

## COMPTE RENDU DE LA RÉUNION DU COMITÉ DE PROMOTION DU PNR BRIE 2 MORIN DU 19 NOVEMBRE 2018

à CHAILLY-EN-BRIE

Etaient présents :

**Référents** : Caroline BRISSET, Jean-Luc RENAUD

**Au titre des membres élus du CLD en commissions SMEP :**

- commission aménagement du territoire, paysage, architecture, transport, mobilités, numérique, urbanisme et patrimoine : Jane BUISSON
- commission rédaction de la charte, environnement, développement durable, énergie et biodiversité : Pascal VUILLAUME, Mathieu CHENUT
- commission développement économique, tourisme, emploi : Clément SIBAUT, Charles-Philippe BOWLES
- commission culture, éducation, sport et santé : Bruno HENNEBELLE, Jean-Patrick GUILLAUD, Denis TOURNOUX
- commission agriculture et forêt : non représentée
- commission administration générale, finances et communication : non représentée

**Au titre des animateurs d'ateliers :**

- atelier aménagement du territoire, paysage, architecture, transport, mobilités, numérique, urbanisme et patrimoine : Jean-Claude DUCHAUCHOY, Anne-Marie RAVET
- atelier commission rédaction de la charte, environnement, développement durable, énergie et biodiversité : Joelle CHARLIER
- atelier commission développement économique, tourisme, emploi : Clément SIBAUT, Jean-Claude DUCHAUCHOY,
- atelier culture, éducation, sport et santé : Bruno HENNEBELLE
- atelier agriculture et forêt : non représentée
- atelier communication, **pilotage du Comité de promotion** : Gerhart DEHAN

**Au titre des membres de l'atelier communication** : Martine PERSOZ-LEGRAND, Charles-Philippe BOWLES

Les référents exposent l'ordre du jour, en 2 points, en rappelant le double enjeu du Comité de promotion (CP) qui est de soutenir les porteurs de projets et de faire connaître le PNR :

- **point 1** : présentation du Comité de promotion qui est réuni pour la première fois suite à sa création le 28 juin 2018 :
  - les objectifs poursuivis et le référentiel qui guide le CP
  - le contenu des partenariats pour un soutien
  - le rôle, missions et fonctionnement du CP
  - les clés pour la réussite, dont la stratégie de communication sur le WEB
- **point 2** : examen des dossiers soumis à la validation du CP

## Partie 1 : sur la présentation du Comité de Promotion (CP)

La présentation générale est faite par Gerhart DEHAN, chargé du pilotage du comité de promotion, au nom de l'atelier communication qu'il anime par ailleurs. Puis Charles-Philippe Bowles, présente également au nom de l'atelier la stratégie WEB du Comité de promotion sur les réseaux sociaux.

Toutes les diapositives à l'appui de leurs exposés sont jointes au présent compte rend (annexe 1).

### 1 les principaux points développés :

-11 importance du double objectif poursuivi : se concentrer sur les actions /projets qui seront de nature à permettre :

- l'ancrage du CLD dans le territoire : créer chez les acteurs du territoire porteurs de projets le réflexe de faire appel au CLD qui doit démontrer qu'il apporte une plus value en contrepartie de son soutien

- le développement de la notoriété du PNR et à terme permettre d'acquérir la connaissance d'un portefeuille terrain dans la perspective d'une labellisation (produits, services, savoirs faire) dès lors que le PNR sera reconnu officiellement

- 12 proposer des formes de soutien adaptées : c'est d'abord pouvoir faire appel aux disponibilités et compétences des membres du CLD autrement dit des bénévoles pour accompagner éventuellement sur le terrain l'organisation matérielle ou conceptuelle ex : aide pour l'accessibilité d'une manifestation (informations sur l'accès, aide à la mise en place de dispositions adaptées pour PMR) aide pour une exposition (apport d'expertise, montage, présence sur stand).

