

SAGE LÉON-TRÉGOR

Commission thématique

08.10.2024

CCI - Morlaix

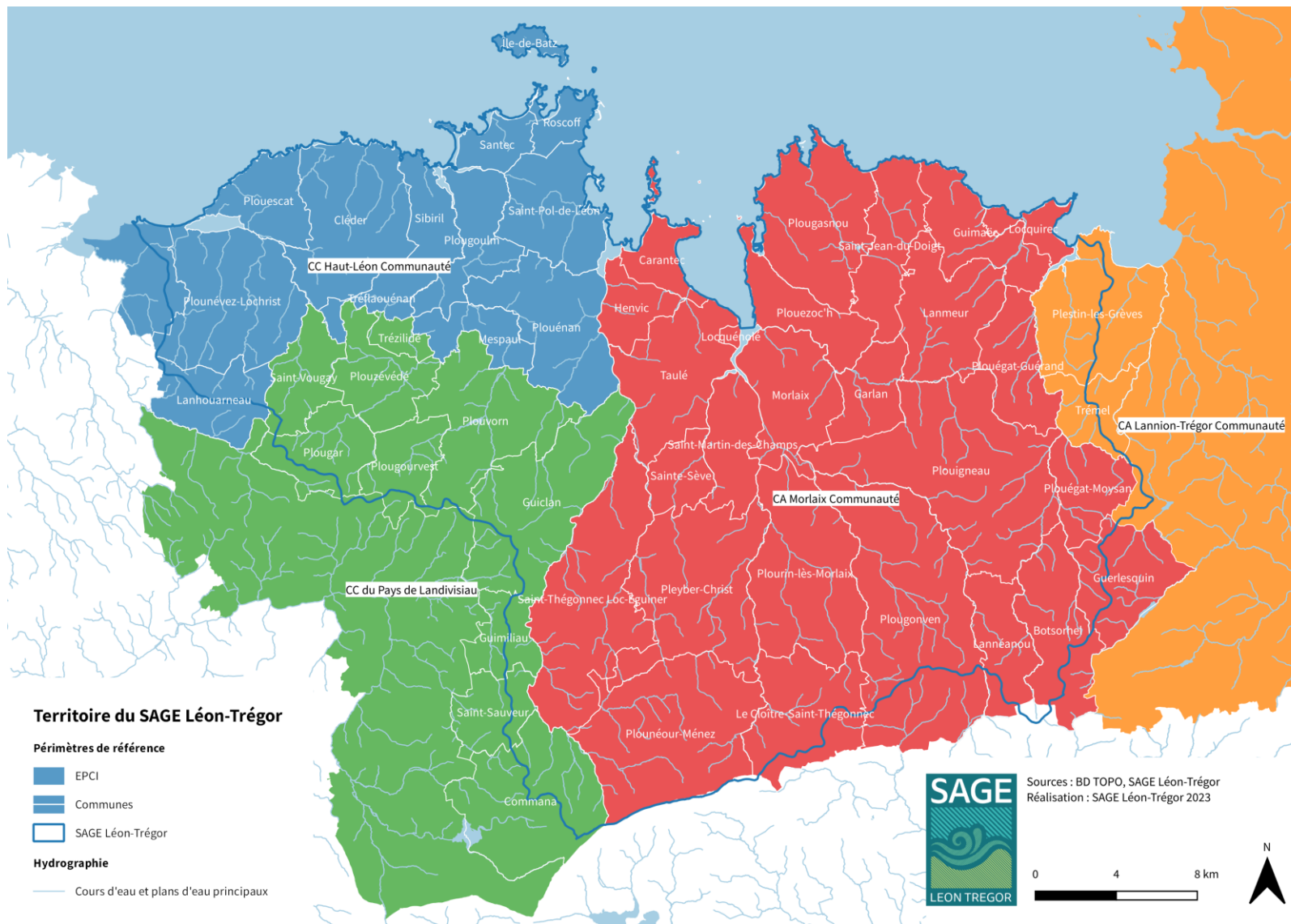
Déroulé de la présentation

1. Contexte et historique de la campagne
2. Enjeux et objectifs de la campagne
3. Approche méthodologique
4. Résultats de la saison 2024
5. Conclusion et perspectives pour la campagne 2025



1. Contexte et historique de la campagne

- Une campagne portée par le SAGE Léon-Trégor



Cartographie du territoire du SAGE Léon-Trégor.
© **SAGE Léon-Trégor**

1. Contexte et historique de la campagne

- Contexte de création de la mission de médiation

2022 : pics de pollutions microbiologiques (Escherichia Coli, norovirus) en baie de Morlaix + arrêtés préfectoraux + manifestations des conchyliculteurs

Réponse de la Commission Locale de L'eau :

- Profil de vulnérabilité des eaux conchylicoles de la rade de Morlaix étendu à la Grande Baie de Morlaix + Anse de Locquirec - Trégor Finistérien (*en cours*)
- Projet de médiation sur « les petits gestes » : campagne *“protéger les eaux du littoral, nous avons tous à y gagner”*



1. Contexte et historique de la campagne

- Financement et partenaires

Dépenses liées au poste saisonnier (de mai à septembre inclus) sur 3 années : **50 000 euros**



Via le Fonds européen pour les affaires maritimes, la pêche et l'aquaculture (FEAMPA)

20 000 euros



Établissement public du ministère chargé du développement durable



Pour les supports de communication animés dans le cadre de la campagne

20 000 euros



En auto-financement

10 000 euros

2. Enjeux et objectifs de la campagne

- Protéger les eaux du littoral, quels enjeux ?

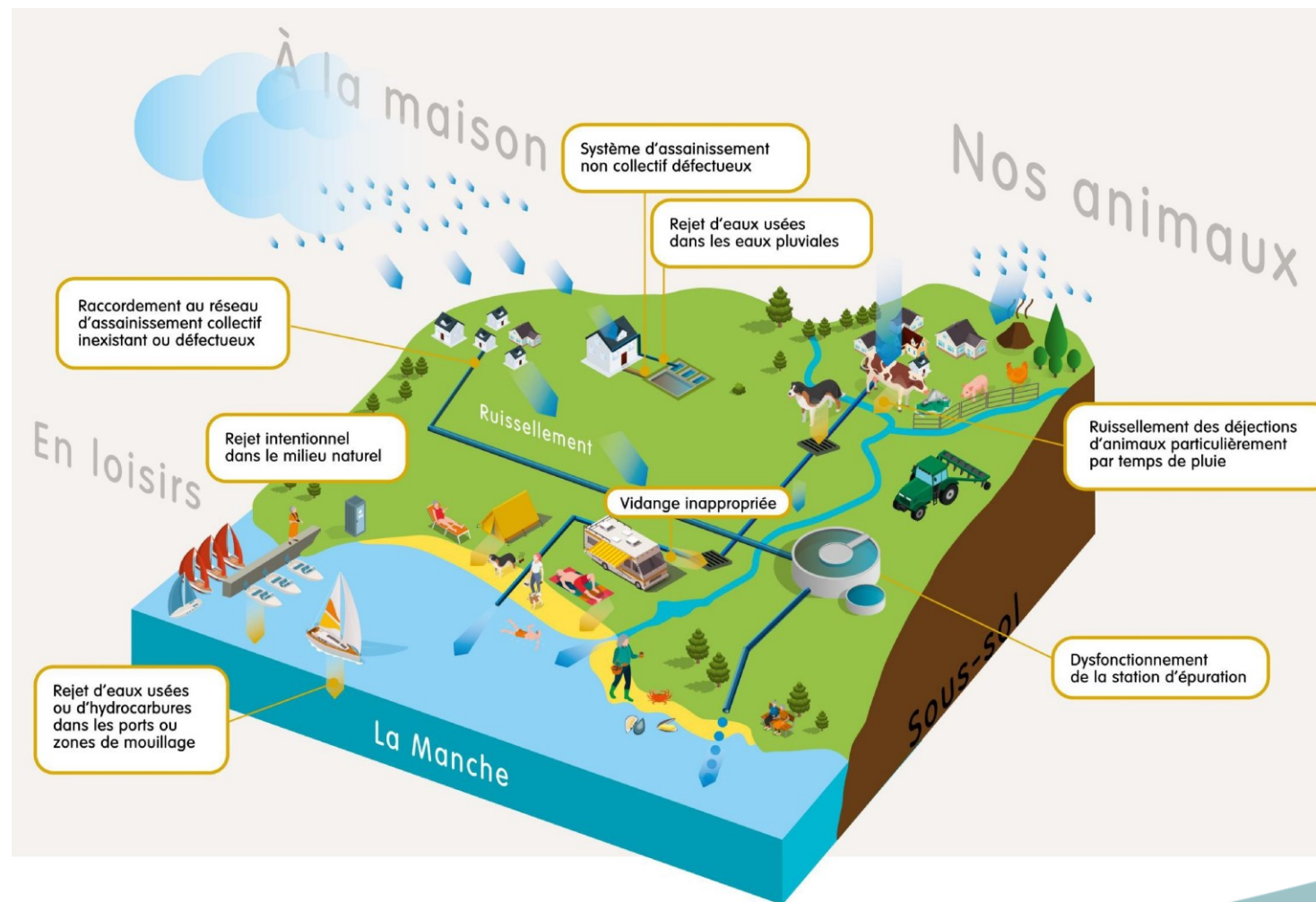
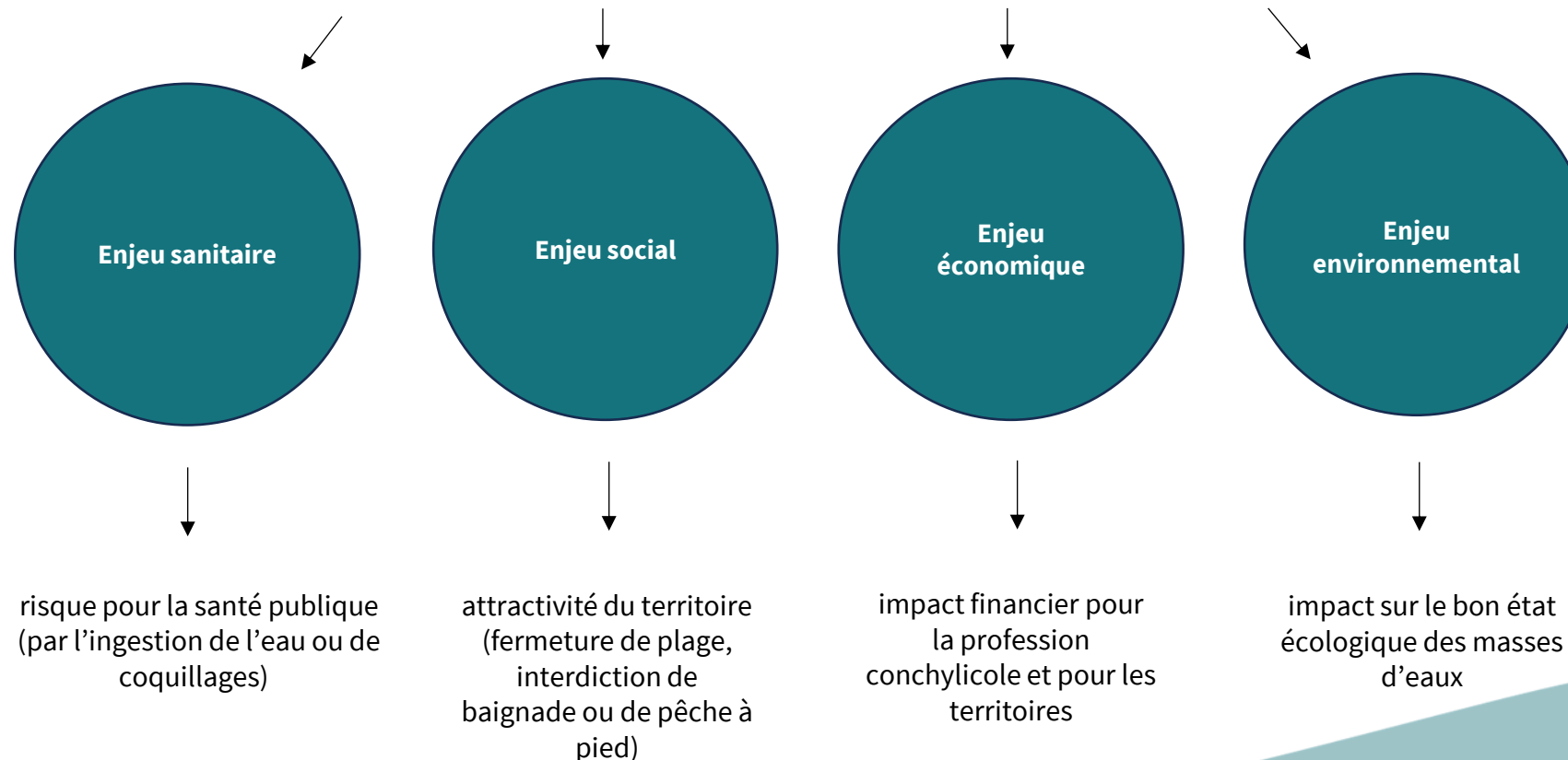


Schéma des sources de pollutions microbiologiques des eaux.
Source : Guide du SAGE Léon-Trégor.

2. Enjeux et objectifs de la campagne

- Protéger les eaux du littoral, quels enjeux ?

Enjeux de la dégradation de la qualité des eaux littorales



2. Enjeux et objectifs de la campagne

- Objectifs de la campagne de médiation

Missions générales :

- Mener des enquêtes auprès des publics dont les usages sont susceptibles d'être source de pollution
- Animer des stands lors des temps forts de la saison
- Concevoir de nouveaux outils pédagogiques
- Rédiger un bilan de la mission et proposer des pistes d'actions

Nouveautés 2024 :

- La rencontre des **communes qui n'avaient pas été rencontrées en 2023**
- Des enquêtes en lien avec la thématique du **carénage dans les zones de petits mouillages**
- Des enquêtes auprès des **propriétaires de fourgons/vans aménagés.**
- L'élargissement des collaborations (OT, asso de plaisanciers...)

Animation à la fête de la mer et des littoraux de
Plouezoc'h © SAGE Léon-Trégor



3. Approche méthodologique

- Travail préalable : rencontre avec les communes et acteurs clés du territoire



- Présenter la campagne de médiation
- Appréhender les enjeux spécifiques à chaque commune
- Se tenir informé des évolutions



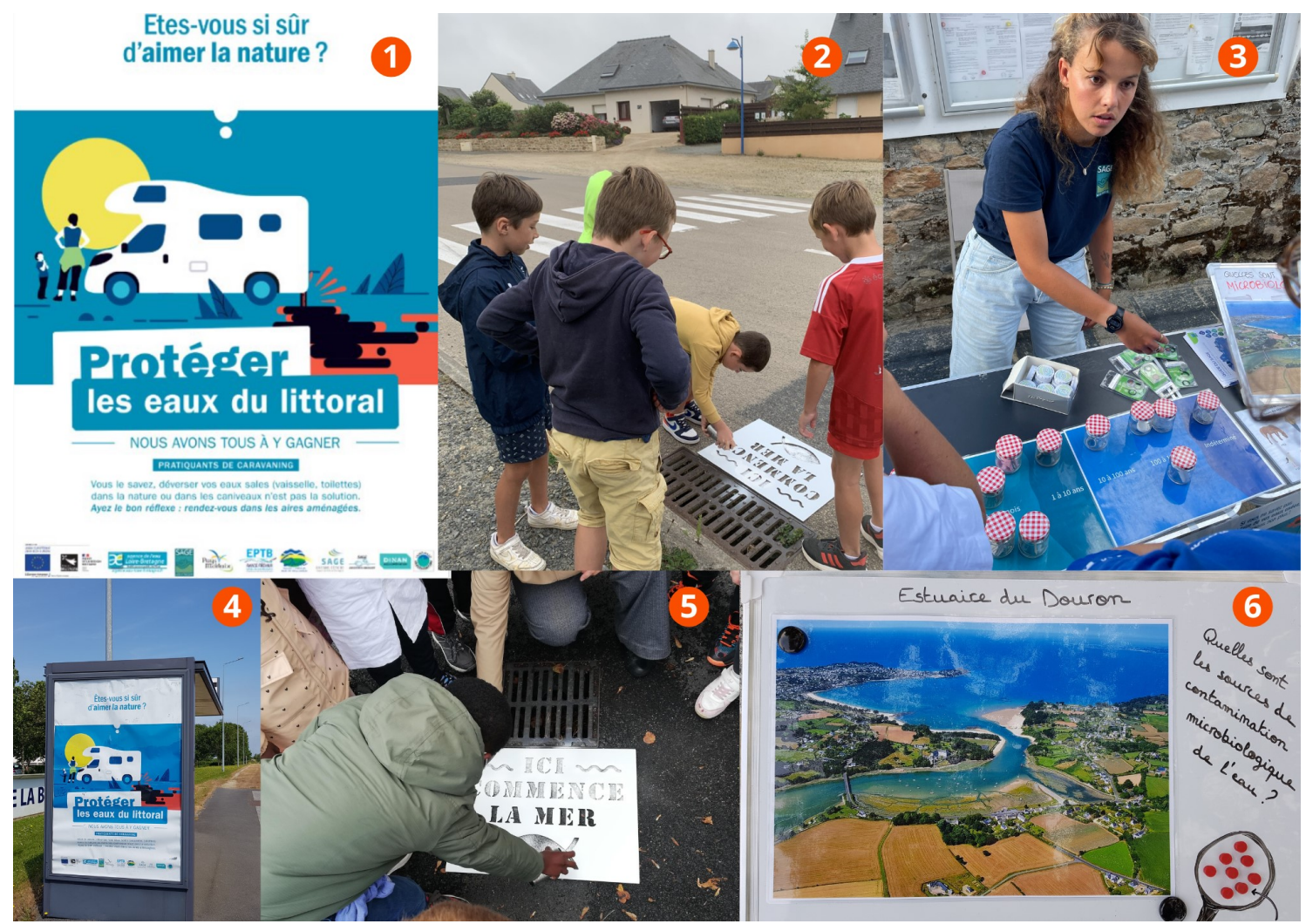
- Newsletter envoyée à toutes les communes du SAGE (avril)
- Mail et/ou appel téléphonique (mai/juin)



- Planning d'intervention
 - temps forts de la saison
 - lieux à enquêter

3. Approche méthodologique

- Animations grand public : quels outils ?



