

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche
scientifique

Université Abderrahmane MIRA de BEJAIA
Faculté des sciences humaines et sociales
Département des sciences humaines

Mémoire de fin de cycle
En vue de l'obtention du diplôme master en science de l'information et de
la communication
Option : communication et relations publiques

Le rôle de la communication
environnementale au sein des
organisations
Cas du PNG (parc national du
GOURAYA) Bejaia

Réalisé par :

❖ **BAUCHE Abdenour**
❖ **AZZOUG Chahrazade**

Encadré par :

Mr : MAKHLOUFI Abdelouahab

Année universitaire 2017/2018

Remerciements

Au terme de notre travail, on tient à exprimer nos remerciement les plus sincères et les plus profonds, tout d'abord au bon dieu le tout puissant.

*Nous tenons à présenter nos sincères remerciement a notre promoteur **Mr Makhloufi** pour avoir accepté de nous encadrer, et pour ses conseils ses recommandations qui ont été vraiment précieuses qu'il nous a donné au long de la réalisation de notre projet de recherche.*

Nous remercions également tous ceux qui on contribue de près ou de loin à la réalisation de ce projet, en particulier.

❖ *Madame **BENMAMER Hasina** qui nous a beaucoup aider durant notre stage pratique au sein de son organisation.*

❖ *Monsieur **Farid ACHOUR** le directeur de centre de vulgarisation et de sensibilisation pour sa collaboration et son aide.*

❖ *A tous le personelle de l'organisation PNG pour leur confiance et collaboration.*

❖ *A tous les enseignants de la faculté des sciences humaines et sociales.*

❖ *A tous nos collaborateurs de la même promo.*

Dédicaces

*Je tien au fond de mon cœur à dédier ce travail à mes chers parents qui
m'ont soutenu pendant tout mon parcours scolaire,*

*Aussi à mes chers frères YACINE et BADIS qui m'ont encouragé
pendant la réalisation de mon travail.*

Sont oublier mes chères tentes qui ont toujours été à mes cotes.

Aussi à mes chères grands-mères qui m'ont soutenu avec leurs prières.

*A ma binôme CHAHRAZED qui a donné le maximum pour la
réalisation de ce projet.*

*A tous mes ami(e)s IMAD DOUDIN TAREK MASSI MBRAEK MOH
ALI FAHIMA KAMILIA TAOUS NAIMA ET SABRINA*

*A tous ceux qui on contribue de près ou de loin à la réalisation de
ce projet.*

Abdenour

Dédicaces

Avec mes sentiments de gratitude et de reconnaissance les plus profonds

Je dédie ce modeste travail à :

A la mémoire de Ma mère Aïcha et Mon frère Hichem que Dieu les accueille à son vaste paradis.

A ma très chère famille qui m'accompagne, pour leurs compréhensions, leurs amours et leurs soutiens dans toute ma vie et surtout dans mes études.

A mon oncle qui m'a toujours encouragé, me soutenir et m'accompagner dans toutes ma vie.

A mes chères sœurs ; Karina et Anaïs que jamais m'oublier ainsi leurs maries Yacine et yazide a ses petits garçon takie-addine et sifaxe et surtout nour alhouda et Eléonore

*A mon cher binôme **Abdenour** pour son sérieux au travail et son courage, Ainsi que sa famille.*

A tous mes meilleurs amis : Naima, Samia, Radia, Adela, Lili, ainsi le maître moussoui Mohamed qui était toujours présent.

Je dédie ce modeste travail qui aurait pu aboutir et voir la lumière grâce à l'aide du dieu le tout puissant.

CHAHRAZADE

La liste des tableaux

Numéro	Titre des tableaux	Page
01	La répartition des enquêtes selon le sexe	51
02	La répartition des enquêtes selon l'âge	51
03	La répartition des enquêtes selon situation matrimoniale	52
04	La répartition des enquêtes selon le grade	52
05	La répartition selon les caractéristiques des échantillons d'études	53

La liste des abréviations

Abréviation	SENS
PNG	Parc national de GOURAYA
SWOT	Afom en français Point fort, faible, menace et opportunité
PMA	Projet d'action méditerranée
SECE	Secrétaire d'état chargé de l'environnement
PNAE	Plan nationale d'action environnementale
CNE	Conseil nationale de l'eau
HCEDD	Haut-commissariat de l'environnement et de développement durable
FNE	Fond pour environnement
CNE	Comité nationale de l'environnement
ANPE	Agence nationale pour la protection de l'environnement
SPPE	Service de la préservation et protection de la faune et de la flore

SPR	Service des personelles et de la réglementation
SAQV	Service d'accueil
IBID	Ibidem lat.) La même chose même auteur que la note précédente
IECA	International environnementale communication association
OP.CIT	Opus citation (lat.) ouvrage déjà cité
N°	Numéro
%	Pour cent (Pourcentage)
ETC	Ainsi de suite
AECA	Association étoile culturel d'akbou
ERE	Education relative à l'environnement
DD	Développement durable
GES	Gaze a effet de serre
CMED	Commission mondiale pour environnement et développement
LIC	Lexique d'information et de communication
QQQCCP	Qui, Quoi, Ou, Quand, Comment, Combien, Pourquoi

CD	Disque compact (compact disc)
DVD	Digital Versatile Disc (disque numérique polyvalent)
XX°	vingtième siècle
TIC	Technologie de l'information et de la communication

Liste des figures :

Numéro	Titres des figures	Page
01	législation et réglementation relative à la protection de l'environnement et à la conservation de la nature	43
02	Carte de situation du parc national de Gouraya	46
02	L'organigramme de l'organisation de PNG	47
03	la biodiversité du parc national de Gourara	48

Sommaire

Introduction

Cadre méthodologique

Section01 : l'analyse conceptuelle

1. Problématique.....	03
2. Hypothèses.....	05
3. Approche théorique.....	05
4. Définition des concepts clés.....	06
5. Les raisons du choix du thème	08
6. Les objectifs de la recherche	09
7. Les études antérieures	10

Section02 : la démarche méthodologique

8. Les méthodes et les techniques utilisées	14
9. Population mère	15
10. La pré-enquête	16
11. Le déroulement de l'enquête.....	17
12. Les difficultés rencontrées.....	18

Cadre théorique

Chapitre01 : la communication

Section01 : la communication interne

1.1 : définition de la communication.....	19
1.2 : les différents types de la communication interne.....	19
1.3 : les outils de la communication interne.....	21
1.3. 1 : les outils écrits.....	21

1.3.2 : les moyens oraux.....	23
1.3.3 : les moyens audio-visuels.....	24
1.3.4 : les moyens électroniques	25

Conclusion

Section02 : la communication externe

2.1 : définition de la communication externe.....	27
2.2 : les types de la communication externe.....	28
2.3 : les moyens de communication externe.....	29
2.4 : les objectifs de la communication externe.....	30

Conclusion

Chapitre 02 : la communication environnementale

Introduction

Section01 : l’histoire de la communication environnementale et développement durable

- 1.1 : Le club de Rome : Halte à la croissance33
- 1.2 : La conférence de Stockholm (1972) et émergence de « l’écodéveloppement » ...33
- 1.3 : Rapport de Brundtland et l’émergence de développement durable.....34
- 1.4 : La conférence de Rio de Janeiro de 1992.....34
- 1.5 : Le protocole de Kyoto, 1997 – 2005.....35
- 1.6 : Le Sommet de Johannesburg 2002.....35

Section02 : les formes de la communication environnementale

- 2.1 : la communication scientifique35
- 2.2 : la communication de crise36
- 2.3 : la communication des risques36

Section03 : le rôle de la communication environnementale.....37

Section04 : l'importance de la recherche dans le domaine de la communication environnementale

- 4.1 : la communication environnementale comme domaine de recherche..... 37
- 4.2 : la communication environnementale comme espace de pratique.....38

Section05 : élaboration d'un plan de communication environnementale

- 5.1 : le plan de communication.....39
- 5.2 : les étapes à suivre pour élaborer un plan de communication environnementale40

Section06 : la communication environnementale dans le contexte algérien

- 6.1 : l'adhésion de l'Algérie aux traités internationaux.....41
- 6.2 : Coopération Internationale.....41
- 6.3 : Loi 83 - 03 du 5 février 1983relative à la Protection de l'Environnement.....42
- 6.4 : Loi - Cadre relative à la protection de l'environnement.....42
- 6.5 : organismes nationaux algériens.....42
- 6.6 : législation et réglementation relative à la protection de l'environnement et à la conservation de la nature43
- 6.7 : Les actions gouvernementales pour la protection de l'environnement43
- 6.8 : L'environnement naturelle en Algérie43
- 6.9 : Intérêt de l'Algérie pour résoudre les problèmes de l'Environnement..... 44

Conclusion

Cadre pratique

Chapitre03 : Présentation et analyse des résultats

- 1. Présentation de l'organisme d'accueil46**
- 2. Analyse et interprétation des résultats.....51**
- 3. Synthèse de résultats de la recherche67**

La Conclusion général

La liste bibliographique

Les annexes

Introduction

générale

Introduction générale :

L'entreprise actuelle évolue dans un environnement en pleine développement, en effet nous constatons que la plus part des organisations se retrouvent face à des défis sur plusieurs plans ; organisationnel, social, communication et économiques...etc. cette mutation des organisations peut s'expliquer par l'essor économique et la grande industrialisation des anciennes entreprises et surtout la compétitivité, la concurrence et surtout dans un contexte en pleine développement en l'occurrence celui des TIC.

Parmi les organisations qui subissent ces différents changements, ces mutations, nous avons pensé aux organisations qui s'occupent de la question de l'environnement.

« L'environnement est un objet polysémique, tiraillé avec association avec le développement durable, sa vocation écologique et naturalisant, et la dynamique que lui insuffle la vie sociale »¹

Malgré son omniprésence dans les discours contemporains, la préoccupation de l'environnement est relativement récente, les problématiques environnementales sont orientées vers la préservation et la protection de l'environnement, ces changements sont dus à l'ignorance et à l'inconscience de l'être humain qui se traduisent par l'épuisement et la surexploitation des ressources naturelles, les différents types de pollutions, le réchauffement climatique et la prolifération des déchets, par conséquent la préservation de l'environnement est devenu un enjeu majeur de notre époque comme le déclare :

L'UNESCO-PNUE²: « Nous sommes à un moment de l'histoire où nous devons orienter nos Actions dans le monde entier en songeant davantage à leurs répercussions sur l'environnement. Nous pouvons par ignorance ou par négligence causer des dommages Considérables et irréversibles à l'environnement terrestre dont dépendent nos vies et notre Bien être ».

A partir de ces constats ; nous avons essayé à travers nos recherches d'apporter un éclairage sur la question de la protection et la préservation de l'environnement, notre travail portera plus précisément sur « le rôle de la communication environnementale au sein des organisations », pour réaliser notre mémoire de recherche, nous avons procédé par les étapes suivantes :

¹ BOUDES PH., la sociologie de l'environnement objet et démarche. In sociologie de l'environnement sous la Direction de BARBIER et al. Les presses de l'université Laval. 2012. P.113.

²UNESCO-PNUE, « Déclaration de Stockholm », Conférence des Nations Unies sur l'environnement, p. 01

Le cadre méthodologique qui est consacré aux aspects fondamentaux de la recherche telle que la problématique, les hypothèses de recherches, définition des concepts clés, la méthode et les techniques utilisées pour la collecte des données ainsi que la pré-enquête.

La première partie, qui concerne le cadre théorique comprendra deux chapitres :

Dans le premier chapitre on va aborder la communication et ses généralités pour expliquer ces différentes formes, ces types et les moyens utilisés, ainsi que son importance dans l'organisation.

Le deuxième chapitre va se porter sur la communication environnementale au sein du PNG pour expliquer ces formes, ces types, ces objectifs ainsi que la communication environnementale dans le contexte algérien.

Quant au troisième chapitre se portera sur le cadre pratique de la recherche qui comprendra deux parties :

D'abord la présentation de l'organigramme d'accueil dont sa création, son statut et ses potentialités.

Ensuite, deuxième partie qui va contenir la collecte des données, l'analyse et l'interprétation des résultats ainsi que la discussion des hypothèses de recherche.

Enfin, en guise de conclusion on va récapituler et synthétiser les résultats qui vont être obtenus tout au long de cette recherche.

Cadre méthodologique

Section01 : analyse conceptuelle

1. La problématique

L'histoire de la communication est aussi ancienne que l'histoire de l'humanité, depuis son existence, l'homme a eu besoin de communiquer, d'échanger des informations, partager des idées et les émotions que ce dernier ressent. Pour cela, il a mis au point des codes, désignes, des paroles et des gestes pour véhiculer son message, l'homme était loin de se douter que toutes ces manifestations primitives de communications seront préservées par l'histoire.

Le terme de communication est issu du latin « communicare » qui a pour sens « mettre en commun » et au fil du temps de multiples significations s'apparaissent en parallèle des différentes évolutions et innovations qui relèvent du domaine ,pour ensuite se coller à tous les volets de la vie sociales, politique, culturelle.....mais surtout industrielle et économique

L'émergence de la communication a beaucoup aidé l'évolution de la société dans ces différentes dimensions telles que la question de l'environnement, qui est le thème de notre recherche.

La communication environnementale est une interface entre les citoyens et l'environnement, car cette dernière s'appuiera sur la transparence et la clarté dans la forme et le contenu du message.

Selon Oumar Kane « La communication environnementale est à la fois un champ de recherche et un espace de pratique s'appliquant au domaine complexe qu'est l'environnement et qui s'appuient sur des notions de consensus, de dialogue, de partenariat, de pédagogie et d'éthique »¹

La communication environnementale doit rapprocher les citoyens de l'environnement en les informant, les éduquant, en permettant le dialogue et en rehaussant les valeurs morales dues au respect de l'environnement.

La protection de l'environnement est devenue critère de sélection et les entreprises éprouvent le besoin de communiquer sur leurs efforts environnementaux de façon à valoriser leur image ainsi que leurs produits et services, La communication environnementale joue donc désormais bel et bien un rôle dans le développement des entreprises.

¹ Oumar Kane, « la communication environnementale », enjeux, acteurs et stratégies, l'harmattan, 2016, p22.

L'entreprise devra également faire preuve d'une réelle volonté pour rendre public les résultats de ces projets environnementaux, de manière à faire comprendre ses choix.

La question de l'environnement a été étudiée dans plusieurs universités dans le monde tel que la France.

En France, l'environnement est entré en communication depuis une vingtaine d'année comme certaines publications en témoignent.

En vingt ans, les publications de toutes nature, sur supports papier et numérique se sont multipliées de manière exponentielle, des initiatives éditoriales proposant d'organiser la prolifération des informations.

En mettant l'accent sur la France, cette dernière a élaboré une stratégie pour protéger l'environnement vu son importance sur les différents aspects de la vie sociale, économique et politique.

La protection de l'environnement se fait par plusieurs moyens et parmi ces derniers on retrouve la communication qui contribue à la sensibilisation et a une prise de conscience afin que chaque membre de la société participe à la protection de ce dernier.

Depuis son indépendance, l'Algérie s'est donné pour but d'améliorer le niveau de vie de sa population, sans s'attarder sur l'impact de sa politique l'aménagement du territoire et la gestion de la ville sur l'environnement.

Pour faire face à ces menaces, l'Algérie s'inscrit dans le développement durable ou une vaste opération de redressement a été engagée touchant tous les secteurs de vie dont le but d'affronter les grandes échéances de demain.

Ce champs de recherche, dit la communication environnementale est très vaste et diversifier dans ses modes de problématisation, dans ses différentes approches méthodologiques et ses présupposés épistémologiques, de permettre de considérer l'environnement comme un objet de préoccupation sociétale et non comme une banale discipline.

Donc, la communication environnementale est l'application des outils de communication pour atteindre les objectifs du développement durable.

Dans ce sens nous souhaitons à travers notre recherche nous interroger sur la question suivante:

- ❖ Dans quelle mesure la communication environnementale contribue à la préservation et à la protection de l'environnement ?

2. Les hypothèses de recherche

L'hypothèse peut être conçue comme une réponse provisoire à une question de départ et qui va être confirmée ou infirmée par le travail de terrain, c'est les hypothèses qui vont guider nos recherches.

Selon QUIVY Raymond, l'hypothèse est « une proposition qui anticipe une relation entre deux termes, qui selon les cas peuvent être des concepts ou des phénomènes, une hypothèse est donc une repense provisoire, une présomption qui demande à être vérifiée »¹

Les hypothèses :

- ❖ Une communication efficace participe à la protection de l'environnement.
- ❖ La communication environnementale joue à la faveur de la réputation d'une organisation.

3. L'approche fonctionnaliste :

L'approche fonctionnaliste consiste à comprendre la communication dans les organisations en décrivant la fonction et la nature des messages qui sont véhiculés , de ce point de vue on peut considérer la communication comme un processus complexe qui possède des fonctions d'organisation, de mise en relation et d'échange , ces capacités reviennent ici aux messages eux même, l'étude des réseaux (schéma de communication formelles et informelles)et des canaux de communication(moyens de transmission),de la direction des messages(orientation verticale, horizontale),de leurs quantité et de leur distorsion(modification de la direction des messages au cours de la transmission)permet de déterminer le rôle de la communication à l'intérieure de l'organisation, cette approche s'inspire principalement des travaux du « management scientifique » et de l'école « des relations humaines ».

Cette approche nous à permet de découvrir le rôle et les fonctions de la communication environnementale à fin de protéger le patrimoine et la nature au sein de l'organisation de PNG. Aussi de voir que la communication environnementale participe à la valorisation de la réputation de l'organisation et l'amélioration de son image.²

¹ QUIVY Raymond, « manuel de recherche en science sociale », édition Dunod, paris, 1988, p.129

² Bertrand parent ; une approche du champ de la communication aux Etats-Unis, le journal « la communication organisationnelle », p13, consulter le 30/04/2018 sur le site <http://journals.openedition.org/communication> organisation

4. Les concepts :

1- La communication :

1.1- Définition opératoire :

La communication est l'ensemble des interactions avec autrui qui transmettent quelque information, il s'agit donc aussi de l'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion d'un message auprès d'une certaine audience ,d'après le LIC action consistant, pour les hommes, à échanger des messages en face à face ou bien à distance avec ou non le recours à un media, et quelle que ce soit la forme ou la finalité de cet échange, la communication désigne donc à la fois une action et le résultat de cette action.la sociologie la communication s'est développée en suivant l'essor des nouveaux médias tout au long du XX^{ème} siècle :le téléphone, la radio, la télévision, les réseaux multimédia, et les raisons de communiquer se multiples, au même rythme que les moyens de le faire : pour informer, pour divertir ou pour instruire, mais aussi pour influencer, convaincre ou convertir....pour Abraham Moles(théorie structurale de la communication et société, édition Masson, Paris,2^e Edition,1988)la communication est l'action de faire participer un organisme ou un système situé à un point donné R aux stimuli et aux expériences de l'environnement d'un autre individu ou système situé dans un autre lieu et une autre époque en utilisant les éléments de connaissance qu'il ont en commun ».¹

1.2- Définition opérationnelle :

La communication est le processus d'échange d'information, de connaissance et de maintenir une relation entre deux ou plusieurs éléments, elle constituer un élément essentiel de réussite de l'organisation et son efficacité.

2- La communication environnementale :

2.1- Définition opératoire :

La communication environnementale, par sa spécificité, joue un rôle de médiateur. Elle apparaît comme un ensemble cohérent de méthodes et de concepts mieux adaptés à la demande des consommateurs devenus éco citoyens. ²

¹FRANCIS BALLE, lexique de l'information de la communication, Edition Dalloz, paris, 2006, p..82.

²Jacques Vigneron, Laurence Francisco, la communication environnementale, Economica, 1996, p112.

2.2- Définition opérationnelle :

La communication environnementale est un champ de recherche en pleine essor qui regroupe des thématiques et des retours diversifiés, dans lequel on trouve à la fois les approches de la transmission et celle de l'interaction, cette dernière correspond aux pratiques de communications réalisées par les médias, les organisations, les parties politiques, ou tout autre intervenant sur la scène publique, portant sur les thèmes de l'environnement.

Ce thème est entendu comme articulent différents niveaux de réalité : des réalités physiques (air, eau, faune, flore), réalités sociales (développement durable, écocitoyenneté, cadre de vie).

3- Organisation :

3.1- Définition opératoire :

DESREUMAUX définit l'organisation comme étant « tout à la fois une entité créée pour conduire une action collective (un hôpital, une association, un partie politique), son agencement (définition des tâches, répartition) et les processus pour produire à la fois l'entité et son agencement ».¹

3.2- Définition opérationnelle :

Est une entreprise ou une unité institutionnelle qui regroupe un ensemble de système en interaction structurés, dont le but de produire et de fournir des biens ou des services à destination d'un ensemble de clients ou usagés.

Chaque entreprise repose sur plusieurs éléments stratégiques, tel que la gestion financière, la recherche et le développement, la croissance des marchés et de la clientèle.

4- La réputation :

4.1- Définition opératoire :

« La réputation d'une organisation désigne la manière dont l'organisation est perçue et évalué par ses parties prenants quant à sa capacité à générer de la valeur comparativement à ses pairs et concurrents ».²

4.2- Définition opérationnelle :

La réputation est un actif intangible alimenté principalement par la perception du public ciblé par le comportement d'une organisation, la gestion de la réputation est le processus par

¹ DESREUMAUX, théories des organisations, Ed, Management, 1998, p218.

² Deephouse D.L, "Media reputation as a strategic resource: An integration of mass communication and resource-based theories», Journal of management, Vol.26, n 6, 2000, p.1091-1112.

lequel une organisation prend des décisions d'affaires et de communication afin de promouvoir la mission et les valeurs de l'organisation.

5- Environnement :

5.1- Définition opératoire :

Est une notion large de sens, elle évoque tout ce qui est autour de quelqu'un ou de quelque chose, « c'est l'ensemble des choses et des phénomènes qui sont localisés dans l'espace »¹, cet espace est différent selon les activités humaines (économique) même s'il s'y déroule, ce qui implique une relation interactive entre l'homme et son milieu extérieur.

Le terme environnement désigne « dans le monde occidentale, le monde naturel d'une manière qui connote une nature matérielle qui nous entoure et est distincte de nous ».²

5.2- Définition opérationnelle :

L'environnement peut comprendre l'ensemble des éléments et des conditions qui entourent un individu ou une espèce et dont certains contribuent directement à subvenir à ces besoins, ou l'ensemble des conditions naturelles et culturelles susceptible d'agir sur les organismes vivants et les activités humaines.

Permet une meilleure utilisation des supports, livre etc.

5. Les raisons du choix du thème:

Chaque sujet de recherche scientifique a un motif bien précis selon BEAUD Michel « il n'y a Pas de thème de recherche bon ou mauvais, dans l'absolu, vous jugerai qu'ils sont bon ou mauvaise par rapport à plusieurs critères » l'un de ces critères c'est les raisons qui nous poussées à choisir ce sujet de recherche.

Parmi les raisons qui nous ont motivées à choisir le thème du rôle de la communication environnementale au sein d'une organisation sont les suivants :

¹FAUCHEUXS, NOEU J-F, Economie des ressources naturelles et de l'environnement, Edition Armand Colin, 1995, p 9.

² MILSTEINT Tema, « environmental communication theories », in Encyclopedia of communication Thousand Oaks, 2009 p346.

Les raisons Objectifs :

- manque d'étude approfondit sur le rôle de la communication environnementale dans les organisations.
- Analyser le niveau de communication environnementale dans les organisations.
- Connaitre les applications des outils de la communication et savoir est ce que la communication environnementale est bénéfiques pour les organisations.

Les raisons Subjectifs :

- Notre thème a été choisi en vue de son importance dans le monde contemporaine et surtout dans les organisations.
- Mettre en pratique nos connaissances théoriques acquises afin d'acquérir une expérience professionnelle.

6. Les objectifs de recherche :

Selon GRAWITZ Madeleine, « le point de départ d'une science réside dans la volonté de l'homme de se servir de sa raison pour comprendre ».¹

- Découvrir le rôle de la communication environnementale dans une organisation.
- Découvrir les outils de communications utilisés pour préserver l'environnement
- Découvrir la place accordée à la communication environnementale dans l'organisation (PNG) PARC NATIONAL DE GOURAYA
- Montrer l'importance de la communication dans les organisations algériennes.

7. Les études antérieures

1. Etude antérieur 1

Notre thématique de recherche porte sur le processus : le rôle de la communication environnementale au sein d'une organisation, nous avons sélectionné des travaux qui ont été déjà fait sur notre problématique, et ce qui est en commun par rapport à notre thème de recherche et pour mieux éclairé le rôle de la communication dans la protection de l'environnement

¹GRAWITZ Madeleine, « Méthode des sciences sociales », 11 em Ed Dalloz, paris, 1990, p.17

La problématique de cette étude est « Le rôle du mouvement associatif dans la protection de l'environnement »

Cette étude est réalisée par CHAABI Hafsa en vue de l'obtention du diplôme de magistère en 2017/2018

Cette problématisation est sous-entendu par des sous questions secondaires à savoir :

- Comment l'association étoile culturelle d'Akbou a-t-elle pris conscience des quelques questions environnementales ?
- Quels types d'activités organisées par l'AECA dans sa stratégie de protection de l'environnement ?
- Quel est la place accordée à la question environnementale dans les programmes d'actions de l'AECA ?

En vue de cerner leur problématique, ils ont émis les hypothèses suivantes :

- L'AECA adapterait des logiques d'action qui donneraient plus de place à la question environnementale dans ses programmes d'action.
- Les acteurs associatifs mettraient sur la scène publique les problèmes d'environnement pour en débattre et trouver des solutions.

La partie théorique de ce travail de recherche se compose de quatre chapitre, le premier est porté sur le mouvement associatif, le deuxième chapitre sur la trajectoire de l'Association étoile culturelle d'Akbou, le troisième chapitre sur les problèmes d'environnement de la ville d'Akbou, et le dernier chapitre sur la logique naturaliste.

Méthode et échantillon

La méthode utilisée dans cette recherche est l'approche qualitative pour comprendre le processus d'évolution de l'AECA et décortiquer la structure de club CPN.

