

Respektiere

deine Grenzen

Rapport annuel 2010

Impressum

Rédaction: Reto Solèr, chef de la campagne « Respecter, c'est protéger »

Destinataires: Patronage, partenaires, associés, soutiens financiers, autres intéressés

Contact: info@respecter-cest-protoger.ch
www.respecter-cest-protoger.ch

Sommaire

Rapport annuel 2010	1
Impressum	1
Sommaire	1
Vue d'ensemble des activités (automne 2009 – printemps 2011)	1
Balisage sur le terrain	2
Portail Internet respecter-cest-protoger.ch	2
Mesures de sensibilisation du marché de l'outdoor	3
Mesures de sensibilisation des institutions de tourisme et d'éducation	4
Opérations de relations publiques et médias	4
Mesures d'accompagnement	6
Interne	7
Contact	7

Vue d'ensemble des activités (automne 2009 – printemps 2011)

Octobre 2009	Lancement de la plate-forme Web
Octobre 2009	Edition de dépliants, d'affiches et de gadgets pour le marché de l'outdoor
1 ^{er} décembre 2009	Conférence de presse pour le lancement de la campagne
9 juin 2010	Retraite du comité de campagne et de l'équipe de campagne
Septembre 2010	Réédition de cartes sur la faune sauvage
Septembre 2010	Edition de nouveaux dépliants
Octobre 2010	Edition d'un dossier de formation pour le marché de l'outdoor
Octobre 2010	Rédaction d'un business plan et d'un règlement d'organisation
24 novembre 2010	Assemblée annuelle des organisations partenaires
13 décembre 2010	Formation destinée au marché de l'outdoor au Gurten
17 décembre 2010	Excursion médias pour le lancement de la plate-forme Web présentant les zones de tranquillité de la faune
Janvier 2011	Dépliant distribué sous forme de supplément dans « Les Alpes », « Ami de la nature » et « Parc jurassien vaudois »
Février 2011	Pourparlers avec les Remontées mécaniques suisses et la Fédération suisse du tourisme en vue de coopérations
Mars 2011	Prototype du jeu de plateau « Weisse Wildnis »

Balisateur sur le terrain

La campagne « Respecter, c'est protéger » offre aux cantons un soutien dans le domaine du balisage des zones de tranquillité préconisées, en proposant des panneaux tout prêts assortis de règles de comportement. Pour les zones de tranquillité déjà en vigueur, un lien est établi avec la campagne grâce à un marquage additionnel au moyen du logo « Respecter, c'est protéger ». Au cours du premier hiver 2009/2010 de la campagne, les cantons de *Berne, Fribourg, Lucerne, Nidwald, Schwyz, Uri et Zurich* ont utilisé l'une ou l'autre de ces formes de balisage « Respecter c'est protéger » ou complété le balisage existant par le logo de la campagne.

En Suisse romande, la mise en œuvre de la campagne repose pour l'essentiel sur la collaboration entre les services cantonaux compétents dans le domaine de la chasse et SwissSnowShoe, la Fédération suisse de raquette à neige qui balise de nombreux itinéraires de raquettes en qualité d'organisation à but non lucratif. En 2009/2010, le canton de Fribourg a été le premier à se lancer dans cette collaboration. 43 itinéraires d'une longueur totale de 240 km ont été contrôlés par les garde-faune.

Pour orchestrer les commandes de matériel, l'OFEV a mis en place deux centres de coordination, un pour la Suisse alémanique et un autre pour la Suisse romande. Les photos ci-dessous montrent différentes formes de mise en place du balisage sur le terrain en lien avec la campagne « Respecter, c'est protéger » (« RcP »):