Exemple d'outils pédagogiques utilisés pour les animations.
© SAGE Léon-Trégor



3. Approche méthodologique

- Animations grand public : quels outils ?



Le stand du SAGE à la fête de la mer de Roscoff © SAGE Léon-Trégor

Le stand du SAGE au marché nocturne de Locquéolé © SAGE Léon-Trégor

3. Approche méthodologique

- Enquêtes : les outils

Campagne « Protéger les eaux du littoral, nous avons tous à y gagner ! »

Date:	Heure :	Météo :	Marée :
Lieu :		Enquêteur :	
Commune :		Événement :	

Profil de l'enquêté
Nombre de personne(s) enquêtée(s) :

Profil : Femme seule Homme seul Couple Famille Groupe d'amis

Âge : < 25 ans 25 à 50 ans > 50 ans

Connaissez-vous le SAGE Léon-Trégor ? Oui Non

Profil du propriétaire de chien
Vous fréquentez cette plage : à l'année fréquentation saisonnière pour la première fois
Commune du domicile :

Déjections canines et déchets
En promenade, ramassez-vous les déjections de votre animal ? Oui Non
Si non, pourquoi ? N'a pas de sacs pour les déjections Poubelles non existantes Poubelles mal entretenues
 Poubelles non accessibles Les déjections animales sont biodégradables N'a pas le temps ou l'envie
Utilisez-vous les bornes de tri pour vos autres déchets au cours de votre promenade ? Oui Non
Si non, pourquoi ? Bornes de tri mal entretenues Bornes de tri non existantes Bornes de tri non accessibles
 Ne connaît pas les bornes de tri existantes Ramenés à la maison N'a pas le temps ou l'envie
Connaissez-vous la réglementation relative à l'accès des chiens aux plages localement ? Oui Non
Remarques :

De manière générale
Trouvez-vous que les équipements des plages sont suffisants ? Oui Non Aucun avis
Selon vous, quels services sont à améliorer ?
 Distributeurs de sacs pour les déjections canines Poubelles Bornes de tri Sanitaires Accès à l'eau potable
 Pas d'amélioration à proposer

Autres remarques :
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Je m'engage à améliorer un geste : Déjections canines / Déchets

← Un questionnaire pour chaque public cible :

- Plaisanciers
- Praticants de caravaning
- Propriétaire de chiens

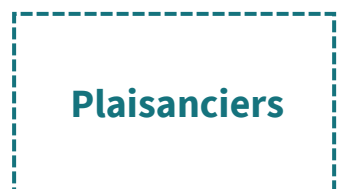
3 thématiques de questions :

- Leurs profils
- Leurs pratiques
- Leurs points de vue



3. Approche méthodologique

- Enquête : l'approche

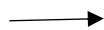


- **Objectifs** : cerner leurs pratiques en lien avec les pollutions microbiologiques des eaux et alimenter la stratégie de développement de l'offre de carénage en cours d'étude sur le territoire du SAGE Léon-Trégor ;
- **Secteurs d'enquêtes prioritaires** : zones de petits mouillages à enjeu (vs ports de Morlaix, Roscoff et Primel-Le Diben en 2023) ;
- **Mutualiser les moyens** : enquêtes auprès des plaisanciers menées de concert avec l'ULAMIR-CPIE sur certains secteurs (Morlaix, Roscoff, Carantec, Plouezoc'h, Plougasnou) ;
- **Optimisation du temps passé sur le terrain** : prise de contact avec les associations de plaisanciers et planning défini en fonction des marées.

3. Approche méthodologique

- Enquête auprès des pratiquants du littoral : l'approche

Pratiquants
de
caravaning



- **Objectif** : obtenir de l'information sur les pratiques des propriétaires de camions et vans aménagés (vs campings-cars en 2023) en lien avec les pollutions microbiologiques des eaux.

- **Optimisation du temps passé sur le terrain** : se référer à l'application *Park4Night* et privilégier les créneaux entre 11h et 14h.

Propriétaires
de chiens



- **Objectif** : obtenir de l'information sur les pratiques des promeneurs de chiens en lien avec les pollutions microbiologiques des eaux.

- **Optimisation du temps passé sur le terrain** : privilégier la présence sur les plages tôt le matin ou en fin de journée.

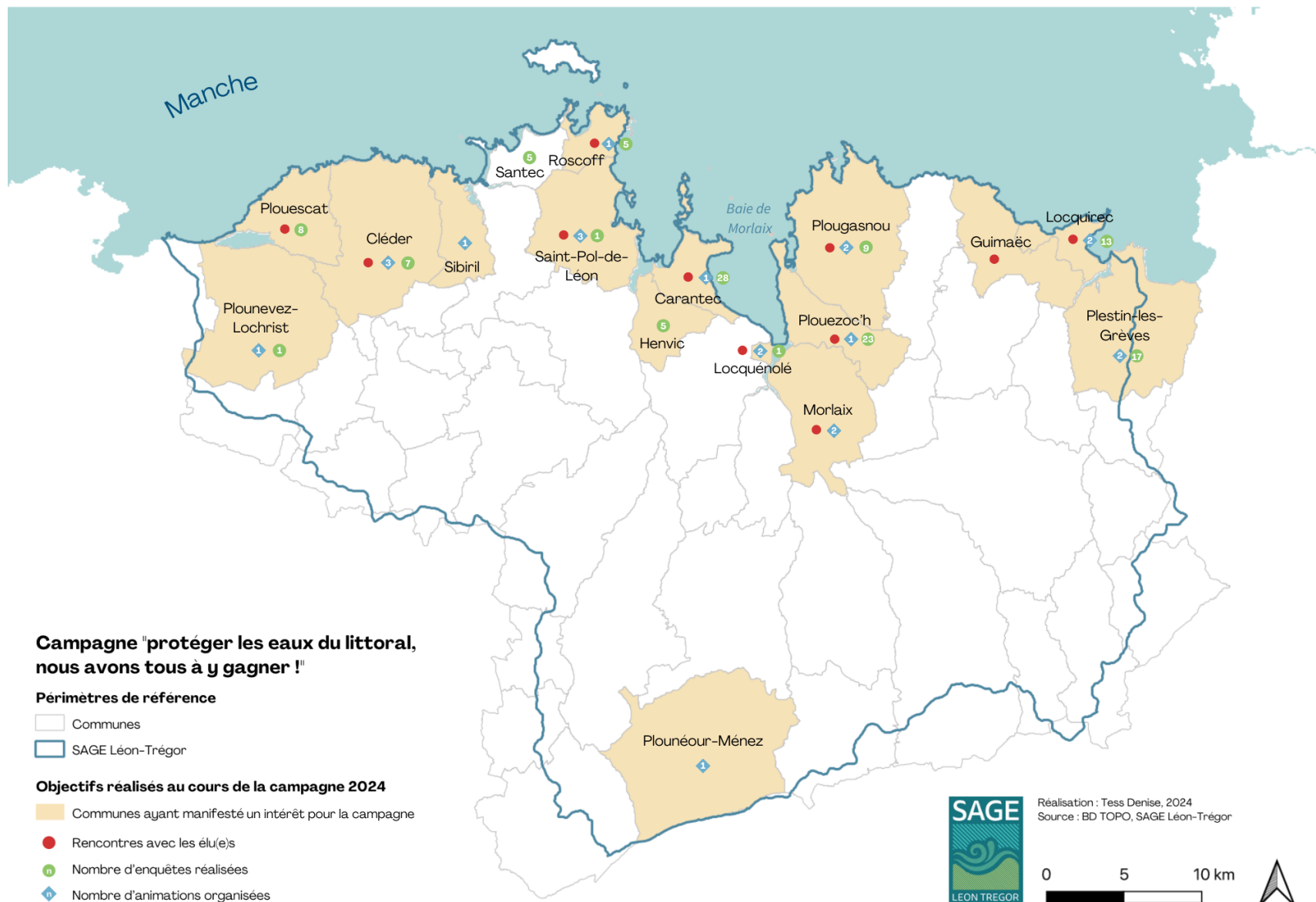
4. Résultats de la saison 2024

4 nouvelles communes rencontrées (Morlaix, Roscoff, Plouescat, Guimaëc)

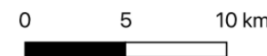
134 enquêtes tout public confondu

23 animations réalisées

788 personnes touchées par la campagne

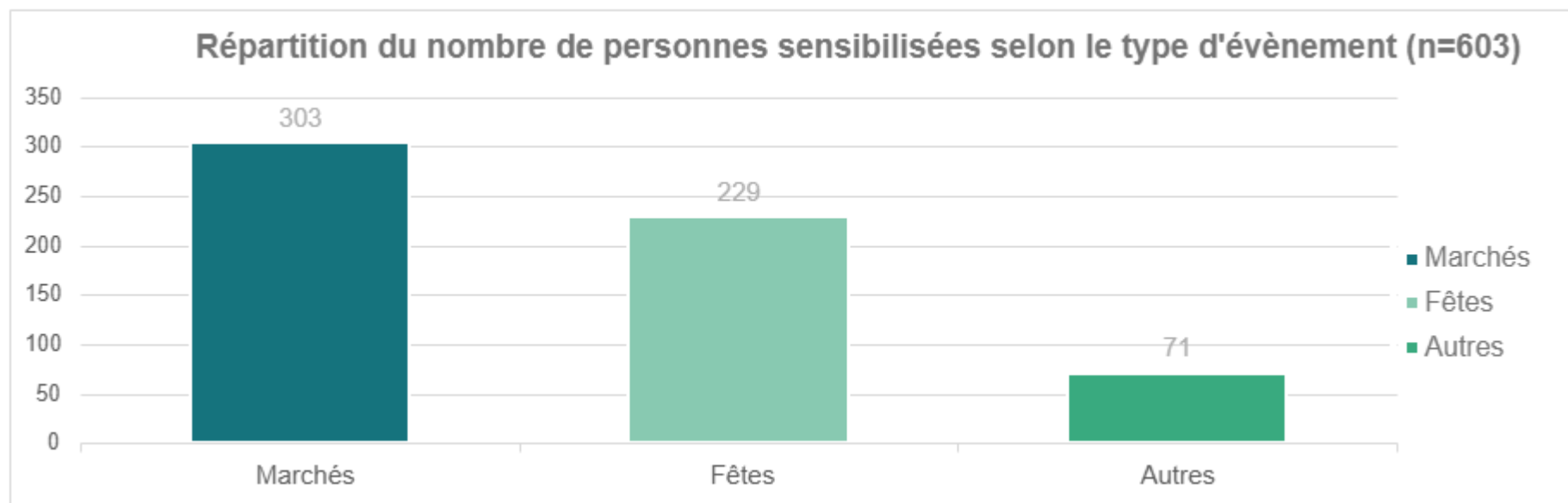


Réalisation : Tess Denise, 2024
Source : BD TOPO, SAGE Léon-Trégor



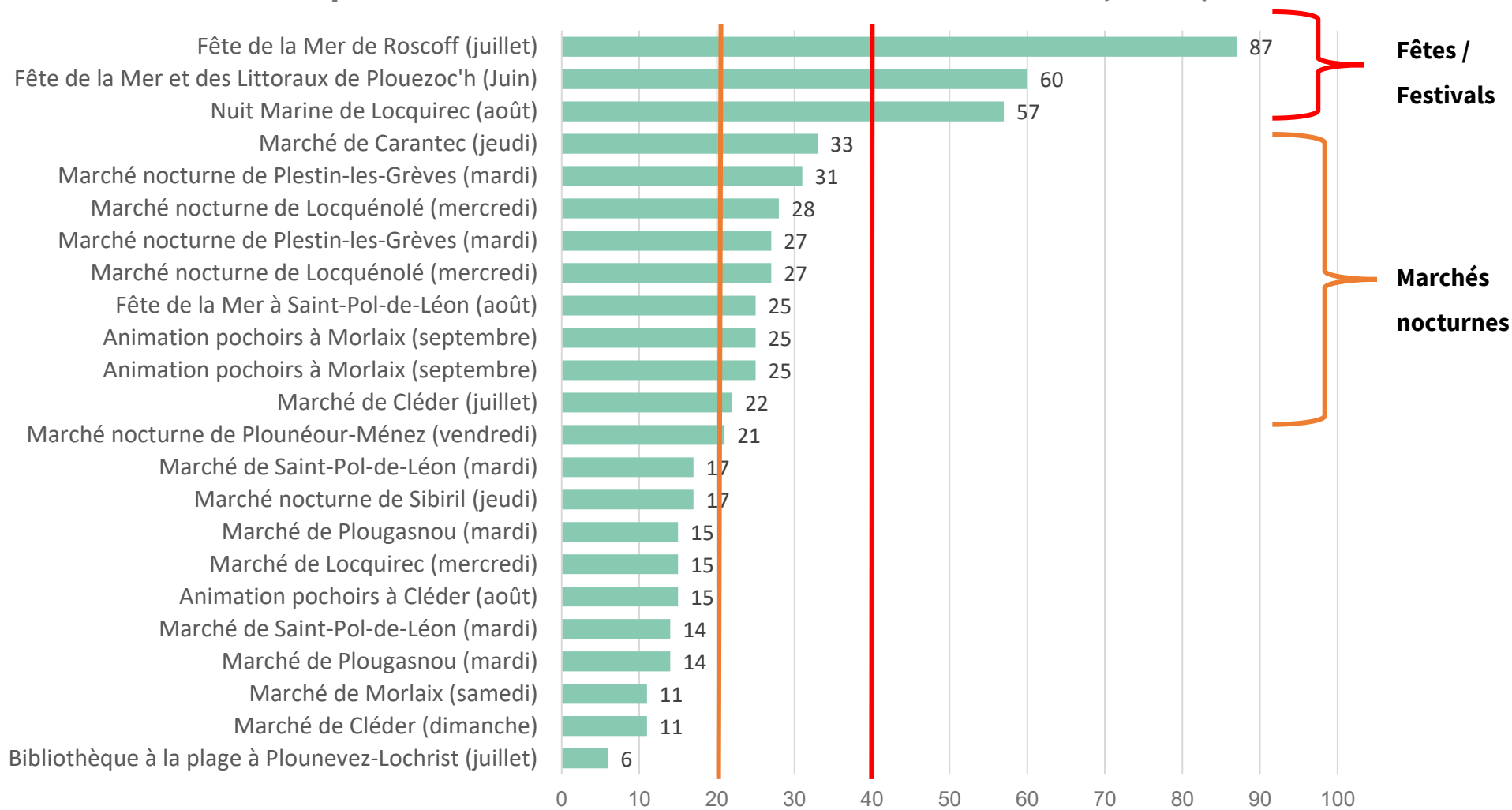
4. Résultats de la saison 2024

- Animations grand public



- 15 marchés
- 4 évènements grand public
- 3 animations "ici commence la mer"

Nombre de personnes sensibilisées en fonction de l'évènement (n=603)



4. Résultats de la saison 2024

- Animations grand public : retour sur les échanges avec le public

- **Points forts**

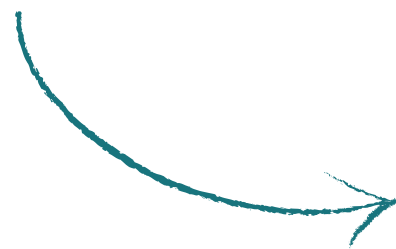
- Les jeux sont un très bon moyen d'aborder tout type de public et d'entamer une discussion
- Méconnaissance du rôle d'un SAGE / Confusion entre le SAGE Léon-Trégor et AN DOUR
- Méconnaissance du terme « pollutions microbiologiques » --> algues vertes citées systématiquement
- Méconnaissance du lien entre pollutions microbiologiques et interdiction de baignade ou pêche à pied
- Souhait de savoir quels secteurs sont à risque et pour quelle(s) pratique(s)
- Elargissement des questions à d'autres sujets en lien avec l'eau (algues vertes et restrictions d'eau).


