

PAIMPOL

PLESTIN



communication  
tourisme

## Communiquer sur son animation nature

### pour le public « touristes »

Ce feuillet est le fruit des réflexions du réseau local du Pays du Trégor-Goëlo, le Comité technique d'éducation à l'environnement (CTEE) et du réseau d'éducation à l'environnement en Bretagne. Lors des réunions du Comité et du temps fort de 2011, la journée d'échanges « Tourisme et EE » à Perros-Guirec le 6 avril, le besoin de production d'outils méthodologiques s'est affirmé.

#### Objectifs de cette fiche

- Permettre aux acteurs, spécialistes ou non, de mieux communiquer sur leurs animations et leurs sorties environnement auprès du « grand-public » ou des « touristes ».
- Améliorer la diffusion de l'information de ces activités, notamment vers les acteurs du tourisme.
- Proposer un outil concret, qualitatif.

#### Groupe de rédaction

##### Groupe « communication » du CTEE composé de :

- Jérôme Hamelin, Centre de découverte du son
- Gaëlle Leroi, Communauté de communes de Beg ar c'hra
- Marie Le Scanve, Maison du littoral de Ploumanach
- Bastien Moreau, Bretagne Vivante
- Stéphanie Dabenat, Pays touristique du Trégor-Goëlo
- Gaëlle Thouément, Pays du Trégor-Goëlo

Animé par **Sophie Houbart, salariée du REEB**

En partenariat avec **Mireille Le Franc, Côtes d'Armor Tourisme**



RÉSEAU  
D'ÉDUCATION À  
L'ENVIRONNEMENT  
EN BRETAGNE



# FOCUS SUR LE PUBLIC « TOURISTES »<sup>1</sup>

## TOURISTE



Il passe une nuit en dehors de sa résidence, quelque soit le motif<sup>2</sup>

### CARACTÉRISTIQUES DU TOURISTE

- Son objectif premier est de réussir ses vacances
- Il est souvent consommateur et passif, voire il a besoin d'être assisté
- Il est curieux (si on l'accompagne)
- Il est néophyte (mais avec l'impression de savoir)
- Il a envie de liberté
- Il a du temps libre (mais il n'est pas forcément disponible)
- Il est pressé
- Il est exigeant
- Il a des moyens financiers limités

## EXCURSIONNISTE



Il se déplace sur une journée, sans hébergement et à plus de 50 km de chez lui

### CARACTÉRISTIQUES DE L'EXCURSIONNISTE

- Il sait où il va
- Il sait pourquoi il y va
- Il est curieux
- Il est actif
- Il a un temps bien cadré
- Il est convaincu par la sensibilisation à l'environnement
- Il a des moyens financiers limités (50 % de son budget va dans la restauration, 30 % dans le transport, il reste 20 % pour l'animation)

## LES ATTENTES DU TOURISTE ?

- Il veut changer son ordinaire, vivre quelque chose de dépaysant, extraordinaire, nouveau.
- Il veut passer un bon moment : ludique, centré sur le plaisir et le bien-être.
- Il attend un professionnel, un expert mais qui sait vulgariser son savoir.
- Il recherche le plein air.
- Il veut connaître le niveau de difficulté, si c'est sportif ou pas.
- Il ne veut pas de mauvaise surprise.
- Il veut être sécurisé, rassuré.
- Il veut rester le plus longtemps possible en immersion.
- Il cherche à nidifier : il fait son nid, recherche quelques repères qui lui rappellent son « chez lui ».



“**Concernant (...) les adultes, leur capacité de compréhension est surestimée et leur capacité d'intérêt est sous-estimée**”

Dominique Bachelard



## **BIEN CONNAÎTRE SES PUBLICS ET S'ADAPTER A EUX**

### **Adapter son langage**

Concernant les pratiques de sensibilisation à l'environnement vers les adultes, leur capacité de compréhension est surestimée et leur capacité d'intérêt est sous-estimée. Or les éducateurs à l'environnement sont souvent formés à travailler avec un public scolaire : pas simple de passer de la famille, aux adultes, etc.

Ainsi avec le public touristes, il paraît nécessaire de sortir du discours éducatif qui peut être vécu comme un retour à l'école culpabilisant, infantilisant, qui ne renvoie pas à une notion de plaisir et de vacances. Le terme éducation peut être aussi compris comme «vous faites mal».

