

# BILAN DE LA COMMUNICATION SUR LA ZMEL DE BAGAUD 2020

L'implantation d'une ZMEL dans la passe de Bagaud bouscule les pratiques habituelles des plaisanciers. Afin de favoriser l'appropriation du projet et d'orienter les comportements des usagers vers des pratiques plus adaptées aux enjeux environnementaux, le Parc national de Port-Cros, en collaboration avec des structures associatives locales et le soutien de partenaires financiers, a déployé des outils de communication et une campagne de sensibilisation sur l'ensemble de son territoire.

## Les outils de communication développés



Affiches, cartes postales, panneau, dépliants de navigation... sont des supports qui ont été affichés ou distribués auprès des publics cibles de la communication :

- les professionnels du nautisme (loueurs de bateau, écoles de navigation, capitaineries)
- les plaisanciers

## La campagne de sensibilisation

### Objectifs :

- Favoriser la distribution des supports de communication
- Sensibiliser aux éco-gestes à adopter pour protéger et préserver l'environnement marin

**+150**  
**plaisanciers interrogés**

Réalisation d'une enquête de sensibilisation auprès des plaisanciers en mer et dans les ports.

**20**  
**journées de sensibilisation**

- 10 journées auprès des plaisanciers
- 10 journées auprès des professionnels.

**40%**  
**des enquêtés**

préfèrent internet comme outil de communication.

**125**  
**professionnels touchés**

offices de tourisme, capitaineries, loueurs de bateaux, écoles de navigation, centres de plongée.

**85%**  
**des enquêtés**

pensent que la ZMEL permet de protéger l'environnement marin.

La campagne de sensibilisation arrive en second choix dans les outils qui touchent le plus les plaisanciers.

## Le territoire d'actions

Actions de sensibilisation réalisées sur l'aire maritime adjacente du Parc national de Port-Cros : de La Garde à Ramatuelle.

Sensibilisation des offices de tourisme et des capitaineries sur un territoire élargi : de Bandol à Sainte Maxime