La technique utilisée par le chercheur est l'entretien, donc elle a utilisé trois guides d'entretiens. Le premier pour le président compose par 12 questions, la seconde pour le club CPN qui se compose de 18 questions et le dernier pour les adhérents de ce club avec 10 questions

Elle a pu réaliser 16 entretiens individuelles avec les animateurs et les membres de l'association et dont 07 entretiens avec les adhérents du club CPN la sitelle kabyle.

Durant cette enquête, nous étions bien accueillis on nous accordant de 30 à 60 minutes pour chaque entretien et ils se sont tous déroulés au siège de l'association dans de bonnes conditions.

Les résultats de l'étude

Nous avons constaté que l'association a tardé d'intégrer les questions environnementales dans ses programmes d'action, étant donné qu'elle a été créée en 1976 et ce n'est qu'en 1982 qu'elle a programmé une première activité.

L'analyse de nous donner nous a permis de tirer diverses représentations qui les habitants d'Akbou ont de leurs environnement. Nous avons tout d'abord constaté que les habitants penchent pour une représentation de l'environnement quotidien qui renvoie à leur espace de vie

Une deuxième représentation est ressortie de l'analyse des données recueillies, c'est l'environnement ressource qui renvoie à la nature d'où l'homme tire sa subsistance.

Dans un dernier temps l'analyse de nos données nous a permis de revenir premièrement sur la trajectoire de création des différents clubs de protection de l'environnement au sein de l'AECA puis sur le profil des animateurs, président et adhérents

Nous avons constaté qu'il y a une émergence du champ de l'éducation relative à l'environnement et de ses propositions éducatives et pédagogique se sont avérées un terrain fertile pour le foisonnement d'initiatives pour développer la conscience et l'action environnementale. Que ce soit à travers les stages offerts durant la semaine de l'écologie ou bien les conférences et l'exposition.

L'intérêt de cette étude est de comprendre le rôle des associations pour la protection de l'environnement et sa relation avec le PNG vu que ce dernier travaille en permanence avec les associations.

2. Etude antérieure 2

La problématique de cette étude porte sur la place de l'éducation relative à l'Environnement dans le milieu scolaire algérien.

Cette étude est réalisée par KHODJA Chafiaâ en vue d'obtention du diplôme de magistère en 2015/2016.

La question principale de cette étude est la suivante : **Quel est l'état des lieux de l'éducation relative à l'environnement au sein du milieu scolaire algérien ?**

Cette étude est guidée par des questions suivantes :

- Quel est l'objectif visé par les contenus proposés par l'ERE dans les milieux scolaires algériens ?
- Quelle est la nature des pratiques pédagogiques auxquelles l'ERE donne place en milieu scolaire ?
- Quelles sont les différentes actions qui interviennent dans sa mise en place ?
- Quelles sont les obstacles face à la mise en pratique ?

En vue de cerner sa problématique, elle a émis les hypothèses suivantes :

- Le contenu des manuels scolaires propose pour l'éducation relative à l'environnement peut assurer aux écoliers une éducation à l'écocitoyenneté
- La nature des pratiques pédagogiques liées à l'ERE peuvent traduire l'absence d'une stratégie pédagogique au milieu scolaire algérien.
- Les associations écologiques peuvent contribuer à la mise en œuvre de l'ERE dans le milieu scolaire.
- Le manque de temps, de stratégie et des moyens entre autres financiers semblent les principales entraves face à la mise en pratique de l'ERE dans le milieu scolaire algérien.

Méthodes et échantillons :

La méthode utilisée dans cette étude est celle de l'approche qualitative

Les techniques utilisées :

- L'entretiens : elle a utilisé un guide d'entretiens constituant des thèmes en relation avec le sujet étudié, un guide qui comporte 24 questions pour tous les enseignants et un autre guide d'entretiens pour les enfants qui se compose de 11 question
Aussi un guide d'entretiens avec les associations telle qu'ARDH, NEMLA, ASSIREM DE GOURAYA, PNG
- L'observation directe : elle a opté cette technique afin d'avoir une observation d'un cours sur l'ERE, et un autre cours sur l'environnement avec deux classes, une séance avec les élèves... le recours à cette technique de collecte des données a été dicté par la nature de son thème.

Les résultats d'étude :

Les résultats de cette étude montrent que l'école seul ou bien les enseignants tous seules ne peuvent pas assurer la mise en place et concrétisation de l'ERE dans le milieu scolaire. Pour réussir cette action il leur faut la participation des associations qui portent un grand souci pour l'état de l'avenir de l'environnement local.

Pour réussir cette action l'enfant doit participer à la résolution des multiples problèmes qui entoure son entourage

Elle a aussi constaté qu'il y a une absence totale d'une pratique d'éducation relative à l'environnement, aussi manque de guide de l'éducation en environnement dans les écoles, et pour cela elle a contacté le PNG

Aussi elle a dit que l'ERE à l'environnement dans la nôtre paye se caractérise par l'absence d'une pratique pédagogique et ça ne concerne pas l'école elle –même la stratégie adoptée par les autorités concernées.

L'obstacle majeur dans notre paye ce qu'elle a trace des objectifs sans penser à leur concrétisation sur le terrain et leur faisabilité comme disait SAUVE l'ERE est une dimension fondamentale et non accessoire d'éducation

L'intérêt de cette étude pour notre recherche et de voir comment la communication environnementale participe à l'éducation des enfants ou bien le milieu scolaire vu que le PNG travaillent avec les écoliers.

Section02 : la démarche méthodologique

1. Les méthodes et les techniques utilisées :

La méthode :

Selon GRAWITZ la méthode est « l'ensemble des opérations intellectuelles par lesquelles une discipline cherche à atteindre les vérités qu'elle poursuit, les démontre, Les vérifie. Elle peut être considérée comme sa réalité envisagée »¹.

Selon Jean-Louis Loubet « La méthode désigne donc une démarche logique, Indépendante du contenu particulier de la recherche, et qualifie des processus et des Formes de perception et de raisonnement destinés à rendre intelligible la réalité à Appréhender »².

La méthode utilisée :

Pour notre recherche on a procédé à l'utilisation de la méthode qualitative, car elle vise à cerner la réalité telle que la définit la population d'étude , ainsi que c'est la méthode la plus adéquate pour avoir des informations et des données de qualité pour notre Thème de recherche, et elle nous a permis également d'approfondir beaucoup plus notre terrain de recherche, et d'avoir des résultats plus pertinent.

Cette méthode se caractérise par une procédure ouverte, qui a permis aux enquêtés D'exprimer librement leurs opinions, points de vue, elle instaure un véritable échange entre l'enquêteur et l'enquêté face à face, et enfin elle nous a permis d'accéder au maximum d'informations et qui semble adéquate à l'objectif visé notamment d'une existence d'une communication environnementale et son rôle dans la préservation et la protection de l'environnement.

Pour Serge Paugam: «Les méthodes qualitatives se distinguent des méthodes quantitatives par leur focalisation sur un nombre réduit de cas et par l'attention accordée à une Analyse en

¹GRAWITZ M, méthode des sciences sociale, paris, 8ème édition, DALLOZ, 1986, p443.

²LOUBERT Jean-Louis, Del Bayle, Initiation aux méthodes des sciences sociales, édition d l'Harmattan, Paris, 2000, P27.

profondeur des processus sociaux ainsi qu'au sens que les acteurs attribuent aux situations Les plus fréquemment utilisées par les sociologues sont l'entretien et l'observation directe »¹.

Dans notre recherche relative au rôle de la communication environnementale, la technique que nous avons utilisée est l'entretien parce qu'il est le plus adéquat : selon ANGERS Maurice « l'entretien est une technique d'investigation directe à l'aide de questions dites ouvertes parce qu'elles sont Formulées pour inviter les informateurs à élaborer leurs réponses ».²

Le guide d'entretien :

Selon Alain Blanchet et al, le guide d'entretien est considéré comme: «un ensemble organisé de fonctions, d'opérateurs et d'indicateurs qui structurent L'activité d'écoute et d'intervention de l'interviewé »³.

Nous avons réalisé un guide d'entretien, parce que notre recherche porte sur une population variée qui porte des questions ouvertes et des questions fermée qui sont reparties en deux axes.

Le premier axe intitulé : la stratégie de communication du l'organisation, ou nous avons posé cinq questions qui relate la place de la communication et les moyens utilisés, ainsi que la vision de l'organisation de PNG sur la communication et mieux comprendre sa stratégie.

Le deuxième axe s'intitule : l'importance et le rôle de la communication environnementale dans l'organisation de PNG, il est composé de douze questions pour découvrir le rôle de la communication environnementale dans la préservation et la protection de l'environnement.

2. La population mère :

BERTHUIER Nicole a définit la population mère comme suit: « la population parente est l'ensemble des éléments sur lequel porte l'étude. Ces éléments peuvent être Simples (une personne interrogée sur ses opinions, ses désirs, ses comportement) Ou composées (une entreprise interrogée sur ses pratiques ou ses projets...).

La population est définie par les caractéristiques des individus qui les rendent Aptes à participer à l'enquête »⁴.

¹PAUGAM Serge, Les 100 mots de sociologie, Ed PUF, Paris, 2014, p.34.

²ANGERS Maurice, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, 6eme édition CEC, Québec, 2014, p 44.

³BLANCHET Alain et al, (sous la direction de François de Singly), l'enquête et ses méthodes D'entretien, NATHAN, Paris, 1992, p.61.

⁴BERTHIER Nicole, Les techniques d'enquête en sciences sociales, 4èmeédition ARMAND COLIN, Paris, 2010, p.161.

L'échantillonnage :

Le choix de l'échantillon est lié à l'objectif de l'étude et aux variables de nos hypothèses.

Selon GRAWITZ Madeleine : « il désigne un ensemble dont les éléments sont choisis parce qu'ils possèdent tous une même propriété et qu'ils sont de même nature ».¹

Selon ZAGRE «L'échantillonnage est un ensemble des procédés visant à la sélection D'une fraction de la population telle qu'elle puisse être considéré comme représentative de la population totale de référence, C'est donc une procédure par Laquelle un petit nombre d'unités d'analyse sont sélectionnées pour étude dans le but de généraliser les résultats à la population mère, appelé l'univers »².

Dans cette recherche la méthode d'échantillonnage choisie est bien la méthode aléatoire simple qui permet à chaque élément de la population mère d'apparaître, cette étude est faite au sein de l'organisation PNG qui emploient 52 personnes, dont 22 personne dans le corps technique, 14 personne dans le corps communicationnelle et 16 dans le Corps contractuelle.

La population d'étude :

Selon AKTOUF Omar, «la population d'étude désigne l'ensemble d'indifférencié des éléments parmi lesquels seront choisis ceux auprès de qui effectueront les observations »³.

Notre population étude est constituée de sept(07) enquêtées dont cinq(05) enquêtées avec un grade de conservateur divisionnaire des forets qui assurent les fonctions suivantes (chargé de la sensibilisation et de vulgarisation, chargé de la recherche scientifique),

Le chef de secteur orientale, responsable de centre d'éducation et de sensibilisation public, le chef de département de protection et avec un ingénieur principale qui assure la fonction de chef de département de protection et enfin un inspecteur des forets qui assure deux fonctions (chargé d'Eco 'musée et chargé de groupe de la flore).

3. La pré-enquête :

Selon GRAWITZ Madeleine la pré-enquête est « une enquête portant sur un nombre d'enquêté ou document pour essayer les hypothèses et le questionnaire avant d'entreprendre l'enquête elle-même »¹.

¹GRAWITZ Madeleine, Méthodes des sciences sociales, Op.cit., P.148.

²ZAGRE, Amboise, Méthodologie de recherche en science sociale, édition L'Harmattan, Paris, 2013, p 73.

³ ATOUF Omar, Méthodologie des sciences sociales et approches qualitatives, presses de l'université de Québec Montréal, 1999, P.72.

C'est la première étape pour bien entamer notre recherche sur terrain qui va se dérouler au sein de PNG de Bejaia au niveau de centre de l'éducation environnemental Pour découvrir premier lieu afin de déterminer notre problématique et construire les hypothèses, ainsi la méthode et les techniques de recherche qui conviennent à notre enquête sur terrain.

Cette pré-enquête, nous permettra de tester notre guide d'entretien et de bien choisir notre échantillon.

L'objectif de notre pré-enquête en premier lieu, est de déterminer comment la communication environnementale peut jouer un rôle majeur dans la réputation d'une l'entreprise, et comment choisir une communication efficace qui peut aider à la préservation et à la protection de l'environnement.

Dans le centre de l'éducation environnementale, durant notre pré-enquête, on va parler de la communication environnementale au sein de PNG pour distinguer les différents volets et les missions accomplies par le Park national de Gourara (PNG) qui sont les suivants :

Premièrement, on a le département de sensibilisation (tous ce qui est en relation avec les incendies), l'éducation environnementale qui travaillent toujours avec les établissements scolaire(les collégiennes) pour sensibiliser les enfants, en faisant des expositions, des clubs verts, des journées portes ouvertes (environnement) et faire des concours de dessins en collaboration avec la direction de l'éducation.

Ensuite, dans le volet de la communication et l'informatique, c'est des documents de sensibilisation sur la protection de la nature, la bonne conduite et faire des CD interactifs. Puis, l'accueil et l'orientation repartie dans trois musées qui sont (le musée des écosystèmes biologiques de synthèse qui sont spécialisé dans la faune et la flore, le musée du lac Mézaia, et le musée du savoir-faire locale qui concerne tous ce qui est traditionnelle).

A la fin, l'intégration des populations riveraines qui disposent de douze villages à l'intérieures du parc dans le but de faire des enquêtes pour cerner ces besoins.

4. Le déroulement de l'enquête :

Le lieu de l'enquête :

Notre enquête s'est déroulée au sein de l'organisation de le PNG de Bejaïa.

¹GRAWITZ Madeleine, Op Cit, p 550.

La durée de l'enquête :

Notre enquête s'est déroulée au sein de PNG de Bejaïa du 14/04/2018 jusqu'au 14/04/2018, nous avons fait une observation et effectuer des entretiens avec le personnel de l'organisation de le PNG.

5. Les difficultés rencontrées :

- Les durées limités de la consultation des documents universitaire, qui nous a pas permet une utilisation meilleure des supports, livre etc.
- Le manque d'études antérieures.

Cadre théorique

Chapitre 01 : la communication**Introduction**

La communication est l'ensemble des processus physiques et psychologiques par lesquels s'effectue l'opération de mise en relation d'une ou de plusieurs personnes -l'émetteur - avec une ou plusieurs personnes – le récepteur - en vue d'atteindre certains objectifs, ce dernier joue un rôle très important dans la réussite de l'organisation qui utilise différents moyens pour transmettre l'information soit à l'intérieur de l'organisation ou à l'externe, dans le but de viser un public plus large pour atteindre certains objectifs.

Section01 : La communication interne :

« L'ensemble des actions de communication destinées aux salariés d'une entreprise ou organisation, utilisant des supports tel que le journal d'affichage, elle se conçoit comme un instrument d'adhésion interne aux valeurs de l'entreprise »¹

La communication interne est une communication dans des organisations destinée à obtenir l'adhésion de ses membres, « on appelle communication interne la communication qui s'effectue entre organisation et ceux qui lui fournissent leur force du travail »² peut être défini comme « un ensemble des principes d'action et de pratiques visant à donner un sens pour favoriser l'appropriation, à donner de l'âme pour favoriser la cohésion et à inciter chacun à mieux communiquer pour favoriser le travail », elle regroupe l'ensemble des actions de communication réalisées au sein d'une entreprise ou organisation destinée à ses salariés. Son objectif est généralement de favoriser l'information, l'intégration et l'adhésion des collaborateurs de l'entreprise.

1.1 : les différents types de la communication interne

Afin que l'information au sein de l'entreprise soit circulée dans tous les niveaux et tous les sens, on remarque l'existence de trois(03) types de la communication interne qui prend en considération le pouvoir et la position hiérarchique :

¹ DECOUDIN, Jean- Marc et IGALENS, Jacques, la communication interne, 3^{ème} édition, DUNOD, Paris 2013, P : 01.

²Philippe DETRE et Catherine BROYEZ, la communication interne au service de management, 2^{ème} édition, liaison, paris, 2001, p57.

1.1.1: la communication interne descendante (hiérarchique) :

Cette forme de communication permet à chaque membre du personnel de comprendre son identité et d'instaurer des relations de confiance, d'échange et d'encouragement dans l'entreprise, mais c'est également par l'utilisation des moyens de communication que l'information descendante diffuse des messages portant sur grandes orientations de l'entreprise.

La communication interne descendante répond à une première fonction : la diffusion « des informations réglementaires » ces informations bénéficient déjà d'une diffusion à travers les panneaux d'affichage. En générale, on trouve le règlement intérieures, les mesures de sécurité, les notes de services et les documents émanant des délégués et du conseil d'entreprise. la communication descendante permet de mieux faire connaître l'environnement de l'entreprise et l'entreprise elle-même, soit par le journal d'entreprise, soit par des documents spécifiques. il est essentiel que la communication descendante reste un instrument d'information au service des salariés, afin de leur donner le sentiment réel qu'ils sont pris en considération. Pour bien fonctionner, elle doit demeurer crédible et utiliser les moyens les mieux adaptés.

1.1.1 : La communication interne ascendante :

La communication ascendante transmet l'information d'un niveau hiérarchique inférieure vers un niveau hiérarchiques supérieure, « la communication ascendante est la remontée des informations de la base vers la direction de l'entreprise, elle met en relief, les préoccupations et les aspirations du personnel »¹. elle peut être provoquée ou spontanée, la communication ascendante répond à trois objectifs : enquêtes, détecter et stimuler. Elle est formelle lorsqu'elle est structurée, et que l'on connaît l'émetteur et le récepteurs, informelle lorsqu'elle n'est pas structuré, mais que l'on connaît ou que l'on peut identifier émetteur et récepteur. il s'agit d'un bruit ou de rumeur quand elle n'est pas suscitée par une information descendante, et provoquée quand elle est une réaction simple à une situation nouvelle ou à une prise de décision. Les acteurs de la communication ascendante sont :

1. Emetteurs : ouvriers, employés, technicien, agent de maitrise, secrétaires, cadres.
2. Récepteurs : manager, directeurs généraux, directeurs de département ou chef de services.
3. Relais : l'encadrement, agent de maitrise, délégués du personnel, membre du comité d'entreprise, responsable de l'information.

¹Marie Hélène WESTPHALEN, le guide de la communication de l'entreprise, 3^{ème} édition, Dunod, Paris, 2001, P84.

1.1.2 La communication interne horizontale (latérale) :

Elle permet l'échange entre les individus de même groupe à l'intérieure d'un service ou entre des services ou d'établissement différent, cette communication se passe à l'intérieure d'un même niveau hiérarchique, il n'existe donc aucune forme hiérarchique dans cette forme de communication. Elle permet de rassembler le personnel, de fonder l'esprit d'équipe, de rompre les malentendus, de connaitre les interdépendances, de susciter des actions conjointes.

1.2 : les outils de la communication interne

L'entreprise combine des moyens humains et matériels pour que son personnel éprouve un sentiment d'appartenance. la communication interne utilise des divers moyens et outils pour permettre la circulation de l'information et son accès dans l'entreprise.

1.2.1 : Les outils écrits :

Les outils écrits sont l'un des éléments des difficultés de la communication interne, aussi ils sont l'un des facteurs de sa réussite¹.

L'écrit est le moyen le plus ancien utilisé pour la transmission de l'information, l'écrit permet de transformer des obligations de communication (diffusion de l'information, transmission d'ordre, publication de résultat), on peut distinguer plusieurs supports : note de service, affichage, lettre, journal interne.

1.2.1.1 La boîte à idées :

En donnant la parole aux salariés, la boîte à idées permet de recueillir des suggestions à un cout très faible. C'est un outil qui leur permet également d'exprimer leurs préoccupations afin de faciliter l'expression. Son objectif était de recueillir les idées de tous les salariés mais aussi de les récompenser si l'idée était retenue².

Cette boîte est un moyen de développer l'intérêt du personnel pour son travail, d'encourager ses initiatives, de développer la créativité et l'expression du salarié, elle permet aussi l'insertion du salarié dans son milieu de travail.

¹Nicole D'ALMEIDA et Thierry LIBAERT, la communication interne de l'entreprise, 4^{ème} édition, Dunod, 2004, P46.

² Thierry LIBAERT, Marie Hélène WESTPHALEN, Communicator, 6^{ème} édition, Dunod, Paris, P249.

1.2.1.2 Le livre d'accueil :

Le livre d'accueil souvent destiné au nouveau arrivant, c'est un premier contact avec son entreprise, il est une source d'information pratiques et utiles, il permet d'obtenir des repères facilitant l'intégration et une description générale de l'entreprise (histoire de l'entreprise, objectif à court et moyen terme, valeurs, philosophie, règles de sécurité).

1.2.1.3 Le journal d'entreprise :

Le journal d'entreprise est l'un des supports privilégiés de communication interne.

Média riche et souple, il est aujourd'hui très répandu, partagé par l'écrasante majorité des grandes entreprises. Il est très important dans la communication interne. Il permet une maîtrise du contenu et il est conçu paritairement comme un vecteur d'information vers les employés. Il représente « l'esprit » de l'entreprise. Son principale avantage est d'être souple et contrôlable, mais on lui reproche souvent d'être trop hiérarchique et pas assez interactif. La création d'un journal d'entreprise nécessite de bien définir ses objectifs et son fonctionnement¹.

Il permet aussi une diffusion large, une pénétration plus profonde de l'information écrite. Il complète l'information orale par des précisions et des documents servant de référence, la précise et donne une meilleure possibilité de mémorisation des informations données.

1.2.1.4 Lettre au personnel :

Il s'agit d'un document signé par le directeur et remis ou envoyé aux membres du personnel, soit régulièrement, soit à l'occasion d'événements importants dans la vie de l'entreprise. Un chef d'entreprise ou de service, fait passer un message à ses salariés sous forme de lettre, sans aucune contrainte de contenu. Elle est pour informer le personnel sur les résultats et les projets de l'entreprise, pour annoncer une opération particulière.

Ces avantages sont : la rapidité et la force d'impact sur le destinataire, directement et à travers son conjoint, qui peut avoir connaissance de la lettre et elle peut également contrebalancer l'effet des rumeurs, en répondant aux attentes et aux inquiétudes du personnel.

1.2.1.5 La note de service :

¹ Thierry LIBAERT, Marie Hélène WASTPALEN, Op.cit, P157.

Elle fixe les règles de fonctionnement interne, informe sur les modifications juridiques, commerciales ou techniques.

La note est quantitativement le premier outil communication dans l'entreprise, toutes les entreprises, quel que soit leur taille, y ont recours. La note est un outil indispensable de management de l'entreprise, elle a pour objectif de fixer les règles du fonctionnement interne de tracer les directives, d'informer sur les orientations et les modifications juridiques, techniques ou commerciales¹.

1.2.1.6 Le flash d'information :

Le flash d'information est une variété particulière de journal d'entreprise. Une note courte et de rédaction simple, destinée à informer sans retard le personnel, elle est située entre la note de service et journal d'entreprise, la note flache, appelée également flashe d'information².

Elle annonce un résultat, une modification de structure ou une décision importante de manière et qui vise d'informer le personnel au fait de la vie de l'entreprise. Elle permet de pallier sa périodicité régulière en informant en temps réel l'ensemble des salariés de l'entreprise.

1.2.2 les moyens oraux :

L'orale est l'outil le plus ancien de la communication interne, est un moyen de communication directe et rapide, il est aussi le plus efficace. Il permet un contact direct entre l'émetteur et le récepteur. Les moyens oraux permettent la mise en place d'une communication proximité qui s'opère directement sur le lieu de travail. Ses supports sont : les réunions, le téléphone, les rencontres³.

1.2.2.1 les réunions :

La réunion est l'outil le plus utilisé dans les entreprises, sa première finalité réside dans l'échange d'informations techniques en vue d'un objectif d'atteindre des résultats. Les réunions se suivent et ne ressemblent pas : réunions de service, assemblée générale, conférences.

L'objectif de la réunion est soit d'obtenir l'information, soit de prendre une ou plusieurs décisions.

1.2.2.2 le journal téléphonique :

¹Marie Helene WESTPHALEN, Op.cit, P47.

²Thierry LIBAERT, Marie Hélène WESTPHALEN, Op.cit. ; P268.

³F.BONEU, L'entreprise communicante-Démarche et pratique de la communication interne, Edition Liaison, 1990, P50.

Le journal téléphone est un journal qui permet à chaque salarié d'écouter les informations de l'entreprise en composant un numéro de téléphone, un répondeur téléphonique se déclenche alors et déroule ses messages. Le journal téléphonique complète souvent le journal écrit dont il compense la plus faible réactivité face à l'actualité.

Il permet à l'entreprise d'informer rapidement en période de crise, et aussi d'annoncer des événements qui seront détaillées au sein su support écrit, ce journal téléphonique ne peut comporter que des annonces brèves pour être efficace, ce système doit respecter des contraintes de nouveautés, de régularité et de rapidité des informations et ceci de manière attractive grâce à une prestation soignée.

1.2.2.3 les visites de l'entreprise :

Ce sont des visites guidées par des bureaux organisées par l'entreprise qui permet aux membres du personnel et leur famille pour faire mieux connaitre aux salaries leur entreprise et notamment, les autres services, faires connaitre aux familles des membres du personnel le milieu de travail de ceux-ci.

1.2.2.4 les conférences :

Les conférences sont des exposés d'un sujet par un cadre de l'entreprise ou par personnalité extérieure, sujet de culture général ou question en rapports avec la vie professionnelle. Elles élargissent la culture générale des membres de l'entreprise et complète leur formation professionnelle.

Les moyens audiovisuels :

L'audiovisuel est un moyen de la communication moderne avec l'évolution technologique, ce sont des supports de communication efficaces (bonne transmission de l'information, compréhension et mémorisation aisées) on peut engendre des incidences dans le domaine de la communication interne, le fait de sa complexité il exige l'intervention des spécialistes .il peut emprunter plusieurs formes¹.