Panneau RcP



Panneaux RcP



Autocollant RcP

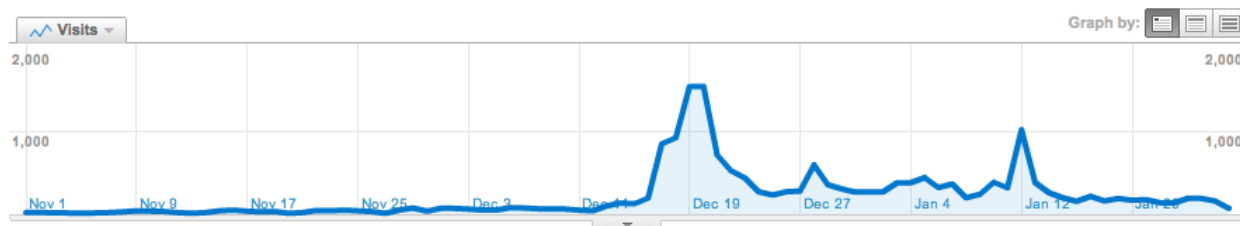


Panneau RcP avec fanion barrant l'accès

Portail Internet respecter-cest-protoger.ch

A l'automne 2010, l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) a réalisé avec les cantons pour la première fois un recensement des zones de tranquillité cantonales sur l'ensemble du territoire suisse. Le projet, coordonné par l'OFEV, a permis en décembre d'élaborer des données récapitulantes des zones de tranquillité de neuf cantons. Depuis la mi-décembre, ces données comportant toutes les zones de tranquillité et zones de protection de la faune sont disponibles en ligne sur www.respecter-cest-protoger.ch. Outre des informations sur le tracé actuel de ces zones, ce portail comporte des outils permettant de planifier des excursions hivernales respectueuses de la nature. Le site est constamment mis à jour pour que les adeptes des sports d'hiver sachent dans quels secteurs ils peuvent évoluer. De même, la conception du site a été remaniée, et les textes ont été actualisés. Dans l'optique de la saison hivernale 2011/2012, les « problèmes techniques de jeunesse » seront corrigés, et la compréhensibilité des informations relatives aux zones de protection sera améliorée.

Les pics de visites ci-dessous correspondent à la période de lancement de la version remaniée du site et de mise en ligne du module cartographique. Auparavant, la fréquentation journalière moyenne était d'une quarantaine de visiteurs. En décembre et en janvier, elle s'est établie à 300 internautes, avec des pointes de 600, 1000 et 1500 visiteurs par jour.



Mesures de sensibilisation du marché de l'outdoor

Sur la base des expériences du projet pilote de 2009/10, un dossier partenaires a été établi pour l'hiver 2010/11. Celui-ci permet aux entreprises intéressées du marché de l'outdoor (sport-loisir de pleine nature) de conclure un partenariat standard avec la campagne. L'entreprise s'engage à faire assister au moins un de ses collaborateurs à une formation centrale et à sensibiliser activement ses clients aux buts de la campagne en leur remettant des gadgets. Pour cela, l'entreprise doit s'acquitter d'une contribution partenaire, qui est fonction de sa taille.

Partenariats

A fin février 2011, 8 entreprises s'étaient engagées dans un partenariat avec la campagne (1 magasin spécialisé de sports de montagne, 4 écoles de sports de montagne, 3 importateurs de raquettes à neige). Une formation à laquelle ont participé 13 personnes a été organisée à Berne pour les partenaires. En complément du dossier partenaires, des raquettes à neige de différents fabricants ont été pourvues de l'étiquette de la campagne, produisant un effet démultiplicateur conséquent pour un investissement faible.

Nouveauté: dossier de formation

Pour la formation, les responsables de la campagne ont conçu un dossier permettant de transmettre aux collaborateurs les informations générales relatives à la campagne « Respecter, c'est protéger ». Toutes les informations essentielles relatives à la campagne, à la vie des animaux sauvages en hiver ainsi que de nombreux conseils et renseignements sur la façon d'aborder le sujet y sont exposés de manière concise. Ainsi, les collaborateurs qui, dans un magasin spécialisé de sports de montagne ou lors d'une randonnée, sont en contact avec des clients ou des hôtes sont en mesure de les informer en quelques mots.

