


FICHE ACTION
EDUQUER À LA NATURE EN HAUTE-NORMANDIE

3 – DEVELOPPER L'OFFRE DE DECOUVERTE DE LA NATURE POUR LE GRAND PUBLIC

Fiche action 3/6

Développer un envoi de "naturels"

<p>Constat préliminaire/ Note d'opportunité</p>	<p>Aujourd'hui, tout le monde est rivé à son ordinateur pour des raisons professionnelles le plus souvent mais aussi pour des raisons domestiques et récréatives. Internet est dans tous les foyers. Pourquoi ne pas utiliser cet outil aujourd'hui familier et généralisé pour diffuser une « information naturaliste sympathique » ? Sympathique parce qu'on sait le public en général attentif à une information drôle, subtile, pertinente et pas... « prise de tête » !!!</p> <p>La nature, de son côté, nous offre son lot d'événements plus truculents les uns que les autres mais inaperçus par le public. L'internet permettant une information en temps réel, il apparaît bien adapté pour diriger l'observation du public sur ces petits phénomènes qui se déroulent dans leur jardin, dans le ciel au-dessus de leur maison, sur le bord de la route, dans le bosquet voisin de leur boîte aux lettres.</p> 
<p>Enjeu(x)</p>	<p>Il est important d'apporter de la connaissance simple sur la nature de proximité du public qui, par ailleurs, semble être demandeur : mieux connaître les espèces qui les entourent, vérifier des connaissances peu sûres acquises au fil des années... Il est également essentiel de redonner au public le goût de l'observation et de transmettre le plaisir que procure la découverte de phénomènes naturels dans notre proximité de tous les jours.</p>
<p>Objectifs de l'action</p>	<ul style="list-style-type: none">• Apporter de la connaissance simple sur la nature de proximité• Apporter de la connaissance simple sur les phénomènes de la nature ordinaire• Développer la capacité d'observation, la curiosité
<p>Description générale de l'action</p>	<p>Qu'est-ce qu'un « naturel » ? A n'en pas douter, c'est une invention haut-normande ! Né de la contraction de « naturel » et de « courriel », le terme désigne évidemment un <i>mail</i> dont le sujet <i>naturaliste</i>.</p> <p>Il s'agit donc d'un envoi par internet de petits articles dans une forme très accessible : vite lus, basés sur l'anecdote, humoristique... mais caractérisés par un lien direct avec la phénologie et l'observation aisée sur le terrain : l'arrivée des hirondelles, le fleurissement massif de pissenlit, une migration de papillon,...</p> <p>Expérimenté fortuitement par un club CPN du réseau haut-normand sous le nom de « Instant nature » (lors de la migration de Belles dames et de l'émergence d'aeschnes au printemps 2009), le dispositif a rencontré un vif succès auprès des destinataires sélectionnés dans le carnet d'adresses du club. La généralisation est simple.</p> <p>Principe : le propriétaire (particulier, association, collectivité, entreprise) donne son accord et son adresse mail. Les adresses sont isolées dans une liste de diffusion.</p>

	Un rédacteur produit des articles à mesure qu'il observe un événement dans la nature. Un groupe de personnes très réactives valide le caractère scientifique des informations qui sont diffusées instantanément. La périodicité est donc irrégulière. Le service est gratuit.																											
Public cible	Le grand public																											
Niveau de territoire	Toute la région																											
Opérateur	Le Réseau des clubs CPN de Haute-Normandie pour la rédaction d'articles qu'il peut éventuellement sous-traiter. Un comité scientifique de relecture à constituer																											
Moyens à dégager	Des jours de rédaction																											
Budget	Journées de rédaction : 10 jours x 400 € = 4000 € La mise ne place informatique du service : 2000 € <p style="text-align: right;">TOTAL : 6000 €</p>																											
Financier potentiel	Région, départements, DREAL Une entreprise sponsor, une fondation																											
POINTS FORTS	L'originalité du concept On touche le grand public des curieux de nature Le sujet de la nature ordinaire qui se révèle extraordinaire L'accessibilité L'enthousiasme exprimé par les usagers qui l'ont testé Bonne lisibilité pour les financeurs																											
Dynamique avec/sans plan d'action Engagement de l'action	<table border="1"> <caption>Dynamique avec/sans plan d'action (2012-2016)</caption> <thead> <tr> <th>Année</th> <th>Avec</th> <th>Sans</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2012</td> <td>0.5</td> <td>0.5</td> </tr> <tr> <td>2013</td> <td>1.5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>2.5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2015</td> <td>4</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>4</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Année	Avec	Sans	2012	0.5	0.5	2013	1.5	0	2014	2.5	0	2015	4	0	2016	4	0	<table border="1"> <caption>Engagement de l'action</caption> <thead> <tr> <th>Catégorie</th> <th>Proportion</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A créer</td> <td>~90%</td> </tr> <tr> <td>A renforcer</td> <td>~5%</td> </tr> <tr> <td>En cours</td> <td>~5%</td> </tr> </tbody> </table>	Catégorie	Proportion	A créer	~90%	A renforcer	~5%	En cours	~5%
Année	Avec	Sans																										
2012	0.5	0.5																										
2013	1.5	0																										
2014	2.5	0																										
2015	4	0																										
2016	4	0																										
Catégorie	Proportion																											
A créer	~90%																											
A renforcer	~5%																											
En cours	~5%																											