1.2.2.5 les moyens classiques :

Cassette audio/vidéo, CD/DVD, diaporama, diapositif, rétroprojecteur... Etc., permettent un bon transfert d'information et une bonne compréhension de la part des spectateurs et des auditeurs.

¹Thierry LIBAERT et Marie Hélène WESTPHALEN Op.cit, P283.

1.2.2.6 la téléconférence :

Cette nouvelle technologique permet le couplage des techniques modernes de transmission et de celles de l'audiovisuel permet te tenir des réunions avec des interlocuteurs qui trouvent à des distances plus ou moins grandes de l'animateur.

1.2.2.7 journal télévisé :

Le journal télévisé est une séquence d'information diffusé à horaire fixé par une station de télévision et animée u présentateur qui organise, en direct sur le plateau, son déroulement les contenus informatifs, la hiérarchie des informations et les différentes interventions décidées en conférence et rédaction.

On peut aussi le journal télévisé est la diffusion, à l'aide des bandes magnétique ou numérique, de séquences tournées à l'intérieures à l'entreprise. L'équipement nécessaire consiste en une installation de prises de vue permettant enregistrement sur place ou des reportages à l'extérieures et un certain nombre de lecteurs et de récepteurs de télévision installés là où l'on peut diffuser les séquences.

1.2.3 les moyens électroniques :

Les informations sont diffusées par informatique, donc on à une rapidité de diffusion d'information grâce à la vitesse de transmission qui est instantanée et un échange immédiat.

1.2.3.1 intranet :

Réseau privé de l'entreprise, bien qu'utilisant les techniques du web, cet outil permet de transmettre des messages officiels provenant de la direction aux collaborateurs de manière réactive et ce quel que soit l'endroit où ils se trouvent, sans attendre la publication d'un support papier. Cet outil abolit les frontières du temps et de l'espace par son accessibilité document officiels, procédures à suivre, guides pratiques et organigramme pour les nouveaux employés.

Le site intranet est plus qu'informatif .opportunité pour renforcer la fonction communication interne malgré son cout plus élevé, le site intranet ne remplace pas le bulletin d'entreprise ou la newsletter¹.

¹Thierry LIBAERT et Marie Hélène WASTPHALEN, Op.cit, P286.

La communication interne est considérée comme une nécessité dont on ne peut s'en passer pour réaliser toutes les fonctions de l'organisation, planification, organisation, prise de décision, la surveillance. On ne peut pas imaginer le fonctionnement d'une activité sans la présence de l'information qui signifie en l'absence de la communication, comme apparaît son utilité à travers le temps que mettent les directeurs dans la communication.

Section02 : La communication externe :**2.1 : Définition de la communication externe :**

« La communication externe comprend toutes les actions menées à l'extérieur de l'organisation : les actions de communication commerciales et de communication corporatif (dite communication institutionnelle) »¹

selon le dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication défini la communication externe comme : Ensemble des actions de communication institutionnelles et commerciales, entreprise par une organisation (firme, administration publique, association) pour améliorer sa notoriété à l'extérieurs auprès de ses déferents publics (clients potentiel et effectif, fournisseurs, financiers, actionnaires potentiels et effectifs, pouvoirs publics, citoyens, hommes politiques, syndicats). Les moyens sont : les relations publiques, les opérations de mécénat, les opérations de parrainage, la réclama, la publicité, le marketing direct.²

La communication comprend un ensemble des messages et actions destinées à des publics extérieures à l'entreprise (consommateur et acheteur, journaliste, association de défense des consommateurs, des distributeurs, clients, fournisseurs, milieu banques et financiers, pouvoirs publics).

La communication externe peut à son tour se décomposer en fonction de son objet

- **La communication institutionnelle également appelé la communication corporate** : Est une communication de l'entreprise sur elle-même, elle permet à l'entreprise de valoriser son image et son identité aux près des différents publics qui l'intéressent.
- **La communication marketing** : La communication marketing parle des marques, des produits, et des services, son objectif est de convaincre les cibles sélectionnées, d'acheter ou de racheter.

¹Valérie Sacriste, communication et médias, éd Foucher 2007, p 67

² Bernard LAMIZET et Ahmed SILEM, Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication, Ellipses édition Marketing S.A 1997, 130

2.2 : Les types de la communication externe :

La communication externe adopte plusieurs formes selon la cible visée aussi le message que l'entreprise veut transmettre et comprend ainsi quatre types :

2.2.1 : La communication de crise :

Pour apprendre à gérer des situations imprévues, les entreprises devraient dans l'idéal réfléchir quelques instants sur des événements possibles et simuler, en conséquence, des scénarios. Des exercices dont l'objectif est d'arrêter des stratégies de communication précises en cas de "crise". A ce petit jeu, chaque situation implique donc une stratégie différente. Néanmoins, on peut discerner trois grandes stratégies de communication de crise : la reconnaissance (Cette première stratégie consiste à accepter la crise et ce, le plus rapidement possible) ; le projet latéral (cette stratégie cherche à modifier l'angle de vue de la crise) et le refus (La stratégie du refus consiste à affirmer qu'il n'y a pas de crise. Il s'agit alors d'une posture que l'entreprise doit être capable de tenir).

2.2.2 : La communication commerciale ou Marketing :

La communication commerciale repose sur deux grandes catégories d'actions : médias et hors médias. La communication a pour rôle essentiel d'informer ou de convaincre les consommateurs. Elle peut aussi avoir pour but de faire essayer le produit, de fidéliser ou encore d'accroître sa notoriété. On dit que la communication commerciale recouvre trois dimensions : le conatif (faire agir), le cognitif (faire savoir) et l'affectif (faire aimer). Il s'agit une communication produit ou marque plus que corporative (institutionnel ou communication d'entreprise). La stratégie de communication s'inscrit dans la stratégie marketing.

2.2.3 : La communication financière :

Pendant longtemps, la communication financière a été assimilée à l'obligation de donner des informations seulement comptables c'est à dire l'information financière. Attention, la communication financière n'est pas de l'information financière mais seulement une de ces évolutions. L'information se définit comme un renseignement ou événement qu'on porte à la connaissance d'une personne ou d'un public. Cependant, le contenu de la communication financière doit respecter un certain nombre de règles notamment en matière de diffusion et de transparence de l'information pour l'égalité d'accès à celle-ci. La communication financière doit aussi contribuer à façonner une image globale attractive pour les investisseurs.

2.2.4 : La communication institutionnelle ou informative :

Ensemble des actions de communication qui visent à promouvoir l'image de l'entreprise ou d'une organisation vis à vis de ses clients et différents partenaires. La communication d'entreprise se distingue classiquement de la communication de marque dans la mesure où c'est l'organisation qui est promue et non directement ses produits ou services. On communique sur les performances de l'entreprise et ses valeurs.

2.3 : Les moyens de la communication externe :

2.3.1 La télévision :

Est l'un des médias prestigieux qui permet de valoriser l'image des entreprises qui le choisissent comme moyen de communication, La télévision permet de passer des messages complexes et difficiles à distribuer ailleurs. Elle se caractérise par sa large couverture.

2.3.2 La radio :

La radio est un média de masse qui permet un véritable et fort impact lorsque le message est répété. La radio comme la télévision permet de générer un profit important concernant la valorisation de l'image d'un produit, d'une gamme ou enfin d'une entreprise.

2.3.3 Le téléphone :

Il permet de promouvoir toutes les étapes de contact client. Il permet ainsi de stimuler un grand nombre de clients pendant un temps réduit.

2.3.4 Internet :

L'internet était réservé aux universitaires. Tout au long du temps elle se démocratise et devient utilisée pour différentes fins tel que la communication des entreprises.

2.3.5 La télécopie :

Ses avantages sont : la souplesse d'utilisation et l'efficacité, la rapidité et sélectivité de la diffusion de l'information , la possibilité de transmettre une page à l'autre bout du monde en 11 secondes et d'envoyer en une seule opération le même document à une centaine de personne et il permet de réaliser une substantielle économie.

2.3.6 Le télex :

Le télex est un outil de communication direct dirigé vers l'annonce d'événements particuliers en conservant son caractère exceptionnel. L'utilisation d'un contrat télex permet de segmenter le marché cible par catégorie d'entreprise, par activité, par secteur géographique et par fonction.

2.3.7 Sponsoring :

C'est un type de publicité, à ce niveau une manifestation apporte sans soutien financier (matériel ou logistique à des hommes ou de événements) à une personne physique ou morale en contrepartie, cette dernière assure une certaine publicité.

2.3.8 Le mécénat :

Son but est de bénéficier et de tirer un impact positif pour l'image de l'entreprise à travers la mobilisation des ressources au service de l'intérêt social et général apporté aux activités créatives de l'esprit et à la culture.

2.3.9 Publipostage :

Le publipostage est le moyen de marketing direct le plus utilisé qui correspond à une offre commerciale transportée par voie postale et matérialisée par des documents écrits. Cette technique est fiable et de bon marché.

2.3.10 Les affiches :

Les affiches sont parmi les moyens les plus utilisés pour la communication .Ils permettent de donner des informations concernant les produits et les services ainsi que des informations sur l'utilisation et les différents points de vente.

2.4 Les objectifs de la communication externe :

L'objectif du service communication est de promouvoir l'image de la structure à laquelle il appartient ,entreprise, collectivité, association, Il s'appuie sur un plan de communication bâti à partir de la stratégie de communication définie par sa structure., Il met en œuvre des actions et outils destinés à communiquer sur l'image que la structure a choisi de présenter à ses publics et de contribuer à la réussite et au développement de l'entreprise par la création et le développement d'une image favorable, puis convaincre les clients acquis et potentiels, attirer les meilleurs salariés, fidéliser les actionnaires, faciliter les relations avec l'environnement, développer la fierté

d'appartenance ensuite améliorer les relations avec les partenaires, amortir les crises par l'établissement et le maintien d'une relation de confiance avec ces différents partenaires extérieurs, particulièrement : médias, élus, institutionnels, analystes et investisseurs et Préciser La cible de la communication externe

Interne ou externe, la communication doit être de plus en plus professionnelle pour participer efficacement à la stratégie de la communication.

La communication externe joue un rôle fondamental dans la création de l'image de l'organisation, elle cherche à améliorer sa réputation et asseoir sa notoriété envers le public ciblé.

La Communication externe ne fonctionne bien qu'avec un levier interne solide. Au sein de chaque service de communication, les spécialistes en communication interne et en communication externe collaborent étroitement.

Chapitre 2 : la communication environnementale

La communication est le processus de transmission de l'information, ce dernier peut être considéré comme un processus pour la mise en commun d'information et de connaissance. La communication est primordiale pour le traitement de la question de l'environnement, on peut considérer la communication environnementale comme un domaine de recherche scientifique et comme une activité pratique engagée.

C'est avec l'évolution de la question de l'environnement qu'apparaît la communication environnementale qui est utilisée par les organisations pour passer des messages de sensibilisation et de protection de l'environnement.

Section 01 : l'histoire de la communication environnementale et développement durable

Le XX^e siècle est marqué par la lente émergence de la question de l'environnement et avec lui, de la communication environnementale. Si les préoccupations environnementales américaines naissent dès la fin du XVIII^e siècle au cœur des villes industrielles polluées, elles apparaissent tard en Europe, à partir des années 1970, de nouvelles façons de voir le monde alimentent des groupes intellectuels, associatifs et scientifiques. Leurs écrits font une critique acerbe de notre développement industriel et de notre rapport à la nature et aux sciences, et proposent de nouveaux modèles de société. Pourtant, ceci reste peu audible dans l'euphorie du boom économique¹.

Sans doute, comme le pensent les historiens, faut-il aussi incriminer en France, un esprit cartésien et positiviste empêchant de penser la pluralité des échelles spatiotemporelles et la globalité de toute problématique environnementale.

En tout cas, les sciences de l'information et de la communication mettent, elles aussi du temps à investir l'environnement. Ce retard touche beaucoup de disciplines de sciences humaines, à l'instar de l'histoire de l'environnement.

Le champ de l'environnement devient si présent que Jacques Theys reçoit, en 1992, une commande de l'État pour définir ce mot-valise. Il montre que l'environnement s'exprime à cette époque selon cinq dimensions : écologique (faune, flore, habitat), sécuritaire (risques, gestion/déchets, eau, air), économique, sociale et culturelle.

¹SACHS, I., L'Écodéveloppement Stratégies de transition vers le XX^e siècle, Paris, Syros, 1993

Enfin, dans les années 1990, la communication et la médiation scientifiques, proches des questions d'environnement, sont, elles aussi, très activées par les problématiques de sciences citoyennes portées par les physiciens humanistes et les philosophes et historiens des sciences.

Le développement durable (DD) est une notion qui renvoie à un mode de développement qui vise la réalisation d'un progrès en prenant en considération trois critères de base l'équité sociale, l'efficacité économique et le respect de l'environnement.

En effet depuis l'année 1970, au niveau mondial, les ressources en matière première diminuent. La pollution augmente et continue à avoir de plus en plus d'effets visibles sur la planète. D'autre part, des problèmes d'ordre social et économique se font de plus en plus ressentir, comme le chômage, la surpopulation, les problèmes de santé, d'éducation, d'exclusion, de pauvreté, de malnutrition.

C'est dans ce contexte qu'émerge le développement durable comme modèle de développement qui vise à résoudre tous ces problèmes à la fois. Bien qu'il parait nouveau les origines de développement durable remontent aux années 1960, nous reviendrons dans ce qui suit aux étapes les plus marquantes de l'histoire de DD:

Les étapes importantes:

- **Le club de Rome : Halte à la croissance**

En 1968, un groupe non politique et indépendant appelé « club de Rome », a été créé pour analyser les problèmes majeurs de l'humanité afin d'aider les décideurs et d'informer le grand public. Ce groupe était composé de scientifiques, d'économistes, d'hommes d'Etat, d'hommes d'affaires et de hauts dignitaires internationaux. Leur but était d'élaborer une vision universelle de la situation de l'humanité. Les travaux de ce Club, à la fin des années 1960, sont souvent cités comme point de départ qui dénonce dans un rapport publié en 1972 et intitulé « Halte à la croissance », le danger que représente une croissance économique et démographique exponentielle du point de vue de l'épuisement des ressources naturelles de la pollution et de la surexploitation des systèmes naturels.

- **La conférence de Stockholm (1972) et émergence de « l'écodéveloppement » :**

En 1972, les Nations Unies organisent à Stockholm la première conférence internationale sur l'environnement, qui aboutit à la création du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE). A cette occasion apparaît le concept « d'écodéveloppement », qui s'attache à réconcilier

deux approches apparemment antagonistes, celle du développement et Celle de l'environnement et contribue à remettre en cause les modes de développement du Nord et du Sud, générateurs de pauvreté et de dégradations environnementales.

- **Rapport de Brundtland et l'émergence de développement durable**

Un rapport fait par le premier ministre norvégien Brundtland en 1987 fait apparaître pour la première fois la notion de développement durable. Ce rapport préconise un changement radical dans le processus de développement en considérant la protection de l'environnement comme une priorité et en insistant sur une redistribution équitable des richesses mondiales.

C'est de ce rapport qu'est extraite la définition de DD reconnue aujourd'hui : « Un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs »².

- **La conférence de Rio de Janeiro de 1992**

En 1992, les Nations Unies organisent à Rio la deuxième conférence sur l'environnement et le développement, également appelée « Sommet de la terre ». Les 173 chefs d'Etat présents s'engagent sur 4 textes :

La Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement ;

La Convention sur les changements climatiques, avec engagement pour les pays riches de ramener en 2000 leurs émissions de gaz à effet de serre (GES) au niveau de 1990 ;

La Convention sur la biodiversité, engageant tous les pays l'ayant ratifiée (ce que les Etats- Unis n'ont pas fait) à favoriser la conservation et l'utilisation durable de la diversité biologique, ainsi que le partage juste et équitable des avantages découlant de son exploitation ;

La Déclaration des principes relatifs aux forêts

Les Etats présents à Rio ont également signé un document de propositions, non juridiquement contraignantes, mais faisant autorité, « l'Agenda pour le XXIème siècle », dit Agenda21. Le concept de développement durable se consacre alors en actes car tous les États sont invités à agir

²COMMISSION MONDIALE POUR L'ENVIRONNEMENT ET LE DEVELOPPEMENT (CMED), Notre avenir commun, 1987, http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/sites/odyseedveloppement-durable/files/5/rapport_brundtland.pdf

en réalisant des Agendas 21 nationaux et les collectivités locales en mettant au point des Agendas 21 locaux.

- **Le protocole de Kyoto, 1997 – 2005**

En décembre 1997, la Convention sur les changements climatiques signée à Rio est complétée par le « protocole de Kyoto », qui impose aux pays industrialisés de réduire, d'ici 2012, leurs émissions de gaz à effets de serres d'au moins 5% en moyenne par rapport au niveau de 1990.

- **Le Sommet de Johannesburg 2002**

Présente un bilan alarmant de l'état de la planète : épuisement des ressources naturelles, pollution, réchauffement climatique, mais aussi sous-alimentation, manque d'eau dans de nombreux pays ... les contrats signés en 1992 à Rio n'ont pas été respectés.

Dans la mesure où très peu de pays riches avaient mis en place des stratégies de développement durable et que les aides aux pays en développement étaient dérisoires.

Avec l'évolution du développement durable que la communication environnementale commence à apparue, on va voir dans cette partie on détaille son histoire, rôle, formes et l'importance de la recherche dans le domaine de la communication environnementale.

Section02 : les formes de la communication environnementale :

La communication environnementale revêt plusieurs formes qui l'apparentent à des types de communication déjà existants, Elle se confond essentiellement avec la communication politique, la communication scientifique, la communication de crise et la communication des risques.

Par ces différentes formes, la communication environnementale se présente comme un objet particulièrement complexe, Certains vont plus loin et considèrent que la communication environnementale consiste en un regard particulier sur les relations homme nature. D'objet de communication, l'environnement devient ainsi cadre de communication.

2.1 : La communication scientifique :

La communication environnementale comporte régulièrement des données issues de travaux scientifiques. C'est en cela qu'elle s'apparente à une communication technico-scientifique. Cela est repérable dès les pratiques de communication environnementale à travers principalement :

Les efforts de pédagogie déployée dans les messages produits par l'organisation : observation de glossaires et de lexiques dans les rapports environnement, visites guidées avec maquette de démonstration, opérations à destination des publics scolaires.

Les efforts de transparence : réalisés par les acteurs de la communication : la volonté de ne rien cacher aux différentes parties prenantes, afin d'établir un climat de confiance, suppose la divulgation de données techniques précises. On observe ainsi de nombreuses données chiffrées dans les rapports environnement des entreprises, mais aussi dans les réunions de concertation rassemblant de multiples acteurs.

Par ailleurs, si la communication environnementale revêt un aspect scientifique, c'est aussi parce que les discours rationnels produisent un effet rassurant par rapport aux aspects angoissants caractérisant les thématiques environnementales.

2.2 : La communication de crise :

Une situation de crise correspond pour une organisation, dans le moment de danger que imposant une Communication en situation d'urgence, nécessite des prises de décisions et le relai d'information rapide, car Chaque une crise à des spécificités avec une gravite importante, car cette dernier s'inscrit dans le degré de danger.

Donc, la communication environnementale consiste un climat de confiance entre les acteurs, reposant

Sur une connaissance approfondie et des rencontres réguliers entre eux.

2.3- La communication des risques :

La communication environnementale, en constituant une préparation à la communication de crise, s'apparente également à une communication sur le risque.

Pour un établissement industriel, la communication environnementale se traduit par la prise en compte des éléments de risque, que l'organisation accepte de reconnaître le danger de certaines activités qui concerne certaines entreprises.

Un certain nombre de facteurs accroissent cependant ces risques : présence de matériaux inflammables ou explosifs. D'autres risques sont aussi présents pour certains établissements : pollution des sols, empoisonnement progressif des salariés ou des populations voisines, émanation de gaz, radioactivité présente dans certains déchets hospitaliers, etc.

La communication environnementale par ses aspects de communication sur le risque, pose ainsi la question difficile de ses effets sur la perception même du risque (le simple fait de communiquer sur le risque peut nourrir l'anxiété ou au contraire rassurer la population...)³.

Section03 : le rôle de la communication environnementale

Communiquer a toujours été indispensable pour les entreprises, à petites ou grande échelle, la communication est devenue un atout exigé pour développer son entreprise.

Aujourd'hui il est très difficile de ne pas se sentir concerné par l'environnement. Chaque jour on peut entendre des informations alarmistes sur le réchauffement climatique ou encore l'appauvrissement des ressources naturelles.

Les premières cibles mises en cause par l'opinion publique sont les entreprises. Pour y faire face, ces dernières prennent la décision de mettre en place des systèmes de management environnementaux de façon à réduire leurs impacts sur l'environnement.

La protection de l'environnement est devenue critère de sélection et les entreprises éprouvent le besoin de communiquer sur leurs efforts environnementaux de façon à valoriser leur image ainsi que leurs produits et services.

La communication environnementale joue donc désormais bel et bien un rôle dans le développement des entreprises.

Section04 : L'importance de la recherche dans le domaine de la communication environnementale

4-1- La communication environnementale comme domaine de recherche :

La communication environnementale est un domaine de recherche des sciences de la communication, c'est un domaine qui traverse plusieurs et des différentes disciplines, son intérêt repose sur un ensemble de chercheurs qui revendiquent p l'étude des relations entre les collectifs et l'environnement naturel.

Les théories et les approches mobilisées en communication environnementale reflètent la provenance et les domaines de spécialisation, la théorie médiatique, la rhétorique, la science politique, l'analyse systémique, l'économie politique favorisant une analyse différenciée des

³<http://sircom.fr/les-formes> -de -la communication-environnementale(les formes de la communication environnementale).

problématiques selon les ancrages disciplinaires privilégiés, car les approches qui coexistent dans les sciences de la communication sont également présentes dans le champ de la communication environnementale.

On a aussi l'éthique qui est de plus en plus présentée dans la recherche en communication environnementale.

L'un des plus importants défenseurs de cette approche éthique et pragmatique est COX (2007) « pour qui la communication environnementale est une discipline de crise, dont l'urgence de la tâche est d'ordre éthique et doit consister non seulement à étudier et analyser, mais également à intervenir et changer l'ordre des choses dans un contexte de crise »⁴.

La communication environnementale décrite comme un champ d'étude qui se situe à l'articulation des théories de la communication et des théories de l'environnement dans le but d'analyser le rôle et l'influence de la communication dans les problématiques environnementales.

4-2- la communication environnementale comme espace de pratique :

La communication environnementale est une activité qui regroupe des formes de communication (interpersonnelle, publique, organisationnelle) qui portent sur des problématiques environnementales, la communication environnementale rassemble l'ensemble des pratiques de communication entreprises qui portent sur le thème de l'environnement.

La communication environnementale comme un espace de pratique à un espace de pertinence, comme le soutient le directeur exécutif de l'international environmental communication association (IECA) Mark Meisner : « la communication environnementale inclut tous ceux d'entre nous qui sont impliqués dans la discussion, le débat, l'éducation et le plaidoyer à propos des affaires environnementales ».

La communication environnementale regroupe dans cette perspective, « l'ensemble des pratiques de communication réalisées par les médias, les organisations, les parties politiques, ou tout autre intervenant sur la scène publique, pourtant sur le thème de l'environnement »⁵.

⁴COX Robert, « Nature crisis disciplines : does environmental communication Have an Ethical Duty ? », in environmental communication : A journal of nature and culture 2007, n1, P5-20.

⁵MARTY Emmanuel, BURGUET Annette ET MARCHAND Pascal, la communication environnementale : des discours de sensibilisation ?, in Actes du colloque CNRIUT Lyon 2008, P48.

Section05 : élaboration d'un plan de communication environnementale

Tout entreprise ou organisation quelle que soit sa nature de production ou de service élaborent un plan de communication afin de pouvoir faire connaître l'entreprise et de faire véhiculer son image auprès de sa cible. Les entreprise joue un rôle très important dans l'environnement pour cela elle doit lui donner de l'importance pour en tirer profit en élaborant un plan de communication environnemental.

5.1- Plan de communication :

Le plan de communication est la formalisation de la stratégie de communication d'une organisation. Il est considéré comme la pierre angulaire de toutes les communications amenant de l'entreprise. Le plan fournit la version commune autour de laquelle tourneront toutes les communications, il met en cohérence les objectifs, les cibles, les messages, et les moyens. C'est un outil de pilotage qui doit nécessairement être souple pour s'adapter aux événements externe et internes imprévus et aux particularismes des différents métiers et implantations de l'entreprise. Pour traduire l'importance d'un plan de communication, les anglo-saxon utilisent la formule « if You Fail to plan, You plan to Fail ». La durée d'un plan de communication s'est considérablement raccourcie depuis les années 1990 est l'horizon temporel est aujourd'hui inférieur a trois ans. La base d'un plan de communication se retrouve dans la réflexion autour de 8 w : why, what, what effect, what chanel, when, where, whom, who que l'on traduit en français par la proche formule mnémotechnique : QQQQCCP : Qui, Quoi, Ou, Quand, Comment, Combien, Pourquoi, c'est donc principalement une réflexion sur les objectifs de communication, sur les messages a diffusé, sur les cibles, sur les outils de communication à utiliser qui domine la rédaction d'un plan de communication. Il la phase initial est constitué par la diagnostique de situation appelé audit de communication. Il n'est désormais acquis que la réussite d'un plan de communication repose sur la fixation d'indicateurs précis de pilotage au travers de tableaux de bords, sur la définition des responsabilités de chaque projet de communication, sur la prise en considération du budget nécessaire. L'évaluation des résultats est un domaine qui se fortement professionnalisé avec l'impératif pour le charge de communication de pouvoir démontrer l'efficacité de ses actions. Là ou jadis on pensait que la communication ne se mesurait pas, on est aujourd'hui persuade que si cela ne se mesure pas, c'est que l'objectif de communication a été défini.