Manifestations

Au cours de cet hiver, le Club Alpin Suisse a été présent lors de 12 rendez-vous sportifs de raquettes à neige avec divers éléments de promotion, et la campagne a été représentée par diverses banderoles et dépliants publicitaires. Ces événements sportifs ont été relayés dans la presse écrite, sur Internet et à travers des spots radio. En collaboration avec le CAS, un concours a été lancé, des annonces de la campagne ont été insérées dans la publicité, et des modules de formation, aménagés lors des manifestations.

La campagne a aussi été présentée lors de cours délivrés par l'école de montagne d'Uri, sous l'intitulé *Wildtiere im Winter/Freeriden im Einklang mit der Natur* (Faune sauvage en hiver / Le free-ride en harmonie avec la nature). Le sujet a été abordé par des guides de montagne, qui ont renseigné les participants sur les contenus de la campagne et leur ont signalé l'existence d'un portail sur les zones de tranquillité. En outre, tous les participants ont reçu en cadeau un sac à pique-nique contenant un stick à lèvres, un inclinomètre et un dépliant. Les cours ont été annoncés au mois de décembre 2010 dans « Coopération », le magazine de la Coop. Par ailleurs, la campagne a été représentée lors d'un événement de raquettes à neige à Sörenberg.

Toutes ces informations sont récapitulées en chiffres dans le tableau ci-dessous:

Type d'entreprise	2010/2011	2009/2010	Total
Magasins de sports de pleine nature	1 (6 succursales)	3 (11 succursales)	4 (17 succursales)
Ecoles de sports de montagne	4	8	12
Importateurs de raquettes	3 (4 marques)	5 (5 marques)	8 (9 marques)

Mesure	2010/2011	2009/2010	Total
Etiquettes sur emballages	5 000 pièces	3 500 pièces	8 500
Autocollants sur emballages	16 000 (0)* pièces	25 000 pièces	41 000
Sacs à pique-nique distribués	1 500 pièces	600 pièces	2 100
Sticks à lèvres distribués	600 pièces	3 800 pièces	4 400
Inclinomètres	1 000 pièces	2 700 pièces	3 700
Brochure Dossier Partenaire	100 brochures	-	100
Formation	1 (13.12.10)	15	16
Présence lors d'événement Manpower	1 Festiraquette	2	3
Présence avec matériel d'infos à des événements	27 actions Coop 12 CAS/PCManagm.	1	40
Dépliants distribués	8 560	Environ 80 000
Dossiers de formation distribués	21 dossiers	21 dossiers	42

Mesures de sensibilisation des institutions de tourisme et d'éducation

Début 2011, les responsables de la campagne ont examiné avec la Fédération suisse du tourisme et les Remontées mécaniques suisses des points stratégiques d'une coopération, qui seront concrétisés dès l'hiver 2011/2012. Les canaux d'information de ces fédérations pourraient constituer un moyen systématique et percutant d'atteindre des organisations touristiques et, notamment, des stations de ski et des remontées mécaniques.

Dans le cadre de la campagne, divers supports de formation doivent être élaborés pour des cours dans le domaine des sports de pleine nature ainsi que pour le secteur du tourisme. Ces supports ont pour objectif d'apporter une information complète et éclairante sur la thématique « Sports d'hiver et protection de la faune sauvage ». En outre, la possibilité de s'adresser aux élèves et aux enseignants par des modules de formation spécifiques est à l'étude.

Opérations de relations publiques et médias

Excursion médias du 17 décembre 2010

Pour le bien de la faune: planifier les randonnées hivernales sur Internet, tel était le titre du communiqué de presse du 17 décembre 2010. A l'occasion d'une excursion avec les médias, les responsables de la campagne ont exposé les nouveautés de la deuxième année. A

partir de la mi-décembre, toutes les zones de tranquillité et les zones de protection de la faune actuelles pouvaient être consultées en ligne sur www.respecter-cest-protoger.ch. L'opération de presse, réalisée sous forme de randonnée en raquettes dans le canton de Fribourg, a eu un grand écho. La direction de la campagne a dénombré plus de 50 articles et reportages. Parmi les principaux, notons un sujet dans le journal de la Télévision suisse DRS et des reportages sur des radios telles que la Radio Suisse Romande. La revue de presse peut être demandée auprès de la direction de la campagne.



