

## Extension de la démarche 0 phyto aux habitants et professionnels



### Eurométropole de Strasbourg

1 Parc de l'Etoile  
67076 Strasbourg  
[Voir le site internet](#)

Auteur :

Suzanne Brolly  
[suzanne.brolly@strasbourg.eu](mailto:suzanne.brolly@strasbourg.eu)

[Consulter la fiche sur OPTIGEDE](#)



## CONTEXTE

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

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

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

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

## OBJECTIFS ET RESULTATS

### Objectifs généraux

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

### Résultats quantitatifs

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

### Résultats qualitatifs

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

## MISE EN OEUVRE

### Planning

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

## Moyens humains

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

## Moyens financiers

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

## Moyens techniques

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

## Partenaires mobilisés

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

## VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

### Facteurs de réussites

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

### Difficultés rencontrées

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

### Recommandations éventuelles

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

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

## Mots clés

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

## Dernière actualisation

Octobre 2012  
 Fiche réalisée sur le site [optigede.ademe.fr](http://optigede.ademe.fr)  
 sous la responsabilité de son auteur

## Contact ADEME

Administrateur OPTIGEDE  
[administrateur.optigede@ademe.fr](mailto:administrateur.optigede@ademe.fr)  
 Direction régionale toutes les régions