- **Points faibles**

- Manque d'outils pédagogiques et de connaissances pour répondre à certaines questions du public (historique des pollutions, qualité de l'eau du robinet, fonctionnement du réseau d'eau potable et d'assainissement sur le territoire du SAGE Léon-Trégor)

4. Résultats de la saison 2024

- Animations enfants et création de supports pédagogiques



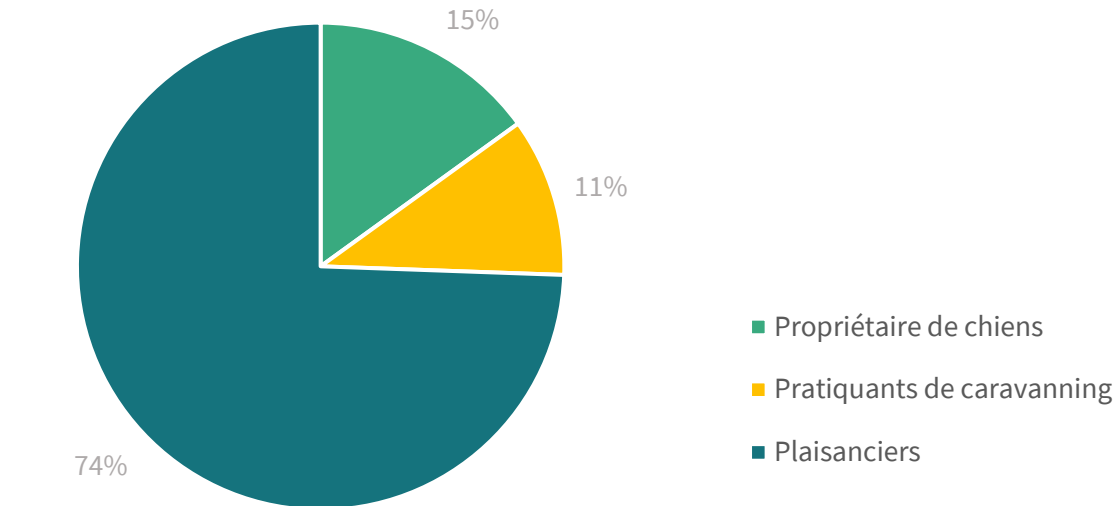

Quelle est la différence
entre un avaloir et une
bouche d'égout ?


Vrai ou Faux
Toutes les pollutions
sont-elles visibles ?

4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des publics cibles de la campagne

Répartition des enquêtes par public cible (n=134)

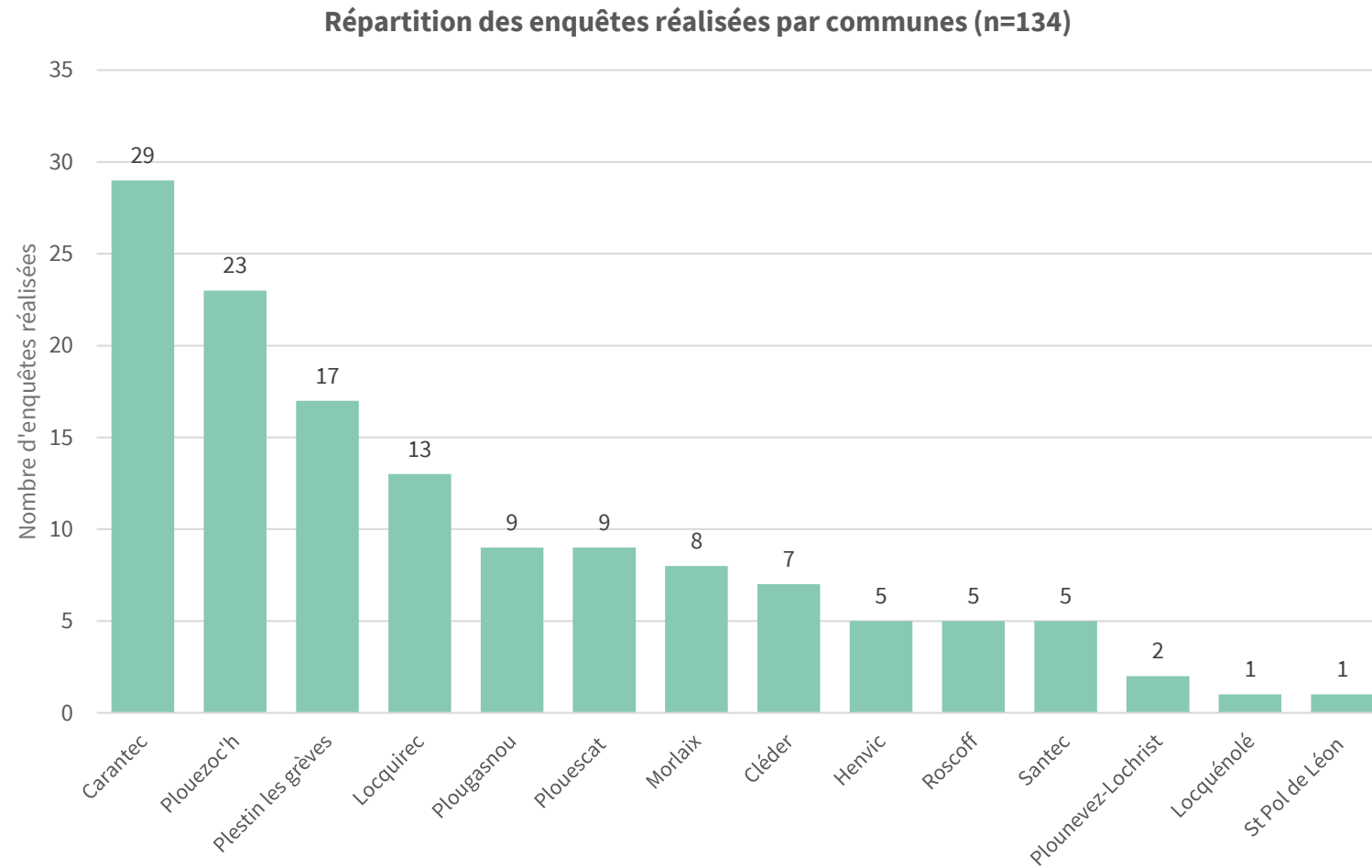


Une majorité d'enquêtes auprès des plaisanciers en lien avec l'étude sur l'offre de carénage.



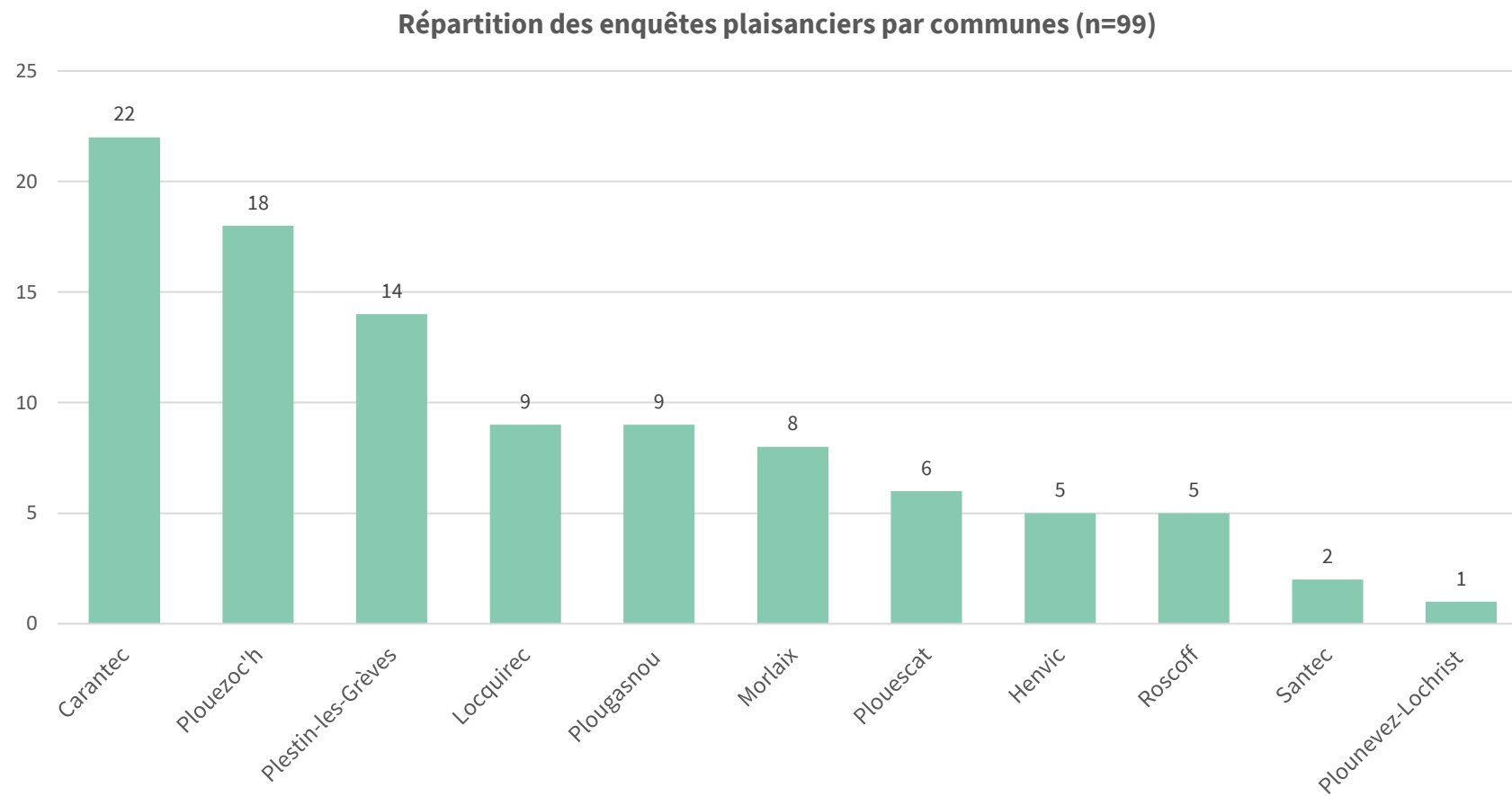
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des publics cibles de la campagne



4. Résultats de la saison 2024

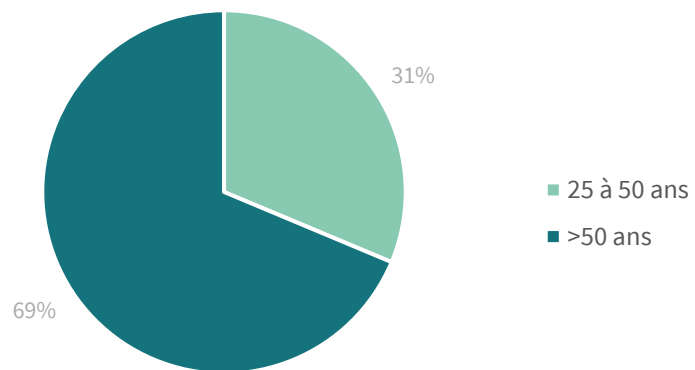
- Enquêtes auprès des **plaisanciers** : profil des enquêtés



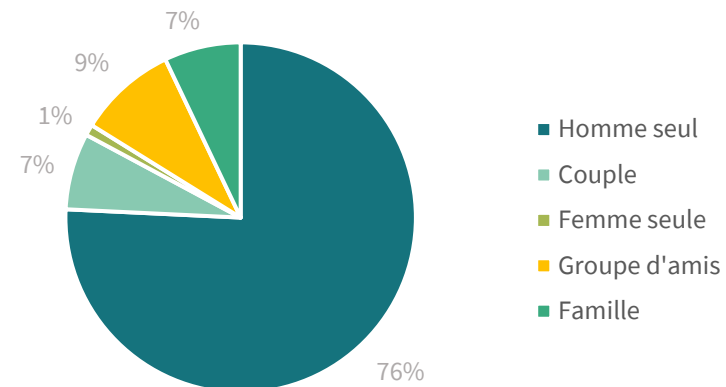
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **plaisanciers** : profil des enquêtés

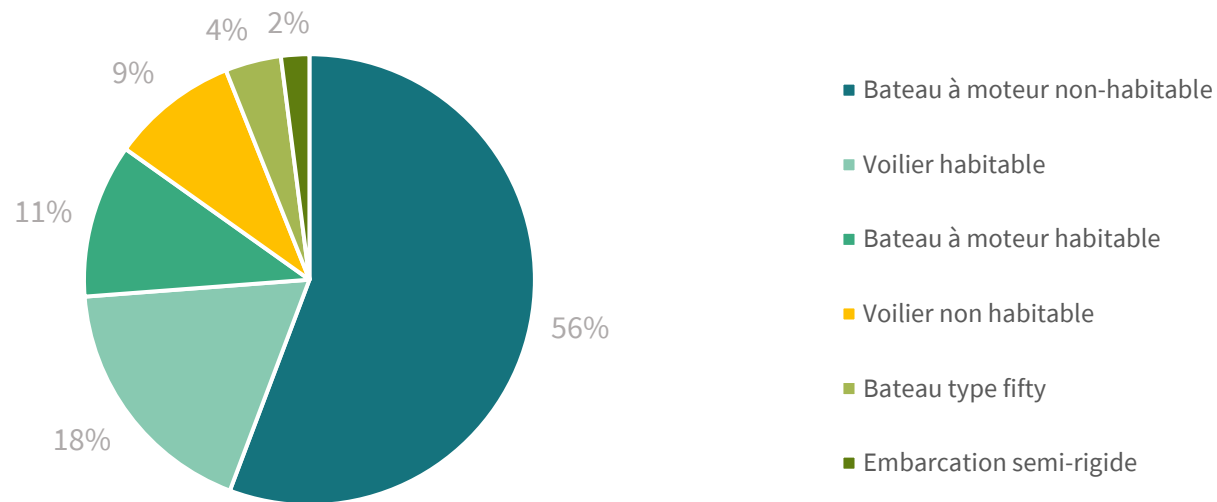
Âge des plaisanciers enquêtés (n = 99)



Profil des plaisanciers enquêtés (n = 99)



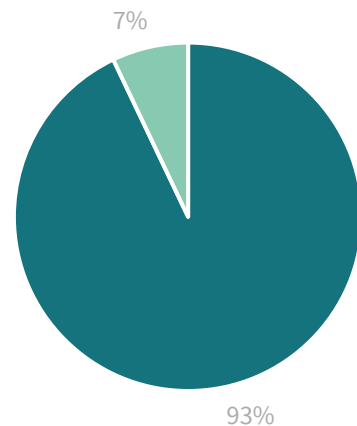
Type de bateau des plaisanciers enquêtés (n = 99)



4. Résultats de la saison 2024

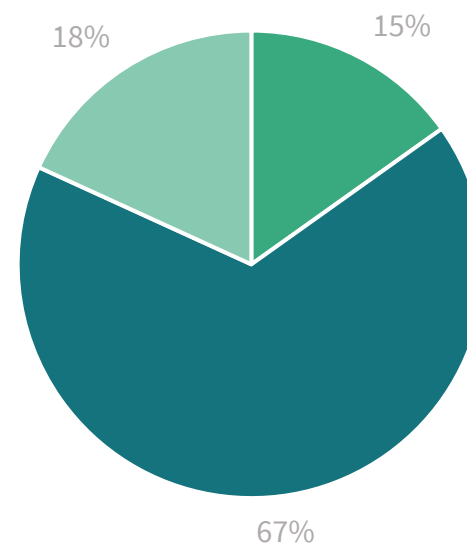
- Enquêtes auprès des **plaisanciers** : profil des enquêtés