L'animateur nature n'est pas là pour changer les comportements mais pour accompagner le changement, faire réfléchir à, sans prosélytisme.

### **Comprendre, connaître son public**

#### **Il n'y a pas un grand-public mais des publics**

Dans cette catégorie, il faut savoir repérer et construire une animation adaptée aux différents public, souvent mélangés au cours de la sortie :

- Familles de jeunes parents avec jeunes enfants
- Familles avec enfants adolescents
- Retraités
- Grand-parents
- Adultes seuls ou en groupe
- Etc.

Ces publics ont des besoins différents lors d'une balade nature, qu'il est utile de connaître. Par exemple, les grand-parents ont besoin de transmettre leurs savoir à leurs petits-enfants, ils sont donc curieux de méthodes de transmission et de savoirs supplémentaires mais ont aussi besoin que leur savoir soit valorisé.

# COMMUNIQUER

## VERS LE PUBLIC « TOURISTES »

Une expression commune pour communiquer sur les activités d'EE auprès du public touristique a été retenue par le CTEE et représente selon lui le mieux l'activité de découverte de la nature. <sup>4</sup>

### « Balade nature, pour tout public, animée par... »

## BALADE NATURE

Elle diffère de la promenade (pas d'apprentissage, on erre sans but) et de la randonnée (objectif sportif, le but n'est pas de s'arrêter pour découvrir). Elle sous-entend la découverte ludique, sur une petite distance, à vitesse réduite, dehors, accompagnée ou non, accessible.

Le terme nature est plus proche de la détente, du plaisir, du plein air. Elle est entendue au sens large puisque l'animateur a le plus souvent une approche transversale auprès de ce public : il peut aborder de l'histoire, du patrimoine bâti, de la faune-flore, de la géologie, de l'économie locale, etc.

*Exemple : La sortie historique sur l'histoire de la ville n'est pas une balade nature. Par contre, l'animateur nature peut intégrer dans sa balade la découverte du lieu : de l'histoire, une approche de la nature en ville (etc.) mais l'histoire n'est pas l'objectif principal de la sortie.*

## POUR TOUT PUBLIC

Accessible au plus grand nombre. Elle s'adresse au néophyte, c'est une initiation, une découverte. Eviter donc les termes : sortie ornithologique, botanique, algologie et les réserver pour un public d'avisés. Préférer : découverte des oiseaux marins, des plantes du bord de mer, etc.

## ANIMÉE PAR

On précise la structure pour la valoriser et montrer que l'animation est assurée par un amateur ou un professionnel de l'animation nature. Le professionnel offre la garantie d'un savoir-faire en éducation à l'environnement qui vise à faire comprendre la complexité du monde auquel nous appartenons, à éveiller l'esprit critique, agir et vivre ensemble, en rendant le public touristique actif et participatif au cours de la sortie.

*Exemple : Le trail des lavoirs n'est pas une balade nature, même si un arrêt est prévu pour présenter l'histoire du lavoir et la faune qui l'habite. L'objectif est bien sportif.*

### CIBLER LE PUBLIC ET COMMUNIQUER VERS SA CIBLE

Pour une communication efficace, vous ne communiquerez pas de la même manière vers un public de personnes retraitées que vers une famille avec jeunes enfants, par exemple. Attention à cibler plutôt la demande du public (quelles sont ses attentes, ses besoins) plutôt que de rester dans une logique d'offre (qu'est-ce que je peux lui offrir comme service). <sup>5</sup>

<sup>4</sup> | Voir le site internet du CTEE et les actes de la journée d'échanges «Tourisme et EE» du 6 avril 2011 sur [www.educenvirotregoeolo.org](http://www.educenvirotregoeolo.org).

<sup>5</sup> | Extrait de la conférence de Dominique Bachelard sur le public adulte, actes des Rencontres régionales de l'EE du REEB en 2011 sur « Nouvelles approches, nouveaux publics » à Belle-Isle-en-Terre.

# COMMENT PRÉSENTER SON ANIMATION NATURE



Voir ci-après un tableau pour faciliter cette présentation, qui servira pour communiquer vers l'ensemble des médiateurs.