C'est aussi pouvoir proposer des compétences et outils pour la communication : relai presse, digital, faire venir, conception de documents d'accompagnement, organisation événementielle. L'atelier communication a à cet effet ouvert des comptes Facebook et Instagram (voir infra) Eventuellement, un autre outil peut être proposé : l'organisation de retour d'expérience, tirer le bilan (fréquentation, impact, modalités) pour renouveler/améliorer l'expérience ou suggérer d'autres modalités.

- 13 obtenir des partenaires soutenus des contreparties visant à mieux faire connaître le rôle et les actions du PNR : le porteur de projet doit s'engager à organiser autour de son initiative et selon son importance, des conférences débats, des réunions ouvertes au public le plus large possible Il doit offrir des espaces d'exposition permettant l'exposition de panneaux d'information du CLD (kakémonos en préparation par ex) et de faciliter la mise à disposition du public de documentations relatives au PNR (dépliants) ; à insérer les annonces de l'événement dans ses propres supports de communication avec mention des éléments de confort de visite (accès) qu'il faudra s'efforcer de faire améliorer chaque fois que possible ; et enfin à insérer dans tous les supports de communication le **logo OUI AU parc B2M**.

- 14 les missions du CP déclinées en 4 points :

- apprécier l'opportunité d'apporter un soutien (évaluation du projet selon le référentiel qui doit guider le CP, soit les valeurs clés à partir desquelles sont déclinées les ambitions du projet de parc)
- élaborer les propositions de partenariats
- arrêter les modalités pratiques d'accompagnement
- assurer l'insertion et le suivi des propositions dans les circuits de validation du SMEP

- 15 est rappelée la composition du CP formé de 3 collèges, (élus du CLD en commissions thématiques du SMEP, animateurs d'ateliers du CLD et atelier communication) conçue pour que chacun des membres, selon son collège d'appartenance puisse jouer un rôle utile pour la meilleure gouvernance possible compte tenu du système organisationnel du SMEP et CLD.

- **16 les clés de la réussite** : notre territoire est déjà couvert par de très nombreuses manifestations ou initiatives locales bien ancrées dans le calendrier, et qui fonctionnent déjà indépendamment de l'existence du projet même de PNR, quelles se tiennent dans un cadre « institutionnalisé » comme les journées du patrimoine, semaine du goût ou de la biodiversité, festival des plantes à La Ferté Gaucher ou encore les jardins remarquables, comme les fêtes locales telles celles de la pomme ou du cidre, du fromage etc... ou bien quelles reposent sur telle ou telle initiative plus ponctuelle (exemple : les 800 ans de la Collégiale de Crécy en 2019). Il ne s'agit pas bien sûr de les « capter » au détriment de leurs promoteurs, mais, chaque fois que cela est possible de nouer des partenariats fructueux et de les valoriser dans la logique du projet de parc à « populariser » en suscitant le réflexe de faire appel au CLD et en donnant la visibilité au PNR. Sur ce dernier point, a été rappelé que le Conseil Economique, Social et Environnemental dans ses préconisations rendues en octobre dernier, recommande de renforcer la promotion de l'action des PNR auprès de la population. C'est exactement l'esprit qui a présidé à la création du Comité de promotion.

Pour réussir il faut combiner plusieurs conditions :

- une bonne connaissance du terrain, par un bon maillage: Le comité de pilotage est représenté dans une bonne trentaine de communes du territoire du futur PNR. Cette présence sur le terrain est encore plus fine si l'on considère les effectifs du CLD représentés dans quasiment toutes les communes.

Ce maillage ne suffit pas : il faut aussi obtenir l'implication et la mobilisation des membres du CLD dans les actions soutenues pour réussir.