Présence du bateau sur le périmètre du SAGE (n=99)



- Bateau présent à l'année sur le périmètre du SAGE Léon-Trégor
- Bateau de passage sur le périmètre du SAGE

Temps de présence des bateaux sur leur zone de mouillage (n=99)

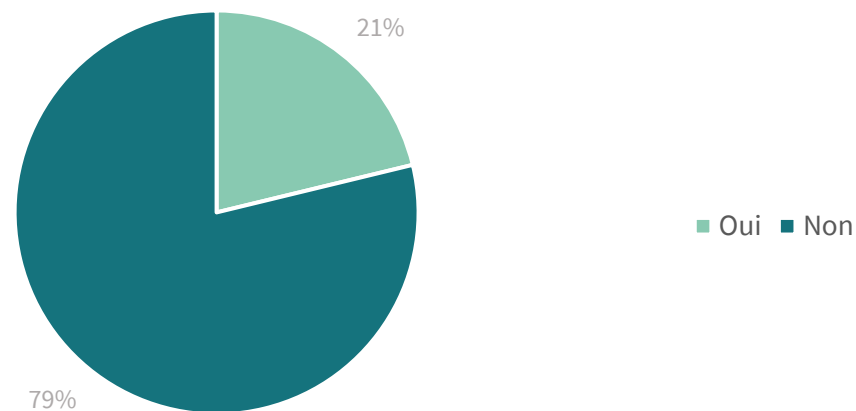


- Moins de 5 mois
- Entre 5 et 10 mois
- Toute l'année

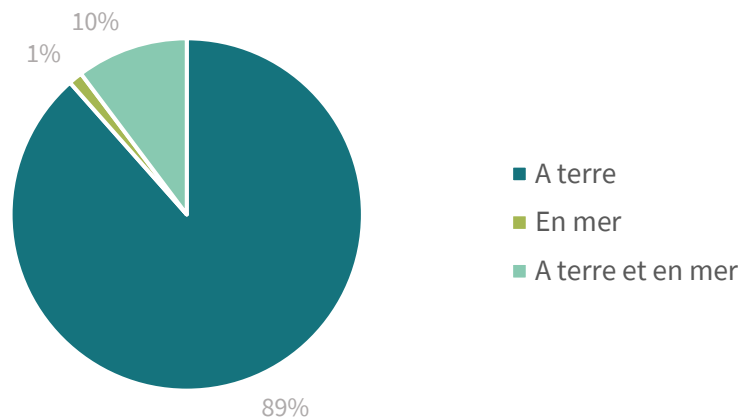
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **plaisanciers** : gestion des eaux noires

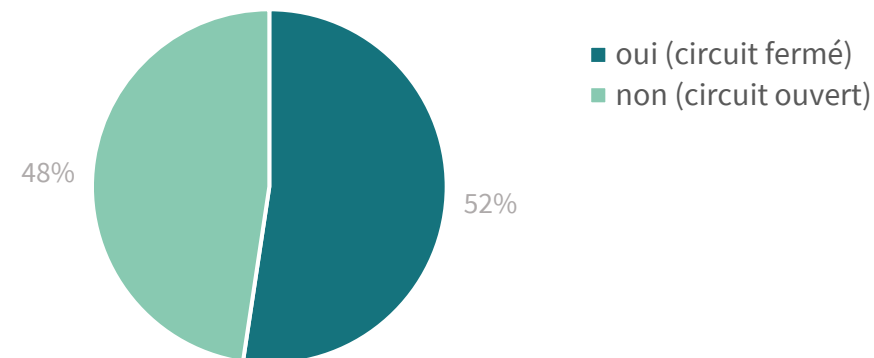
Avez-vous des toilettes à bord ? (n = 99)



Si non, où allez-vous aux toilettes ? (n=78)

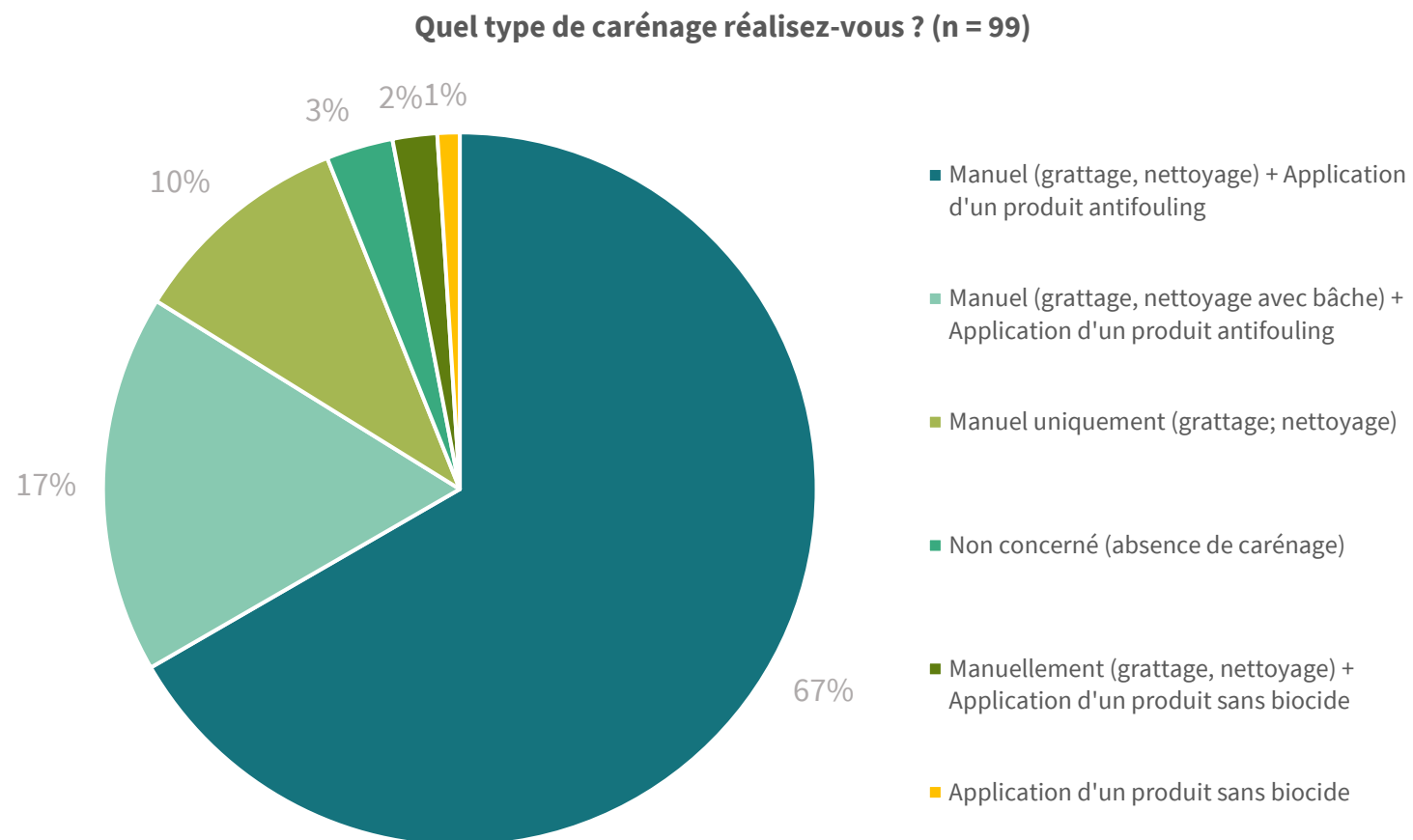


Si oui, avez-vous un espace de stockage des eaux noires ? (n=21)



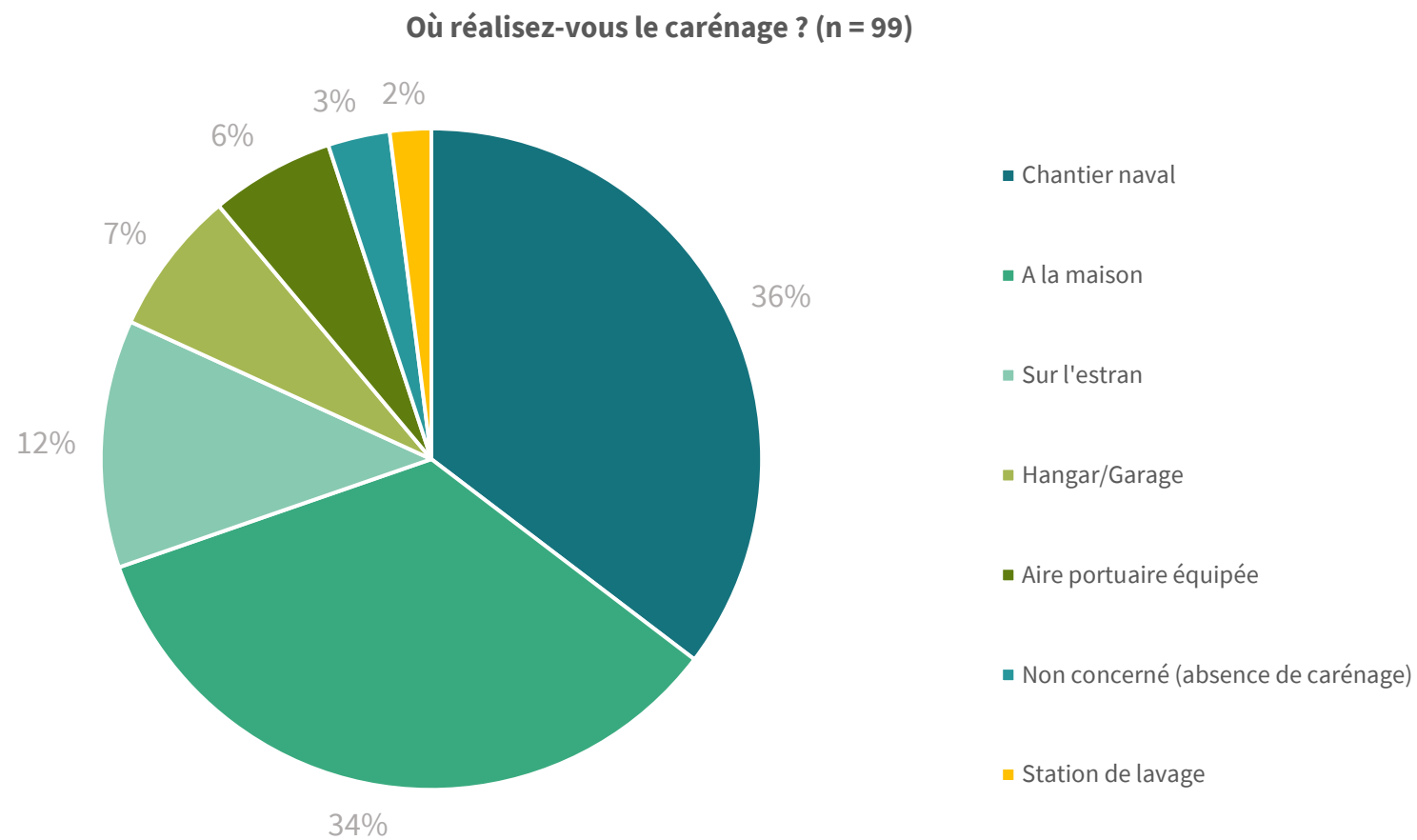
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **plaisanciers** : le carénage



4. Résultats de la saison 2024

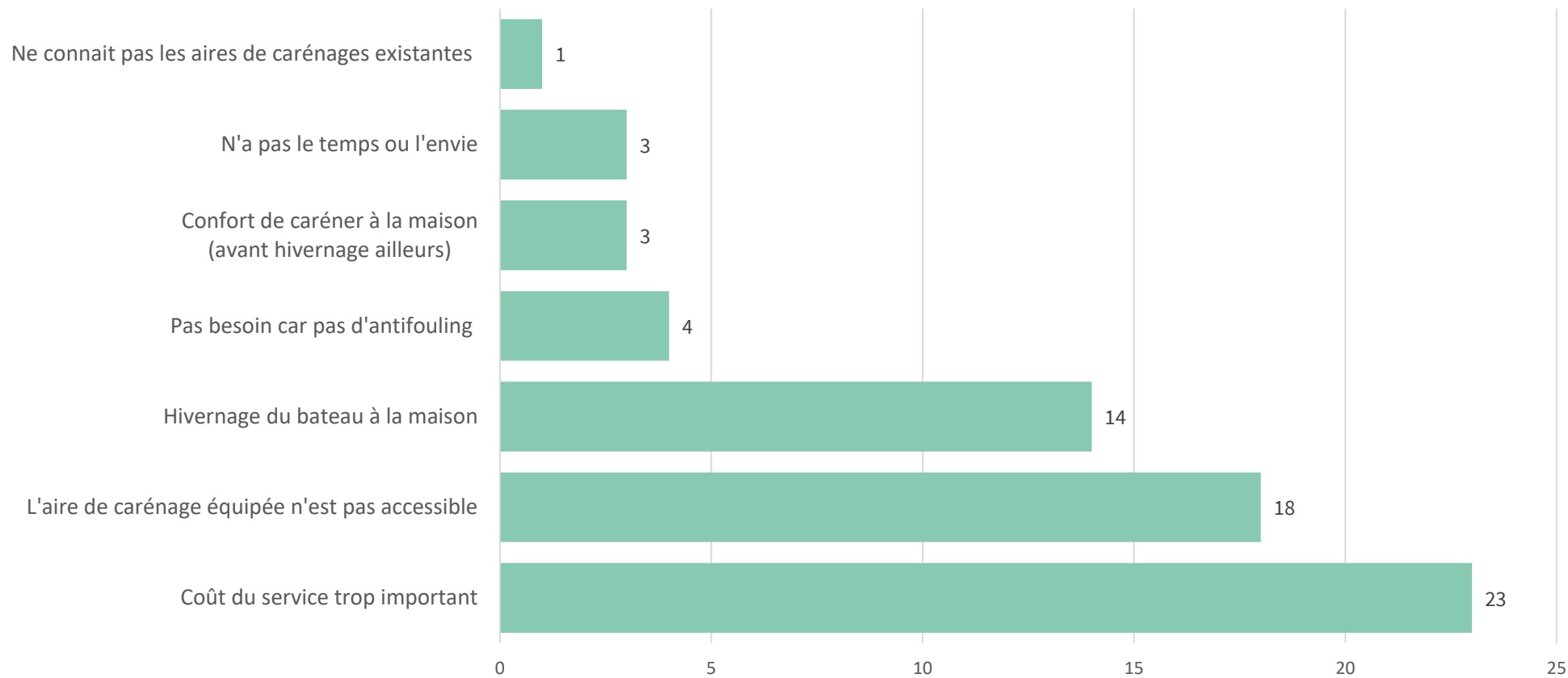
- Enquêtes auprès des **plaisanciers** : le carénage



4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **plaisanciers** : le carénage

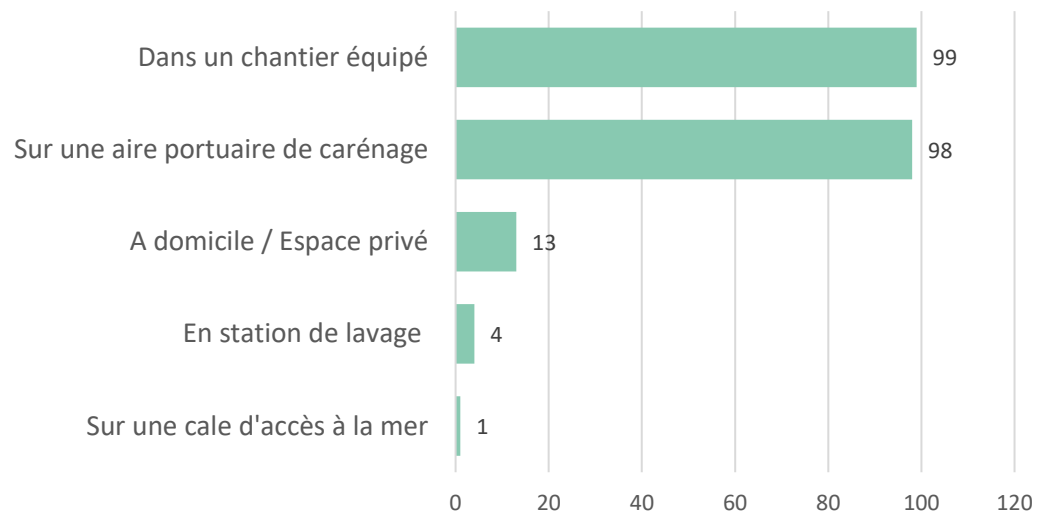
Si vous carérez en dehors ds chantiers et aires équipées, pourquoi ce choix ?