Le dépliant

Le dépliant en sept volets comporte depuis 2010/2011 davantage d'informations sur la faune sauvage. Par ailleurs, il contient toujours des conseils pour préparer des randonnées. Le dépliant a été tiré en octobre 2010 à 135 000 exemplaires en allemand et à 23 000 exemplaires en français. Sur ces tirages, respectivement 105 000 et 22 000 exemplaires ont été distribués à un large public germanophone et francophone. Le traitement des envois est principalement assuré par l'Office fédéral des constructions et de la logistique, la majorité des cantons a été directement livrée par l'Office fédéral de l'environnement. La direction de la campagne en a également pris en charge une petite partie et a assuré la livraison des affiches. Le dépliant de la campagne a été joint aux envois suivants:

Institution	Supplément / envoi	Tirage
Club Alpin Suisse CAS	Revue « Die Alpen » (« Les Alpes »)	50 000 d
Suisse Rando	Magazine Suisse Rando	16 000 d / 5 000 fr
Amis de la nature Suisse	Revue Ami de la nature	10 500 d / 2 000 fr
Parc jurassien vaudois	Journal du parc	17 000 fr
Total		93 500 d / 7 000 fr

Réédition de sets de cartes Portraits d'animaux

Le set, qui se compose de sept cartes dressant chacune le portrait d'un animal, se prête idéalement à des leçons, lors de cours de formation ou d'excursions: grand tétras, tétras-lyre, lagopède alpin, bouquetin, chamois, cerf rouge, lièvre variable. Format A4, laminé (résistant à l'eau, infroissable), dans un étui plastique A5. Prix: 19.- francs. Au total, 70 sets ont été vendus.

Jeu de plateau « Weisse Wildnis »

A compter du printemps 2011, le jeu sur la faune sauvage « Weisse Wildnis » (que l'on pourrait traduire par « Nature sauvage ») sera disponible comme prototype dans le cadre de la campagne. Ce jeu permet de façon ludique de se placer dans la peau d'un animal alpin qui doit affronter l'hiver. En arrivant – ou non – au printemps avec des « réserves d'énergie » limitées, on comprend pourquoi les animaux sauvages ont besoin de tranquillité en hiver, et pourquoi les précautions prises par les adeptes des sports d'hiver et la délimitation de zones de tranquillité sont une nécessité.

Autres moyens d'information et de communication

- Affiches A4 au format papier et électronique (allemand et français);
- Petite vidéo à télécharger ou à commander (allemand et français);
- Documentation pour les médias à télécharger (allemand et français);
- Logos de la campagne en différentes versions (allemand et français);
- Photos de la campagne avec pour sujets les itinéraires, les animaux et les balisages.

Manifestations

Des « multiplicateurs » importants ont été sensibilisés à l'occasion d'exposés tenus devant des publics spécialisés ou ciblés:

2009/2010	Public
Haute école fédérale de sport de Macolin, OFSPO	Etudiants en sport
Journées lyssoises de la faune	Experts en biologie animale (recherche, administration, pratique)
Conférence annuelle de la CDPNP	Conférence des délégués cantonaux à la protection de la nature et du paysage
2010/2011	Public
Assemblée des partenaires	Délégués des organisations membres
Evénement de formation des multiplicateurs	Représentants du marché de l'outdoor
Haute école fédérale de sport de Macolin, OFSPO	Etudiants en sport
Fédération suisse du tourisme	Directrice suppléante
Remontées Mécaniques Suisses (à deux reprises)	Directeur suppléant, responsable de la communication, comité au complet la 2 ^e fois