Le plan de communication est le document qui formalise la stratégie de communication. Le baromètre de la communication réalisé à la fin de 2007 par l'agence CSA indique que 56% des

entreprises déclarent avoir une stratégie de communication dont 68% l'ont formalisé dans un document écrit.⁶

5.2 : Les étapes à suivre pour élaborer un plan de communication environnementale

5.2.1- Faire un diagnostic

Une méthode simple et efficace consiste à appliquer la méthode SWOT (AFOM en français : atouts, faiblesses, opportunités, menaces). Elle permet de faire apparaître à chaque niveau, les forces et faiblesses, opportunités et menaces et fait ainsi émerger les variables décisives sur lesquelles il sera le plus pertinent et le plus efficace d'agir.

5.2.2 : Formuler votre message

Le message doit être clair et simple à retenir et il ne doit pas contenir des mensonges et il doit répondre aux attentes et aux besoins du public ciblé.

5.2.3 : Analyser les moyens humains et financiers

Il est évidemment très important de ne pas oublier d'analyser quelles sont les possibilités de l'entreprise en termes de ressources humaines et de moyens financiers à mobiliser dans le cadre de sa stratégie de communication.

Les ressources humaines telles qu'un bon porte-parole afin de bien transmettre le message et les moyens financiers tels que le budget nécessaire pour faire réussir la campagne de communication.

5.2.4 : Définir les moyens de communication adaptés.

Une fois que l'entreprise a bien définie ses objectifs, sa cible, le contexte dans lequel elle évolue, son message et les axes de communication à développer, ainsi que les moyens dont elle dispose, elle pourra penser aux outils les plus adaptés à sa stratégie de communication : des supports e-marketing plutôt que de l'affichage, un site internet plutôt qu'une plaquette institutionnelle etc....

5.2.5 : Établir son plan de communication

Dernière étape, le plan de communication liste et planifie les actions préconisées par la stratégie de communication. Prenant la forme d'un planning, il lui permettra de répertorier les actions à réaliser, leur périodicité, le timing et la durée de réalisation de chaque action, les personnes

⁶FRANCIS BALLE, Op.cit, p.82

ressources à mobiliser au sein de son entreprise et/ou à l'extérieur (agence de communication, prestataire freelance, imprimeur...), le budget associé à chaque action.

Le plan de communication lui permettra ainsi, d'avoir une vue claire sur les différents outils. Les différentes étapes à mettre en place, le planning à respecter pour la mise en œuvre de sa stratégie de communication, mais aussi, le temps à y consacrer et les moyens humains et financiers à y associer.

Sans oublier, en dernier lieu, d'évaluer l'efficacité de cette communication et d'être attentif aux retours provenant de ces commerciaux, clients, fournisseurs, mais aussi des médias sociaux, blogs ou forums. Ces retours lui permettront, en effet, d'ajuster sa stratégie et ses messages lors de sa prochaine campagne de communication.⁷

Section06 : la communication environnementale dans le contexte algérienne

6.1- L'adhésion de l'Algérie aux traités internationaux

Depuis l'indépendance, l'Algérie a ratifié une vingtaine de conventions et protocoles internationaux conclus dans le domaine de l'environnement et portant sur :

- la protection de la mer (10)
- la protection des ressources biologiques naturelles (9)
- la protection de l'atmosphère (5)
- la lutte contre la désertification
- le contrôle des déchets dangereux (1)

6.2- Coopération Internationale

- Projet PNUD: renforcement des capacités nationales pour la protection de l'environnement
- Projet de coopération avec GTZ-Allemagne : gestion des déchets solides et rejets liquides.
- Projet avec le Fonds Mondial pour l'Environnement
- Mise en place d'un système de gestion de la pollution pétrolière
- Elaboration de stratégie et programme national sur la diversité biologique.

⁷<http://www.dynamique-mag.com/article/les-etapes-d-une-strategie-de-communication-reussie.3667>
Consulte le 04/03/2018.

- Programme d'action pour la Méditerranée consacré à la pollution d'origine tellurique
- Projet avec le METAP
- Plan national d'action environnementale
- gestion et planification des zones sensibles

- Projet avec la Banque Mondiale: contrôle de la pollution industrielle (Annaba)
- Projet avec le Plan d'Action pour la Méditerranée (PAM): (développement durable du littoral algérien).

6.3- Loi 83 - 03 du 5 février 1983 relative à la protection de l'environnement

Mise en œuvre d'une politique nationale de la protection de l'environnement :

- Protection, restauration et valorisation des ressources naturelles
- Prévention et lutte contre toute forme de pollution et nuisance
- Amélioration du cadre et de qualité de vie

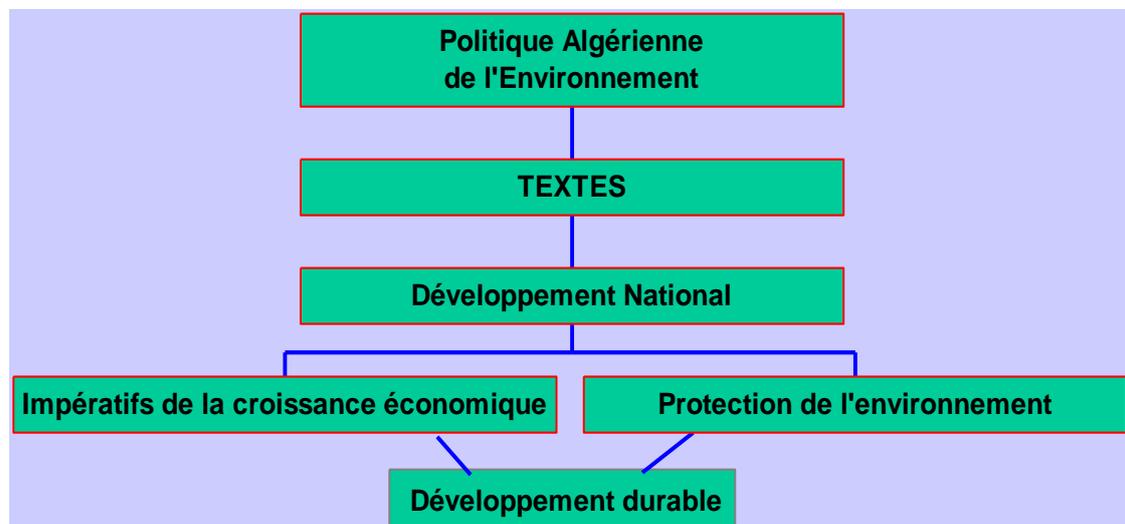
6.4- Loi - Cadre relative à la protection de l'environnement

- Loi fondamentale qui dicte les principes généraux couvrant les principaux aspects de la protection de l'environnement
- Faune et Flore : réserves naturelles, parcs nationaux...
- Milieux récepteurs : atmosphère, eau, mer
- Nuisances générées par les installations classées: déchets, radioactivité, substances chimiques, bruit...

6.5- Organismes nationaux algériens

- Secrétariat d'Etat Chargé de l'Environnement (**SECE**)
- Plan National d'Actions Environnementales(**PNAE**)
- Conseil National de l'Eau(**CNE**)
- Haut-commissariat de l'Environnement et du Développement Durable(**HCEDD**)
- Fond National pour l'Environnement(**FNE**)

6.6- législation et réglementation relative à la protection de l'environnement et à la conservation de la nature



6.7- Les actions gouvernementales pour la protection de l'environnement,

Stratégie basée sur six axes:

1. Renforcement du cadre juridique et institutionnel
2. Réduction des pollutions et nuisances
3. Préservation de la diversité biologique et des espaces naturels.
4. Formation, information et sensibilisation
5. Renforcement de l'organisation et des moyens de fonctionnement
6. Dynamisation de la coopération internationale.

6.8 : L'environnement naturel en Algérie :

- L'Algérie affronte aujourd'hui de nombreux problèmes liés à:
 - la gestion des ressources naturelles : eau, espaces
 - la lutte contre les pollutions et les nuisances
 - la protection et la préservation des patrimoines.
- Facteurs essentiels de la persistance des situations environnementales:
- L'incohérence des textes juridiques
- l'enchevêtrement des prérogatives environnementales dispersées à travers les différents secteurs

- solution: rapprochement des secteurs

6.9 : Intérêt de l'Algérie pour résoudre les problèmes de l'Environnement

Participation aux travaux de la première Conférence Mondiale à Stockholm en 1972 sous l'égide des Nations Unies: l'Environnement est un problème Planétaire; toute politique à long terme n'est envisageable que dans un contexte international.

Création du Comité National de l'Environnement (C.N.E) en 1974 : organe consultatif qui a pour mission de proposer les éléments essentiels de la politique environnementale dans le cadre de l'aménagement du territoire et du développement économique et social

- Loi 83-03 du 5 février 1983 relative à la protection de l'environnement
- Création de l'Agence Nationale pour la Protection de l'Environnement (A.N.P.E.)

Le nombre important de textes promulgués montre que l'Algérie est l'un des pays les plus actifs en matière de législation de l'environnement, Pourtant la situation environnementale est inquiétante, les ressources naturelles continuant à se dégrader en raison :

- de la non-conformité des textes d'application avec la loi-cadre
- des conflits de compétences existant dans les institutions chargées de l'environnement.
- Du manque de ressources, de moyens financiers
- de l'insuffisance en matière de formation des agents affectés à cette mission
- Une approche nouvelle basée sur la concertation, la communication et la participation de tous les secteurs s'impose donc pour protéger l'environnement en Algérie.⁸

La place prise par les questions environnementales dans les interactions sociales contemporaines a beaucoup augmenté, l'environnement est ainsi devenue un enjeu-clé dans les communications et les discours publics et sociaux.

La communication environnementale est l'application des outils de la communication pour atteindre les objectifs du développement durable, cette dernière est un domaine qui unit la recherche scientifique et la pratique professionnelle et la volonté citoyenne, la question du public et la notion d'espace public qui fait pour étudier les interactions qui strictement lié publiquement aux thématiques environnementales.

<https://www.recy.net/actualites/colloques/adeq/20000605-reglementation.ppt/le11/03/2018a12.00>

La communication environnementale joue un rôle très important pour les entreprises ou les organisations, car c'est l'utilisation de la communication environnementale dans les organisations pour la protection et la préservation de l'environnement.

Cadre pratique

I) Présentation du parc de Gouraya

1/ création :

Le parc national de Gouraya est créé par décret N°84/327 du 03 novembre 1984 et régit par un statut fixé par le décret 83/458 juillet modifié et complété par le décret N°98/216 du 24 juillet 1998 fixant le statut type des parcs nationaux.

Il est situé entièrement dans la commune de Bejaia, ce dernier est composé de 3 écosystèmes :

- Ecosystèmes terrestres d'une superficie de 2080Ha.
- Ecosystèmes marins de 11.5Km de côte.
- Ecosystèmes lacustres de 3 Ha.

En 2004, le parc a été classé RESERVE DE BIOSPHERE par le conseil international de coordination du programme l'homme et la biosphère (MAB) et l'UNESCO à Paris.

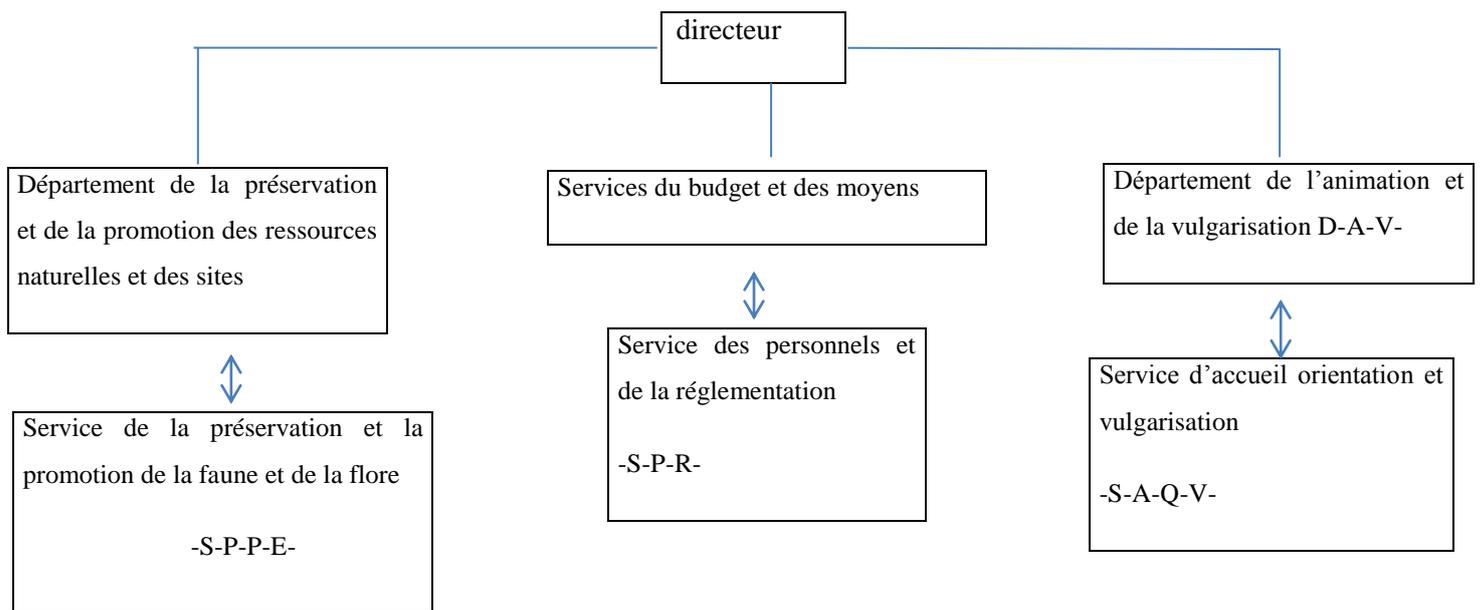
Cette aire protégée représente dans la wilaya de Bejaia l'un des sites les plus propices à la conservation de la nature et au développement socio-économique et touristique tant par sa situation géographique que par ses atouts naturels.

2/ statut :

Le parc national de Gouraya est un établissement public à caractère administratif, sous la tutelle du ministre de l'agriculture et du développement rural.

Figure 01: Carte de situation du parc national de Gouraya



3/ organigramme :**4/ les potentialités du parc national de Gourara :****A/ sites historiques et pittoresques du PNG**

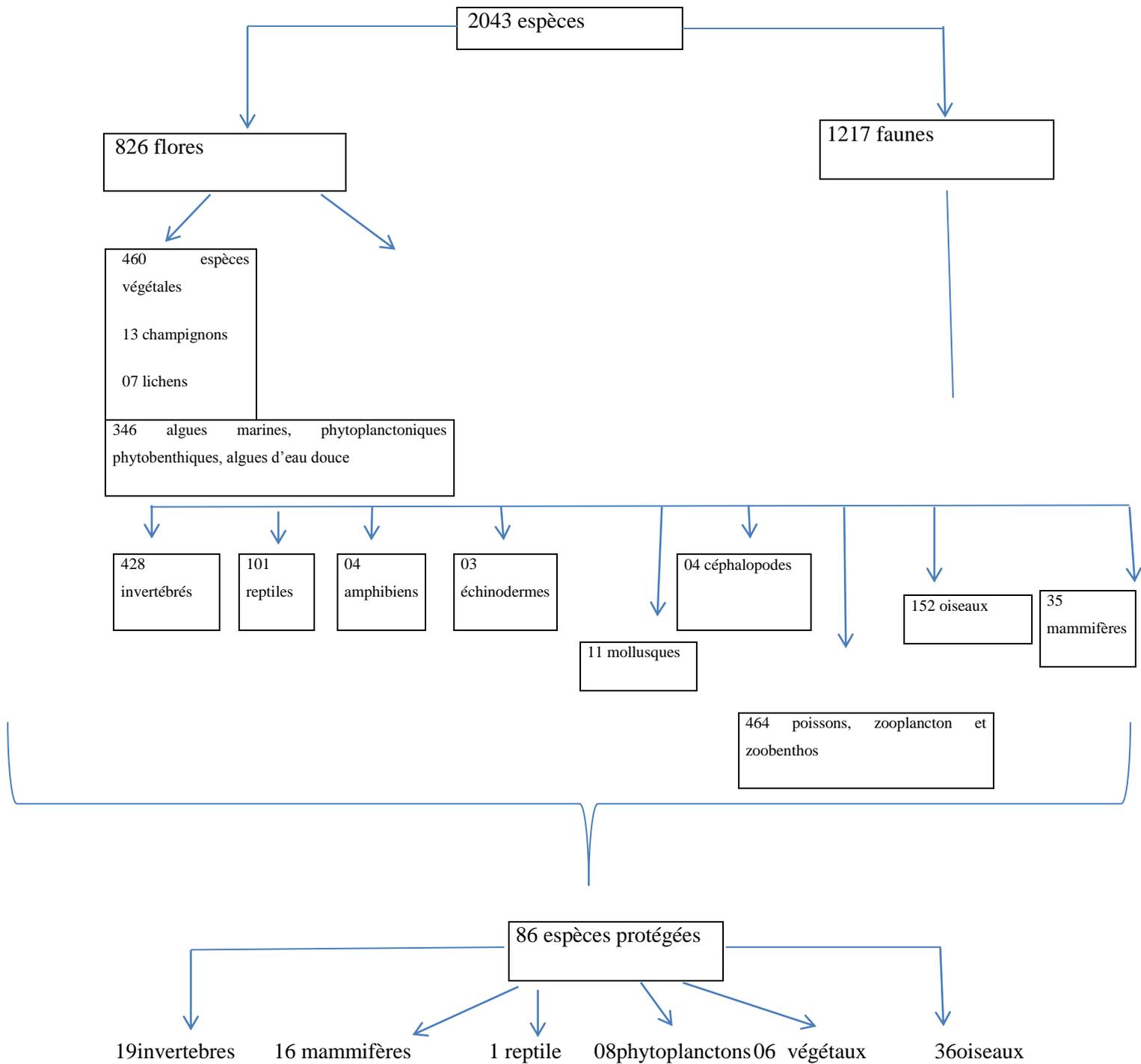
15 sites historique et 9 sites pittoresque sont situés à l'intérieure du territoire du parc national de Gourara, parmi ces derniers nous citons :

- Fort de Gouraya
- Muraille Hammadites
- Marabout de sidi Touati
- Marabout de sidi Aissa
- Ile des pisans
- Cap carbon- cap bouak – pic des singes
- La baie des aiguades – la corniche du cap carbon

B/ les grottes

- Grotte d'Ali bacha :
- Grotte de « KALAS » :
- Grotte des « pirates » :
- Le grand abri des aiguades :
- Le tumulus du pic des singes :
-

C/ la biodiversité du parc national de Gouraya



5/ l'influence touristique

Le parc national de Gouraya est une réserve naturelle d'une grande valeur. Il est situé en amont de la ville de Bejaia et considéré comme un lieu de villégiature pour les bougiotes.

L'activité touristique dans le PNG est en pleine progression car le parc est l'un des sites les plus visités vu sa situation, ses aspects naturels, ses falaises et ses sites historiques et archéologiques. Il est sollicité par les touristes tout au long de l'année.

Pour le meilleur accueil des visiteurs, la direction du parc a construit 03 musées chacun avec sa spécificité :

- Musée des microsystèmes biologique de synthèses du parc situé au siège de la direction
- Musée de géologie
- Musée du savoir-faire local
- Musée de lac Mézaia

Les objectifs assignés au parc national de Gouraya

1/ protection des sites :

- Contentieux qui suit tous les délits et les infractions commises à l'intérieure du parc
- Protection des sites historiques et pittoresques.
- Repeuplement : suivi de la pépinière existante au siège de la direction
- Protection de la faune et de la flore
- Suivi des travaux de mise en valeur de l'aire protégée.

2/ Sensibilisation et vulgarisation :

Education environnementale :

- Organisation des journées portes ouvertes sur le parc
- Organisation des sorties pédagogique
- Organisation de stage de courte durée sur la protection de la nature
- Organisation des concours du meilleur dessin de la nature
- Promotion des espaces verts au niveau des établissements scolaires et publics
- Célébration de différentes journées commémoratives

Intégration des populations riveraines :

- Aménagement de 03 points d'eau
- Assainissement forestier sur 120ha
- Plantation fourragère sur 20km

- Plantation rustique (olivier et figuier sur 50ha)

Accueil :

Pour le meilleur accueil des visiteurs, la direction de PNG dispose des infrastructures d'accueil suivantes :

- L'écomusée du parc
- Les deux sièges de secteurs (oriental et occidental)

En plus, ils ont réalisé plusieurs opérations :

- Réaménagement d'aires de jeux existantes :(Aire de jeux des oliviers, cap carbon et plateaux des ruines)
- Aménagement d'aires de repos (au niveau de la porte de Gouraya)
- Pose de panneaux de signalisation à travers tout le territoire de l'aire protégée

Communication et information

- Réalisation de dépliants, autocollants, brochures et divers articles de sensibilisation en version arabe et française.
- Réalisation d'un support audiovisuel de vulgarisation sur VHS et sur CDROM.

II) analyse et interprétation des résultats**1. Les caractéristique des interviewées :****Tableau n°1** : répartition des enquêtés selon le sexe :

Sexe	Nombre
Homme	04
Femme	03
Total	07

A partir de ce tableau, on remarque que le sexe masculin est un peu plus élevé que le sexe féminin

Tableau n°2 : répartition des enquêtés selon l'âge :

A partir de ce tableau, on remarque que la tranche d'âge (43-48) et (48-53) est plus importante

L'âge	Nombre
[38-43[01
[43-48[03
[48-53[03
Total	07

Le tableau ci dessus indique que l'âge des interviewées qui se limite à une catégorie d'âge prise qui de (38-53 ans).

On remarque donc que la population mère est plutôt âgée parce que c'est un métier qui exige de l'expérience

Tableau n°3 : répartition des enquêtés selon leur situation matrimoniale :

Situation matrimoniale	Nombre
Marie	07
Célibataire	00
Total	07

Le tableau ci-dessus indique que l'ensemble des interviewées se caractérise par une situation matrimoniale de nature conjointe.

Tableau n°4 : répartition des enquêtés selon leur grade :

Grade	Nombre
Conservateur divisionnaires des forets	05
Ingénieurs principale	01
Inspecteur des forets	01
Total	07

A partir de ce tableau on remarque que la plupart des enquêtés ont un grade de conservateur divisionnaire parce que c'est la tâche la plus demandée.

Les caractéristiques des échantillons d'études

Sources : enquête sur personnel du PNG de Bejaia du 14mars2018 jusqu'à 14avril2018

Enquêtés	Sexe	Situation matrimoniale	Age	grade	fonction
01	M	Marie	52	Conservateur divisionnaire des forets	Chef de secteur oriental
02	M	Marie	52	Ingénieur principale	Chef de département de sensibilisation et de vulgarisation
03	M	Marie	47	Inspecteur des forets	Charge d'ecomusée Charge du groupe de la flore
04	M	Marie	45	Conservateur divisionnaire des forets	Charge de la recherche scientifique
05	F	Marie	45	Conservateur divisionnaire des forets	Chef de département de protection
06	F	Marie	38	Conservateur divisionnaire des forets	Responsable du centre d'éducation et de sensibilisation du public
07	F	Marie	48	Conservateur divisionnaire des forets	Charge de sensibilisation

L'âge des enquêtés se situe entre 38-52ans, parmi nos enquêtés nous avons 3femmes et 4hommes parce que la plupart des forestiers du parc sont du sexe masculin, aussi tous nos enquêtés se caractérise par une situation matrimoniale de nature conjointe.

La plus plupart de nos enquêtés ont un grade de conservateur divisionnaire des forets

On a effectué sept (7) entretiens au sein de l'organisation PNG entre le 14 mars et le 14 avril, la durée de chaque entretien se variée entre une heure et une heure et demi (1h-1h30minute)

Notre guide d'entretiens est compose de 17 questions réparties en deux axe, le 1^{er} axe porte sur la communication et ces généralités, et le seconde porte sur la communication environnementale.

2. Analyse des données :

Axe N°01 : la stratégie de communication de l'organisation

Question N°01 : la place de la communication au sein de l'organisation PNG :

Tous les enquêtés déclarent que la communication occupe une place important dans leur organisation.

Selon eux « *la communication est primordiale, elle nous aide à sensibiliser le public et notre cible, ainsi transmettre nos messages ceux de protéger et de préserver le patrimoine culturelle et naturelle* ». **Annexe N°1, axe°1, Question°1, enquête N°5.**

L'un des enquêtés nous a dit que le parc de Gouraya est un parc urbain, il est basé sur la sensibilisation et il nous a donné l'exemple suivant « *grâce à la communication on peut sensibiliser les gens et les visiteurs de ne pas jeter les ordures et les déchets et de ne pas faire des pièges aux différents oiseaux à fin de préserver le parc* » **annexe N°1, axe°1, question N°1, enquête N°1.**

Un autre enquêté dit que « *sans communication on pourra jamais obtenir une stratégie de protection* », **annexe N°1, axe N°1, Question01, enquête N°3**, ce que veut dire que la communication est vraiment importante au sein du PNG.

C'est à- dire que la communication porte un grand intérêt pour l'organisation, et c'est le moyen le plus efficace pour atteindre leur objectifs. Comme le confirme COX(2007) « pour qui la communication environnementale est une discipline de crise, dont l'urgence de la tâche est d'ordre éthique et droit consister non seulement à étudier et analyser, mais également à intervenir et changer l'ordre des choses dans un contexte de crise »¹

¹COX Robert, Op.cit, P5-20.

Question N°02 : les moyens de communication que l'organisation PNG utilise avec ces partenaires :

D'après l'analyse des différents entretiens effectués avec les enquêtés on a déduit que le PNG utilise différents moyens de communications tel que la communication verbale qui se fait par le contact direct, l'un des enquêtés a dit : « *lors d'un contact direct on pourrait conseiller les visiteurs à ne pas nourrir le mogo pour ne pas créer un déséquilibre dans la nature* ». **Annexe N°1, axe N°1, question N°3 enquêté N°5.**

Ce moyen de communication semble bénéfique pour l'organisation selon l'un des enquêtés.

Les moyens écrits tels que les panneaux trouvés dans le parc, des dépliants distribués lors des sorties pédagogiques ou bien lors des visites guidées avec les écoliers, sans oublier les concours de dessins pour les enfants à propos de la nature à fin de les motiver à avoir un esprit de protection de la nature.

