

Extension de la démarche 0 phyto aux habitants et professionnels



Eurométropole de Strasbourg

1 Parc de l'Etoile

67076 Strasbourg

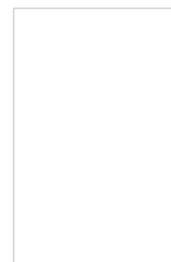
[Voir le site internet](#)

Suzanne Brolly

suzanne.brolly@strasbourg.eu

[Consulter la fiche sur OPTIGEDE](#)

Auteur :



CONTEXTE

Dès décembre 2007, la ville et la CUS s'engagent avec l'**Agence de l'eau Rhin-Meuse** sur une démarche de « 0 phyto ».

Cette démarche doit s'appliquer à **tous les domaines de compétences de la ville et de la CUS**.

Cette dernière a également souhaité impliquer les communes adhérentes. De plus, ce retour de la « **nature en ville** » n'est pas toujours bien accepté par les habitants et nécessite une **forte communication** sur les nouvelles pratiques mises en œuvre, aussi bien pour expliquer la démarche de la CUS que pour sensibiliser et former les habitants au jardinage au naturel.

L'objectif « 0 phyto » étant atteint aujourd'hui, la CUS élargi l'action à une **politique plus globale en faveur de la biodiversité**.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Sensibiliser et inciter les particuliers et professionnels à pratiquer le jardinage au naturel

Résultats quantitatifs

- **99 % de réduction d'utilisation des produits à la CUS : 850 kg en 2008, 4 kg en 2011 pour les terrains de sport uniquement (0 kg dans les cimetières).**
- Multiplication des animations, ateliers, formations au grand public et aux scolaires
- 1 séminaire, 1 charte de la biodiversité, 1 guide à destination des gestionnaires publics et privés d'espaces verts
- 1 manuel de jardinage au naturel, des fiches pratiques jardinage au naturel, 1 plaquette de présentation de la démarche 0 phyto
- 1 kit pédagogique pour les CM1 et CM2

Résultats qualitatifs

Diminution du nombre de plaintes des habitants face au retour de la nature en ville

MISE EN OEUVRE

Planning

- Décembre 2007 : Signature de la convention avec l'agence de l'eau Rhin-Meuse fixant le 0 phyto pour 2010
- 2008 : signature d'un marché de communication dédié à la présentation et la promotion de la démarche 0 phyto
- Juin 2008 : premiers panneaux d'information dans la ville avec numéro vert pour expliquer la démarche
- Mai et juin 2009 : lancement de la campagne d'affichage « les pesticides, on en a plein le nez » et de la signalétique « Mission zéro pesticides » dans les parcs et au pied des arbres
- 2009 à aujourd'hui : animations régulières, stands, expositions, formations au jardinage au naturel
- 2010 : exposition « le retour des herbes folles » pour sensibiliser à l'impact visuel de l'arrêt des pesticides. Création d'un kit pédagogique scolaire sur les « herbes folles »
- 12 janvier 2011 : séminaire de sensibilisation des gestionnaires d'espaces verts
- 15 juin 2011 : journées techniques à destination des gestionnaires d'espaces verts et diffusion d'un guide des « 10 actions pour plus de biodiversité »
- Juin 2012 : diffusion d'une charte biodiversité à destination des gestionnaires privés et publics intégrant le « 0 phyto »

Moyens humains

0,1 ETP pour la responsable biodiversité et 0,1 ETP pour l'équipe projet 0 phyto
 Agence de communication pour appuyer la responsable biodiversité
 Prestataires pour animations ponctuelles

Moyens financiers

Marché de communication de 210 000 € subventionné à 70 % par l'agence de l'eau
 Coûts supplémentaires pour des actions ou supports de communication ponctuels non prévus par le marché

Moyens techniques

Forte utilisation et mobilisation du réseau d'affichage de la ville

Partenaires mobilisés

Agence de l'eau Rhin-Meuse
 SINE (association Strasbourg Initiation Nature environnement) pour des formations au jardinage au naturel et autres associations environnement (Alsace Nature)
 Conseil Régional (charte régionale 0 pesticides à destination des collectivités, formations avec la FREDON)
 Jardins familiaux, conseils de quartiers, inspection d'académie

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Nécessite d'avoir en interne mis en place la démarche zéro pesticides pour pouvoir mêler sensibilisation aux nouvelles pratiques et formations pour l'appropriation par les habitants et professionnels.

Difficultés rencontrées

Une campagne de communication originale, très large et s'appuyant sur la démarche de la CUS et de la ville

Recommandations éventuelles

Une bonne communication est essentielle et doit varier les supports et les formes (guides, plaquettes d'information, animations scolaires ou grand public, formations pratiques...).

Elle doit **s'appuyer sur les résultats** de la collectivité (exemplarité)

Mots clés

PREVENTION DES DECHETS | MENAGE | ENTREPRISE | CAMPAGNE D'INFORMATION | DECHET DANGEREUX

Dernière actualisation

Octobre 2012
 Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr
 sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Administrateur OPTIGEDE
administrateur.optigede@ademe.fr
 Direction régionale toutes les régions