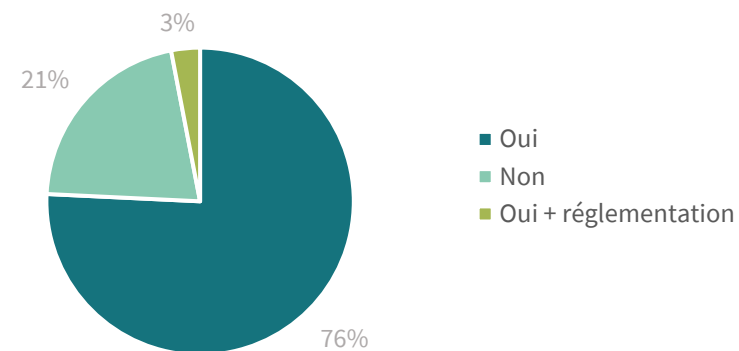
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **plaisanciers** : le carénage

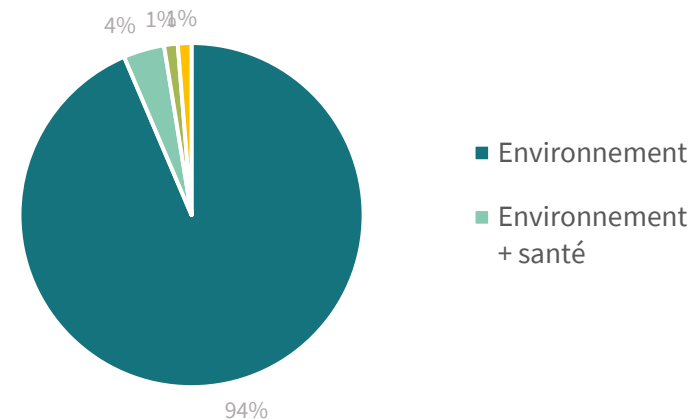
D'après-vous quelles pratiques sont autorisées en matières de carénage ? (n=99)



Connaissez-vous les impacts des produits antifouling ? (n=99)



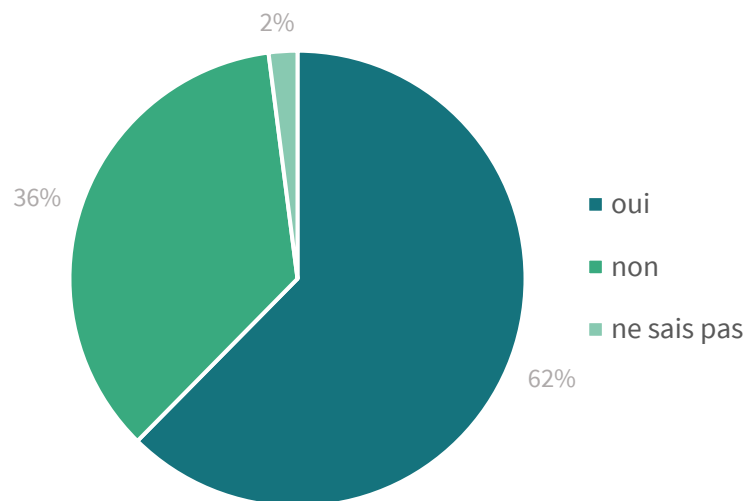
Si oui, lesquels ? (n=78)



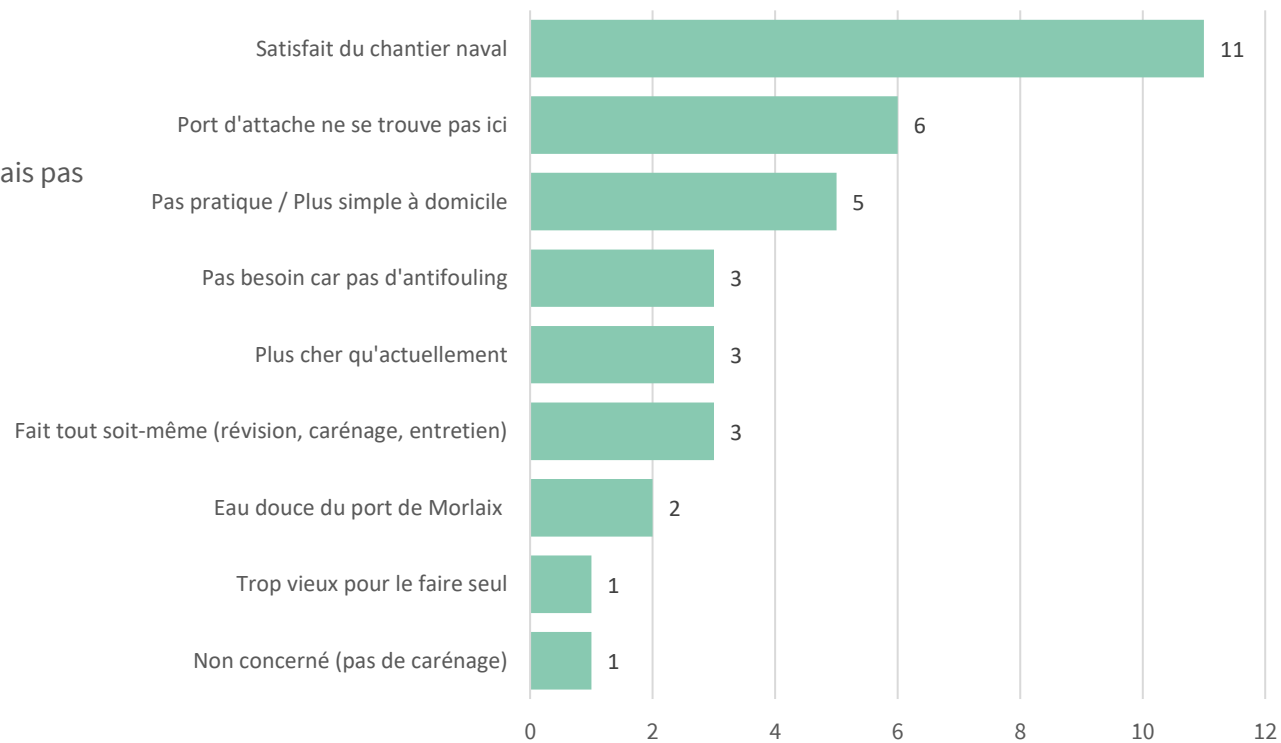
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **plaisanciers** : offre de carénage

Si une aire de carénage se trouvait proche de votre port d'attache, l'utiliseriez-vous ? (n=99)

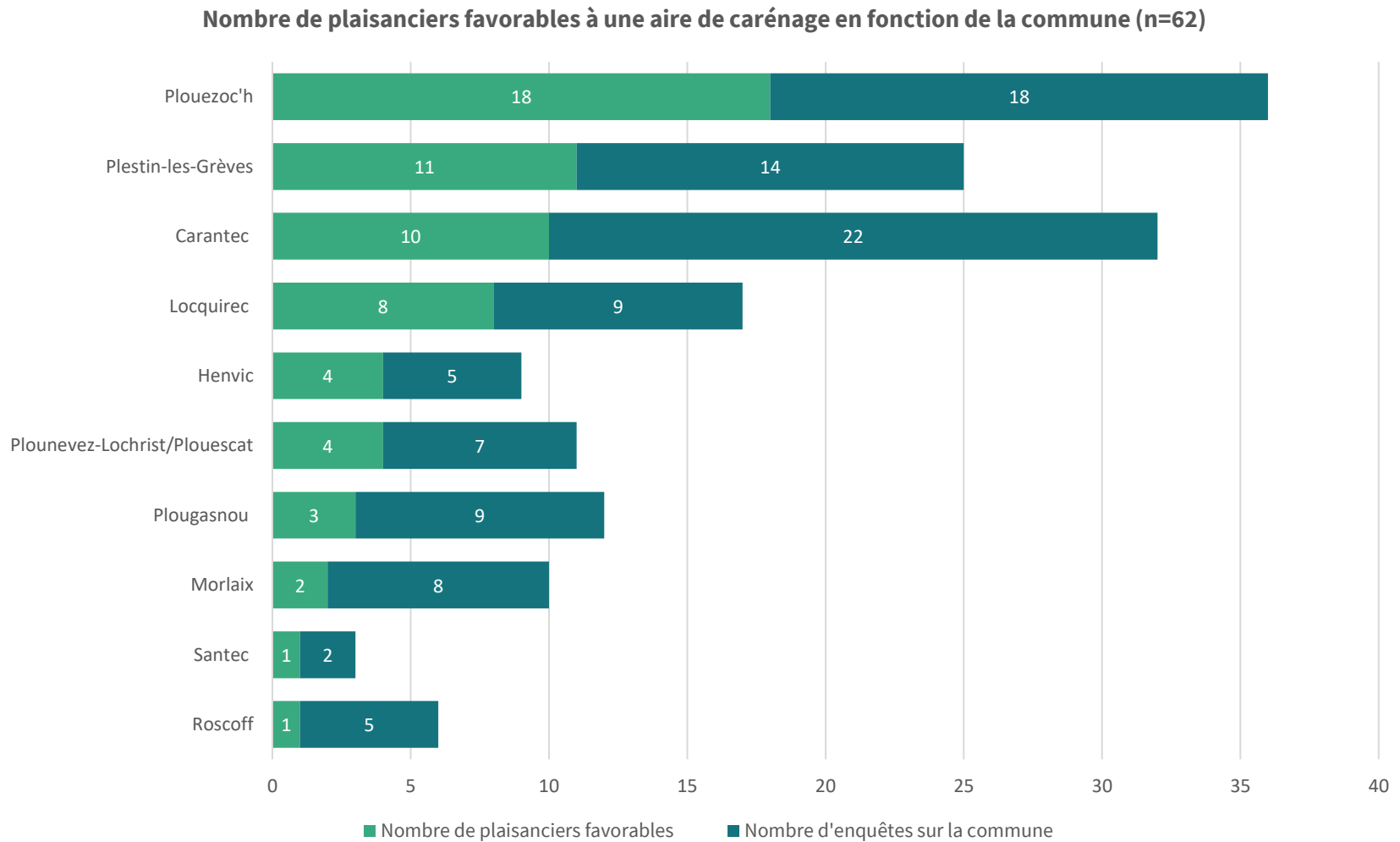


Si non, pour quelle raison ? (n=35)



4. Résultats de la saison 2024

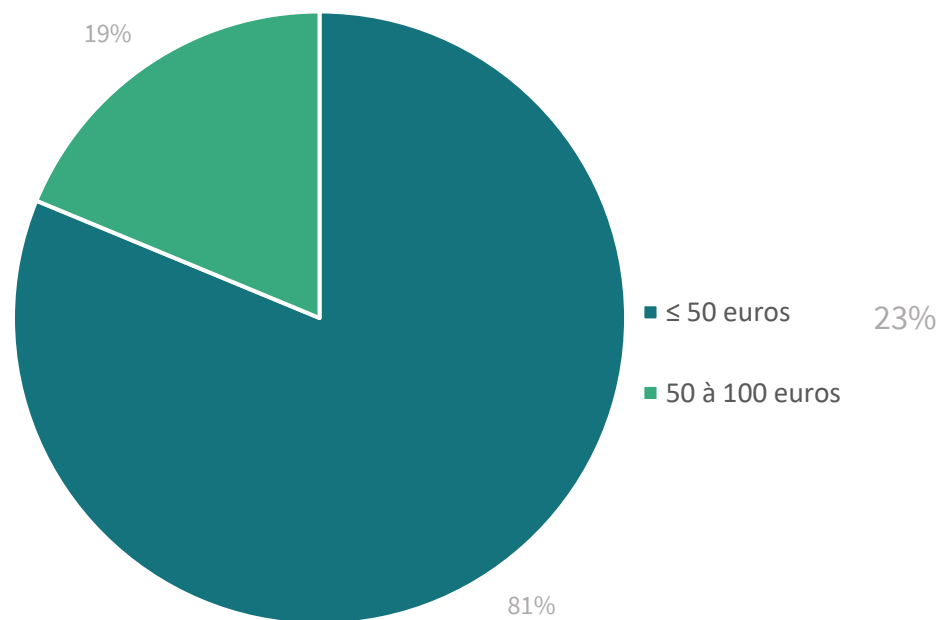
- Enquêtes auprès des **plaisanciers** : offre de carénage



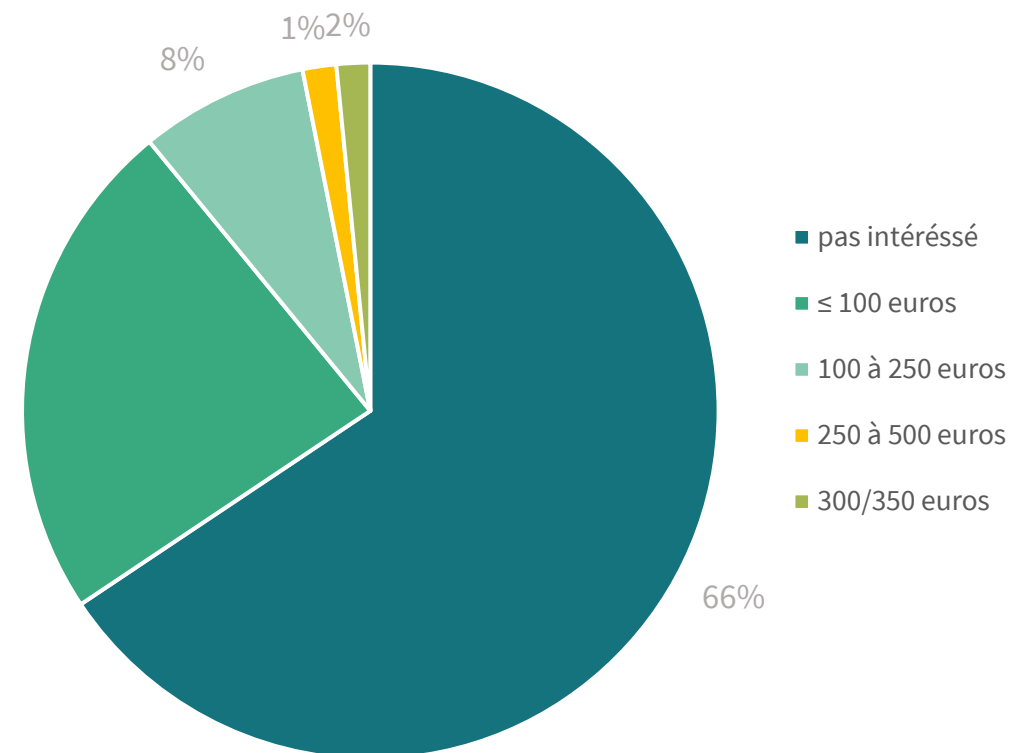
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **plaisanciers** : offre de carénage

Quel prix seriez-vous prêt à payer pour utiliser un emplacement sur une aire de carénage autorisée (eau + électricité + service de traitement de eaux) (n=64)



