



En pleine campagne !

La mobilisation pour protéger le milieu marin bat son plein. L'enjeu est majeur pour l'avenir de la planète. L'évolution du comportement du grand public, des industriels et des institutionnels est devenue capitale.

■ La troisième année de campagne SOS-Mer Propre lancée par la Fondation se développe et se déroule jusqu'à fin août dans toutes les régions de France et des Dom-Tom, ainsi qu'en Belgique, au Maroc et au Sénégal, à travers les Clubs FNH.

■ Une nouveauté très encourageante cette année, l'implication de l'industrie, maillon important dans le processus de protection de la mer.

■ Les "acteurs relais" résolument engagés :

- collectivités locales, mairies, offices de tourisme
- ports et capitaineries,
- professionnels de la mer et industriels,
- fédération sportives et courses au large,
- associations et scolaires,
- aquariums, musées et parcs naturels,
- et médias...

Ils diffusent le message avec la distribution du *Petit livret de la mer* et les outils de communication mis à leur disposition. Ils organisent des animations et des actions conformes aux objectifs de civisme et de pédagogie de la campagne.

■ Plus de 2000 actions, référencées "SOS-Mer Propre" ont été validées et sont accessibles sur le site très animé de la Fondation www.fnh.org

Un résumé pour chacune d'entre elles, les dates, lieux et coordonnées des organisateurs, suivant un classement par département.

• contact : b.martin@fnh.org



JEAN-MARIE VIDAL
Directeur de Port Camargue

« *Le cœur et la raison* »

Deux motivations majeures ont convaincu le passionné de la mer et le grand marin à rejoindre la campagne. Celle du cœur d'abord. « L'océan représente pour moi **des symboles inattaquables** qu'il faut préserver, les grands espaces vierges, l'individu dans cet élément et les valeurs morales qui s'y attachent. » Celle de la raison ensuite. « C'est le gestionnaire qui parle ! **La mer est notre outil de travail.** Il y a obligation à améliorer et à maintenir une qualité du milieu marin pour satisfaire nos activités économiques et touristiques.

Trop d'atteintes environnementales existent. C'est vrai que la tendance est au laisser-aller. **Nous devons encourager à bien faire** et ainsi faciliter les engagements. L'opération *Ports propres* en Languedoc-Roussillon s'y attachera. Mais attention à ne pas provoquer des attitudes de blocages !

C'est par l'information que nous souhaitons favoriser des actions et valoriser le plaisancier pour qu'il s'implique et soit acteur par ses comportements. Il faudrait qu'il devienne **signataire d'une charte de la plaisance.** »

CAROLINE VIEILLARD
Responsable de Méditerranée 2000 à Cannes

« *La dynamique du mouvement* »

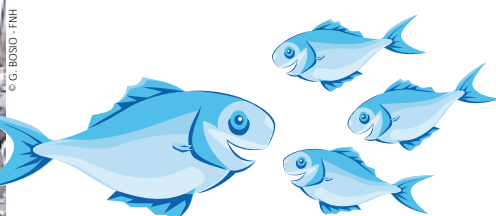


Très présente sur le terrain par des actions de sensibilisation et des activités avec des classes de primaires notamment, Caroline Vieillard qui participe aussi à l'opération *Mer en fête* ne voulait pas laisser passer sa deuxième année de campagne. « C'est l'envergure et la formidable dynamique du mouvement qui m'intéressent. **C'est la création d'un vaste réseau** qui fédère des grandes et petites structures. Il est intéressant de savoir ce que font les autres, leurs initiatives et leurs actions. Cela me permet de trouver des idées et de mettre de l'eau au moulin...

Certes beaucoup reste à faire mais **les effets se font déjà sentir.** Il n'y a pas de doute, les enfants ont une plus grande conscience de l'importance de la protection de la nature. Grâce aux initiatives de la Fondation, aux reportages sur le sujet, entre autres les émissions de Nicolas Hulot, et aux activités à l'école.

