

Sport de nature, outils pratiques pour leur gestion

Outils de gestion et de planification



4.1 - Élaborer des outils pédagogiques

Objectifs

Un support pédagogique peut être un moyen efficace pour faire passer un message de sensibilisation au respect du milieu et aux enjeux de sa préservation. Il permet de faire connaître au public l'espace naturel préservé et son gestionnaire. Les trois grands objectifs sont donc :

- d'informer : méthodes, décisions et actions de gestion...
- de vulgariser : connaissances naturalistes, fonctionnement des écosystèmes...
- de sensibiliser : actions et impacts potentiels de l'homme sur la nature, observation et compréhension...



Principe

La méthode et les outils utilisés dépendent du public ciblé et des connaissances et attitudes à transmettre. Pour être efficace et attractif, un support pédagogique doit s'appuyer sur trois domaines : la motricité, l'acquisition de connaissances et les émotions. Un bon outil pédagogique doit permettre de mobiliser au moins deux de ces trois domaines.

Méthode

- Identifier acteurs et contexte

Pour créer un support adapté, il faut se poser les questions suivantes :

- quels sont les objectifs pédagogiques à atteindre ?
- quels sont les publics ciblés ? Qu'attendent-ils ?
- quel est le message à diffuser ?

Un travail d'inventaire et d'évaluation des outils existants est utile pour éviter les erreurs (plaquettes non lues, panneaux mal placés...).

- S'associer, se concerter

Lors de la phase de définition précise du projet (contenu du message, support, ampleur de la diffusion...), un groupe représentant le public ciblé peut être sollicité pour ajuster le message et assurer une bonne adéquation avec l'objectif recherché. Les compétences de prestataires peuvent être nécessaires, non seulement pour l'aspect technique, graphisme et impression, mais aussi pour l'apport d'une véritable compétence en communication. Ces tierces personnes, indépendantes du gestionnaire, peuvent aider dans la recherche d'idées, leur organisation et leur hiérarchisation, ou dans la diffusion du support pédagogique.

- Décider

Le temps et le budget disponibles conditionneront l'ampleur de l'action et le choix du support à retenir. Une multitude de supports s'offre aux gestionnaires : sentiers d'interprétation terrestres et marins, plaquettes de différentes textures et dimensions, sacs, autocollants, expositions de tout format, livrets, CD-Rom, film...

L'originalité est un atout à privilégier, sans oublier que trop d'artificialisation des parcours modifie le caractère naturel des lieux et influe négativement sur le comportement des visiteurs.

La "durée de vie" de l'information contenue et la diffusion envisagée influenceront aussi sur l'investissement à faire. Elles doivent être prévues dès l'amont du projet pour en évaluer les coûts.

- Mettre en oeuvre

LE CONTENU

Des informations de qualité :
descriptifs, itinéraires, illustrations,
iconographie, informatiques

Plusieurs impératifs :

- prévoir des messages clairs et simples et plusieurs niveaux de lecture ;
- maintenir un équilibre entre texte et iconographie, des schémas sont souvent plus explicites que de longs textes ;
- se conformer à la charte graphique, si elle existe, ou au moins veiller à l'homogénéité des productions graphiques

afin de rendre le gestionnaire (ou l'espace) reconnaissable par le public et les partenaires.

La qualité d'un projet s'appuie essentiellement sur la pertinence et la fiabilité des informations contenues, les choix effectués parmi les nombreuses informations "indispensables" et leur cohérence avec la réalité du terrain.

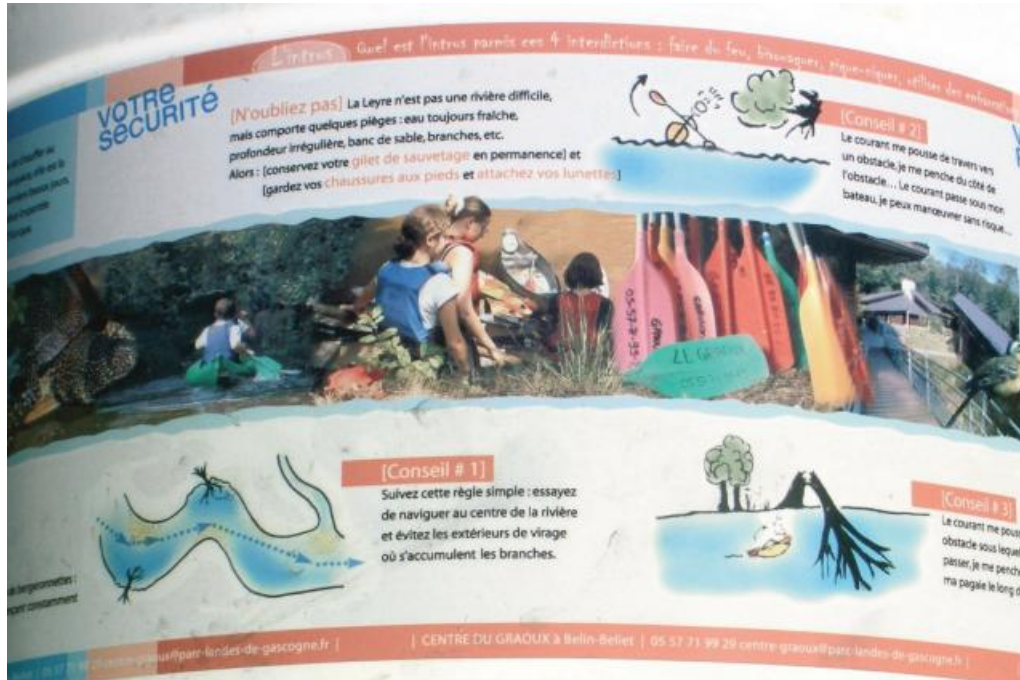
Bien souvent, le poste budgétaire le plus important n'est donc pas la mise en page ni l'impression, mais la création d'une charte graphique, la négociation avec les "experts" et la rédaction du contenu pour trouver le ton et les mots justes.

pratiques, textes patrimoniaux ;
Et réalité du terrain : tracés,
configuration des chemins, qualité
du balisage et de la
signalisation...

- Faire connaître et évaluer

L'efficacité d'un outil pédagogique passe par sa diffusion au public, ainsi que par sa promotion, à travers les médias, les réseaux de prestataires, les partenaires. Une communication ciblée permet aussi de montrer l'intérêt de l'outil à ses utilisateurs potentiels : partenaires locaux, écoles.

Évaluer l'utilisation de l'outil par le public ciblé (enquête) permet d'identifier ses points forts et points faibles puis de l'améliorer lors d'une réédition ou d'un renouvellement.



[Haut de page](#)

Tous droits réservés © - Propriété de l'OFB