



SIX ÉTAPES À SUIVRE POUR  
ASSURER L'ENGAGEMENT  
D'UN PROPRIÉTAIRE DE  
MILIEU NATUREL

LA SÉQUENCE  
IDÉALE

# SOMMAIRE

Le RMN, en collaboration avec le Conseil régional de l'environnement du Centre-du-Québec (CRECQ) et grâce à l'appui financier de la Fondation de la Faune du Québec (FFQ), a organisé un atelier de co-création le 31 mai 2019 afin d'appuyer les intervenants désirant raffiner leurs stratégies en matière d'engagement des propriétaires envers la protection de la biodiversité.

Cet atelier a impliqué 29 personnes de 19 organismes. Les membres du groupe devaient construire une démarche qui permettrait de susciter de forts engagements envers la conservation chez les propriétaires. Avant d'entamer la réflexion, chaque participant a pu prendre connaissance d'un texte définissant l'engagement préparé par Aurélie Sierra, sociologue de l'environnement. Il ressort de cet atelier une séquence en 6 étapes :

- Étape 1. Cibler la propriété selon la stratégie de conservation
- Étape 2. Créer un lien avec le propriétaire
- Étape 3. Acquérir des connaissances sur la propriété
- Étape 4. Présenter des résultats et co-construction d'une proposition.
- Étape 5. Établir une stratégie à l'interne
- Étape 6. Assurer l'engagement formel et le suivi

LA SÉQUENCE IDÉALE :  
SIX ÉTAPES À SUIVRE POUR ASSURER L'ENGAGEMENT D'UN PROPRIÉTAIRE DE MILIEU  
NATUREL

PRODUIT PAR LE RÉSEAU DE MILIEUX NATURELS PROTÉGÉS



*Représentant provincial, le Réseau de milieux naturels protégés regroupe des gens qui ont à cœur la conservation du patrimoine naturel à travers le Québec. Fondé il y a plus de 25 ans, ce réseau rallie la majorité des acteurs de la conservation en terres privées au Québec. L'association est constituée à des fins de bienfaisance et elle vise promouvoir le mouvement de la conservation de milieux naturels au bénéfice de la collectivité. Ce réseau protège plus de 64 000 hectares à travers le Québec et regroupe plus de 300 experts de la conservation.*

ÉDITION JUIN 2020

# TABLE DES MATIÈRES

MÉTHODOLOGIE	5
QU'EST-CE QUE L'ENGAGEMENT ?	6
<u>LA SÉQUENCE IDÉALE</u>	<u>7</u>

## MÉTHODOLOGIE

---

La création de la séquence idéale d'engagement a eu lieu après plusieurs activités.

Dans un premier temps, une propriétaire est venue partager son expérience afin d'appréhender le point de vue des propriétaires. Ensuite un panel composé de plusieurs experts a partagé son expertise et répondu à plusieurs questions des participants.

Un bilan collectif des méthodes pour engager les propriétaires a ensuite été réalisé afin d'identifier les forces et les faiblesses, mais aussi les opportunités et les menaces pour l'engagement des propriétaires.

Les participants ont ensuite été divisés en plusieurs groupes prédéterminés afin d'assurer une bonne cohérence et un bon partage d'expérience. Chaque groupe a dressé le portrait d'un propriétaire type afin de préparer l'exercice suivant.

Enfin chaque équipe a dû imaginer et produire une séquence idéale d'engagement d'un propriétaire en fonction d'un des profils dressés à l'étape précédente et des méthodes et opportunités existantes. L'objectif était de construire une démarche qui permettrait de **susciter de forts engagements envers la conservation chez les propriétaires**. Afin de guider la réflexion, le texte d'Aurélie Sierra « Qu'est-ce que l'engagement ? » a été distribué à tous les participants.

La séquence idéale présentée dans ce document est le fruit de l'analyse et de la synthèse des propositions des groupes de travail par Marilou Bourdages (RMN) et Aurélie Sierra (Sociologue de l'environnement).

## QU'EST-CE QUE L'ENGAGEMENT ?

---

*Un texte préparé par Aurélie Sierra pour aider les participants dans leurs réflexions sur l'engagement.*

Depuis plusieurs années, des études démontrent que le fait de donner une information à une personne ne suffit pas pour la faire passer à l'action. Le domaine de la santé ou celui de la sécurité routière connaît bien ce problème, nous avons beau savoir ce qui est bon ou mauvais pour notre santé, mais nous n'agissons pas toujours en conséquence.

C'est pour cette raison qu'il faut commencer à changer nos pratiques pour aller au-delà de la sensibilisation et permettre aux individus d'être acteurs des choix qu'on aimerait les voir faire. Cela signifie qu'il ne sert à rien de vouloir convaincre à tout prix, si ensuite rien n'est prévu pour accompagner les gens à passer à l'action progressivement.