Les adultes y viennent aussi. Ils sont interpellés, comme on dit. Encore moins actifs parce que la routine et **les habitudes ne se remettent pas toujours facilement en question.** Or ils possèdent souvent des clés et leur implication devient capitale. »





**JOURNÉE EXCEPTIONNELLE
POUR 200 ENFANTS DES ÉCOLES
DE NICE. A TERRE ET EN MER
AVEC NICOLAS HULOT**

Pour le lancement de la campagne, aux côtés de la Fondation et du Centre de découverte du monde marin, initiateur de la manifestation, se sont joints, le rectorat, la ville de Nice, le conseil général, la chambre de commerce, des représentants de l'environnement marin et des Clubs FNH.



PATRICK LEPAS
Enseignant, responsable du Club FNH
"La Vie de la Nature" à Buzançais dans le Berry
**« Les évolutions,
j'y crois »**

La campagne tombait à pic !
« Nous avons saisi la balle au bond ! Les enfants travaillent sur l'eau, particulièrement sur la rivière, l'Indre, et préparent en même temps un sketch sur la mer et ses problèmes... »

Les enfants ont trouvé là l'occasion de développer et d'enrichir leur action et ont donc décidé de rallier le mouvement », dit Patrick Lepas, qui est aussi directeur d'école.

« Nous présentons au mois de juin un spectacle, l'histoire d'une goutte d'eau, dont la moitié est consacrée à la mer, à plus de cinq cents enfants des écoles de la région de Buzançais. Les adultes sont concernés aussi par une exposition des travaux et des émissions sur Radio France. Autant **de bonnes occasions pour communiquer.**

Les relais avec la presse quotidienne régionale, *Le Berry républicain* et *La Nouvelle République du Centre Ouest*, qui nous soutiennent sont également très importants.

La campagne enfonce des clous. les évolutions, j'y crois. **Les enfants sont de plus en plus sensibles,** ils observent, agissent et réalisent. **Le nettoyage partiel d'un étang, par exemple les a édifiés.** Chez eux ils parlent d'environnement et les parents, en suivant ce qu'ils font, en parlent à leur tour. Surtout de la protection et de l'usage de l'eau.

Toutes ces actions pourraient permettre **d'entreprendre des démarches à plus grande échelle et d'obtenir des mesures** concrétisant beaucoup d'objectifs, petits et grands. »



TIBOR SILLINGER
Administrateur délégué de la Fédération des industries nautiques
**« Donner le goût du comportement
écologique et civique »**

« De la fabrication d'un bateau à sa mise à l'eau, les professionnels du nautisme sont sensibles à leur univers de vie. C'est donc tout naturellement que la Fédération s'est engagée. Le message de la campagne est relaté dans notre journal et le livret est diffusé auprès des **530 entreprises membres de la FIN** qui à leur tour le transmettent aux plaisanciers. Plus de 60000 transactions par an s'effectuent à travers le réseau de distribution. Sans parler des quelque quatre millions de plaisanciers qui sont en rap-



JEAN-PAUL OLIVIER
Chargé de mission pour l'éducation,
rectorat de l'académie de Nice
**« L'intérêt
pédagogique »**

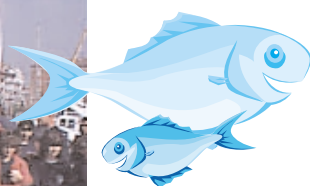
« C'est pour nous une opération importante, tant du point de vue pédagogique que par la rencontre fructueuse de nos élèves avec Nicolas Hulot et les spécialistes du milieu marin.

La médiatisation de l'événement nous a permis **d'attirer l'attention du grand public.** La présentation des travaux de nos scolaires sur un milieu riche, mais fragile et menacé, devrait, souhaitons-le, sensibiliser efficacement.

L'académie, largement ouverte sur la Méditerranée, se sent concernée par tout ce qui touche le milieu marin, et les

échanges entre les pays voisins. C'est la raison pour laquelle le recteur Maurice Quenet a souhaité **associer nos établissements à la campagne.** Notre programme d'éducation à l'environnement s'inscrit dans une politique éducative pour la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, prenant en compte **le développement durable en Méditerranée.**

Nous travaillons à cet objectif en association avec plusieurs partenaires français et étrangers et le Centre de découverte du monde marin de Nice. »



**SUR LE PORT
DE NICE**
Ateliers, découvertes
et animations étaient
proposés au public.