L'un des enquêtés nous a donné cette réponse « *au fil des années, grâce à la communication le nombre de visiteurs au parc de Gourara a augmenté, ainsi on reçoit des demandes de séances de sensibilisation dans les écoles, sans oublier l'intégration des 12 villages que le parc contient* ». **Annexe N°1, axe N°1, question 3, enquêté N°4.**

Les moyens audiovisuels tel que les médias, les émissions radiophoniques, le chef de département de sensibilisation se charge de l'animation des campagnes de sensibilisations à la radio, à la presse écrite et la télévision.

Les moyens technologiques tel que les réseaux sociaux, l'un des enquêtés a dit « *qu'on a une page Facebook qui a pour but de sensibiliser et d'inciter le public à nous aider dans la préservation du parc* ». **Annexe N°1, axe N°1, question 2, enquêté N°3.**

L'un des enquêtés nous a dit que « *grâce à la communication à travers les émissions radiophoniques et les campagnes de sensibilisations reliées par les réseaux sociaux on a eu moins de déchets, moins d'incendies et moins de pollution* ». **Annexe N°1, axe N°1, question 2 enquêté N°6.**

Ce qui nous mène à comprendre que la communication est bénéfique dans l'organisation du PNG vu que les résultats qu'on a obtenus sont positifs, et le parc il n'est plus comme avant.

A la lecture de ces extraits on constate que ces moyens de communication (oraux, écrits, audio-visuel et technologique) sont bénéfique et outil pour l'organisation, comme le confirme DECOUDIN Jean-Marc et IGALENS Jacques dans sa définition de la communication interne que « c'est un ensemble des actions de communication destinées aux salariés d'une entreprise ou organisation, utilisant des supports tel que le journal d'affichage, elle se conçoit comme un instrument d'adhésion interne aux valeurs de l'entreprise »¹.

Question N°03 : Pour la question de l'environnement, on œuvre pour atteindre des objectifs :

La majorité des enquêtés ont dit que l'atteint de leurs objectifs se fait par un travail de collaboration avec des différentes organisations telle que les associations (association ASSIREM, NAMLA, ARDH ...), les collectivités locales (L'APC, protection civile) et les établissements scolaire (presque toutes les écoles de Bejaia).

L'un des enquêtés confirme que « *pour atteindre nos objectif on procède par des expositions, des campagnes de sensibilisation sur le terrain, la distribution des documents de sensibilisation* ». **Annexe N°1, axe N°1, question N°4 enquêté N°2.**

Un autre enquêté à dit, « *qu'on passe par un plan de gestion tracé par la direction au niveau d'Alger qui contient trois(03) phases : la phase d'analyse, la phase d'évaluation et la phase des actions et à la fin un diagnostic va se réaliser après 5 années* » **Annexe N°1, axe N°1, question N°4, enquêté N°1.**

Après avoir analysé les dires des enquêtés à propos de l'atteinte des objectifs on constate que l'organisation du PNG utilise des différents moyens écrits comme le confirme « La communication est l'ensemble des interactions avec autrui qui transmettent quelque information, il s'agit donc aussi de l'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion d'un message auprès d'une certaine audience & d'après le LIC action consistant, pour les hommes, à échanger des messages en face à face ou bien à distance avec ou non le secours d'un media, et quelle que ce soit la forme ou la finalité de cet échange, la communication désigne donc à la fois une action et le résultat de cette action. en socio la communication s'set développer en suivant l'essor des nouveaux médias tout au long du Emme siècle :le téléphone, la radio, la télévision, les réseaux multimédia, et les raisons de

¹DECOUDIN, Jean- Marc et IGALENS, Op.cit, P : 01.

communiquer se multiples, au même rythme que les moyens de le faire : pour informer, pour divertir ou pour instruire, mais aussi pour influencer, convaincre ou convertir...pour Abraham « *moles(théorie structurale de la communication et société, édition Masson, Paris,2^e Edition,1988)la communication est l'action de faire participe un organisme ou un système situe en un point donne R aux stimuli et aux expériences de l'environnement d'un autre individu ou système situe en un autre lieu et une autre époque En utilisant les éléments de connaissance qu'il ont en commun* ». ¹

Question N°:04: la définition de la communication environnementale :

Chaque enquêté à sa propre définition de la communication environnementale mais ils se retrouvent tous dans le même s et seul objectif celui de protéger et de préserver le patrimoine naturel et culturel.

Selon le chargé de sensibilisation « *la communication environnementale fait partie de la sensibilisation, elle prend une forme de sensibilisation pour un objectif de protéger la nature* » **Annexe N°1, axe N°1, question N°5, enquête N°2.**

Et selon le chef de secteur orientale « *la communication environnementale c'est toutes les actions et les lois qui nous mène à l'éducation environnementale à fin de sensibiliser le public* » **Annexe N°1, axe N°1, question N°5, enquête N°3.**

Une autre définition selon le chargé de la recherche scientifique « *la communication environnementale est un contacte directe avec les visiteurs, les élèves sur la nature et on leurs explique certains point tel que l'intérêt de la nature* » **Annexe N°1, axe N°1, question N°5 enquête N°1.**

A l'écoute des dires des enquêtés on constate que leur définition à propos de la communication environnementale a été confirmé par la définition de COX Robert « *pour qui la communication environnementale est une discipline de crise, dont l'urgence de la tâche est d'ordre éthique et droit consister non seulement à étudier et analyser, mais également à intervenir et changer l'ordre des choses dans un contexte de crise* » ² et par ce que MARY Emmanuel a dit que « *l'ensemble des pratiques de communication réalisées par les médias,*

¹ FRANCIS BALLE, Op.cit, p..82.

²COX Robert, Op.cit, P5-20.

les organisations, les parties politiques, ou tout autre intervenant sur la scène publique, pourtant sur le thème de l'environnement »¹.

Axe N°02 : l'importance et le rôle de la communication environnementale dans l'organisation de PNG

Question N°01 : les objectifs de l'organisation à travers cette communication :

Selon les dires les enquêtés ont répondu que l'objectif de la communication environnementale est de préserver et de protéger le parc pour la sensibilisation et la vulgarisation au public.

L'un des enquêté a dit que : *« avec la communication environnementale on peut faire connaître le parc, ces missions, aussi de préserver le patrimoine historique et biologique ».*

Annexe N°1, axe N°2, question N°1, enquêté N°3.

Un autre a répondu par suite : *« l'objectif principale de cette communication est de préserver la nature, mais il y a d'autres objectifs tel que sensibiliser les gens, et de participer à l'écodéveloppement ».* *Annexe N°1, axe N°2, question N°1, enquêté N°1.*

C'est-à-dire avec la communication on donne au public une éducation environnementale ce qui va inciter le public à participer aux développements de l'économie du pays par le baie de l'écotourisme.

Par rapport aux objectifs de la communication environnementales tous les enquêtés ont dit que ces objectifs sont tracés a base des lois, c'est à- dire par des décrets présidentielles, mais l'exécution est la manière d'atteindre ces objectifs dépendra d'un plan interne, ce qui veut dire les moyens de communication sont déterminés selon la cible, le budget réservé pour ces objectifs, le timing, le planning, les actions et les activités à réaliser.

A travers les réponses de nos enquêtés on comprend que l'objectif de la communication environnementale c'est de préservé et de protégé l'environnement sous toutes ces formes, et que ces objectifs sont tracés par des décrets présidentielles telle que la *« loi 82-03 du 05 fevrier1983 relative à la protection de l'environnement »* qui consiste à la mise en œuvre d'une politique national de la protection de l'environnement par la protection, restauration et

¹MARTY Emmanuel, BURGUET Annette ET MARCHAND Pascal, Op.cit, P48.

amélioration des routes, aussi par la prévention et lutte contre toutes transformation de pollution et tous ce qui nuis à la nature.

Question N°02 : le choix de la cible et ces critères

Par rapport au choix de la cible chaque organisation a sa stratégie et ces moyens pour cibler son public. Le PNG aussi à sa stratégie pour le choix de sa cible

L'un des enquêtés confirme que « *on cible en 1^{er} lieu les écoliers par ce que c'est la génération future puis les visiteurs et le grand public, et à la fin les associations et les collectivités locales* » **Annexe N°1, axe N°2, question N°2, enquête N°2.**

Un a dit que le choix de notre cible se fait par rapport au message qu'on veut transmettre et il nous a donné l'exemple suivante « *un travail de volontariat qui se fait au niveau du parc, donc notre cible dans ce cas c'est les associations ainsi les écoliers pour les sensibiliser afin qu'ils protègent la nature* » **Annexe N°1, axe N°2, question N°3 enquête N°6.**

Et pour les critères du choix de la cible on a trouvé plusieurs réponses, l'un de nos enquêtes a dit que « *la sélection de notre cible se fait par rapport à la nature de l'évènement* » **Annexe N°1, axe N°2, question N°4, enquête N°7**

, c'est- à dire chaque évènement a sa propre cible, exemple dans les journées commémoratifs tel que les journées de l'arbre ils ciblent beaucoup plus les associations et les collectivités locales et pour les journées de sensibilisation, ils ciblent généralement les écoliers parce que ce sont la génération future.

Après avoir analysé les réponses des enquêtés on constate que le choix de la cible se fait par rapport à la nature des évènements et aux messages qu'on veut transmettre, pour cela le plan de communication élaboré dans les entreprise se focalise surtout sur la cible, cela veut dire que les réponses apportées par nos enquêtés confirme notre théorie, qu'il faut faire un diagnostic et sélectionner le message et les moyens de communication utilisés afin d'atteindre la cible.

Question N°04 : la stratégie de communication adoptée par l'organisation :

La plupart des enquêtés sont unanime sur l'adoption d'une stratégie, c'est- à- dire que l'organisation adopte une stratégie de communication celle de plan de gestion.

Selon les dires d'un enquêté : *« l'organisation adopte une stratégie de communication telle que la création des écomusées pour accueillir les visiteurs, l'ouverture de nouvelles pistes pour les riveraines et crée d'autre loisirs ».***Annexe N°1, axe N°2, question N°5, enquête N°2.**

Un de nos enquêté a répondu que : *« on ne travaille pas d'une manière spontané, donc on trace les objectifs, puis on fait un programme et à la fin il faut faire une évaluation ».***Annexe N°1, axe N°2, question N°5, enquête N°2.**

Rajoute une autre : *« que chaque parc a sa propre stratégie de communication et la nôtre c'est le plan de gestion ».***Annexe N°1, axe N°2, question N°5, enquête N°7.**

L'organisation de le PNG adopte une stratégie communication pour participer à des formations de l'éducation environnementale, et de faire un plan de gestion pour atteindre les objectifs et les buts qu'ils ont tracé, et selon CHARONI Jean Luc, SEPARI Sabine : *«La stratégie consiste a déterminé les objectifs et les buts fondamentaux à long terme d'une organisation, puis à choisir les modes d'action et d'allocation des ressources qui permettront d'atteindre ces buts et objectif »*¹.

On constate dans tous ce qui est dit par nos enquêtés que le plan de communication qu'est la formalisation de la stratégie de communication, et que tous les organisations et les entreprises quel que soit leur nature lucratif ou non-lucratif adopte une stratégie de communication afin d'atteindre ces objectifs.

L'importance du plan de communication ou une stratégie de communication c'est d'évaluer l'efficacité de la communication utilisée est d'être attentif aux relations prévenant de ces parties prenants, ces relations lui permettrons en effet d'analyser sa stratégie et ses messages lors de sa prochaine campagne de communication.

Selon FRANCIS Ball *« Le plan de communication est le document qui formalise la stratégie de communication. Le baromètre de la communication réalisé à la fin de 2007 par l'agence CSA indique que 56% des entreprise déclarent avoir une stratégie de communication dont 68% l'ont formalise dans un document écrit ».*²

Cela montre l'importance de plan de communication au sein de toutes les organisations.

¹CHARONI Jean Luc, SEPARI Sabine, Manuel Application " organisation et gestion de l'entreprise «, 2eme édition DUNOD, Paris, 2001, p, 326.

²FRANCIS BALLE, Op.cit, p.82

Question N°05 : l'organisation des expositions est une forme de communication environnementale :

A propos de l'organisation des événements, tous les enquêtés ont confirmé que cette dernière est une forme de communication environnementale, et il y a ceux qui ont dit que les expositions elle-même est une communication environnementale

Un des enquêté a dit que « *bien sur l'exposition de nos événement est une forme de communication environnementale* » **Annexe N°1, axe N°2, question N°6, enquêté N°1** et il nous a donné l'exemple suivant : « lors d'une exposition on se permet de crée un contact direct à titre d'exemple on donne des conseils au public, de ne pas nourris le MAGOT pour ne pas créer un déséquilibre dans la nature » aussi grâce à l'exposition « *on se permet aussi de corriger et de changer le comportement des visiteurs* »

Un autre a dit que « *à travers nos expositions on pourra transmettre nos messages, et inciter les visiteurs à visiter les lieux en même temps on leur distribue des documents de sensibilisation* » **Annexe N°1, axe N°2, question N°6, enquêté N°5.**

Et selon un autre enquêté : « *nos expositions c'est une manière de partir vers les gens pour les motiver et à assister à l'événement, et les encourager à découvrir le parc* ». **Annexe N°1, axe N°2, question N°6, enquêté N°7.**

Après avoir analysé les propos de nos enquêtés, on constate que l'organisation des expositions et les événements qu'on organise est une forme de communication environnemental

Selon MARTY Emmanuel, DURGUET « *La communication environnementale regroupe dans cette perspective, « l'ensemble des pratiques de communication réalisées par les médias, les organisations, les parties politiques, ou tout autre intervenant sur la scène publique, pourtant sur le thème de l'environnement* »¹. **Annexe N°1, axe N°2, question N°7, enquêté N°2.**

D'une manière général la communication environnemental au sein de PNG est directement relie à l'organisation des événements et des expositions ; c'est-à-dire lors des événements y a un planning ou un ordre du jour telle que faire connaitre le parc, sensibilisation et vulgarisation du public.

¹MARTY Emmanuel, BURGUET Annette ET MARCHAND Pascal, Op.cit, P48.

Question N°6 : Choix de la thématique et les critères du choix des thèmes

Après l'analyse de cette question on a déduit d'après les réponses de nos enquêtés que chaque rencontre avec le public a sa propre thématique.

L'un des enquêtés nous a dit ceci « *oui bien sûr, chaque rencontre a sa propre thématique et ça dépend de la cible et de l'évènement* » **Annexe N°1, axe N°2, question N°7, enquête N°2.**

Et le choix du thème selon le même enquêté dépendra de l'actualité, des objectifs qu'on veut atteindre et les évènements.

Un autre enquêté a confirmé la même chose que chaque rencontre a une thématique et il nous a rajouté ceci « *on a deux types de rencontre, la 1^{er} sous forme des journées commémoratives telle que la journée de l'arbre de 21mars et la 2^{eme} sous forme d'expositions telle que les journées de sensibilisation dans les écoles que chaque exposition se porte sur une seule thématique* ». **Annexe N°1, axe N°2, question N°7, enquête N°4.**

Le choix de nos thèmes dépendra de la nature des évènements et la nature des visiteurs

Selon les dires d'un autre enquêté « *on choisit nos thèmes selon la cible qu'on veut attendre* »

On comprend d'après les réponses de nos enquêtés que chaque rencontre a sa propre thématique et que le choix de ces thématiques se fait à base de certains critères tel que la célébration des journées commémoratif.

Le choix de ces thèmes est en relation avec les messages que l'organisation veut transmettre dans le plan de communication tracé probablement.

L'organisation atteint leur cible par la baie de ces expositions et des évènements qu'elle organise.

Question N°7 : par rapport à l'image de l'organisation du PNG

Après l'analyse de cette question on a constaté que le PNG a donné une importance immense pour son image

Un de nos enquêtés a dit « *la question de l'image est très importante, une organisation avec une mauvaise image ne réussira jamais, donc pour améliorer l'image du PNG on doit rendre le parc propre, et de montrer son importance sur tous les plans historique, économique, culturelle et naturelle* ». **Annexe N°1, axe N°2, question N°9, enquêté N°5.**

Un autre a dit « *on fait de notre mieux pour l'image du PNG par des campagnes de sensibilisations, et la diffusion de messages claires et cohérents c'est -à- dire pas de messages mensongers, et de faire connaître les avantages du parc au public à titre d'exemple sa verdure et sa tranquillité (un lieu de loisirs et les parcs d'attraction)* ». **Annexe N°1, axe N°2, question N°9, enquêté N°7.**

Un autre rajoute ceci « *pour rehausser l'image de notre organisation il doit y avoir une bonne qualité d'accueil et d'orientation, aussi à travers les médias par des émissions radiophoniques et la distribution des documents de sensibilisations* ». **Annexe N°1, axe N°2, question N°9, enquêté N°1.**

Selon les dires d'un autre enquêté « *on rehausse l'image du PNG par l'amélioration de toutes les relations avec les collectivités locales et de faire le 1^{er} travail de sensibilisation et de vulgarisation avec le wali, chef daïra et la protection civil* ». **Annexe N°1, axe N°2, question N°9, enquêté N°6.**

Les propos de nos enquêtés nous mène à dire que l'image de l'organisation est très importante auprès de son public et qu'elle a un grand intérêt pour l'organisation, la communication semble comme un moyen efficace pour valoriser l'image de l'organisation.

Selon L. DEMONT, A.KEMDF, M.RADIDEL, C.SCIBETTA « *grâce à l'image l'entreprise peut gagner la confiance ou susciter des a priori défavorables auprès de ceux avec qui elle est en relation, elle contribue à créer une identité distinctive à partir de laquelle le consommateur sera guidé dans ses choix ; le citoyens dans opinions* » ¹

Question N°8 : la communication environnementale participe à la valorisation de la réputation du PNG :

La communication environnementale peut participer à la valorisation de la réputation du PNG selon tous les enquêtés

¹L. DEMONT, A.KEMDF, M.RADIDEL, C.SCIBETTA, communication des entreprises, Arman colin, natan 1996.

Un d'entre eux a dit ceci « *oui bien sûr avec la communication environnementale le PNG est devenu l'une des destinations touristiques, car ces objectifs et ces messages sont claires et précis* » **Annexe N°1, axe N°2, question N°10, enquêté N°2.**

C'est-à-dire que la communication telle que les émissions radiophoniques, la distribution des documents de sensibilisation et des campagnes de sensibilisation afin de faire connaître le parc et ces potentialités touristiques au public.

Un autre a dit « *oui bien sûr la communication peut jouer un rôle à la valorisation de la réputation du PNG par l'utilisation de ces moyens de communication, les réseaux sociaux, site web afin de toucher le large public* » **Annexe N°1, axe N°2, question N°10, enquêté N°1.**

L'autre dit que « *pour faire connaître le patrimoine (richesse culturelle et naturelle et avec l'organisation des sorties sur le terrain) pour découvrir l'importance du PNG et son statut international, aussi de laisser le passage aux étudiants pour faire leurs recherches* ». **Annexe N°1, axe N°2, question N°10, enquêté N°7.**

Tous ce que nos enquêtés on mentionne lors des entretiens nous mène a constaté que la communication joue un rôle très importante dans construction de la réputation de l'organisation

La réputation d'une organisation selon DESREUMAU « *La réputation d'une organisation désigne la manière dont l'organisation est perçue et évalué par ses parties prenants quant à sa capacité à générer de la valeur comparativement à ses pairs et concurrents* ». ¹

Une organisation qui possède une bonne réputation, elle se permet d'attirer le public, et d'élargir son champ d'action stratégique et d'avoir de bonnes relations avec les collectivités locales ; comme, elle encourage son public à s'investir dans son organisation.

Aussi une organisation qui possède une bonne réputation est une organisation confiante et séduisante attire plus le public.

Question N°9 : La communication efficace aide à la protection de l'environnement

Selon les dires des enquêtés, ils sont tous d'accord qu'une communication efficace aide à la protection de l'environnement.

¹Deephouse D.L, "Media reputation as a strategic resource: An integration of mass communication and resource-based theories», Journal of management, Vol.26, n 6, 2000, p.1091-1112.

L'un des enquêtés a dit que « *une bonne communication aide à la protection de l'environnement* » **Annexe N°1,axe N°2,question°11, enquêté N°2** et il nous a donné l'exemple suivant : « *lors d'une exposition, on peut avoir un contact direct avec le public, on peut leur dire comment et pourquoi protéger le parc à travers cette communication on peut changer le comportement du public, ce qui nous permettra d'avoir de bons résultats* » **Annexe N°1,axe N°2,question°11, enquêté N°3.**

Selon une autre « *une bonne communication à travers des campagnes de sensibilisation peut être outils pour l'environnement exemple, donner des conseils au public de ne pas nourrir le magot ou bien de ne pas faire des pièges aux oiseaux afin de protéger l'espèce* » **Annexe N°1 axe N°2, question N°11, enquêté N°5.**

Un autre nous a répondu par ceci « *on a met des panneaux d'indication et d'information ce qui nous a mené à avoir moins de déchets, moins d'incendies* » **Annexe N°1, axe N°2, question°11, enquêté N°1.**

Un autre a dit que « *grâce à la communication on a pu avoir des bonnes relations avec les 12 villages que le parc contiens, ces derniers nous aident à protéger le parc par la protection de leur terrains en 1^{er} lieu, aussi ils font le 1^{er} travaille exemple ils nous appel en cas d'incendie* » **Annexe N°1, axe N°2, question°11, enquêté N°7.**

Toutes ces réponses montrent que la communication efficace aide vraiment à la protection de l'environnement.

A la fin de l'analyse des dires de nos enquêtés, on constate que la communication est un moyens efficace pour que les organisations atteignent leurs objectifs.

Les entreprises et les organisations utilisent la communication et ces moyens sous ces différents types et forme afin d'arriver à leur fin.

A titre d'exemple à l'intérieure d'une organisation ils utilisent la communication interne telle que informer et donner les nouvelles de l'organisation aux salariés pour crée un sentiment d'appartenance chez eux, cela nous mène a motivé le personnel et les salariés ainsi d'éviter les conflits qui mène l'organisation vers des crises.

Selon Thierry LIBAERT a défini comme un ensemble de processus physique et psychologique par les quels s'effectue la mise en relation d'un ou plusieurs individus en vue d'atteindre certain objectifs¹

C'est-à-dire la communication est un processus d'échange d'informations, de connaissances et de maintenir une relation entre deux ou plusieurs éléments, elle constitue un élément essentiel de réussite de l'organisation et de son efficacité.

Question N°10 : les difficultés rencontrées lors de la rencontre avec le public :

Après l'analyse de cette question, les différentes difficultés données par les enquêtées lors de leur rencontre avec le public.

Un de nos enquêtés a dit que « *Certaines gens non pas encore compris la nation du PNG aussi il rend le parc toujours responsable de tout ce qui se passe hors que la protection de l'environnement est une affaire qui concerne toute la population* » **Annexe N°1, axe N°2, question N°12, enquêté N°2.**

Un autre a dit « *certaines difficultés existent lors de nos rencontre avec le public telle que la mauvaise fréquentation au niveau du parc, les constructions illicites et les défrichements sans autorisations* » **Annexe N°1, axe N°2, question N°12, enquêté N°1.**

Rajoute un autre enquêté « *il y a un manque d'éducation environnementale et une connaissance sur le régime, aussi certaines personnes ne respecte pas les consignes données par le parc* » **Annexe N°1, axe N°2, question N°12, enquêté N°3.**

Un autre à déclarer que « *au début on a eu une opposition de la part des villageois pour la création du parc, ils pensent qu'on est là pour arrache leur terres* » **Annexe N°1, axe N°2, question N°12, enquêté N°7.**

On constate après avoir analysé les propos des enquêtés que toutes les organisations ont des problèmes et des obstacles avec leur public, mais en contrepartie il y a toujours des solutions pour éviter les problèmes.

Dans la plupart des cas, la communication semble la solution la plus efficace, elle est devenue un enjeu important, en effet elle intéresse de plus en plus les dirigeants et les gestionnaires des organisations qui voient en elle un moyen de consolider l'esprit de l'entreprise nécessaire à la productivité. Comme le mentionne LACOSTE « rien ne semble plus nécessaire et plus

¹ Thierry Libaert, OP.CIT, P 09.

répandue que de communiquer par travailler, et pourtant la communication reste un processus difficile qui ne connaît que des réussites partielles »¹

Cela veut dire que malgré les problèmes et les difficultés rencontrés, la communication est toujours considérée comme une solution afin de résoudre ces problèmes.

III) Synthèse des résultats de la recherche

Notre recherche a été motivée par des raisons, par lesquelles on s'est intéressés particulièrement au rôle de la communication environnementale, car cette dernière n'est pas une simple procédure, mais une question mise à l'ordre du jour.

De ce fait, on a choisi de travailler sur le thème, du rôle de la communication environnementale au sein de l'organisation PNG de Bejaia.

Hypothese01 :

La question du 1ere axe posée dans l'entretien, ont apporté des réponses sur la base desquelles on va procéder à la vérification de la 1^{er} hypothèse qui est : «une communication efficace participe à la protection de l'environnement »

On constate en premier lieu que tous nos enquêtés « enquêté N°1, N°2, N°3, N°4, N°5, N°6, N°7 » (voir annexe N°01) confirme qu'une communication efficace participe à la protection de l'environnement » comme dit Jacques Vigneron, Laurence Francisco « La communication environnementale, par sa spécificité, joue un rôle de médiateur. Elle apparaît comme un ensemble cohérent de méthodes et de concepts mieux adaptés à la demande des consommateurs devenus éco citoyens »², en effet les résultats au fil des années à travers cette communication sont en faveur à l'organisation telle que la communication et ces moyens, le PNG est devenue l'une des destinations touristique les plus visitée au niveau de la wilaya de Bejaia, ce qui permet à ces actions de participe au développement économique, sociologique et culturel.