La communication persuasive (donner une information à quelqu'un et le convaincre d'agir en conséquence) est très peu efficace : vouloir éduquer les gens induit un rapport de domination qui est contre-productif. Il vaut mieux les accompagner dans la mise en place progressive d'actions ou de changements (rôle d'accompagnateur vs éducateur).

La communication engageante produit de meilleurs résultats que la communication persuasive pour faire adopter de nouveaux comportements ou obtenir des engagements solides et pérennes.

L'engagement est lié à l'autonomie et à l'autodétermination : si je choisis d'adopter un comportement, j'assumerai mieux mes responsabilités, si on me l'impose, je vais obéir tant que l'on me surveille, mais je ne suis pas engagé.

## LA SÉQUENCE IDÉALE

Étape 1	Cibler la propriété selon la stratégie de conservation
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de conservation régional</li> <li>• Utilisation des normes ouvertes</li> </ul>
<b>Outils</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de conservation</li> <li>• Normes ouvertes</li> <li>• Base de données (registre foncier, Infolot...)</li> <li>• Instances territoriales (MRC, municipalités)</li> </ul>

Étape 2	Créer un lien avec le propriétaire
<b>Objectifs</b>	<p>Recherche d'informations officielles et informelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MRC, Municipalité</li> <li>• Base de données (Infolot, registre foncier...)</li> <li>• Cartographie</li> <li>• Voisins propriétaires déjà engagés.</li> </ul> <p>Première rencontre :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tisser un lien de confiance.</li> <li>• Identifier ses objectifs, intérêts et intentions.</li> <li>• Comprendre ses besoins.</li> <li>• Créer des canaux de communication efficaces et adaptés à ce propriétaire. Les suivis peuvent être longs et nombreux.</li> <li>• Obtenir son consentement pour visiter sa propriété.</li> </ul>
<b>Outils</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lettre, lettre avec un partenaire</li> <li>• Appels</li> <li>• Plusieurs contacts amicaux</li> <li>• Compétence sociale, aptitude au dialogue</li> <li>• Bonne écoute</li> <li>• Il existe des outils d'analyse des besoins (carte d'empathie par exemple)</li> <li>• Carte de la propriété avec information de contact pour rejoindre l'organisme.</li> </ul>

<b>Étape 3</b>	
<b>Acquérir des connaissances sur la propriété</b>	
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réaliser des inventaires.</li> <li>• Connaître et comprendre les pratiques du propriétaire pour sa terre.</li> <li>• Compléter avec des données d'autres sources.</li> </ul>
<b>Outils</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lettre, lettre avec un partenaire</li> <li>• Photos aériennes</li> <li>• Spécialistes</li> <li>• Base de données</li> <li>• Analyse géomatique</li> </ul>

<b>Étape 4</b>	
<b>Présenter des résultats et co-construction d'une proposition</b>	
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Susciter un intérêt pour la richesse de son milieu.</li> <li>• Mettre en valeur les services écologiques rendus par la propriété.</li> <li>• Co-construire une proposition qui prend en compte les besoins du propriétaire et ceux de la démarche de conservation. Cela implique de respecter le rythme du propriétaire.</li> </ul>
<b>Outils</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carte/portrait</li> <li>• Photos</li> <li>• Cahier du propriétaire</li> <li>• Fiche sur les bonnes pratiques</li> <li>• Description des éléments d'intérêts</li> <li>• Document personnalisé</li> <li>• Canevas de proposition (objectifs, actions, échéanciers, ressources)</li> <li>• Boîte à outils ou liste de propositions. Faire attention à ne pas amener cela trop vite. Laisser le propriétaire faire ses propositions d'abord.</li> </ul>

Étape 5	
Établir une stratégie à l'interne	
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Établir une stratégie à l'interne qui s'ajuste en fonction du propriétaire :               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stratégie financière</li> <li>• Stratégie de mobilisation personnalisée</li> <li>• Stratégie des moyens de conservation</li> </ul> </li> <li>• Établir un plan de match découlant de la stratégie interne et auquel le propriétaire adhère.</li> <li>• Mise en œuvre de la stratégie.</li> </ul>
<b>Outils</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rencontre de groupes avec expertise variée</li> <li>• Plan de marketing social</li> <li>• Documenter le plan de match pour le propriétaire</li> </ul>

Étape 6	
Assurer l'engagement formel et le suivi	
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Signature de l'entente (ou sa réalisation).</li> <li>• Reconnaissance et gratification du propriétaire.</li> <li>• Faire un suivi et être disponible pour l'accompagner au besoin.</li> </ul>
<b>Outils</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrat</li> <li>• Entente</li> <li>• Acte de vente</li> <li>• Chèque cadeau</li> <li>• Lettre de porte-parole (artiste)</li> <li>• Rencontres informatives</li> </ul>