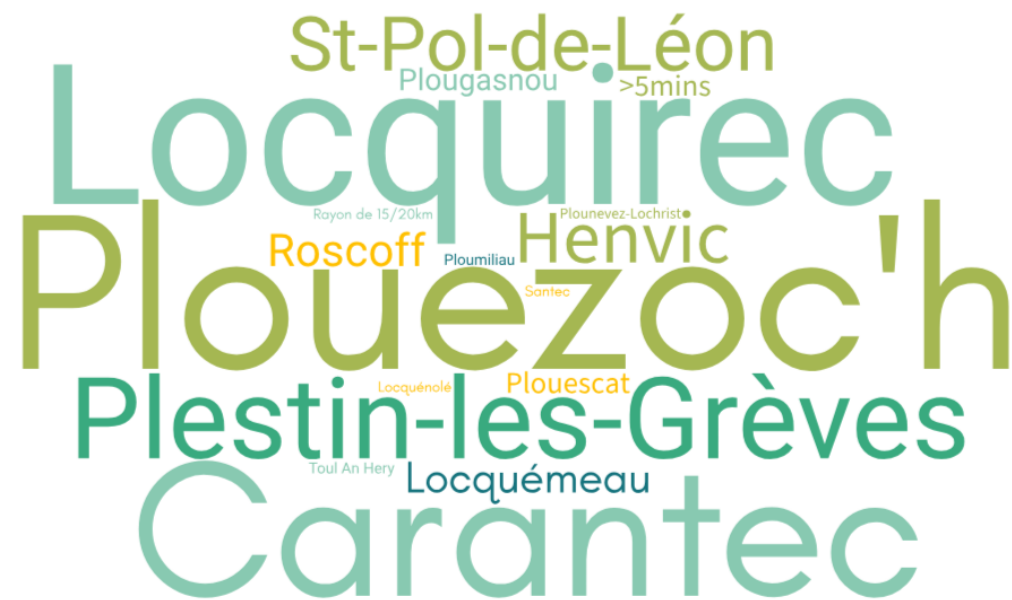
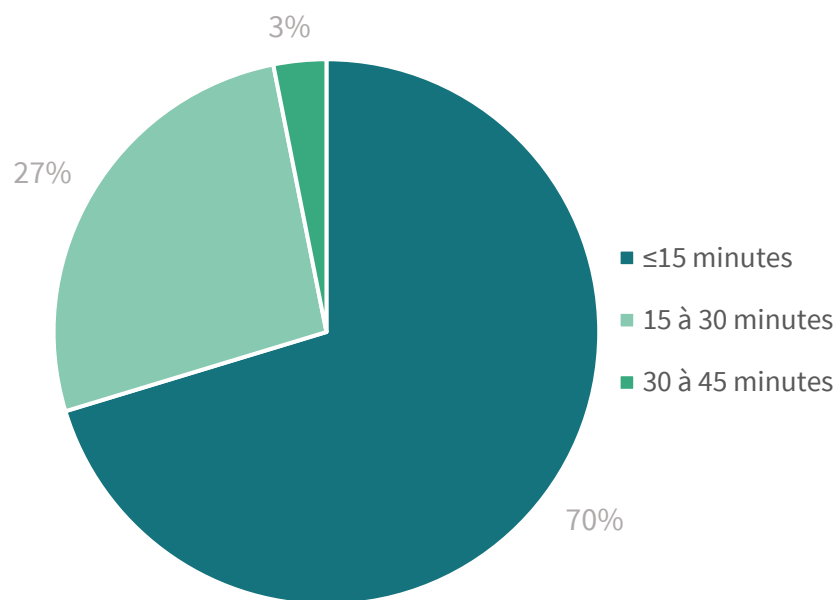
Quel prix seriez - vous prêt à payer pour utiliser un emplacement de carénage (eau + électricité + service de traitement de eaux + service de sortie /remise à l'eau inclus) ? (n=64)



4. Résultats de la saison 2024

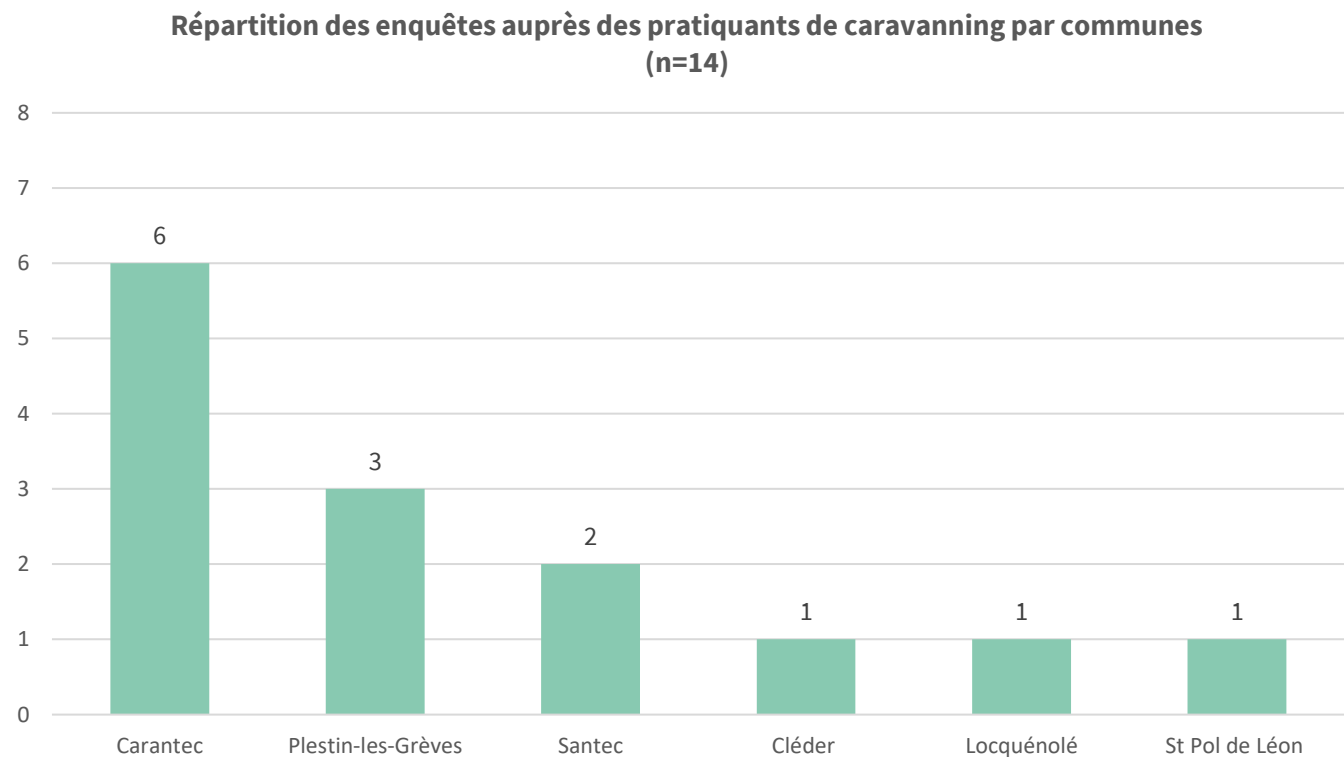
- Enquêtes auprès des **plaisanciers** : offre de carénage

Quelle durée de trajet accepteriez - vous de faire pour amener votre bateau sur une aire équipée ? (n=64)



4. Résultats de la saison 2024

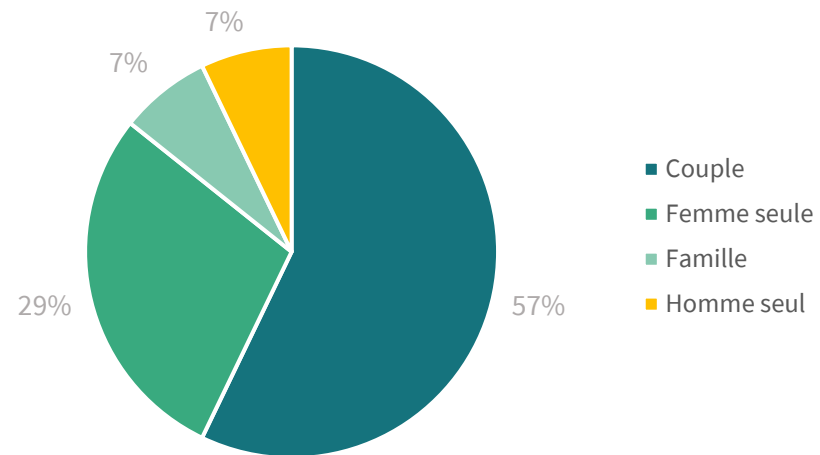
- Enquêtes auprès des **pratiquants de caravanning** : profil des enquêtés



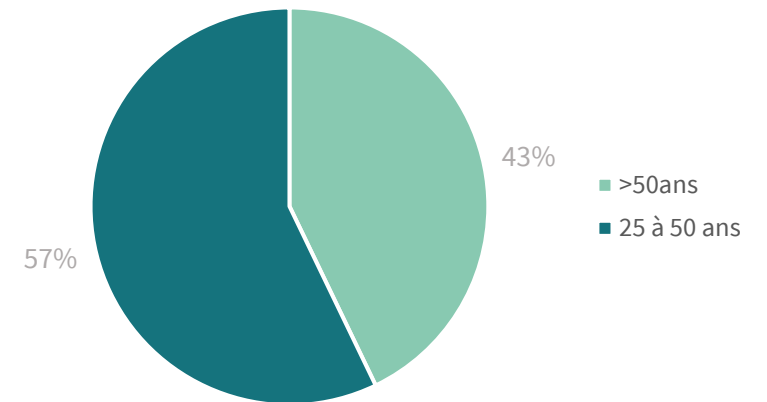
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **pratiquants de caravaning** : profil des enquêtés

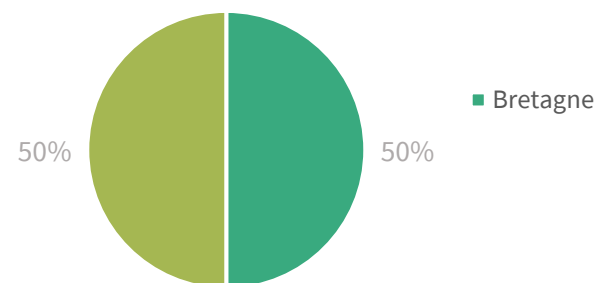
Profil des pratiquants de caravaning (n=14)



Âge des pratiquants de caravaning (n=14)



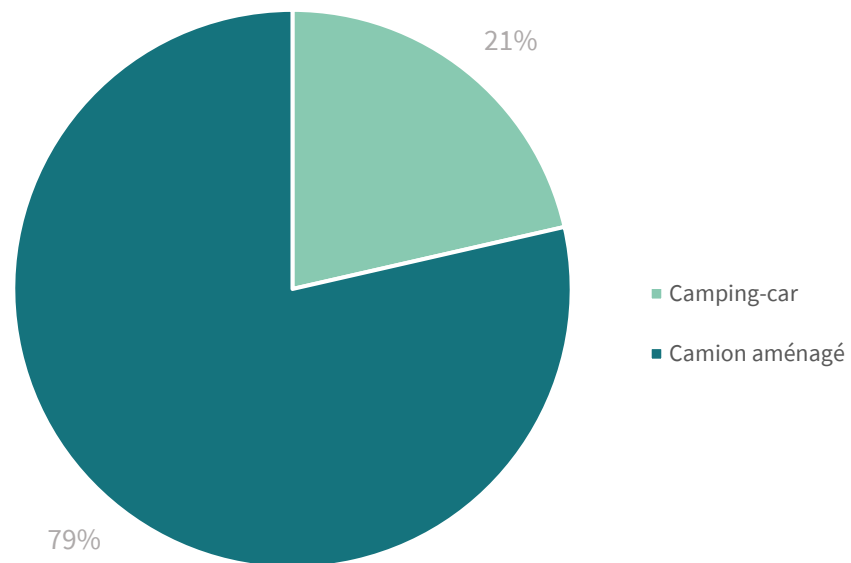
Lieu de résidence des pratiquants de caravaning (n=14)



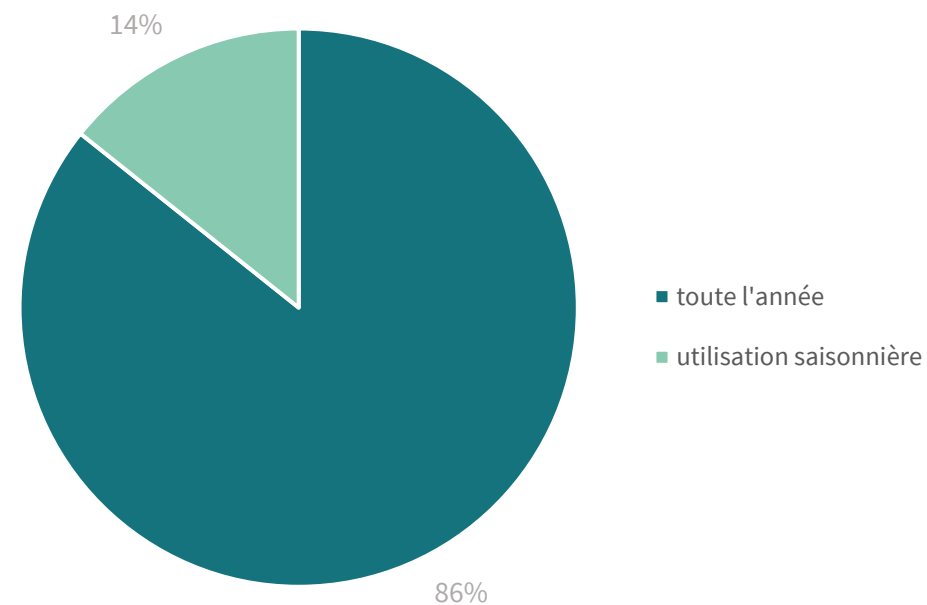
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **pratiquants de caravanning** : profil des enquêtés

Type de véhicules enquêtés (n=14)



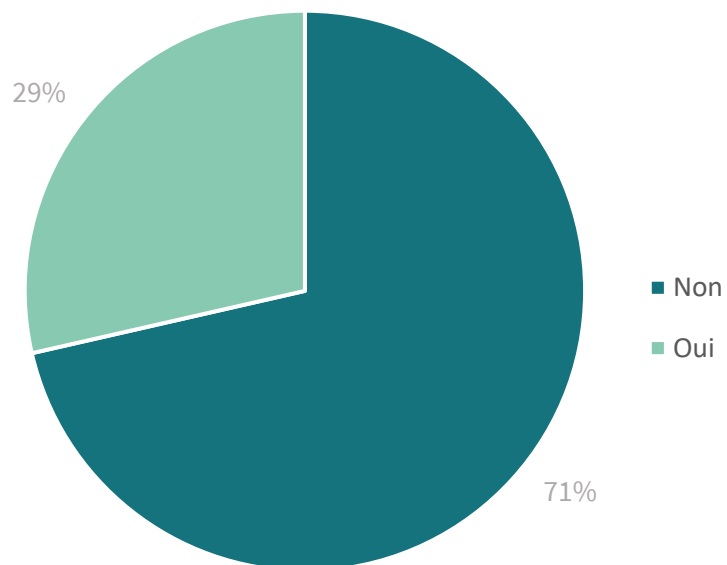
Fréquence d'utilisation du véhicule (n=14)



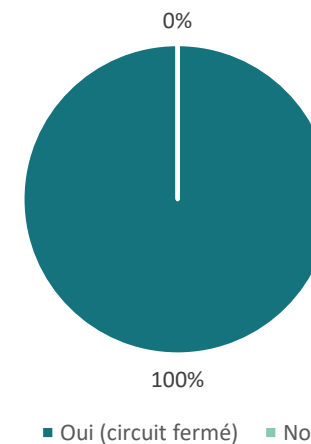
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **pratiquants de caravaning** :
gestion des eaux noires

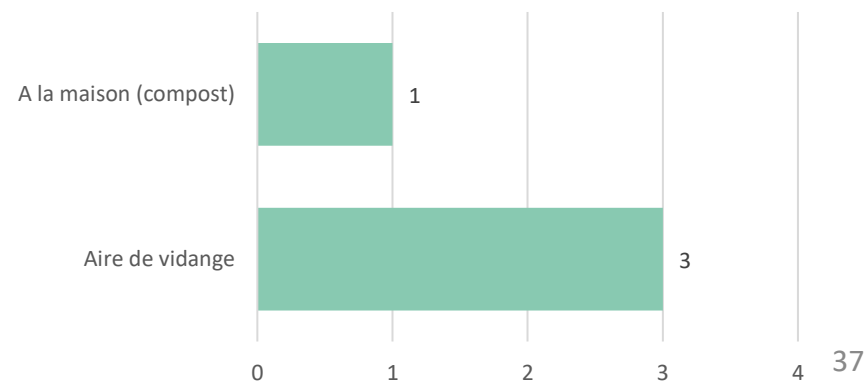
Avez - vous des toilettes à bord ? (n=14)



Si oui, utilisez -vous un espace de stockage des eaux noires (ou des matières sèches) ? (n=4)