Nom de l'animation / Manifestation	Exemple : Découverte de l'estran	Remarques
Catégorie	Balade nature.	
Mots-clef	Bord de mer, rythme des marées, pêche à pied, bonnes pratiques.	Révlent la spécificité de l'animation. Aident à synthétiser. Eviter estran trop scientifique.
Commune	PLOUBAZLANEC (22).	Pour que l'office du tourisme voit du premier coup d'oeil où remplir l'information dans Tourinsoft. Indiquer la commune de départ de l'animation.
Titre / Nom animation	«Safari du bord de mer» ou «Pêche à pied en bord de mer».	<b>Accrocheur et pas trop long</b> : il faut que l'on sache à quoi s'attendre. Ex. : « Sortie nocturne chouettes et chauve-souris » peut faire trop scientifique ou pas très attractif. Préférer : « A la découverte des mystères de la nuit », « Sortie insolite... » Le titre doit <b>préciser si la sortie est pour un public averti</b> . Ex. : « Sortie pour en savoir plus sur la géologie du cap » ou « Sortie ornithologique, botanique... » Mise en avant du caractère scientifique. Attention à ne pas créer de fausses idées : le terme « pêche » peut faire croire que l'on va revenir avec de quoi manger le soir...
Descriptif	Tenue d'explorateur aux pieds, accompagnés d'un animateur nature de Bretagne Vivante*, petits et grands seront prêts à se lancer à l'assaut des rochers pour y découvrir des animaux plutôt étranges... Qui ont plus d'un tour dans leur sac pour vivre au rythme des marées.	<b>Texte concis</b> (4 lignes environ si possible) pour la saisie dans les bases de données, les applications mobile, sites Internet ... <b>Faire ressortir en quoi la structure et l'animation se distingue des autres.</b> Ne pas trop en faire sinon ça brouille, garder la surprise. « Tenue adaptée » est le terme le plus rencontré. La durée peut être inscrite dans le descriptif de la manifestation. * Si la balade est assurée par un bénévole, on pourra remplacer par « en compagnie d'un amateur du bord de mer »...
Date animation	Vendredi 29 juillet à 13h Mardi 2 août à 15h Vendredi 12 août à 13h30 Mardi 16 août à 15h Durée : 2 h 30.	Indiquer l'heure de début et de fin ou la durée.
Lieu principal Adresse Accès	RDV au parking de la Baie de Launay à Ploubazlanec.	Nom de la commune dans laquelle se déroule la manifestation. Préciser le lieu dit (même si fléchage car permet l'utilisation gps, google map et mappy ; il peut y avoir rendez-vous à un lieu et l'animation à un autre lieu ; préciser si un covoiturage est possible.

## SUITE

Nom de l'animation / Manifestation	Exemple : Découverte de l'estran	Remarques
Public ?	Tout public (sauf personnes à mobilité réduite : escalade de rochers).	Attention <b>si on précise tous publics ou famille : il faut que la balade soit accessible aux personnes à mobilité réduite</b> : accès poussettes, personnes âgées avec difficulté de marche, enfants en très bas âge. Public à handicaps (auditif, visuel, mental ou moteur) : préciser et valoriser l'accueil de personnes handicapées, si l'équipement est prévu pour, si l'animation est adaptée.
Tarifs mode de paiement	3 € adhérent 5 € non adhérent 2 € 6-12ans Gratuit - 6 ans	Autres précisions possibles : par chèque à l'ordre de la structure, chèques vacances, cartes bancaires.
Photo		Intégrer au moins une photo (250 pixels maximum) avec son crédit. Important : <b>c'est indispensable pour une présentation internet ou une application mobile</b> . Se faire une photothèque en avant saison. Il faut être particulièrement vigilant car des autorisations sont nécessaires, pensez à apporter avec vous des formulaires de droits à l'image. (Exemplaires disponibles sur le site internet du REEB). La presse préfère les photos avec des personnes.
Infos pratiques	Prévoir des chaussures adaptées pour marcher dans l'eau.	Infos pratiques : chaussures adaptées à préciser. Quand à la pluie et au froid, on ne précise pas car cela peut avoir un effet dissuasif.
Réservation ?	Sur réservation.	Si la réservation est assurée par la structure ; préciser les horaires d'ouverture de bureau et s'assurer de l'accueil possible (soit par répondeur téléphonique soit accueil physique). Les vacanciers apprécient aussi la liberté de venir au dernier moment.
Qui contacter ?	Bretagne Vivante Réserve Lapicque au 02 96 20 06 02 ou 06 30 20 44 29 bastien.moreau@bretagnevivante.org	<b>Coordonnées de l'office de tourisme proche ou de la structure si elle peut répondre au public aux heures de bureau.</b> Téléphone, Mail, Site internet (ou blog ou page internet incontournable car beaucoup préparent leurs vacances sur le net). <b>Important pour la saisie dans les bases de données :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ne pas mettre de points, ni de tirets, ni de / dans le n° de téléphone.</li> <li>• Ne pas mettre http:// devant l'adresse internet.</li> </ul>
Annulation		Préciser dans votre brochure l'annulation possible (en cas de mauvaise météo ou de nombre de personnes inférieures à 2 par exemple). Si pas de réservation l'animateur devra être présent au lieu de RDV pour informer.