- une anticipation correcte des événements :

il appartient à chacun d'entre nous au CLD de faire remonter en temps utile au comité de pilotage via l'atelier « communication » les projets susceptibles d'être soutenus à partir de diverses sources possibles : les recensements des offices de tourisme, les calendriers des organismes socio-professionnels, les liens avec les secteurs associatifs, le bouche à oreille etc ... **Le modèle de fiche-type de présentation à utiliser à cet effet est joint en annexe 2 (il sera mis en ligne sous la rubrique CLD du site internet du PNR..**

- faire émerger des projets soutenables et les plus propices au rayonnement à partir du référentiel présenté sur les missions et ambitions du PNR (cf en deuxième partie du powerpoint exposé)

- mais aussi il faudra bien défendre les dossiers et être en capacité d'argumenter dans les commissions du SMEP. C'est pourquoi il est essentiel que les élus du CLD dans les commissions du SMEP y sont représentés pour faire valider les projets. Par construction (application des statuts du SMEP) le CLD est interdépendant du Comité syndical et des commissions compétentes pour donner un avis. Il est donc essentiel que lors de chaque commission il y ait au moins un représentant élu du CLD présent (les titulaires de chaque commission devront s'assurer que cela sera bien le cas et devront contacter les suppléants pour pallier leur absence éventuelle) qui puisse argumenter sur les dossiers présentés pour faciliter en temps utile la validation. A cet effet, comme souhaité par les participants, **la liste et les coordonnées des élus du CLD en commissions** sera mise à disposition (**annexe 3**) de tous.

Enfin s'appuyer sur des moyens et supports de communication adaptés pour donner aux projets l'audience nécessaire : création d'un compte Instagram et Facebook propres au CLD , sans oublier bien sûr la lettre électronique d'information du CLD.

## 1.2 La stratégie de communication sur les réseaux sociaux

Les avantages d'une communication sur les réseaux sociaux sont mis en avant par Charles Bowles, de l'atelier « communication » : communiquer sans main d'œuvre ; pas de déplacements ni de présence.; programmation des publications et gestion à distance. ; élargissement de son assise socio-démographique et ciblage possible (atteindre les jeunes personnes (15 – 25 ans) ;

communiquer avec les personnes qui ne se déplacent pas aux évènements (handicapés, pas intéressés, trop occupés) et enfin création d'une communauté en ligne qui repartage nos actualités.

**La création d'une page Facebook, donne ainsi l'opportunité de:**

- Diffuser les actualités et les activités du CLD.
- Promouvoir et communiquer sur les évènements à venir.
- Rapporter les évènements en direct en images ou vidéos.
- Partager des « comptes rendus » suite aux évènements.
- Repartager nos images existantes sur Instagram.
- Cibler des populations spécifiques avec les outils de promotion.

Le compte **Instagram @brie2morin** permet le repartage des photos d'autres utilisateurs : il aide à promouvoir la région et son identité et permet aux utilisateurs découvrir sa richesse.

Le hashtag **#pnrb2m** permet aux utilisateurs de soumettre leurs photos pour être partagées. Les photos sont également diffusées sur la page Facebook.

Les participants à la réunion sont incités à faire le plus grand usage de ces outils de communication ainsi mis à disposition. Ils sont invités à transmettre du contenu (images, articles, actualités) soit directement à la page Facebook sur Messenger, soit en transmettant les éléments à [cldb2m@gmail.com](mailto:cldb2m@gmail.com), adresse mail du CLD ouverte spécifiquement pour cet usage.

(En annexe 4 les éléments se rapportant aux comptes Facebook et Instagram créés).

## **Partie 2 : les dossiers présentés à l'avis du Comité de promotion.**

3 dossiers, tous à échéance 2019 sont présentés. Une fiche synthétique standardisée expose les principaux éléments permettant au Comité de se prononcer sur l'opportunité d'apporter un soutien aux porteurs de projet et de préconiser les modalités d'aide à la réalisation des projets.

**Dossier concernant les manifestations organisées le 22 juin 2019 (10 h à 19 h) par l'AMAP de Mouroux « Fraise et ciboulette » à l'occasion du 10<sup>ème</sup> anniversaire de sa création**, en partenariat avec la commune de Mouroux et de producteurs et artisans locaux (descriptif en annexe 5)

Ce projet s'inscrivant dans la dimension humaine des actions soutenables par le CP visant à mettre en valeur les savoirs faire et productions locales, sensibilisation à l'environnement et au développement durable, reçoit du CP un avis favorable tout en souhaitant que soit affinées les conditions d'accès au lieu des manifestations par des PMR et notamment le projet d'acquisition de grilles antidérapantes pour un usage pérenne. Contacts à prendre pour élaborer conjointement les modalités pratiques de collaboration.