Hypothèse 2 :

Les questions du 2^{eme} axe posées dans le guide d'entretiens servent d'un instrument permettant la collecte des données qui vont contribuer à la vérification de cette deuxième

¹ LACOSTE, Michelle, peut-on travailler sans communiqué, dans Anni BORZEIX et Beatrice FRAEKEL (dir), langage et travail, communication, action, paris, CNRS, 2001, P21

² Jacques Vigneron, Laurence Francisco, Op.cit, p112.

hypothèse qui est « la communication environnementale joue à la faveur de la réputation d'une organisation »

Cette dernière montre que la communication joue un rôle très important dans la réputation de l'organisation à travers les actions et les expositions qu'elle organise soit au niveau de l'interne ou de l'externe, et que les résultats obtenues lors des entretiens effectués auprès de nos enquêtés « enquêté N°1,N°2,N°3,N°4,N°5,N°6,N°7 » (voir annexe N°01) au sein du PNG ont confirmé notre deuxième hypothèse proposée au début de notre recherche.

Tous nos enquêtés s'appuient sur le fait que la communication environnementale joue en faveur de la réputation du PNG comme le confirme Deephouse D.L que « La réputation d'une organisation désigne la manière dont l'organisation est perçue et évaluée par ses parties prenantes quant à sa capacité à générer de la valeur comparativement à ses pairs et concurrents ».¹

Tandis que l'objectif principal du PNG est de préserver et de protéger le patrimoine culturelle et naturelle, et que la communication est un moyen primordial afin d'atteindre ces objectifs.

De ce qui précède, on a constaté que nos hypothèses sont confirmées, ce qui nous en mène à dire que la communication environnementale joue favorablement dans la création de la réputation d'une organisation ainsi qu'une bonne communication efficace participe à la protection de l'environnement, nos résultats illustrant ces propos.

¹Deephouse D.L, Op.cit, p.1091-1112.

Conclusion générale

Conclusion générale

Tout au long de la réalisation de ce travail qui est effectué au sein de l'organisation de PNG, on a essayé de comprendre le rôle de la communication environnementale au sein de l'organisation, ainsi que la manière avec laquelle ce type de communication peut contribuer à la préservation et la protection de l'environnement.

L'usage de la communication environnementale joue un rôle important dans la politique et la stratégie des organisations dans le cadre de la protection et la préservation de l'environnement, dans notre cas d'étude et à travers les différents résultats que nous avons obtenus, nous avons pu remarquer que cette dernière accorde une importance primordiale à la communication pour la protection et la préservation de l'environnement.

On est arrivé finalement grâce à cette recherche à comprendre que l'organisation du PNG est une organisation non lucratif, elle travaille finalement pour la protection et la préservation du patrimoine culturelle et naturelle, et que cette dernière considère la communication comme un moyen primordiale afin d'atteindre les objectifs tracés dans le plan de gestion.

A partir des résultats obtenus à travers l'analyse des données collectées lors de l'enquête, on constate que la communication environnementale joue un rôle important dans la protection de l'environnement.

Pour ce qui de l'organisation du PNG on est parvenu à dire qu'elle accorde une attention particulière à la communication environnementale étant donné que cette dernière lui a permis d'atteindre ces objectifs, en terme de protection de patrimoine culturelle et naturelle.

A partir de nos résultats de recherche, nous avons conclu à travers nos enquêtés que l'organisation du PNG met en avant la communication environnementale dans le cadre de la protection et de la préservation de l'environnement

On perspective, nous pensons qu'il est important d'investir des efforts supplémentaire en matière de communication environnementale et les différentes stratégies et d'ouvrir un autre champ d'étude qui va permettre à la communication dans les organisations de rester en évolution et t'approfondir son champ d'investigation dans le monde de l'organisation.

La bibliographie

Dictionnaire

- Bernard LAMIZET et Ahmed SILEM, Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication, Ellipses édition Marketing S.A 1997.
- Deephouse D.L, Media reputation as a strategic resource: An integration of mass communication and resource-based theories, Journal of management, Vol.26, n 6, 2000.
- DESREUMAUX, théories des organisations, Ed, Management, 1998.
- FAUCHEUXS, NOEU J-F, Economie des ressources naturelles et de l'environnement, Edition Armand Colin, 1995.
- FRANCIS BALLE, lexique de l'information de la communication, Edition Dalloz, paris, 2006.
- Jacques Vigneron, Laurence Francisco, la communication environnementale, Economica, 1996.
- MILSTEINT Tema, « environmental communication theories », in Encyclopedia of communication Thousand Oaks, 2009.

Ouvrage méthodologiques

- ANGERS Maurice, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, 6eme édition CEC, Québec, 2014.
- ATOUF Omar, Méthodologie des sciences sociales et approches qualitatives, presses de l'université de Québec Montréal, 1999.
- BERTHIER Nicole, Les techniques d'enquête en sciences sociales, 4ème édition ARMAND COLIN, Paris, 2010.
- BLANCHET Alain et al, sous la direction de François de Singly, l'enquête et ses méthodes D'entretien, NATHAN, Paris, 1992.
- GRAWITZ Madeleine, méthode des sciences sociale, paris, 8ème édition, DALLOZ, 1986.
- GRAWITZ M, « Méthode des sciences sociales », 11em Ed Dalloz, paris, 1990.
- LOUBERT Jean-Louis, Del Bayle, Initiation aux méthodes des sciences sociales, édition d l'Harmattan, Paris, 2000.
- PAUGAM Serge, Les 100 mots de sociologie, Ed PUF, Paris, 2014.

- QUIVY Raymond, « manuel de recherche en science sociale », édition Dunod, paris, 1988.
- ZAGRE, Amboise, Méthodologie de recherche en science sociale, édition L'Harmattan, Paris, 2013.

Ouvrage thématiques

- CHARONI Jean Luc, SEPARI Sabine, Manuel Application « organisation et gestion de l'entreprise », 2eme édition DUNOD, Paris, 2001.
- COX Robert, « Nature crisis disciplines : does environmental communication Have an Ethical Duty ? », in environmental communication : A journal of nature and culture 2007.
- DECOUDIN, Jean- Marc et IGALENS, Jacques, la communication interne, 3^{eme} édition, DUNOD, Paris 2013.
- DECAUDIN Jean-Marc et IGALENS jacques avec la collaboration avec WALLEER Stéphane, la communication interne stratégie et technique, édition DUNOD, 2^{eme} édition, paris, 2009
- Deephouse D.L, «Media reputation as a strategic resource: An integration of mass communication and resource-based theories», Journal of management, Vol.26, n 6, 2000.
- DEMON-LUGOL Liliane KEMPF Alain, RAPIDEL Martine et SCIBETTA Charles, communication des entreprises stratégie et pratique, édition ARMAND COLINE, 2^{eme} édition, Paris, 2006
- L. DEMONT, A.KEMDF, M.RADIDEL, C.SCIBETTA, communication des entreprises, Arman colin, natan 1996.
- LACOSTE, Michelle, peut-on travailler sans communiqué, dans Anni BORZEIX et Beatrice FRAEKEL (dir), langage et travail, communication, action, paris, CNRS, 2001.
- MALAVAL Philippe, DECAUDIN jean Marc, pantacom, 2^{eme} édition, Pearson, paris, 2010.
- MARIE-HELENE Westephalen, communicator, edition DUNID, 4^{eme} edition, Paris, 2004

- MARTY Emmanuel, BURGNET Annette ET MARCHAND Pascal, la communication environnemental : des discours de sensibilisation ?, in Actes du colloque CNRIUT Lyon 2008.
- THIERRY Libaert, introduction à la communication, Edition Dunod, Belgique, 2009

Mémoires et thèses

- CHHABI Hafsa, thèse magistère « le rôle du mouvement associatif dans la protection de l'environnement », 2017/2018.
- KHOUDJA Chafiaâ, thèse magistère, la place de l'éducation relative à l'Environnement dans le milieu scolaire algérien, 2015/2016.

Sites internet

- http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/sites/odysseedveloppementdurable/files/5/rapport_bru_ndtland.pdf
- <http://sircom.fr/les-formes-de-la-communication-environnementale>(les formes de la communication environnementale).
- <http://www.dynamique-mag.com/article/les-etapes-d-une-strategie-de-communication-reussie.3667> CONQULTEE
- <https://www.recy.net/actualites/colloques/adep/20000605-reglementation.ppt>

Les annexes

Enquêtés question	Enquêté N°1	Enquêté N°2	Enquêté N°3	Enquêté N°4	Enquêté N°5	Enquêté N°6	Enquêté N°7
Quelle place occupe la communication au sein de votre organisme ?	La communication occupe une place très importante pour la conservation et la protection de l'environnement et de ne pas faire des pièges	La communication occupe une place importante pour sensibiliser les gens à préserver la nature	Occupe une place importante pour sensibiliser, et sans communication on ne peut pas avoir une stratégie de protection	La communication est un processus de partage d'information qui sert à protéger et préserver la nature	La communication est primordiale pour préserver la nature et élaborer des séances de communication	Occupe une place primordiale et importante, car elle s'inscrit dans la durée	La communication occupe la première place, car c'est un parc urbains à fin de protéger l'environnement
Quelle moyenne de communication que votre organisme utilise avec ses partenaires ?	Les concours de dessins, des cadeaux et des supports didactiques	Des rencontres Des expositions Des ateliers Des journées portes ouvertes	Réseaux sociaux, les TIC, Réalisation des dépliants, des pages facebook pour les sensibiliser	Animation de conférence, la présence des médias et production des documents	des documents, des conférences, les médias, la communication directe et la sensibilisation	Des sorties pédagogiques, les panneaux, réseaux sociaux, des émissions radiophoniques et des campagnes de sensibilisations (moins d'incendie et de pollution)	Feed back Des journées communicationnelles, des flaches
Ces moyens de communication sont-elles bénéfiques ?	Oui sont bénéfiques pour l'augmentation des touristes et moins d'incendie	Oui bien sûr	Oui sont bénéfiques afin de toucher un grand public	Oui sont bénéfiques vu que le nombre de visiteurs augmente, et l'intégration de 12 villages	Oui certainement, pour avoir un contact direct	Oui sont bénéfiques	oui

pour votre organisme ?							
Pour la question de l'environnement, comment procédez-vous afin d'atteindre vos objectifs ? quels outils utilisez-vous ?	Il faut passer par un plan de gestion tracée au niveau d'Alger qui contient 03 phases qui sont : la phase d'analyse, évaluation et d'action	Des expositions, Document de sensibilisation, des campagnes de sensibilisation sur le terrain	Faire un plan de gestion afin de protéger et préserver le patrimoine	L'objectif principal c'est de préserver le patrimoine culturel et naturel avec un travail de collaboration avec des associations	Protéger l'environnement qui se fait avec un travail de collaboration avec des établissements scolaires	Faire un plan de gestion	On travaille en coordinations avec les institutions et les associations
Selon vous, comment vous définissez la communication environnementale ?	La communication environnementale est un contacte directe avec les visiteurs, les élèves sur la nature <i>on</i> leurs explique certains point tel que l'intérêt de la nature	La communication environnementale fait partie de la sensibilisation, elle prend une forme de sensibilisation pour un objectif de protéger la nature	La communication environnementale tous les actions qui nous mène à l'éducation environnementale	La communication environnementale c'est un dialogue qui se fait en matière de l'environnement	La communication environnementale est un échange de communication et de l'information afin de protéger l'environnement	La communication environnementale c'est de faire comprendre et avoir un langage propre à l'environnement	La communication environnementale c'est un travail avec l'éducation et l'écolier dans l'éducation environnementale
Quel sont les objectifs de votre organisation à travers cette	Préserver et protéger la nature, sensibiliser les gens et participer à l'écodéveloppement	Visé les écoliers, L'éducation des générations futures	Faire connaître le parc au public et de préserver le patrimoine historique et biologique	Partager et diffusé des informations et partager des messages claires pour	Transmettre des messages clairs par rapport à l'environnement	Sensibilisation, vulgarisation, l'information et l'animation	Présenter les missions du parc et faire connaître l'ère protégée

communication ?				l'environnement			
Ces objectifs sont trace à base d'une loi ou bien sont-ils internes ?	Ces objectifs sont traces par des lois	Certains objectifs sont tracer par des lois mais les autres sont traces selon les besoins de PNG	Ces objectifs sont traces par des lois	Ces objectifs sont tracés à basse des lois	Ces objectifs généralement sont tracés par des lois	Ces objectifs sont tracés par des lois	Ces objectifs sont traces par des lois
Qui ciblez-vous ? vous partenaires	Intégration de 12 villages, les écoliers, les grands publics et les collectivités locales	Les écoliers, les visiteurs, le grand public, les associations et les collectivités locales	La direction de l'environnement, les écoliers et la protection civile	Associations, la direction de l'environnement, le milieu scolaire et les riverains	Des associations, les visiteurs	Des associations et les écoliers pour les sensibiliser pour protéger la nature	Les différentes cibles, le public et les associations
Sur quel critère vous choisissez vos cibles ?	Selon L'âge et le statut	Selon le thème	Selon la nature des gens ont touché	Selon les objectifs à long terme et à court terme	Selon les objectifs à long terme et à court terme	Selon le thème	Selon la nature l'événement
Votre organisme adopte-t-elle une stratégie de communication ?	Oui, le PNG adopte une stratégie de communication celle de plan de gestion	Oui, c'est de créer des nouveaux loisirs, création d'écomusée et ouvertures des nouvelles pistes	Oui, le plan de gestion	Oui, c'est à travers des objectifs tracés, des programmes puis évaluation	Oui, à travers les objectifs tracer	Oui parce que le parc adopte une stratégie de communication selon les objectifs qui se réalise	Oui, chaque parc a sa propre stratégie de communication celle de plan de gestion
Considérez-vous que l'organisation des expositions soit une forme d'une communication	Oui bien sûr, nos exposition est une forme de communication environnementale	Oui, nos expositions est une forme de la communication environnementale	Oui, pour expliquer, informé et faire connaitre	Oui, à travers ces expositions et distributions des documents	Oui, d'inciter les visiteurs à visiter les lieux et distribuer des documents de sensibilisation	Oui, c'est une forme de communication environnementale	Oui, partir vers les gens pour les inciter à l'événement et de les anticiper découvrir le parc

tion environnem entale ? si oui : pour quoi ?							
avez-vous une thématique lors de vos rencontres avec le public ?	Oui, chaque événement a son propre thématique ver le public	Oui, chaque rencontre a sa propre thématique par rapport à la cible et l'événement	Oui elle dépend de l'événement	Oui, des journées commémoratif s (la journée de l'arbre), des expositions	Oui, avec toutes rencontres on développe la communication	Oui, dépend toujours de la nature de l'événement	Oui, ça reviennent toujours à événement
Sur quelle base choisissez- vous vos thèmes ?	La nature des événements	Selon les objectifs, actualités et événement	Des événements	C'est par rapport aux contraintes et aux problèmes	Selon les contraintes et les différents problèmes	Selon la nature des événements et la partage d'informations	des événements
Par rapport à l'image de votre organisatio n, comment pensez- vous la rehausser ? avec quels moyens ?	La qualité d'accueille, la bonne orientation et les documents de sensibilisations et à travers les medias	Les médias et des émissions à l'étranger	La sensibilisation et la vulgarisation	C'est un travail quotidien qui se fait avec des messages dans nos communications	pour améliorer l'image du PNG on doit rendre le parc propre, et de montre son importance sur tous les plans	l'amélioration de toutes les relations avec les collectivités locales, de faire le 1 ^{er} travaille de sensibilisation et de vulgarisation avec le wali, chef daïra et la protection civil	Distribution des documents de sensibilisations sensibilisation et diffuser des messages claires et cohérente
La communica tion environnem entale peut-	Oui, par l'utilisation des moyens de communication, les réseaux sociaux et les sites web	Oui, c'est à travers la communication environnementale que le PNG est devenu l'une des	Oui, découvrir l'importance et le rôle de PNG	Oui que les gens respecte la nature	Oui à travers une bonne communication	Oui, dont le but de connaître le parc	Oui, protéger et préserver le patrimoine, aussi de laisse le passage aux étudiants pour faire leurs recherches

<p>elle participer à la valorisation de la réputation de le PNG ? si oui comment ? pourriez-vous nous donner quelques indices ? quelques indicateurs ?</p>		<p>destinations touristiques</p>					
<p>Selon vous, une communication efficace aide-t-elle à la protection de l'environnement ? si oui comment ?</p>	<p>Oui, avec la communication on peut avoir moins de déchets et de conflits, des panneaux d'indication et d'information</p>	<p>Oui, une communication efficace aide à la protection de l'environnement</p>	<p>Oui, avoir un contact direct avec le public</p>	<p>Oui, on le fait recours à la sensibilisation et a des messages claires et cohérent</p>	<p>Oui, voire une bonne communication à travers des campagnes de sensibilisation peut être outils pour l'environnement</p>	<p>Oui, le partage d'information et d'avoir des formations</p>	<p>Oui, grâce à la communication on a pu avoir des bonnes relations avec les 12 villages que le parc contient</p>
<p>Quelle sont les difficultés que vous</p>	<p>La mauvaise fréquentation, posé des déchets, défrichement sans</p>	<p>Rendre toujours le parc responsable</p>	<p>Manque de l'éducation environnementale, aussi</p>	<p>Manque de l'éducation environnementale, les citoyens</p>	<p>Que les citoyens s'occupent d'autre chose que le parc</p>	<p>La décharge publique, le manque de budget et le manque des</p>	<p>au début on a eu une opposition de la part des villageois pour la création du parc, ils pensent qu'on est là</p>

rencontrez lors de vos rencontre avec le public ?	l'autorisation		certaines personnes ne respectent pas la consigne donnée par le parc	occupent de d'autres choses		ressources humaines	pour arrache leur terres
---	----------------	--	---	--------------------------------	--	------------------------	--------------------------

Annexe N°02 :

Guide d'entretien

Notre guide d'entretien englobe des questions ouvertes et des questions fermées qui sont réparties en deux axes :

Données personnelles des interviewés :

Sexe :

Age :

Situation matrimoniale :

Grade :

Fonction :

Axe N°1 : la stratégie de communication de l'organisation

Le but de cet axe est de voir la vision de l'organisation de PNG sur la communication et de comprendre sa stratégie.

Question N°1 : quelle place occupe la communication au sein de votre organisme ?

Question N°2 : quels moyens de communication que votre organisme utilise avec ses partenaires ?

Question N°3 : ces moyens de communication sont-elles bénéfique pour votre organisme?

Question N°4 : pour la question de l'environnement, comment procédez-vous afin d'atteindre vos objectifs ? Quels outils utilisez-vous ?

Question N°5 : selon vous, comment vous définissez la communication environnementale ?

Axe N°2 : l'importance et le rôle de la communication environnementale dans l'organisation de PNG

Dans cet axe il s'agit de découvrir le rôle de la communication environnementale au sein du PNG et de voir l'importance de cette dernière pour l'organisme.

Question N°1 : Quels sont les objectifs de votre organisation à travers cette communication ?

Question N°2 : Ces objectifs sont tracés en fonction des lois ou bien sont-ils internes ?

Question N°3 : Qui ciblez-vous ? Vos partenaires

Question N°4 : sur quels critères choisissez vos cibles ?

Question N°5 : Votre organisme adopte – t-elle une stratégie de communication ? Si oui : comment ?

Question N°6: considérez-vous que l'organisation des expositions est une forme de la communication environnementale ? Si oui : pourquoi ?

Question N°7 : avez-vous une thématique lors de vos rencontres avec le public ?

Question N°8 : sur quelle base choisissez-vous vos thèmes ?

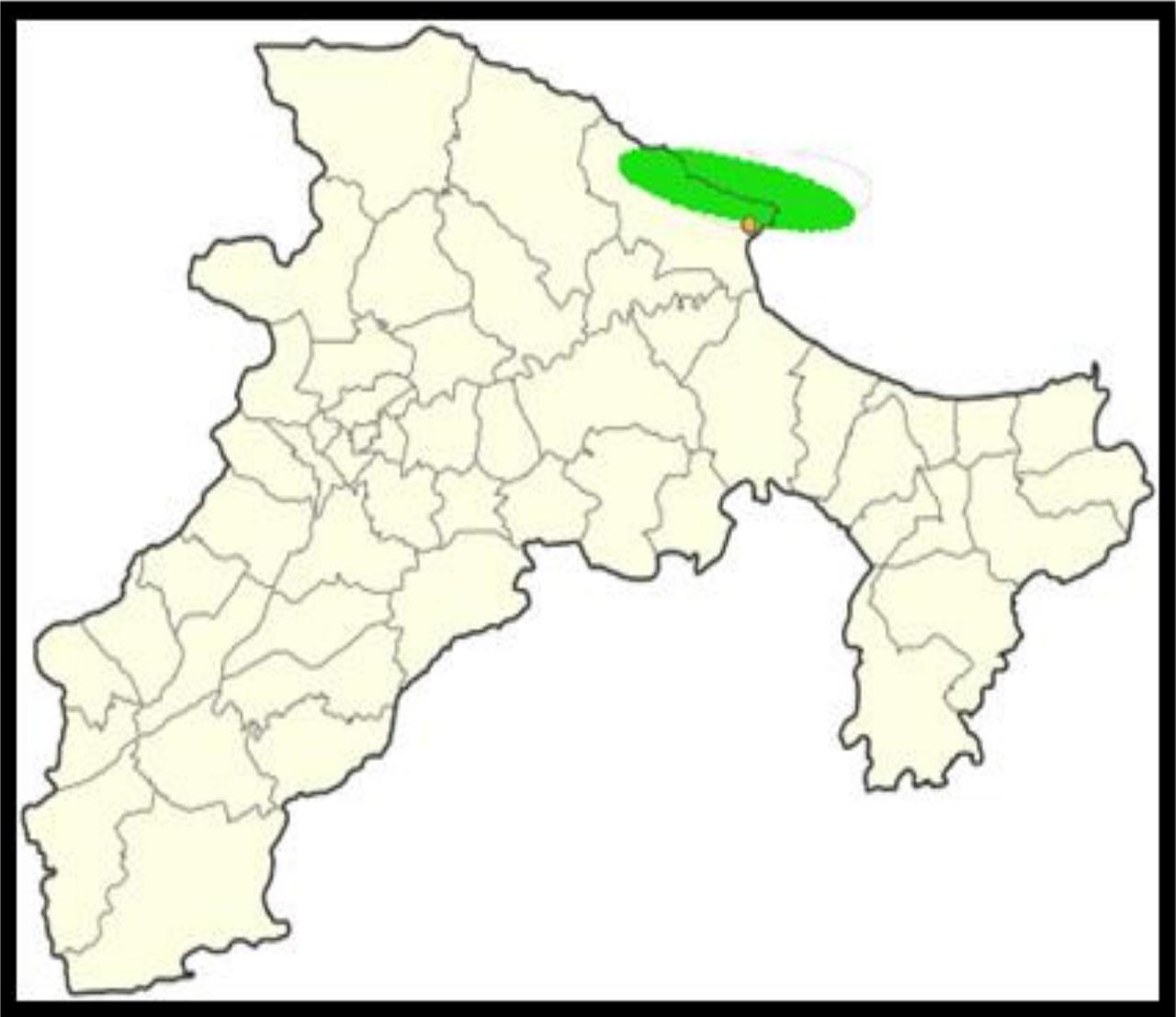
Question N°9 : Par rapport à l'image de votre entreprise, comment pensez-vous la rehausser ? Avec quels moyens ? Quels outils ?

Question N°10: la communication environnementale peut-elle participer à la valorisation de la réputation de le PNG ? Si oui comment ? Pourriez-vous nous donner quelques indices ? Quelques indicateurs ?

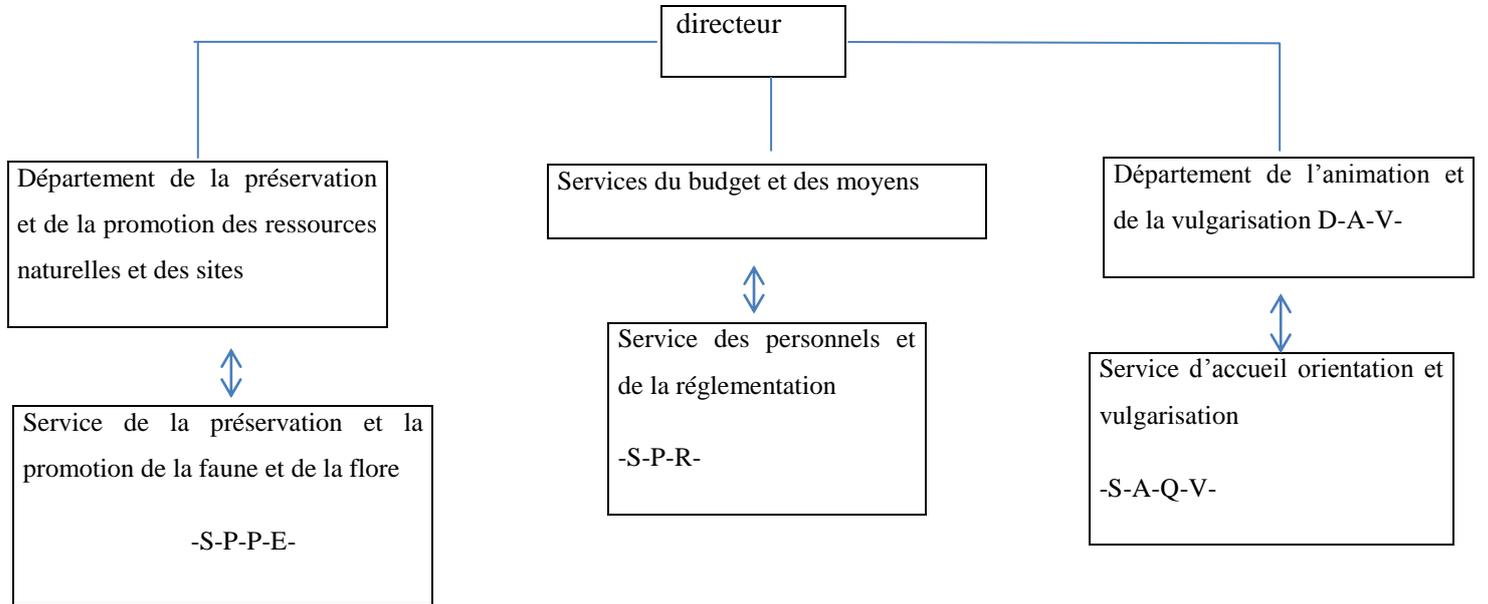
Question N°11 : selon vous, une communication efficace aide-t-elle à la protection de l'environnement ? Si oui comment?