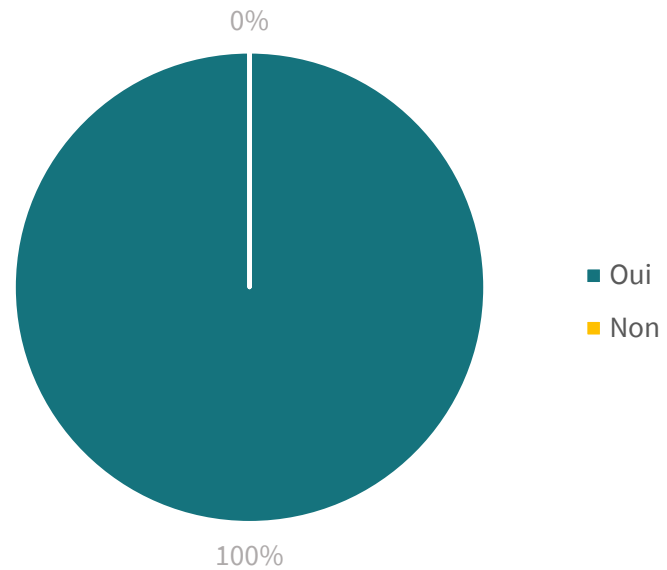
Si oui, comment évacuez - vous les eaux noires (ou les matières sèches) ? (n=4)



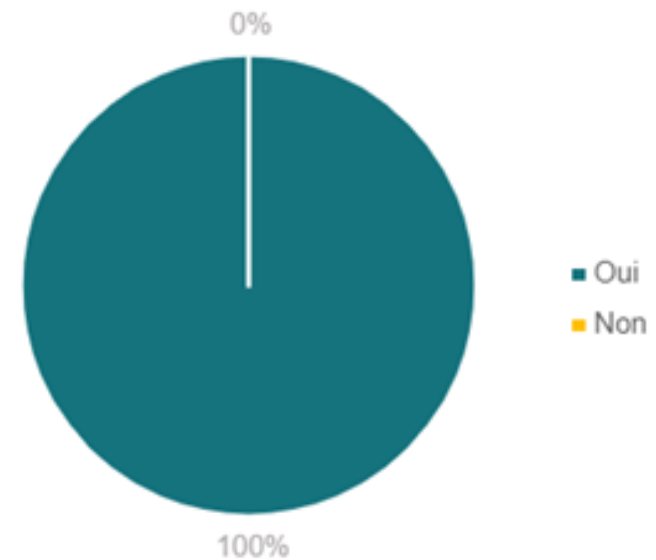
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **pratiquants de caravaning** :
gestion des eaux noires

Faites - vous le tri des déchets à bord ? (n=14)



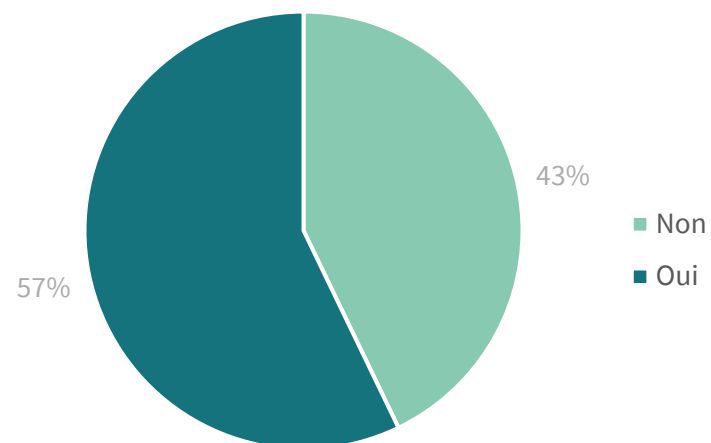
Utilisez - vous les WC publics ? (n=14)



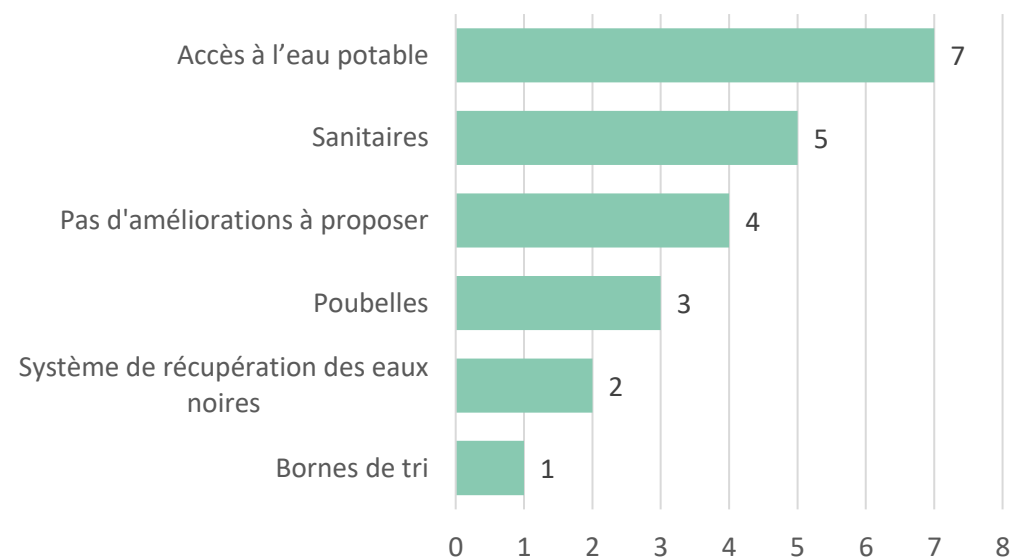
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **pratiquants de caravaning** : gestion des eaux noires

Trouvez-vous que les équipements des aires de stationnement sont suffisants ? (n=14)



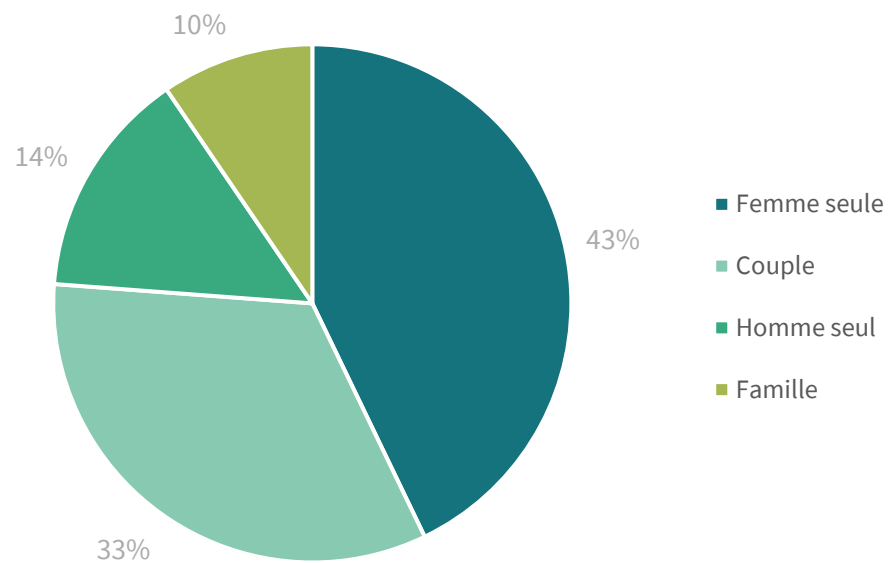
Selon - vous, quels services sont à améliorer ?



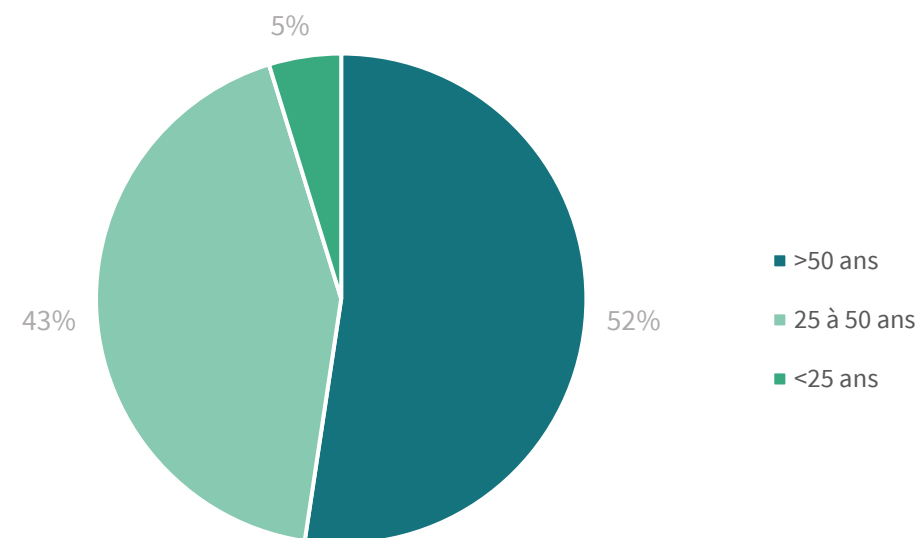
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **promeneurs de chiens** : profil des enquêtés

Profil des propriétaires de chiens (n=21)



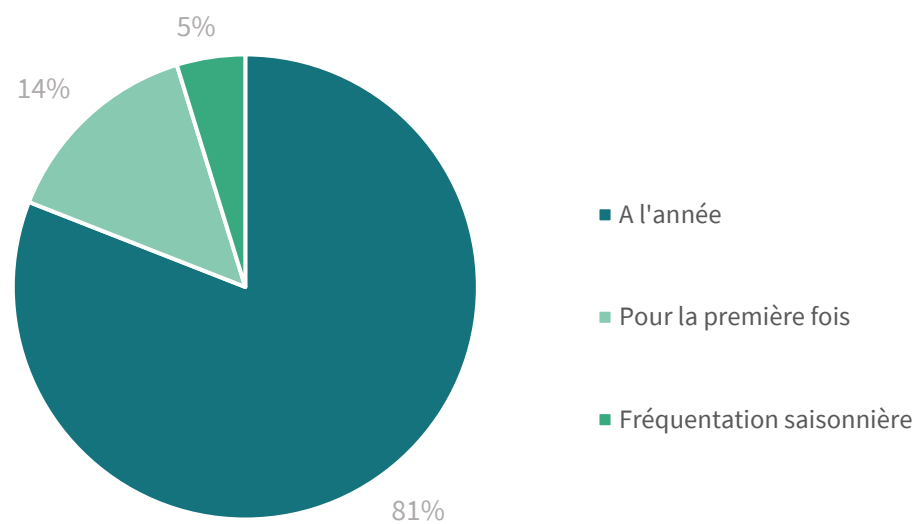
Âge des propriétaires de chiens (n=21)



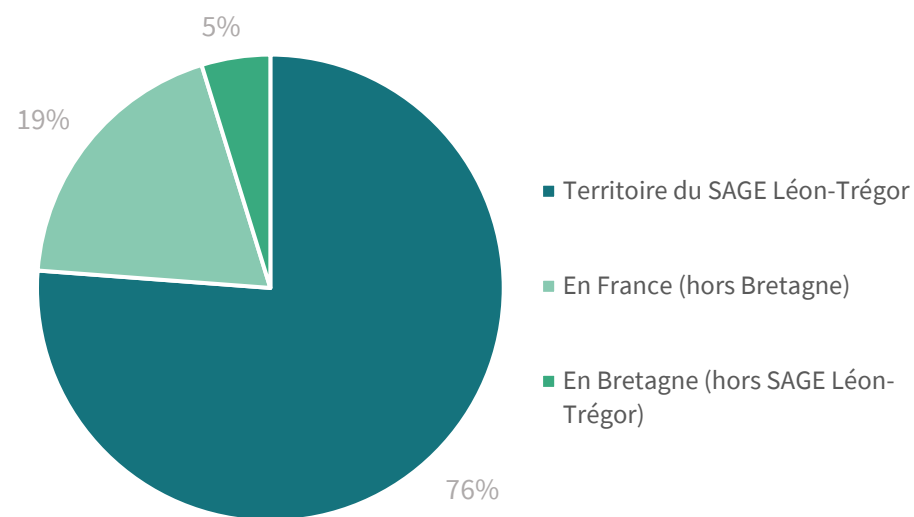
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **promeneurs de chiens** : profil des enquêtés

A quelle fréquence fréquentez - vous cette plage ? (n=21)



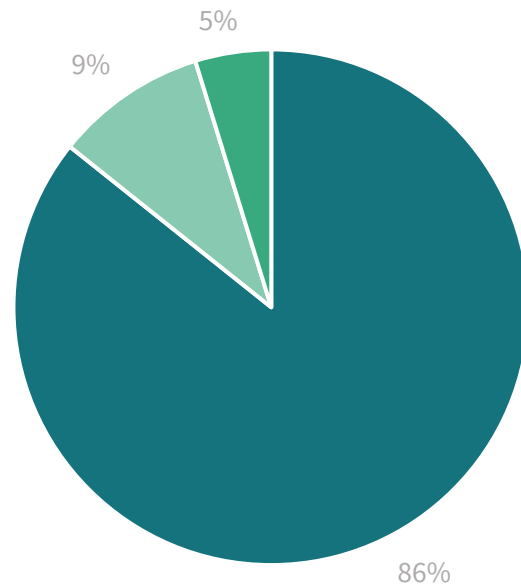
Lieu de résidence des propriétaires de chiens enquêtés (n=21)



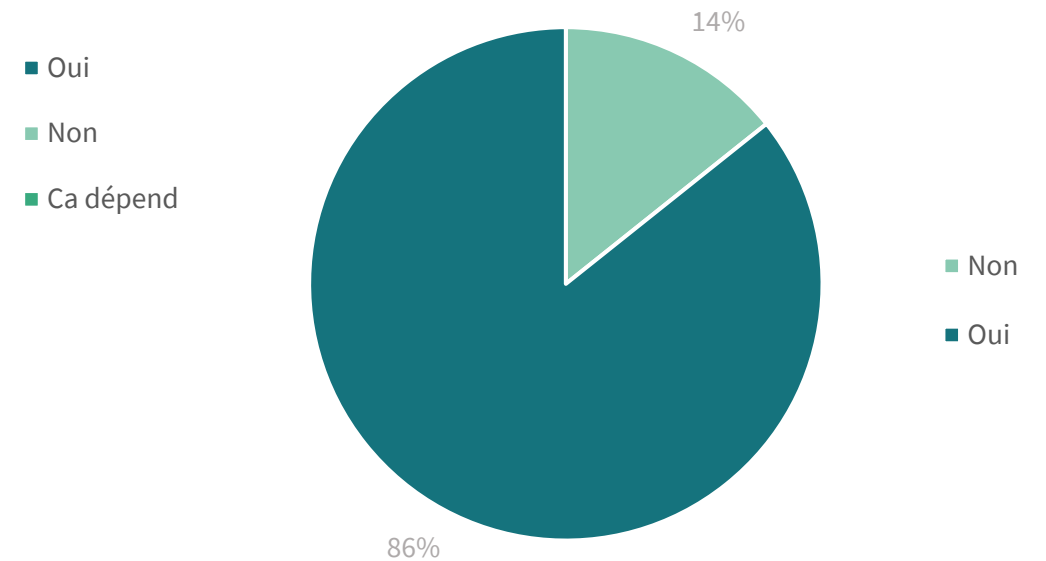
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **promeneurs de chiens** : profil des enquêtés

En promenade, ramassez - vous les déjections de votre animal ? (n=21)



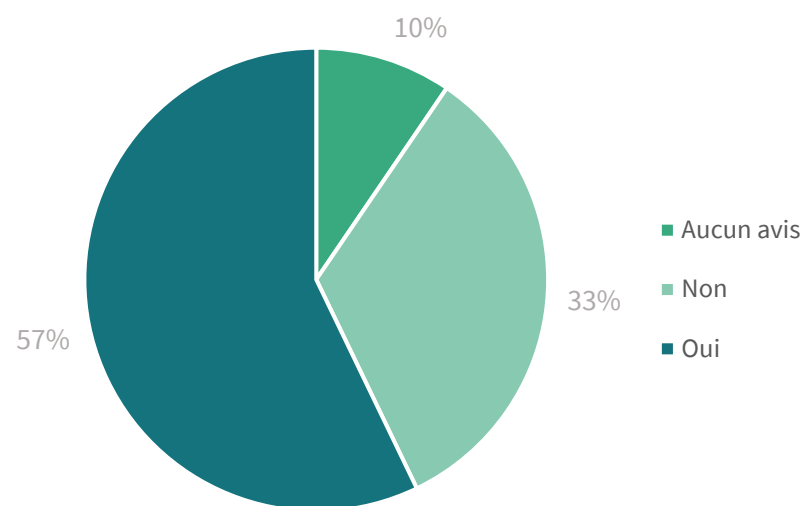
Connaissez - vous la réglementation relative à l'accès des chiens aux plages localement ? (n=21)