**Dossier concernant l'organisation par les associations scolaires des écoles élémentaires de St Denis de Rebais et de Chauffry associées à la commune de Chauffry pour la 2<sup>ème</sup> édition de ECOLO RANDO** le samedi 25 mai 2019 (annexe 6).

Il s'agit de la 2<sup>ème</sup> édition de Ecolo Rando : randonnée et course à pied non chronométrés à but de sensibilisation à la nature des jeunes scolaires et parents. Thème : connaître la nature pour mieux la préserver. Ramassage de déchets. Activités autour de stands de l'agriculture locale proposant des produits du terroir L'établissement détient le label E3D de niveau 2 du Ministère de l'Éduc Nale qui récompense sa démarche de développement durable.

L'objet du soutien est de compléter la démarche autour de la sensibilisation à la nature par des actions d'informations du public sur ce qu'est le futur PNR Brie 2 Morin (objet, périmètre, rôle, place des citoyens dans la construction du projet).

Cette demande s'inscrit pleinement dans la dimension pédagogique des actions soutenables par le Comité de promotion visant à impliquer les citoyens, informer le public et sensibiliser les scolaires. L'édition 2018 n'avait pu être soutenue par le CLD en raison de contraintes de calendrier incompatibles avec une bonne organisation.

Le Comité donne un avis favorable pour le soutien de cette action en offrant, outre des supports d'information sur le PNR, une prestation de présentation du PNR (public élus de la commune et public plus large ouvert aux habitants de la commune) qui serait faite par Jean-Luc Renaud. Est soulevée la question de la possibilité de permettre aux personnes en situation de handicap de suivre le parcours de la randonnée au moyen d'un accompagnement adapté (joellette par exemple). Point à développer à l'occasion du montage de l'opération avec les organisateurs.

**Dossier concernant une manifestation autour de plantations de nouvelles vignes à Guerard, organisée au printemps 2019 par l'association de la « feuille de vigne guerardaise, la commune de Guérard et l'agriculteur propriétaire de la parcelle (annexe 7).**

Est envisagé par les porteurs du projet, à l'occasion de la mise en culture d'une nouvelle parcelle consacrée à la vigne au printemps 2019 de mettre en valeur la filière viticole sur nos territoires dans ses aspects économiques et aussi de valoriser notre patrimoine culturel et naturel.

L'aide du CLD est sollicitée pour contribuer à la promotion de cette opération (une opération liée à la nouvelle dynamique de la vigne en hommage à son promoteur initial -ancien maire de la commune- avait été faite à l'été 2018 et avait connu un franc succès).

Le Comité, considérant que l'action envisagée s'inscrit dans la dimension humaine et économique des actions visant à mettre en valeur les savoirs faire et productions locales, et de redynamiser une filière viticole qui est une des ambitions affirmée par le PNR dans ses grandes orientations donne un avis de principe favorable à un soutien sous réserve de recevoir au préalable de la part de l'association toutes assurances quant au respect de la règle de droit concernant la compatibilité du statut de professionnel de la viticulture / statut associatif).

**En annexe : 6 documents**

**les POINTS À RETENIR :**

**Susciter le réflexe de faire appel au CLD et populariser le PNR B2M, cela passe par :**

- ★ l'implication nécessaire des membres du CLD et au premier chef celui des titulaires et suppléants élus du CLD en commissions SMEP**
- ★ l'anticipation des projets ayant vocation à être soutenus en faisant remonter les informations et les éléments d'appréciation en temps utile pour une préparation optimisée (utilisation du modèle de fiche standardisée disponible sur site internet)**
- ★ l'alimentation régulière en contenus des comptes du CLD ouverts sur les réseaux sociaux pour promouvoir les richesses du territoire et les projets s'inscrivant dans les valeurs et ambitions du projet de parc.**