OT

## MÉDIATEURS DU TOURISME

Communiquer vers l'Office du tourisme (OT), véritable animateur de son territoire, du lieu de la balade nature car c'est lui qui saisit, sur la base de données « Tourinsoft », l'information. Penser à se rapprocher de l'office de tourisme de sa commune pour connaître les dates butoir, les modalités pour l'envoi des informations. Ex. : pour les animations de juin à septembre, l'OT a souvent besoin du programme avant la mi-avril. Veiller à mettre en avant la commune d'intervention pour faciliter le travail de l'office concerné.

### Le circuit de l'information depuis l'office du tourisme (valable dans les Côtes d'Armor)



L'été, les hôtes et hôtesse d'accueil de l'OT ont très peu de temps pour présenter les balades nature. La question la plus fréquente posée au guichet est « qu'est-ce que je peux faire pendant mon séjour ? ». L'hôte ou l'hôtesse doit alors à chaque fois présenter la palette des possibles et glisser dans l'idéal une phrase sur les balades nature proposées.

### Pour faciliter ce travail, communiquer à l'office :

- une présentation succincte de la structure et de ce qu'elle offre (en 2/3 phrases),
  - sa spécificité,
  - une animation « phare », pour « accrocher » le visiteur,
  - un programme d'animations avec des thèmes qui reviennent de manière périodique,
- Ex. : sortie « visite de la criée » tous les mardis.



## RADIOS & TÉLÉVISION

**Pour la radio**, communiquer un texte court (environ 5 lignes) et un communiqué de presse en pièce jointe 1 mois, puis 15 jours avant la sortie.

**Pour la télévision**, diffuser un communiqué de presse et un dossier de presse 1 mois et 1 semaine avant l'événement.

### Quelques exemples de contacts

redaction.ouest@france3.fr  
redaction@armortv.fr



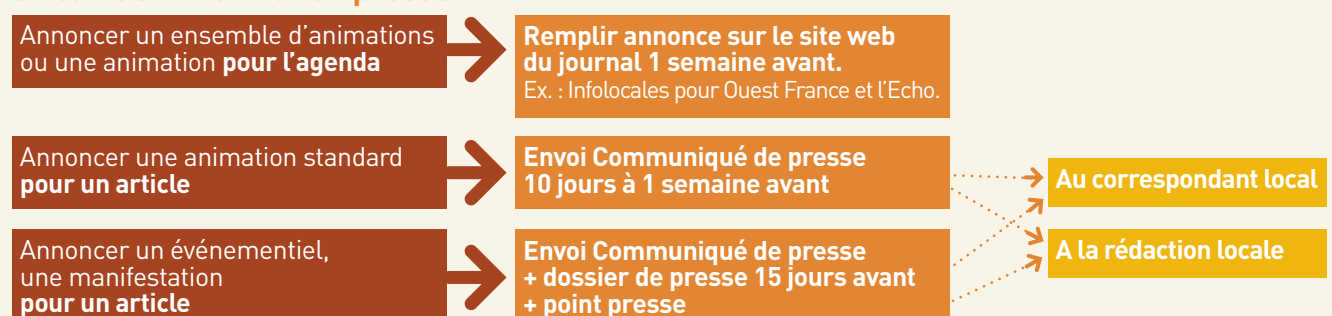
## PRESSE

Contactez la rédaction locale la plus proche de chaque journal pour obtenir les coordonnées des correspondants locaux (attention, ils peuvent changer assez souvent) et les délais d'envoi des informations suivant la fréquence de parution du journal.