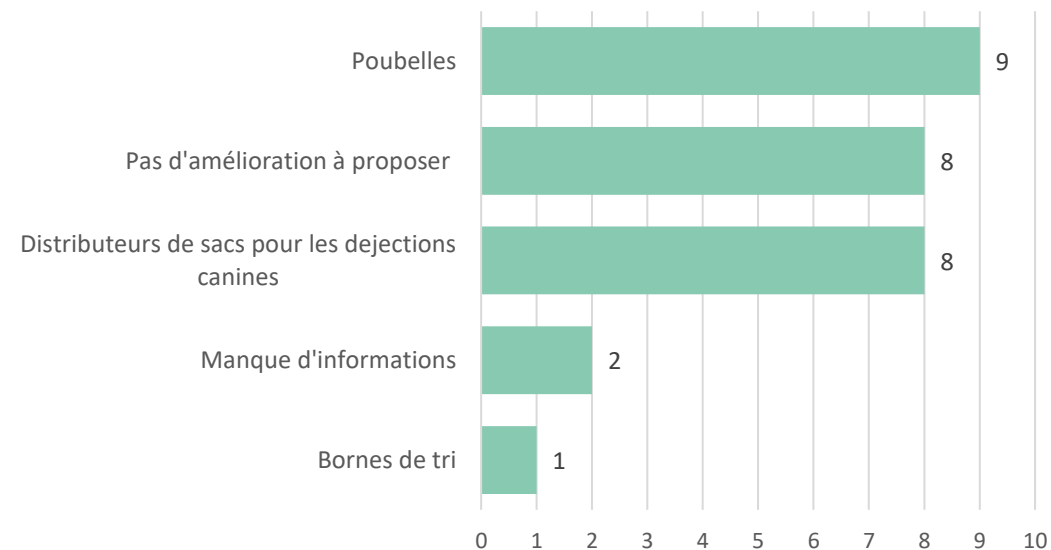
4. Résultats de la saison 2024

- Enquêtes auprès des **promeneurs de chiens** : profil des enquêtés

Trouvez - vous que les équipements des plages sont suffisants ?
(n=21)

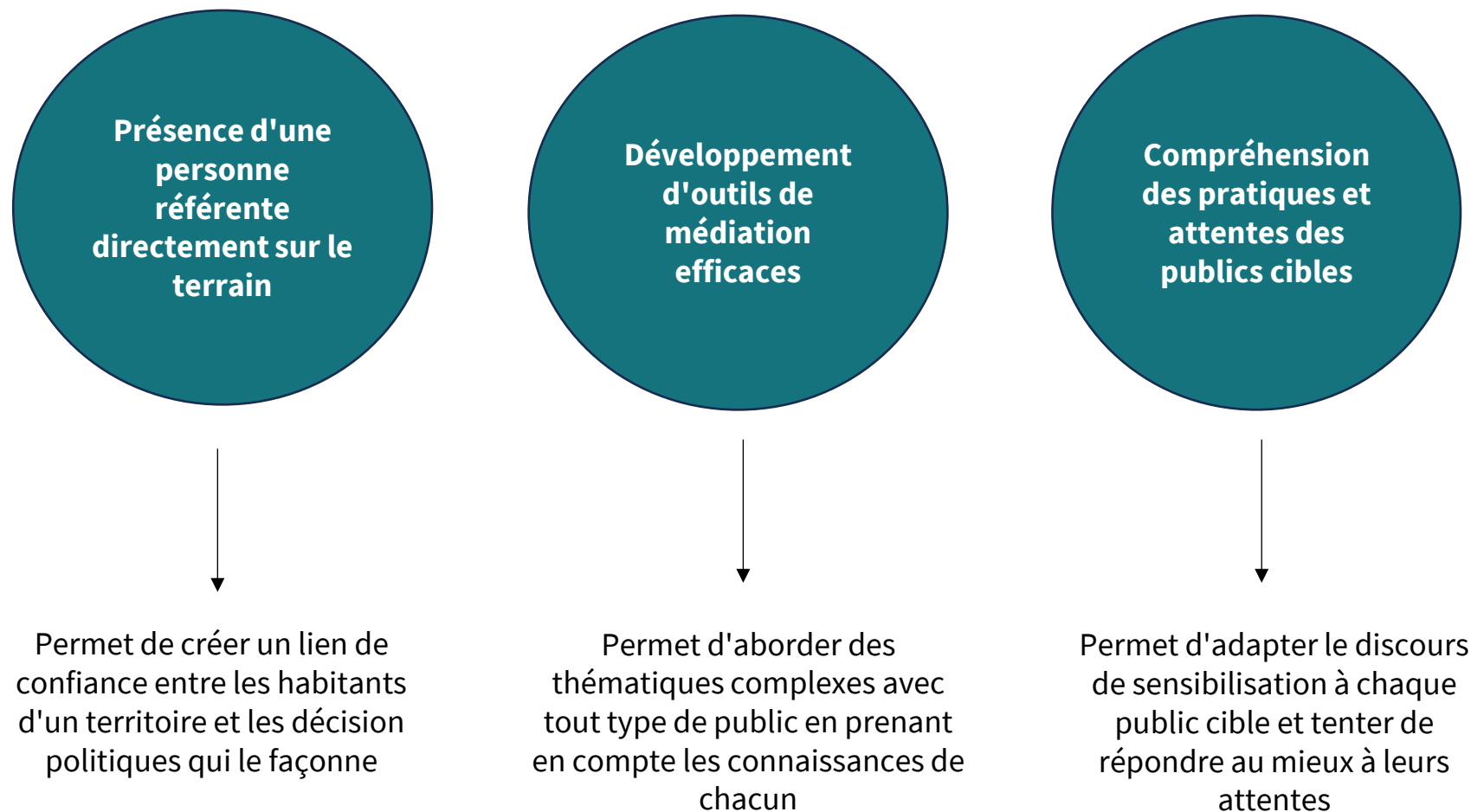


Selon vous, quels services sont à améliorer ?



5. Conclusion et perspectives pour la campagne 2025

- Bilan général du poste et des missions de médiation : trois points forts



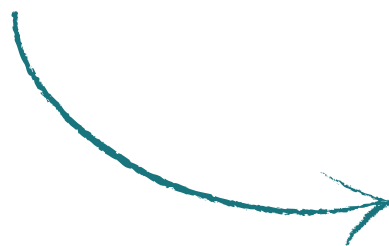
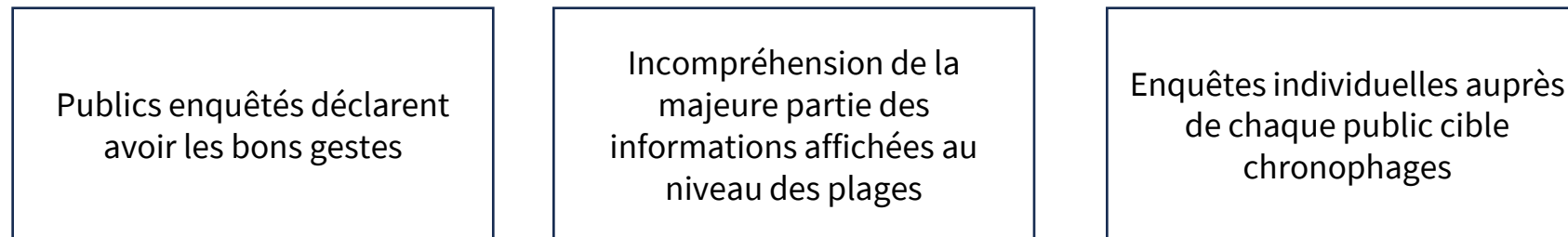
5. Conclusion et perspectives pour la campagne 2025

- Perspectives d'amélioration et d'évolution de la mission de médiation
 1. Animations pédagogiques (fêtes, marchés et établissements scolaires)
 - Cibler en priorité les communes n'ayant pas bénéficié d'animations en 2023 et 2024
 - Être davantage visible sur les événements, notamment les marchés / rendre le stand plus attractif
 - Développer plus d'outils de médiation notamment des outils en lien avec les études pilotés par le SAGE (algues vertes, restrictions d'eau, profil de vulnérabilité conchylicole, carénage, etc)
 - Créer une page de questions/réponses des usagers (FAQ) sur la page du Pays de Morlaix dédiée au SAGE et à la CLE.

5. Conclusion et perspectives pour la campagne 2025

- Perspectives d'amélioration et d'évolution de la mission de médiation

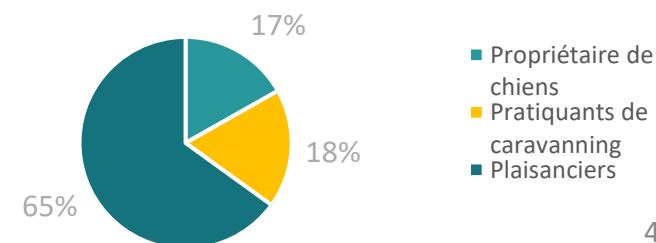
2. Enquêtes auprès des publics sources de pollutions microbiologiques



Imaginer une stratégie pour pérenniser le message

- **Continuer les enquêtes** auprès des promeneurs de chiens et pratiquants de caravaning sur les secteurs à enjeux ;

Répartition des enquêtes par public cible lors des deux années de campagne cumulées (n=226)



5. Conclusion et perspectives pour la campagne 2025

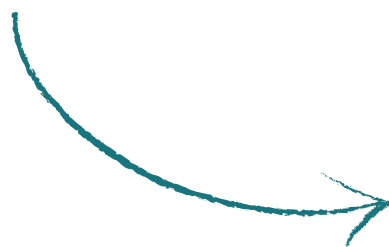
- Perspectives d'amélioration et d'évolution de la mission de médiation

2. Enquêtes auprès des publics sources de pollutions microbiologiques

Publics enquêtés déclarent avoir les bons gestes

Incompréhension de la majeure partie des informations affichées au niveau des plages

Enquêtes individuelles auprès de chaque public cible chronophages



Imaginer une stratégie pour pérenniser le message

- **Continuer les enquêtes** auprès des promeneurs de chiens et pratiquants de caravaning sur les secteurs à enjeux ;
- **Proposer des animations aux structures référentes sur le territoire** (associations de plaisanciers, office de tourisme, campings, capitaineries, écoles de voile, etc) et **former les responsables et équipes** de ces structures ;
- **Réaliser des panneaux d'informations** sur la qualité des eaux littorales.

5. Conclusion et perspectives pour la campagne 2025

• Perspectives d'amélioration et d'évolution de la mission de médiation

2. Enquêtes auprès des publics sources de pollutions microbiologiques

Pêcher intelligent, pêcher durablement

En respectant les bonnes pratiques de pêche, nous préservons la ressource, le milieu marin et notre sécurité. Chaque pêcheur à pied contribue ainsi à ce que ce plaisir reste accessible à tous et pour longtemps.

Le numéro des secours est le 196 Sécurité

Prenez connaissance de la météo et de l'heure de basse mer. Evitez d'aller pêcher par temps de brume ou d'orage. Ne partez pas seul sur un lieu inconnu et prévenez quelqu'un de l'heure de votre retour.

Conservez votre pêche vivante au frais et consommez la rapidement. Certains gisements sont insalubres. Pour connaître les zones à éviter: www.pecheapied-responsable.fr

Bonnes pratiques

- La récolte des coquillages est interdite dans les herbiers de zostères.
- Il est obligatoire de remettre les pierres retournées dans le bon sens.
- Respectez les tailles, les quotas et les périodes de pêche.
- Faites le tri de votre pêche sur les lieux de prélèvement.
- Laissez les femelles de crustacés portant des œufs.
- Pour la récolte des coquillages soumis à quota, les fourches, bâches et râtaeux grillagés sont interdits.
- Munissez-vous d'un outil de mesure.

Métiers

- Ne ramassez pas les espèces élevées à moins de 15 m des parcs conchylicoles.
- Sans licence professionnelle, il est interdit de revendre sa pêche.

Ces informations sont valables en Côtes d'Armor et Ile-et-Vilaine. Elles sont données à titre indicatif et ne sauraient remplacer la réglementation officielle.

Mercantour & Préalpes d'Azur, une biodiversité et des territoires à partager

Le ciel du Parc national du Mercantour et du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur est un espace partagé entre grands rapaces et amateurs d'activités aéronautiques. Voici quelques rappels utiles pour que ces territoires emblématiques restent des lieux d'harmonie !

1 GAVRETT BARBU

- 2,80 m d'envergure, ailes assez fines et queue allongée.
- Charognard. Solitaire, niche en falaise.
- Programme de réintroduction international.
- Espèce particulièrement rare et menacée.
- Sensible, notamment au dérangement en période de nidification.
- Comportement face aux aéronautes:** Très bonne capacité de vol, y compris à haute altitude. Non agressif avec les aéronautes.

2 AIGLE ROYAL

- 2,20 m d'envergure.
- Prédateur. Solitaire, il niche le plus souvent en falaise.
- Environ 52 couples présents dans le Parc national du Mercantour.
- Comportement face aux aéronautes:** Vol rapide et puissant. Fait fréquemment des piqués. Peut être agressif à proximité de sa zone de nidification.

3 VAUTOUR FAUVE

- 2,70 m d'envergure environ.
- Charognard. Grégaire, plusieurs centaines d'individus passent l'été dans le Mercantour.
- Colonies de reproduction dans les Préalpes: Vardon, Baronnies et Dials-Vercors.
- Comportement face aux aéronautes:** Vol lourd et peu réactif, manque d'anticipation dans les trajectoires des aéronautes. Peut être assoupi en vol.

Recommandations générales:

- Éviter les zones de reproduction (littoral).
- Ne jamais approcher volontairement les oiseaux, en particulier les concentrations de vautours fauves.
- Éviter de les surprendre, s'en éloigner dès que possible.
- Aucune autre solution n'est envisageable, apprenez par le dessus uniquement.
- Éviter également de perturber les animaux sauvages et les troupeaux domestiques.

Parc national du Mercantour:

Dans le Cœur du Parc national: Les survols motorisés et le vol à voile sont interdits à moins de 1000 m du sol en zone cœur du Parc. Le site ci-joint présente les points de passage possibles les plus fréquents, dans le respect de l'altitude minimale réglementaire. Le vol libre est autorisé sous conditions sur les 4 secteurs représentés sur la carte du 1er août au 15 octobre (3 secteurs randonnées, 1 secteur longue distance).

En dehors du Cœur: afin de protéger les sites de nidification du gypaète barbu, des zones de sensibilité majeure (ZSM) sont définies du 1er novembre au 15 août de chaque année, pendant la période de reproduction. Elles sont disponibles sur le site du Parc: www.mercantour-parcnational.fr

Parc naturel régional des Préalpes d'Azur:

Sur le territoire du Parc naturel régional: éviter de survoler les espaces naturels sensibles que sont les Plateaux de Caram et de Cassabès, le Col de Venise, le Chéron, particulièrement en période de reproduction (printemps).

La préservation de ce formidable héritage que constitue la biodiversité relève d'une responsabilité partagée par l'ensemble des usagers. Merri! à tous de relever le défi à nos côtés!

Ce panneau d'information a été réalisé par le Parc national du Mercantour avec le concours du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur, du comité régional UIM Pea et des atterradés montagne des Alpes-Maritimes (Villabon, Sola, Basse, Caprim) assistés par l'IFMPE. www.mercantour-parcnational.fr • www.prealpesdazur.fr • www.alpes.fr • www.ifmpe.fr

5. Conclusion et perspectives pour la campagne 2025

- Perspectives d'amélioration et d'évolution de la mission de médiation

3. Enquêtes sur les pratiques et le développement de l'offre de carénage sur le territoire du SAGE Léon-Trégor

Obtention de premières conclusions

- Les plaisanciers enquêtés sont conscients des impacts du carénage sur l'environnement ;
- Il n'existe pas, sur le territoire, de solutions de carénage adaptées à la préservation de l'environnement et à leurs besoins ;
- Les plaisanciers sont prêts à modifier leurs pratiques de carénage si des solutions adaptées sont apportées ;

Données à approfondir par ARTELIA et WIINCH dans le cadre de leur étude sur le développement de l'offre de carénage.

5. Conclusion et perspectives pour la campagne 2025