Mesures d'accompagnement

Coopérations

Au cours des deux saisons hivernales passées, les partenaires ont mis à la disposition de la campagne des emplacements d'annonces gratuites dans leurs magazines, ils ont joint le dépliant à leurs envois et l'ont placé sur des présentoirs dans des locaux de vente. En outre, des articles ont été publiés dans la presse spécialisée, des bannières, placées sur des sites Internet, le site « RcP » a été mis en lien, et la newsletter, envoyée. Rien que dans « Les Alpes », la revue du CAS, cinq annonces ont été passées au cours des deux dernières saisons hivernales. Les canaux d'information des organisations associées sont tout aussi importants pour la distribution des contenus de la campagne. Ceux-ci concernent en premier lieu le marché de l'outdoor (sport-loisir de pleine nature). Pour les deux prochaines saisons d'hiver 2011/2012 et 2012/2013, les canaux des secteurs du tourisme et des institutions d'éducation également seront mis à profit autant que possible.

Evaluation

Après une première prise de contact au printemps 2010, la direction de la campagne a négocié début 2011 un partenariat avec le centre de « Management de la nature » de la Haute école zurichoise des sciences appliquées (ZHAW). Les premiers éléments de l'évaluation sont présentés dans le business plan de la campagne. A présent, les indicateurs et les méthodes vont être concrétisés au printemps 2011.

Identité visuelle

Parallèlement à la planification des mesures de communication pour la période allant de 2011 à 2013, une remise à plat de l'identité visuelle et des moyens de communication est lancée. Celle-ci s'appuie sur les bases existantes ainsi que sur les directives de communication. Au cours de deux ateliers de l'équipe de campagne qui se sont déroulés fin 2010 et début 2011, des messages clés ont été développés, qui serviront de base au remaniement des éléments graphiques et textuels de la campagne. Le « corporate design » définitif sera prêt pour l'été 2011.

Interne

Réorganisation de la direction de la campagne

En juin 2010, Reto Solèr a succédé à Markus Ruff à la tête de la campagne. Simultanément, l'organisation a été remaniée. Le chef de la campagne a désormais son bureau au secrétariat du Club Alpin Suisse à Berne. Les modalités et la répartition des tâches entre l'OFEV et le CAS ainsi que la gestion et les missions de la nouvelle direction de la campagne ont été définies par contrat.

Business plan et règlement d'organisation

Le business plan, élaboré à l'automne 2010 par la direction de la campagne, est un outil de planification financière et programmatique pour la période 2011 à 2013. En outre, il esquisse des perspectives pour l'évolution future de la campagne. Le business plan sert d'instrument de contrôle stratégique aux partenaires et au comité de pilotage. Le nouveau règlement d'organisation comporte pour sa part les fonctions, les tâches et les compétences des différents organes, tels que le patronage, les associés et les partenaires.

Collecte de fonds

En ce début d'année 2011, la direction de la campagne s'attache à obtenir des moyens financiers pour assurer les mesures de sensibilisation jusqu'à la fin du premier semestre 2013. Un budget et un plan de financement calés sur le business plan existent depuis la fin 2010. Outre le Fonds ayant un but d'utilité publique des cantons, la direction sollicite également des fondations et des sponsors.

Communication interne

A l'occasion de plusieurs réunions, le comité de pilotage et l'équipe de campagne ont assuré la planification, la coordination et la réalisation de la campagne. Le 9 juin 2010, les responsables de la campagne ont organisé un atelier « Auf zur neuen Saison » (en route pour une nouvelle saison), à la *Haus des Sports* d'Ittigen, en présence d'un animateur externe.

Finances

Le compte de résultat de la campagne pour l'année civile 2010 est présenté dans un document à part.

Contact

Reto Solèr

Kampagneleiter | Chef de campagne

Kampagne « Resktiere deine Grenzen » | Campagne « Respecter, c'est protéger »

c/o Club alpin suisse, Monbijoustr. 61 | Case postale | CH-3000 Berne 23

+41(0)31 370 18 52 +41(0)79 628 16 03

reto.soler@respecter-cest-protoger.ch | www.respecter-cest-protoger.ch