**Quotidiens ?** Ouest-France ( www.ouest-france .fr ), Le Télégramme (www.letelegramme.com)

**Hebdomadaires ?** Le Trégor, l'Echo d'Armor et d'Argoat, le Penthièvre, le Petit Bleu, etc. (www.publihebdom.com)  
Etre vigilant aux délais différents des hors-série, par exemple les guides de l'été, gérés directement par les rédactions (recueil des infos en avril-mai pour l'été).

### Circuit de l'information presse





### PRESSE SPÉCIALISÉE, PORTAILS WEB D'INFORMATION

Certains magazines, des portails et sites internet bretons peuvent diffuser des articles sur des balades nature, sur une structure qui innove : envoyer un communiqué de presse, un programme d'animation.

#### Quelques exemples de contacts

www.bretagne-environnement.org  
 www.bretagne-durable.info  
 www.tourismebretagne.com  
 www.bretons-mag.com  
 www.reeb.asso.fr



### JOURNAUX DES COLLECTIVITÉS

C'est un support incontournable pour toucher la population locale, qui peut être une cible potentielle ou bien orienter les touristes vers la balade nature. Se rapprocher des communes et intercommunalités du lieu de l'animation pour obtenir les coordonnées mail et les délais d'envoi, pour une diffusion possible dans la «feuille de chou» (parution très variable suivant les communes, par exemple : hebdomadaire, bi-mensuelle ou annuelle). Pour un article plus approfondi, envoyer un communiqué pour le magazine/journal de la mairie, paru dans certaines communes.

## Annuaire des Acteurs de l'Éducation à l'Environnement Pays du Trégor-Goëlo

- AAPPMA, Association Agréée pour la Pêche et la Protection du Milieu Aquatique
- ADPEP 22 Centre de découvertes Le Hédraou
- Agriculture Paysanne des Côtes d'Armor
- Al Liorzhou Naet : Les Jardins Naturels
- AMV, Association de mise en valeur de Lan Bern et Magoar Penvern
- Aquarium des curieux de nature
- Aquarium Marin de Trégastel
- Atelier Terra Maris, Claire Maerten
- Bretagne Vivante
- CEDAPA, Centre d'études pour un développement agricole plus autonome
- Centre de Découverte du Son
- Centre Forêt Bocage - Ti ar C'hoadoù
- Centre régional d'initiation à la rivière
- CNPLM, Centre nautique Paimpol Loguivy-de-la-Mer
- Comité de bassin versant du Léguer
- Communauté de communes de Beg ar C'hra
- Communauté de Communes du Centre Trégor
- Communauté de Communes du Pays Rochois
- Communauté de Communes Paimpol-Goëlo
- GAB d'Armor, Groupement Agriculteurs Biologique

- Gite d'enfants de Kermathaman
- GPAS Bretagne
- Groupe Mammalogique Breton
- Interactions
- Jardins créatifs
- L'Arbre A Lutik
- L'Atelier de l'Hermine, Jérémie Evangelista
- Eco-Interprète indépendant
- Le Palacret
- Les Petits Débrouillards Bretagne
- Maison de l'Estuaire
- Maison du Littoral de Perros-Guirec
- Maison du Littoral de Pleubian
- Maison du littoral de Plougrescant
- Office de tourisme de la Presqu'île de Lézardrieux
- Pays du Trégor-Goëlo
- Pays Touristique du Trégor-Goëlo
- Plouharmor
- REEB
- SMICTOM du Ménez Bré
- SMITOM Launay Lantic
- SMITRED
- Station LPO de l'île Grande
- Terrarium de Kerdanet
- ULAMIR CPIE Pays de Morlaix-Trégor
- Vivarmor Nature
- War-dro an Natur

→ Retrouvez les fiches détaillées de chaque structure sur le site [www.educenvirotregoeilo.org](http://www.educenvirotregoeilo.org)



RÉSEAU D'ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT EN BRETAGNE  
 REEB - Allée de Kernilien - 22200 PLOUISY  
 02 96 48 97 99 | [contact@reeb.asso.fr](mailto:contact@reeb.asso.fr) | [www.reeb.asso.fr](http://www.reeb.asso.fr)

