médiatique du 1^{er} juillet au 8 août

- Diffusion de 2 spots de sensibilisation grand public en radio, à la télé, dans les centres commerciaux et au cinéma
- 1000 affiches dans les 34 mairies, 29 offices de tourisme, 43 stations total, 8 centres commerciaux, Madiana,...
- 40 affiches sur le réseau de panneaux (2,40m x 1,60 m) du Conseil Général
- 10000 dépliant, guide pratique pour protéger les plages et les rivières, mis à disposition dans les mairies, les offices de tourisme, à Madiana,...

Au total, les spots ont été diffusés 85 fois à la télévision, 210 fois en radio. D'une façon générale, le public a réservé un bon accueil lors des diffusions.

Action participative, du 1^{er} juillet au 10 août

Journées spéciales « gratuité » des stations de lavage Total, le jeudi 5 juillet et mardi 7 août :

- 1700 véhicules sur les 2 journées
- 10 000 autocollants distribués dans les stations services Total

Bilan - Stations de lavage

Afin d'informer le public sur la campagne et de distribuer l'autocollant, les plaquettes d'information « il est interdit de laver sa voiture en rivière » et les jetons de lavage : une hôtesse était présente dans chacune des 10 stations de lavages durant la durée de l'opération (soit 20 hôtesses au total).

Les hôtesses ont suivi une matinée de formation. De plus, afin d'assurer le bon déroulement de cette opération ont été organisées, une réunion intermédiaire et une réunion bilan.

*En chiffre

- ⇒ 11 stations de lavage
- ⇒ 850 voitures par jour en moyenne
- ⇒ 1700 autocollants distribués
- ⇒ 1700 plaquettes

A souligner : quelques problèmes techniques (pannes, pertes de jetons...)

Le point sur le public rencontré :

- Agréable, varié (automobilistes, motards, cyclistes)
- Généralement peu informé de l'opération
- Bouche à oreille à fonctionner (affluence accrue en fin de journée)
- Intéressé par la gratuité (certains sont venus à plusieurs reprises)
- Personnes sensibilisées qui portent intérêt /ressource eau
- Peu font le geste de coller l'autocollant mais adhèrent à la campagne

*Le bilan de cette opération est positif, les stations de lavage ont été bien fréquentées.
 ↳ +400 voitures par rapport à l'opération menée en 2006.*

Action ludique du 2 juillet au 8 juillet et du 1^{er} août au 8 août

Jeux quiz

Ils ont été organisés en partenariat avec les radios durant leurs programmes « vacances »: RFO, RCI, NRJ.

Exemple de lots : déjeuner marin, sortie en kayak, pass mangofil, *entrée (au Jardin de la mer aquarium de Saint Anne, au Jardin des papillons au Carbet, des t-shirts, casquettes, portes bouteilles, sacs à dos ...

Pendant une semaine, 20 questions sur l'eau et l'environnement ont été posées aux auditeurs.

Animations

Durant ces grandes vacances ont eu lieu 9 animations à destination de plus de 500 enfants et jeunes. Le thème « plages et rivières propres » a été décliné en fonction du lieu ou de l'attente du public. Ainsi, l'animation s'est déroulé autour de « La route des gués » à Saint-Joseph, par le nettoyage de la plage à Trinité, par un débat « les gestes écocitoyens à adopter pour préserver nos plages et nos rivières » avec l'intervention de scientifiques, professionnels, élus.... Des ateliers ludiques (jeux quiz, jeu sur la durée de vie des déchets), des ateliers vidéos, ont également été élaborés pour ces actions.

D'une façon générale, le bilan est positif :

- Bonne participation et implication des publics
- Satisfaction des réponses apportées
- Appréciation d'action sur site : immersion dans le milieu naturel
- Prise de conscience de l'impact négatif des déchets sur les plages
- Décision d'améliorer leur comportement
- Souhait des jeunes, de renouveler l'opération avec les marins-pêcheurs,...

Tableau récapitulatif « Animations PRP 2007 »

Structure	Public	Effectif	Lieu de l'animation
Centre de loisirs de Saint-joseph	De 6 à 11 ans	77	« La route des gués » Saint-Joseph
Conseil municipal des jeunes Trinité	40 Trinitéens +10 Trinidiens	50	Plage de Cosmy Trinité
Village vacances Morne Rouge	De 14 à 18 ans	10	Salle socio-culturelle de CHAZEAU Morne-Rouge
Conseil municipal des jeunes Sainte-Marie	De 14 à 17 ans	50	Halte Junior de Sainte-Marie
Centre de loisirs de Saint-Joseph	De 3 à 12 ans	150	Enfants
Centre de loisirs de Grand- Rivière	De 3 à 15 ans	60	Ecole Primaire de Grand- Rivière
Conseil municipal des jeunes Sainte-Anne	De 7 à 17 ans : Ducos, Vauclin, Sainte-Anne	60	Halle Cap Chevalier Sainte-Anne
Conseil municipal des jeunes Marigot	Jeunes de 14 à 18 ans	50	Espace Fonds-d'Or du Marigot
Conseil municipal des jeunes Prêcheur	Grand public	30	Plage de l'Anse Céron

Bilan médias

Campagne plages et rivières propres - Juillet-Août 2007

Communication

- Diffusion des spots « plages et rivières propres » : RFO, ATV, KMT, ZoukTV, Madiana, supermarchés, RFO, RCI, NRJ, Trace FM
- Relais médias : Journal télévisé Télé Martinique, ATV, RCI, Radio Martinique, France Antilles ; 3 émissions en direct sur Radio Martinique, relais NRJ
- Parution : France Antilles quotidien, France Antilles Magazine, France Antilles supplément vacances, Martiniquescoop, Ecran ciné, Magazine Air Caraïbes, sites (ODE, Conseil Général, Martiniquescoop)

Campagne « Plages et rivières propres » : 6 parutions Presse écrite, 4 articles presse quotidienne, 4 émissions radios et 3 reportages télé.

Comparaison par rapport à 2006

- Durée de la campagne allongé : de 15 jours à 1 mois
- Ton de la campagne : l'interpellation par rapport au territoire « la Martinique porte plainte » a évolué vers l'interpellation de l'individu : « fiers d'être martiniquais ? »
- Partenaires plus nombreux, notamment en communes
- Information plus conséquente : plus de diffusion télé, parutions presse écrite, affichage (2,40m x 1,60 m)
- + d'animations sur site
- + de voiture dans les stations de lavage

Les partenaires :

- Pour la diffusion des affiches et des dépliants : 34 mairies et les offices de tourisme de l'île
- Pour la diffusion des autocollants et l'opération de station de lavage : Total Caraïbes
- En tant que relais médiatique : RFO, ATV, KMT, NRJ, RCI, Circuits Elysées
- Les actions de l'ODE sont financées par le Conseil Général, le Conseil Régional et l'Etat (MEDD-DIREN).

Perspectives

- Bilan post campagne pour connaître le nombre de personnes touchées
- Campagne à Pâques
- Opération avec distribution de sac écologique, à étudier