Question N°12 : quelle sont les difficultés que vous rencontrez lors de vos rencontre avec le public ?

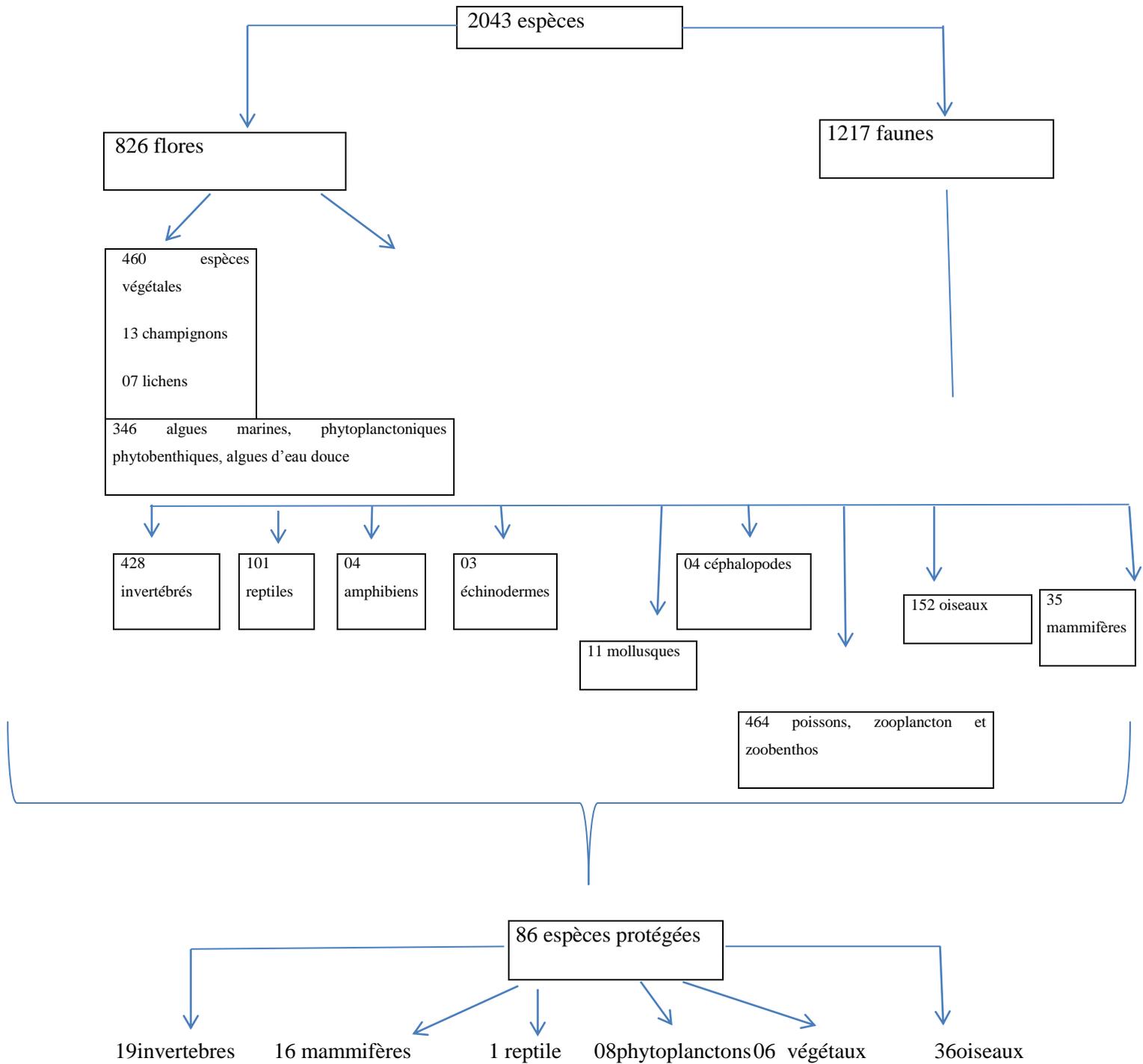
Annexe n°3 : carte de situation de parc de Gouraya



L'organigramme de l'organisation :



La biodiversité du parc national de Gouraya :





1 Célébrations

«Elevez votre voix pas le niveau de la mer».

C'est le slogan sous lequel la journée mondiale de l'environnement a été célébrée cette année. Un événement annuel dont le but est de susciter le plus d'actions écologiques positives possibles à l'échelle mondiale, afin d'attirer l'attention du public sur les problèmes environnementaux. Si les actions de la journée mondiale de l'environnement ont lieu toute l'année, le point culminant de l'évènement se situe toutefois tous les ans aux alentours du 5 juin, sous la coordination du PNUE. La journée a été célébrée en collaboration avec la direction de l'environnement, la conservation de Forêts de Bejaia, la direction du tourisme et les associations locales du 05 au 07/06/2014 au niveau du théâtre régional de Bejaia.

En cette occasion une randonnée pédestre a été organisée au niveau du parc national du Gouraya ainsi que le nettoyage de la plage de SAKET ce, en collaboration avec l'association «Numidia- action».

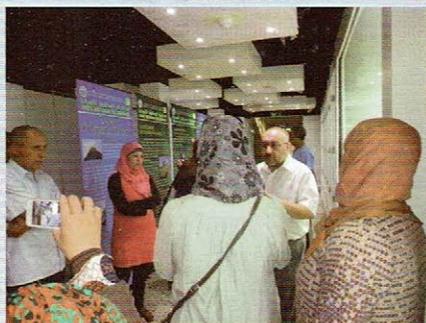


- C'est pour la première fois à Béjaia que la journée méditerranéenne de la côte est célébrée. Organisée par le Commissariat National du Littoral, le Parc National du Gouraya, la Direction de l'Environnement et les associations ASSIREM et ATLANTIDE sous le slogan « ensemble pour le classement de la zone marine du Gouraya », la journée c'est tenue au niveau de la maison de la culture du 25 au 26 septembre 2014. Dans le même contexte la journée nationale « ports bleus 2014 » a été célébrée le 27/09/2014 au niveau du port de pêche de Béjaia avec la présence de plusieurs organismes et associations entres autres: La direction de la pêche et l'association des pêcheurs de Béjaia.

2 Visite pédagogique

Nous avons accueillis 13 formateurs de l'Ecole Nationale des Forêts de Batna pour une visite pédagogique au niveau du parc. A cet effet un programme a été tracé en collaboration avec le représentant de l'ENF et qui consiste en :

- Visite de l'écomusée central
- Conférence débat sur l'histoire des parcs nationaux et les potentialités du PNG
- Sortie sur sites (Gouraya, pic des singes et cap Carbon)
- Visite du musée de géologie.



3 Ensemble pour lutter contre les feux de forêts

Chaque année, plus particulièrement en été, les incendies de forêts causent de nombreux dégâts. Pour lutter contre ce fléau, une campagne de sensibilisation contre les feux de forêts a été organisée dans le parc avec la participation de l'association ASSIREM Gouraya, le PNG, la conservation des Forêts, la DJS, la protection civile et le comité des associations de la wilaya de Bejaia pour la protection de la forêt contre les feux.

La manifestation en question a eu lieu le samedi 9 Août 2014 avec la participation de 18 associations d'environ 70 adhérents, avec exposition en plein air, simulation aux feux de forêts, initiation à la lutte contre les feux de forêts, initiation aux premiers secours et distribution de dépliants et tracts pour sensibiliser contre les risques d'incendies de forêts.





Lettre du Gouraya

Éditée par le Parc National du Gouraya



N° 21 - Octobre 2014



Editorial

Les feux de forêts constituent le facteur de dégradation le plus ravageur de la forêt. Les incendies répétés entraînent un déséquilibre des écosystèmes et une dégradation des milieux naturels. Au niveau du parc, la déforestation s'accroît en raison de la composition floristique à essence très combustible et au climat favorisant l'éclosion de foyers d'incendies par des étés chauds et secs.

A cela s'ajoute l'action anthropique des populations riveraines sachant que le parc est limitrophe de la ville de Bejaia, ainsi que la présence d'une décharge publique qui a engendré plusieurs incendies.

Cette année, à la veille de la saison estivale qui commence, selon le calendrier officiel, le 1er juin, le dispositif de lutte contre les feux de forêt est pleinement opérationnel. A cet effet, la surveillance est assurée en permanence par 03 brigades de 2 brigadiers chacune travaillant en rotation de 24h/48h ainsi que les gardiens qui assurent la surveillance sur terrain (Cap carbon, oliviers, Gouraya, Boulimat).

En plus des moyens de lutte que le parc a acquis (véhicules anti-incendie, camion citerne, pompes dorsales), des pistes ont été ouvertes dans tout le territoire du parc dans le but de faciliter l'accès aux engins lors des interventions. Ajouté à cela le nettoyage des accotements des routes du Gouraya et du cap Carbon qui se fait à chaque début de saison estivale, des panneaux de sensibilisation contre les feux de forêts sont mis en place et les interventions aux niveaux des médias (radio locale et presse écrite) pour informer et sensibiliser les citoyens.

Le feu est et demeurera un danger spécifique à la planète, d'autant plus dans le contexte actuel de réchauffement climatique.

*Mr. Tayeb KERRIS
Directeur du P.N.G.*

Sommaire

- 1 Célébrations.
- 2 Visite pédagogique.
- 3 Ensemble pour lutter contre les feux de forêts.
- 4 Le conseil d'orientation du P.N.G.
- 5 Installation du comité de pilotage Pour la création de la zone marine protégée du P.N.G.

4 Le conseil d'orientation du PNG



L'an deux mil quatorze et le treize du mois d'Octobre à 10h, s'est tenue une réunion ordinaire du conseil d'orientation du Parc National du Gouraya.

Ordre du jour :

- Installation des membres du conseil d'orientation
- Présentation du parc national du Gouraya
- Bilan physique et financier de l'année 2013
- Budget de fonctionnement de l'année 2014
- Projet du programme d'équipement
- Divers.



5 Installation du comité de pilotage pour la création de la zone marine protégée du P.N.G.

Le conseil d'administration de MedPAN a approuvé la candidature du parc national du Gouraya en tant que membre du réseau MedPAN et pré sélectionné le dossier de demande de subvention pour un petit projet. Une première réunion ayant pour ordre du jour «**la concertation pour l'installation du comité de pilotage pour la création de la zone marine protégée du P.N.G.**» s'est tenue au siège de la direction du parc. Un comité provisoire composé du PNG, APC de Bejaia, direction de la pêche, direction de l'environnement et du CNL a été installé afin d'établir une feuille de route pour le classement de la zone marine du PNGouraya.





Lettre du Gouraya

Éditée par le Parc National du Gouraya



N° 21 - Octobre 2014



Editorial

Les feux de forêts constituent le facteur de dégradation le plus ravageur de la forêt. Les incendies répétés entraînent un déséquilibre des écosystèmes et une dégradation des milieux naturels. Au niveau du parc, la déforestation s'accroît en raison de la composition floristique à essence très combustible et au climat favorisant l'éclosion de foyers d'incendies par des étés chauds et secs.

A cela s'ajoute l'action anthropique des populations riveraines sachant que le parc est limitrophe de la ville de Bejaia, ainsi que la présence d'une décharge publique qui a engendré plusieurs incendies.

Cette année, à la veille de la saison estivale qui commence, selon le calendrier officiel, le 1er juin, le dispositif de lutte contre les feux de forêt est pleinement opérationnel. A cet effet, la surveillance est assurée en permanence par 03 brigades de 2 brigadiers chacune travaillant en rotation de 24h/48h ainsi que les gardiens qui assurent la surveillance sur terrain (Cap carbon, oliviers, Gouraya, Boulimat).

En plus des moyens de lutte que le parc a acquis (véhicules anti-incendie, camion citerne, pompes dorsales), des pistes ont été ouvertes dans tout le territoire du parc dans le but de faciliter l'accès aux engins lors des interventions. Ajouté à cela le nettoyage des accotements des routes du Gouraya et du cap Carbon qui se fait à chaque début de saison estivale, des panneaux de sensibilisation contre les feux de forêts sont mis en place et les interventions aux niveaux des médias (radio locale et presse écrite) pour informer et sensibiliser les citoyens.

Le feu est et demeurera un danger spécifique à la planète, d'autant plus dans le contexte actuel de réchauffement climatique.

*Mr. Tayeb KERRIS
Directeur du PNG.*

Sommaire

- 1 Célébrations.
- 2 Visite pédagogique.
- 3 Ensemble pour lutter contre les feux de forêts.
- 4 Le conseil d'orientation du PNG.
- 5 Installation du comité de pilotage Pour la création de la zone marine protégée du P.N.G.



Les ZONES HUMIDES

Un monde multiforme



Sidi touati, route du Gouraya, Bejaia, Algérie
Tél : 213(0). 34 .211.947 - Fax : 213 (0). 34.212.782
Email: pngouraya06@gmail.com - Site web: png-dz.net

RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DU DÉVELOPPEMENT RURAL



الحدائق الوطنية الغوراية
PARC NATIONAL DU GOURAYA



les ZONES HUMIDES

Un monde multiforme



Le lac Mézaïa

Le lac Mézaïa est d'une importance considérable dans le maintien de la biodiversité biologique et l'utilisation directe par la population locale à des fins de détente et de loisir.

Il constitue aussi un lieu propice pour la recherche scientifique, car sa richesse floristique et faunistique est loin d'être négligeable.

Un centre d'éducation et de sensibilisation du public a été aménagé en 2013 au niveau du lac Mézaïa. Il est doté d'un musée de l'histoire, d'un microsysteme, d'un mini laboratoire et d'une salle informatique. Il est ouvert 7 jours sur 7 et accueille un nombre important de visiteurs surtout des écoliers.

Biodiversité du lac Mézaïa

■ **Les oiseaux** : environ 20 espèces d'oiseaux d'eaux ont été recensées au lac mézaïa (fuligule morillon, blongios nain, Talève sultane, Erismature à tête blanche, fuligule nyroca)

■ **Les invertébrés** : Parmi les espèces d'invertébrés 21 sont des libellules, telle que *Anax imperator*.

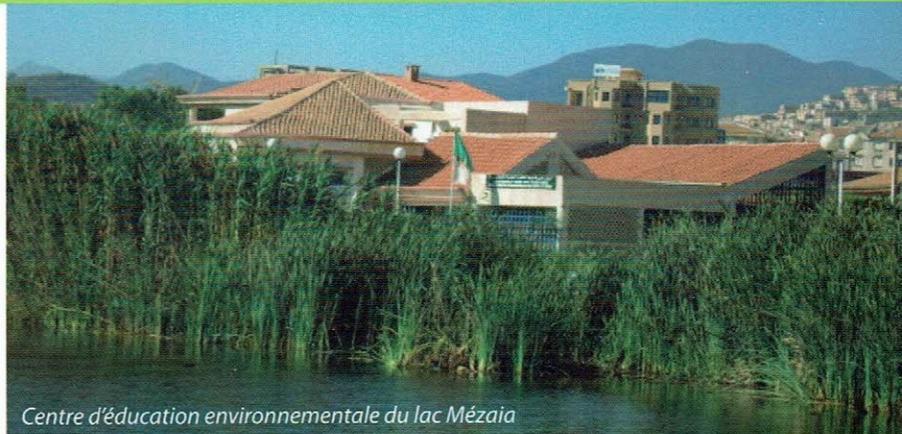
■ **Les Poissons** : l'anguille "*Anguilla anguilla*" et la Gambusie "*Gambusia affinis*"

■ **Les batraciens** : grenouille verte "*Rana esculenta*", grenouille rieuse "*Rana ridibunda*", grenouille peint "*Discoglossus pictus*" et tortue bourbeuse "*Emys orbicularis*".

■ **Les mammifères** : représentés par des rongeurs tel que les rats.

■ **La végétation** : roseau "*Phragmites communis*", typha "*Typha angustifolia*", peuplier noir "*Populus nigra*", peuplier blanc "*Populus alba*".

■ **Les algues** : existence de 02 espèces nouvelles pour le continent africain: *Cosmarium subtunidum* et *Lepocinclis turbiniformis*.



Centre d'éducation environnementale du lac Mézaïa

Centre d'Education et de Sensibilisation du Public UN DOUBLE OBJECTIF



Célébration 02 février 2013



- **A- Gestion de la zone humide (Lac Mézaïa)**
 - Encadrement des universitaires
 - Inventaire de la faune et de la flore du lac.
 - Suivi écologique des espèces d'oiseaux d'eau.
 - Contrôle et surveillance permanente.

■ **B-** Exécution du programme d'éducation environnementale. Sa situation à l'intérieur du centre urbain lui confère un cachet particulier du fait qu'il est visité durant toute l'année par le grand public, les étudiants et les écoliers.

Ce dernier joue un rôle important dans l'éducation et la sensibilisation sur les zones humides en général et le lac Mézaïa en particulier pour une meilleure appréciation et préservation de ce genre d'écosystème riche et fragile.

Les Zones humides – sources de vie

Toute vie sur terre dépend de l'eau. Les zones humides sont des ensembles essentiels, naturel et vivants qui doivent être préservés pour le bien de tous, pour la race humaine, comme pour l'immense variété d'animaux et de plantes qui dépendent de ces biotopes uniques. Elles se présentent sous de multiples aspects: marais, estuaires, vasières, mares, étangs, marécages, deltas, récifs coralliens...etc: Leurs origines remontent presque aussi loin que celle de la planète et leur diversité biologique compte parmi les plus riche de la terre.

Quelle que soit sa taille, qu'elle soit dans le nord ou dans le sud, la zones humide contribue très largement à notre qualité de vie.

L'Algérie, depuis la signature du décret N°82-439 du 11 décembre 1982 portant son adhésion à la convention relative aux zone humides d'importance international, a recensé a ce jour 1451 zones humides naturelles ou artificielles, parmi elles, 50 sont d'importance internationale.

Des milieux naturels très importants

- Elles représentent pour l'humanité une source de combustibles, de nourriture, de loisirs et d'emplois.
- Elles sont également essentielles à la survie des oiseaux. C'est au moment de l'hiver que se déclenche chaque année le mouvement de masse le plus spectaculaire de la planète la migration d'innombrables oiseaux qui vont parcourir d'immenses distances pour atteindre leurs sites d'hivernage.
- Elles abritent une faune et une flore importante
- Elles permettent le développement de loisirs, du tourisme et de la recherche
- Elles offrent d'importantes opportunités pour le développement durable.

Les zones humides sont menacées

De sérieuses menaces compromettent la pérennité de ces milieux:

- Extension irréfléchie des périmètres agricoles adjacents aux zones humides.
- Prise de décision non concertée portant sur drainage de certaines zones humides justifiée par la recherche de nouvelles terres agricoles.
- Exploitation abusives des ressources naturelles des zones humides notamment les ressources halieutiques.
- Extension du réseau urbain utilisant les zones humides comme déversoir des eaux usées.



Lac Mézaia



وزارة الفلاحة و التنمية الريفية و الصيد البحري

الحظيرة الوطنية لقورايا



حسن السيرة في حظيرة قورايا

- 1/ لا أطعم القرودة: لا أعطي الأكل للقرود فهو حيوان بري لا يجب أن أعوده على الخبز لأن ذلك مضر له.
- 2/ لا أرمي الأوساخ في الطبيعة: الأوساخ تشوه جمال الطبيعة. يجب أن أرمي النفايات داخل سلة القمامات لكي أحافظ على نظافة الأماكن التي أذهب إليها.
- 3/ لا أشعل النار في الغابة: إشعال النار في الغلبة يمكن أن يتسبب في إحداث حريق خاصة في فصل الصيف. والحرائق تساعد علي زوال الكائنات الحية.
- 4/ أحافظ علي المناطق الرطبة: المناطق الرطبة منبع الحياة للعديد من الحيوانات و النباتات يجب أن أحافظ عليها
- 5/ لا أصطاد الطيور: اصطياد الطيور و تخريب أعشاشها و العبث بصغارها يساهم في انقراض هذه الكائنات
- 6/ لا أتلف الأزهار: جمال الطبيعة بجمال أزهارها و نباتاتها. يجب أن لا أقطعها أوأتلفها.
- 7/ لا أصدر أصواتا مزعجة: عند ما أقوم بجولة في الحظيرة لا أحدث ضجيجا لكي لا أزعج الحيوانات و الطيور.
- 8/ لا أقطع الأشجار: الشجرة هي مصدر الأكسجين الذي نتنفسه. قطعها أو خدش جدعها قد يتسبب في موتها.
- 9/ لا ألوث الينابيع: مياه الينابيع تستهلكها الحيوانات لا يجب أن ألوثها.
- 10/ لا أصطاد طائر الحسون (المقنين): طائر الحسون يحب العيش حرا طليقا في الطبيعة. يجب أن لا أصطاده وان لا أضعه في قفص.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DU DÉVELOPPEMENT RURAL ET DE LA PÊCHE



الحظيرة الوطنية لقورايا
PARC NATIONAL DU GOURAYA



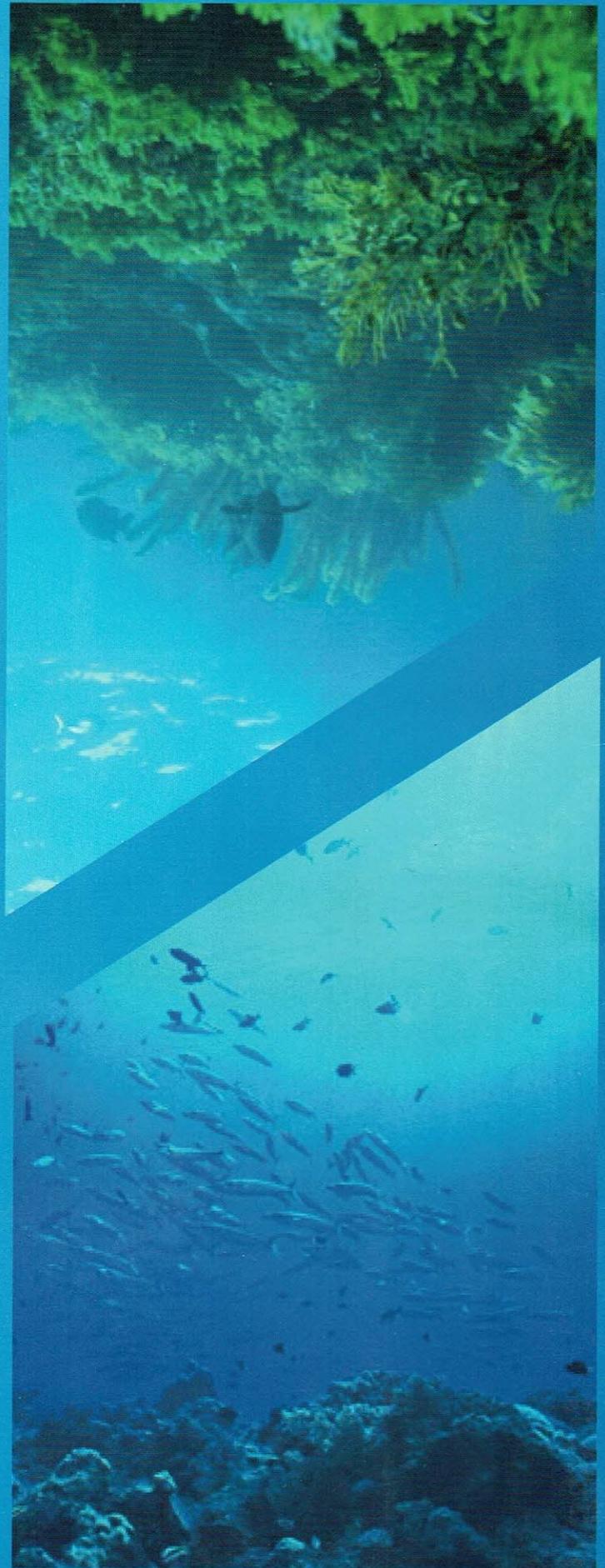
LA ZONE MARINE DU PARC NATIONAL DU GOURAYA



CONCEPTION PNG - 2015



La partie marine du PNG recèle des espèces, des peuplements et des paysages rares et menacés dans le bassin méditerranéen, plus particulièrement les herbiers à *posidonia océanica*, qui meurent lentement un peu partout en méditerranée jusqu'à disparaître totalement sur des surfaces considérables, laissant derrière eux de vastes étendues désolées qui font penser à nos déserts terrestre. Au niveau du PNG, ces derniers (*posidonia océanica*) se portent bien et ne présentent pas d'altération ou de détérioration sur toutes les étendues explorées. Des mesures de sauvegarde d'un tel patrimoine naturel en Algérie s'avèrent donc nécessaires. Le parc est désormais membre du réseau MedPAN et une convention de financement entre l'association MedPAN et le PNG a été signée dans le but du classement de l'AMP du Gouraya. A cet effet, MedPAN, nous a accordé un projet d'une valeur de 20.000 euros en avril 2015.



1- CREATION ET LOCALISATION DU PARC NATIONAL DE GOURAYA :

Le Parc National de Gouraya est une aire protégée créée par décret n°84/327 du 03 novembre 1984 et régit par un statut fixé par le décret 83/458 du 23 juillet 1983 modifié et complété par le décret n° 98/216 du 24 juillet 1998 fixant le statut type des Parcs Nationaux. En 2004, le parc a été classé **Réserve de biosphère** par le conseil international de coordination du programme l'homme et la biosphère (MAB) de l'UNESCO à Paris. Situé entièrement dans la commune de Bejaia, ce dernier occupe une superficie de 2080 Ha à laquelle s'ajoute une zone marine de 11,5 Km de côte ainsi qu'une zone lacustre «Le lac Mézaïa» d'une superficie de 3 Ha.

2- LA ZONE MARINE :

Définition :

La zone marine du parc national de Gouraya justifie la particularité de la région et par conséquent la création de l'aire protégée.

Cette unité marine est située à l'ouest du golfe de Bejaia, elle est largement ouverte sur le large. Le trait de côte s'étend sur 11,5 Km de direction

ouest Nord-ouest à Est Sud-Est.

Elle se distingue par de hautes falaises rocheuses représentant les façades maritimes des Djebels Gouraya et Adrar Oufarnou, qui se plongent sous l'eau, où on distingue aux pieds de ces falaises de nombreuses grottes sous marines. Les 11,5 Km de côte que recèle le parc national abrite une grande variété d'espèces animales et végétales qui méritent une protection particulière.



Richesse faunistique et floristique :

La zone marine du PNG a fait l'objet d'une étude approfondie réalisée par l'Institut des sciences de la mer et de l'Aménagement du Littoral (ISMAL). Cette étude a révélé l'existence de :

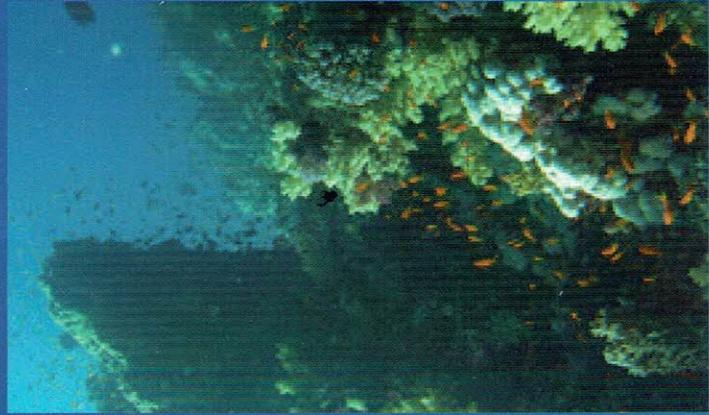
- **173** espèces de zooplancton

- Ils représentent les poumons de la région (production d'oxygène)

- Zone d'alimentation pour de nombreuses espèces d'intérêt halieutiques qui viennent s'alimenter

- Zone de reproduction pour de nombreuses espèces animales.

b- Les algues marines :



L'étude réalisée par l'Institut des sciences de la mer et de l'Aménagement du Littoral révèle l'existence d'une algue rouge *Lithophyllum lichenoides* et 5 algues brunes *Cystoseira ercegovicii*, *Cystoseira mediterranea*, *Cystoseira sedoides*, *Cystoseira spinosa*, *Cystoseira stricta*, d'importance internationale et qui semblent être menacées de disparition.

- **55** espèces de phytoplancton
- **72** espèces phyto-benthiques
- **164** espèces zoo-benthiques,
- **211** poissons
- **05** mammifères marins.

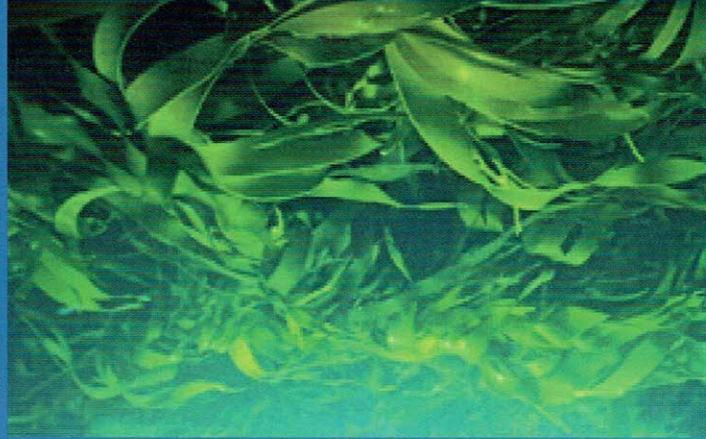
3- UNE FLORE MARINE

REMARQUABLE :

a- Les herbiers à *Posidonia oceanica*:

La composition végétale marine du parc révèle la présence d'une phanérogame marine *Posidonia oceanica* dont l'herbiers semble être en bon état.

C'est une espèce endémique de la méditerranée qui constitue l'un des écosystèmes marins les plus importants. Ces herbiers de plantes supérieures ont un rôle considérable et multiple. Ces derniers ont la même importance que les forêts pour les espaces terrestres,



LETTRE DU GOURAYA

Éditée par le Parc National du Gouraya

N° 25-Décembre 2016



EDITO

T.KERRIS *Directeur du PNG*

La sensibilisation et la vulgarisation du public restent l'unique garantie pour un développement durable de notre espace protégé.

La population riveraine et les usagers du parc national de Gouraya sont les plus liées et concernées par les problèmes de ce site. Ces derniers qui directement ou indirectement vivent de l'espace naturel doivent être sensibilisés pour qu'ils considèrent la conservation de la nature comme un capital vital à préserver parce que non seulement il les fait vivre, mais aussi parce que sa disparition risque d'entraîner un déséquilibre qui conduira naturellement à faire disparaître la source de vie dans la région. Ces populations doivent également être sensibilisées sur les méfaits causés à la nature par les actions anthropiques (sur fréquentation, urbanisation anarchiques et les incendies de forêts.

- 1 Edito
- 2 L'écotourisme au PNG
- 3 Visite Officielle
- 4 Elaboration de la stratégie pour la conservation du Singe Magot en Algérie
- 5 Les oiseaux d'eaux nicheurs du lac Mézaia
- 6 Echange et collaboration avec le PNTaza-Jijel
- 7 Formation SIPN (système d'information des parcs nationaux)
- 8 PROJET ZIP Gouraya





PROJET ZIP Gouraya

«Conservation de la flore et des habitats naturels avec les populations locales dans le sud et l'est du bassin méditerranéen (IPA-Med)»

Cas du Parc National de Gouraya et du Mont Chélia en Algérie

Mr H. BENAÏDA *Chef de département protection des sites*

Dans le cadre de la mise en œuvre du projet de coopération relatif à la « Conservation de la flore et des habitats naturels avec les populations locales dans le sud et l'est du bassin méditerranéen (IPA-Med) » cas du Parc National de Gouraya et du Mont Chélia en Algérie, mené entre le Ministère de l'Agriculture du Développement Rural et de la Pêche (MADRP), à travers la Direction Générale des Forêts (DGF), et l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN), représentée par le Centre de Coopération pour la Méditerranée (UICN Med), un atelier de démarrage et de lancement des activités du projet s'est déroulé les 18 et 19 janvier 2016, au parc national/réserve

de biosphère de Gouraya, wilaya de Bejaïa.

L'objectif principal de cet atelier est d'informer les parties prenantes sur les activités du projet et les effets attendus afin de les impliquer dans les différentes phases de sa mise en œuvre.

Après avoir initié le plan d'action et le chronogramme du projet, l'année 2016 a été marquée par la mise en œuvre des activités programmées, telles que l'inventaire et la cartographie des habitats naturels mais aussi l'élaboration d'un plan de conservation des espèces endémiques sélectionnées dans les deux ZIP's.



Formation SIPN

(système d'information des parcs nationaux)

Mme M. AMRICHE *Inspecteur en chef des Forêts*

Dans le cadre de la mise en œuvre du programme du renforcement des capacités des acteurs du renouveau rural, Le parc national de Gouraya a participé à des séances de travail regroupant le noyau pour la base de données qui ont eu lieu au niveau du centre de formation des agents technique spécialisé en forêts (CFATSF) de BENI Slimane de Médéa du 24 au 27 Octobre 2016. Cette formation entre dans le cadre du projet de montage et de développement d'un système d'information pour la gestion et le suivi des programmes d'actions des parcs nationaux. Le contexte global de la formation est l'amélioration des outils de gestion des aires protégées et suivi des programmes annuels par la mise en place d'une base de données Relationnelle. Le programme de la formation été conçu selon les axes suivants :

- ▶ Rappel sur le système d'information des Parcs Nationaux et son utilisation ;
- ▶ Révision de la nomenclature de certaines actions inscrites dans le système d'information;
- ▶ Vérification des Bases de données relationnelles de chaque Parc;
- ▶ Eradication des lacunes et difficultés dans l'utilisation de la Base de données ;
- ▶ Révision des méthodes de groupement des Bases de Données des Parcs Nationaux avec la tutelle.
- ▶ Amélioration de la passerelle entre la Base de Données sur Access et le tableur d'Excel.
- ▶ Elaboration des états de sortie des données.



Echange et collaboration avec le PNTaza-Jijel

Mr R. Boutekrabt Le chef du secteur oriental

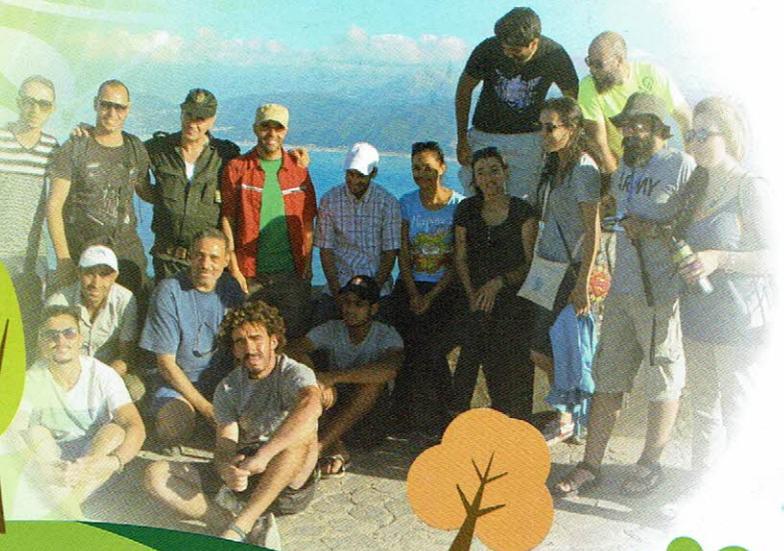


Conformément aux accords de collaboration et d'échanges entre le parc national de Taza Jijel et le parc national du Gouraya nous avons participé aux journées de formation sur la création et la gestion des sentiers sous-marins qui ont eu lieu du 10 au 15 juillet 2016 au centre nautique sis au port de pêche Boudis de Jijel. Cet événement rentre dans le cadre du projet pilote Sea-Med pour le développement de l'écotourisme. A noter que les sentiers sous-marins sont considérés comme un des outils de la gestion durable des Aires marines protégées qui garantissent la préservation du patrimoine et des ressources naturelles du milieu marin et par ricochet la pérennisation des activités socio-économiques. Cette formation a connu la participation de plusieurs associations qui activent dans le domaine marin ainsi que d'éminents professeurs et chercheurs nationaux à l'instar de Mr R Semroud, S Belbacha, Dr S Chakour, R Moulay.....

Quant aux associations on a noté la participation de l'association Pinna de Tunis,

le Club Raie Manta et le Centre Gens de mer de Jijel.

Durant cette formation un programme qui s'articule essentiellement autour de la définition, des objectifs et des critères d'identifications dans le choix d'un futur sentier sous-marin et des outils de sa gestion, a été suivi pendant quatre jours. En marge de ces journées, nous avons accueilli une délégation de 24 personnes au PNG. Après avoir visité les musées avec une présentation de l'AMP, une sortie a été organisée sur le pic des singes pour montrer les limites de la future AMP ainsi que les différents sites potentiels pouvant héberger les sentiers sous marins.



Les oiseaux d'eaux nicheurs du lac Mézaia

Mme S. MAZA Conservateur Divisionnaire des Forêts

Dans le cadre des activités du réseau national des observateurs ornithologues algériens (RNOOA) et à l'occasion de la célébration de la Journée mondiale des oiseaux migrateurs, le recensement national des oiseaux d'eau nicheurs a ciblé la zone humide-lac Mézaia du parc national du Gouraya.

L'objectif de ce dénombrement est de connaître l'effectif de la population avifaune nicheuse dans ce site, sa phénologie et sa densité"

Cette zone humide dispose d'une biodiversité importante et abrite environ une vingtaine d'espèces d'oiseaux migrateurs dont une partie inscrite sur la liste des oiseaux menacés, élaborée par l'Union Internationale pour la conservation de la nature (UICN). Parmi ces oiseaux figurent l'Erismature à tête blanche et le fuligule nyroca, qui "doivent être préservés à travers des mesures de protection"

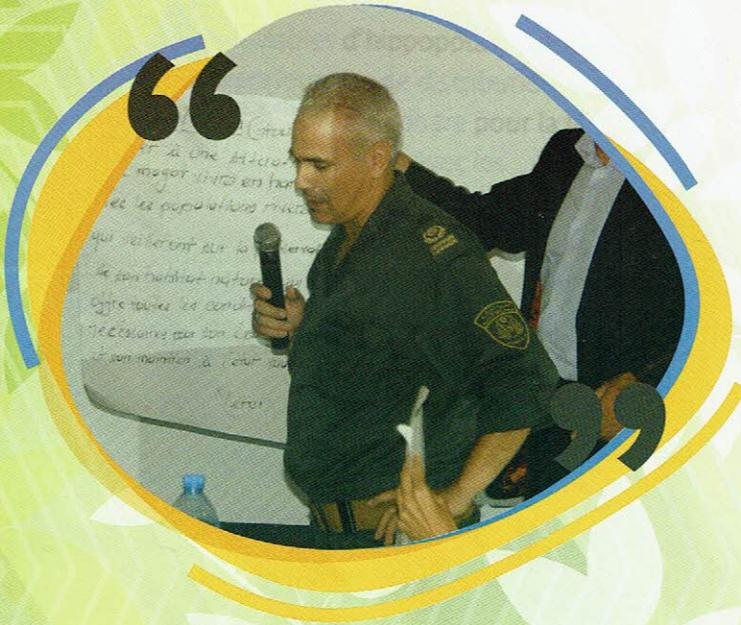
Ce milieu aquatique est un endroit de passage des oiseaux migrateurs (le flamant rose et l'échasse blanche). Cinq espèces d'oiseaux d'eau se reproduisent au lac Mézaia, les foulques macroules sont les plus dominantes, suivies de canards colvert, de Talève Sultane, de poule d'eau et de Grèbe Castagneux.

Ce site aquatique recèle des potentialités qui permettent le développement de l'écotourisme dans la ville de Bejaia. C'est aussi un laboratoire à ciel ouvert pour les scientifiques.



Elaboration de la stratégie pour la conservation du Singe Magot en Algérie

Mme N. MOULOU D Conservateur Divisionnaire des Forêts



Dans le cadre de la préparation de la stratégie de préservation du patrimoine faunistique, notamment la mise en place de mesures concrètes de gestion et de conservation de la faune sauvage, le Parc National du Gouraya a participé à l'atelier de validation de la stratégie de conservation du Singe Magot en Algérie, organisé conjointement par la direction générale des forêts et l'union internationale pour la conservation de la nature (UICN) ainsi que le centre de coopération pour la méditerranée de Malaga les 18, 19 et 20 Octobre 2016. La cérémonie d'ouverture a été rehaussée par la présence de Monsieur le SG de la Wilaya et le DPF/DGF.



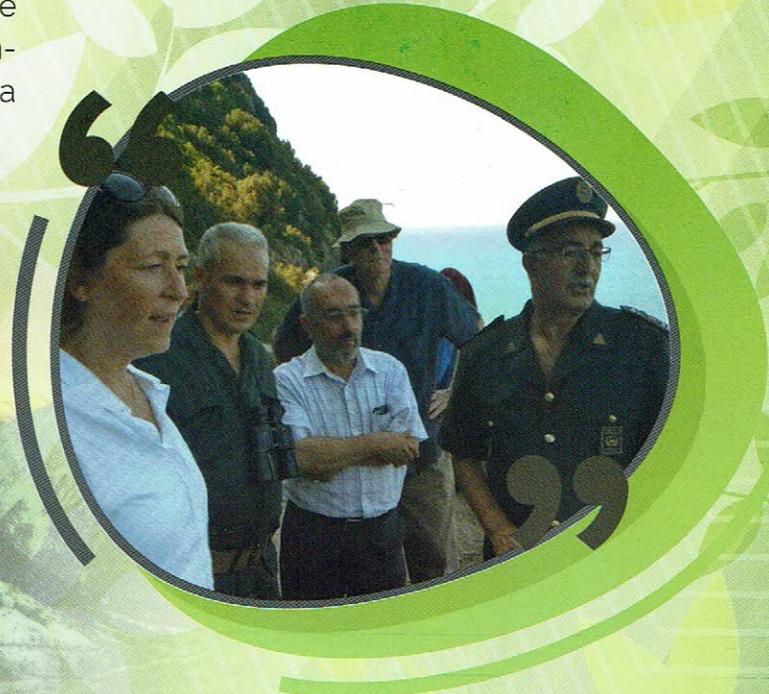
Des communications, suivies de travaux d'ateliers sur les thématiques suivantes : Analyse des menaces portant sur le Magot en Algérie, définition des objectifs de la stratégie de conservation, définition des indicateurs de suivi de la stratégie).

Le dernier jour a été consacré à une sortie sur le terrain au niveau du Parc National du Gouraya (bois des Oliviers et le sentier de la corniche Cap Carbon et Cap Bouak).

Visite Officielle

Mme H .BENMAMMAR Conservateur Divisionnaire des Forêts

Visite du PNG par son excellence l'ambassadrice des Pays Bas *Mme Willemijn van Haften* le mardi 02 août 2016 à l'occasion de sa visite dans la wilaya de Bejaia en compagnie de l'attaché chargé des affaires agricoles pour l'Afrique du nord. Elle a été subjuguée par la beauté des sites du parc national du Gouraya. Elle a eu aussi à vivre en direct la fréquentation de cette aire protégée par les estivants ainsi que leurs comportement avec la faune sauvage du parc en l'occurrence le singe. Après avoir visité le musée central du parc (musée microsysteme de biodiversité), la délégation a effectué une sortie sur le cap carbon suivie d'une randonnée pédestre le long du sentier de la corniche du grand phare.



L'écotourisme au PNG

Mr F.ACHOUR Chef de département sensibilisation



C'est une forme de tourisme qui vise à faire découvrir un milieu tout en préservant son intégrité, qui comprend une activité d'interprétation des composantes naturelles du milieu qui favorise une attitude de respect envers l'environnement, qui fait appel à des notions de développement durable et qui entraîne des bénéfices socioéconomiques pour les communautés locales.

L'écotourisme est le type de tourisme recommandé dans la réserve de biosphère du Gouraya. Il s'agit d'une com-

posante idéale au sein d'une stratégie de développement durable dans laquelle les ressources naturelles peuvent être utilisées comme des attractions touristiques sans pour autant causer de dommages à l'aire protégée.

Le parc national du Gouraya recèle des potentialités susceptibles d'être exploitées dans le cadre de l'écotourisme il s'agit des sites pittoresques et historiques, les paysages et des curiosités naturelles ainsi que l'existence de plusieurs infrastructures d'accueil tels que les écomusées, les aires de détente, les aires de jeux et les sentiers pédestres. Il existe de nombreuses possibilités de promotion d'un tourisme vert qui complètera ainsi harmonieusement les merveilles du littoral tout en assurant la préservation de patrimoine naturel, écologique et culturel dans le respect des traditions et des spécificités des populations locales.

Actuellement l'écotourisme est considéré comme une nouvelle stratégie pour la gestion des aires protégées du fait qu'il exerce un impact minimum sur les écosystèmes et les habitats naturels.



MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DU DÉVELOPPEMENT RURAL ET DE LA PÊCHE

الحظيرة الوطنية لقورايا
PARC NATIONAL DU GOURAYA



Les règles de bonne conduite dans le Parc National du Gouraya



Adresse: Sidi Touati, route de Gouraya,
Béjaia - ALGERIE
Email: pngouraya06@gmail.com

Site web: www.png-dz.net
Tél.: 213 (0) 34 18 65 31
Fax.: 213 (0) 34 18 65 38



MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DU DÉVELOPPEMENT RURAL ET DE LA PÊCHE

الحدائق الوطنية لقورايا
PARC NATIONAL DU GOURAYA



تعرف على السلوكيات البيئية

داخل حظيرة قورايا



Adresse: Sidi Touati, route de Gouraya,
Béjaia - ALGERIE
Email: pngouraya06@gmail.com

Site web: www.png-dz.net
Tél.: 213 (0) 34 18 65 31
Fax.: 213 (0) 34 18 65 38



لا أتلف الأزهار

جمال الطبيعة بجمال أزهارها و نباتاتها,
يجب أن لا أقطعها و لا أتلفها.

Je ne détruit pas les plantes

Je sauvegarde les plantes et les fleurs pour les générations futures.

لا أطعم القردة

لا أعطي الأكل للقرد و لا أعوده على الخبز
لأن ذلك مضر له.



Je ne nourris pas les singes

Nourrir les singes perturbe leur comportement naturel, nuit à leur santé et les rends dépendants.

لا أصطاد طائر الحسون (المقنين)

طائر الحسون يحب العيش حرا في الطبيعة,
لا أصطاده و لا أضعه في قفص.



Je ne capture pas le chardonneret

Le chardonneret est beau et aime vivre en toute liberté, Je ne l'enferme pas dans une cage.

لا ألوث الينابيع

مياه الينابيع تستهلكها الحيوانات لا يجب أن ألوثها.



Je ne pollue pas l'eau de source

L'eau de source est consommée par les animaux, je ne dois pas la polluer.

لا أصدر أصواتا مزعجة

عندما أتجول في الحظيرة لا أحدث ضجيجا
لكي لا أزعج الحيوانات و الطيور.

Je ne perturbe pas les animaux

Les bruits dérangent les animaux et les oiseaux.





لا أرمي الأوساخ في الطبيعة

الأوساخ تشوه جمال الطبيعة، يجب أن أرمي النفايات داخل سلة القمامات لكي أحافظ على نظافة المكان.

Je ne jete pas mes déchets dans la nature

Je garde la nature propre, je mets mes déchets dans une poubelle

لا أشعل النار في الغابة

إشعال النار في الغابة تسبب حرائق الغابات خاصة في فصل الصيف و تؤدي الى زوال الكائنات الحية.



Je n'allume pas de feu dans la forêt

Les incendies de forêts contribuent à l'extinction des espèces.



أحافظ على المناطق الرطبة

المناطق الرطبة منبع للعديد من الحيوانات و النباتات، يجب أن أحافظ عليها.

Je préserve les zones humides

Les zones humides sont des sources de vie pour de nombreuses espèces animales et végétales.

لا أصطاد الطيور

إصطياد الطيور ، تخريب أعشاشها و العبث بصغارها يساهم في إنقراض هذه الكائنات.



Je ne capture pas les oiseaux

Capter les oiseaux ou détruire leurs nids contribue à la disparition de ces espèces.

أهداف المشروع

- ❗ اكتساب معرفة حول مناطق الصيد داخل المحمية البحرية لقورايا
- ❗ توعية مستعملي البحر حول خطر مواصلة الصيد بدون سياسة التسيير الدائم
- ❗ استقطاب مستعملي البحر و مختلف الإدارات في التفكير على القيام بالإجراءات اللازمة للتسيير داخل المنطقة المحمية
- ❗ تحديد القدرات لتطوير النشاطات البديلة
- ❗ وضع ميثاق حسن السيرة داخل المنطقة المحمية

بعد مختلف الاجتماعات التي برمجت من طرف الحظيرة الوطنية لقورايا شراكنا ومشاورتا مع مختلف ممثلي الإدارات المعنية و مختلف رؤساء الجمعيات المعنية بصفة مباشرة أو غير مباشرة، و المشروع تلقى الاستجابة و الاستحسان من طرف محترفي البحر و المجتمع المدني لبجاية



تقديم المشروع

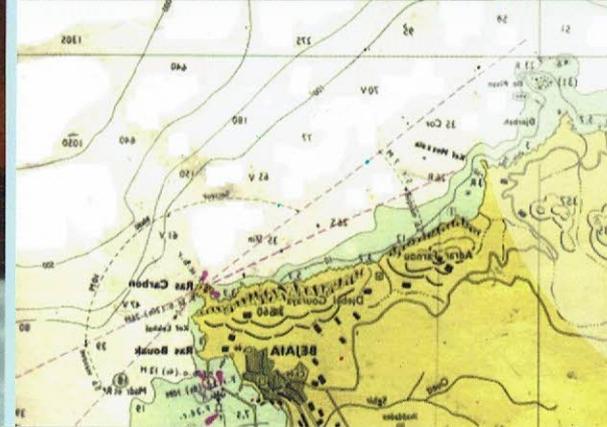
في إطار إعداد مخطط تسيير و تصنيف الواجهة البحرية للحظيرة الوطنية لقورايا، من البديهي تأهيل مستعملي البحر المحترفين منهم و الهواة. لوضع مخطط تسيير الدائم للصيد داخل المنطقة البحرية المحمية

المشروع يتضمن دراسة الوضع الحالي لطرق الصيد داخل المنطقة، لتفضيل تلك التي تحافظ على الصيد الحرفي (التقليدي) الدائم داخل المنطقة البحرية المحمية و ذلك بتوعية مستعملي البحر لتجنب طرق الصيد التي تؤدي إلى تدهور الثروة البحرية



منطقة المشروع

المنطقة المقترحة تقع في الساحل الغربي لبجاية، و بالضبط بين رأس كربون شرقا و جزيرة جربة "نزلة" غربا. و تحدها من الشمال بصخرة ليزوبات - 50م



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة الفلاحة والتنمية الريفية و الصيد البحري
مديرية الحظيرة الوطنية لقورايا - بجاية

أبواب مفتوحة لتجسيد مخطط التسيير الدائم للصيد
الحرفي داخل المنطقة البحرية المقترحة للحماية من طرف الحظيرة
الوطنية لقورايا - بجاية

2016

مشروع مقترح من طرف الحظيرة الوطنية لقورايا
و ممول من طرف شبكة المسيرين
للمحميات الطبيعية في الحوض
البحر الأبيض المتوسط



النشاطات

المنجزة	في طريق الإنجاز	في المستقبل القريب
التعرف على مختلف الشركاء	دراسة حول مناطق الصيد و الوسائل المستعملة	
	تنظيم أبواب حول الأخطار و التسيير الدائم	
	تكوين الصيادين أصحاب السفن و رؤساء المراكب ورشات التبادل مع مختلف مسيري المحميات البحرية	
	تحرير الميثاق بعد إستشارة محترفي الصيد البحري	
	ورشات عمل لاستخلاص النتائج	

الحظيرة الوطنية لقورايا تحرص على الشفافية ، المشاركة و الاستشارة للمجتمع المهني و المدني لذا تبقى أبوابها مفتوحة