



ATELIER N°  
**18**

**25ÈME CONGRÈS DES  
CONSERVATOIRES D'ESPACES NATURELS  
NATURELLEMENT FONCIER !**

ANGERS - DU 26 AU 29 NOVEMBRE 2025

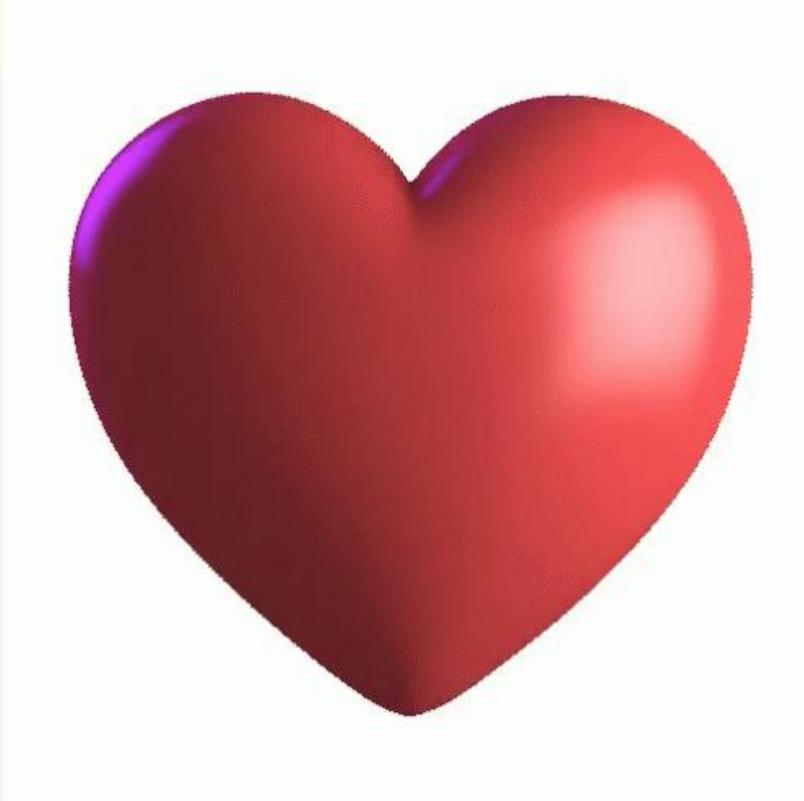


**PROTECTION FONCIÈRE, LE CŒUR DE L'ACTION DES CONSERVATOIRES :  
COMMENT IMPLIQUER LES CITOYENS ?**

28 NOVEMBRE 2025



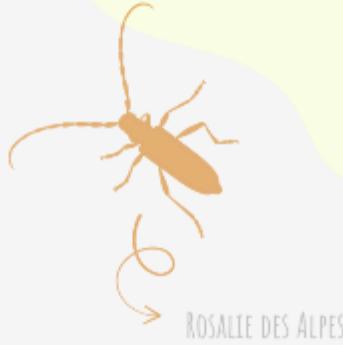
# CONTEXTE



Notre singularité      la maîtrise d'usage et foncière

Notre force            l'implication des citoyens et bénévoles

**Un outil puissant de  
mobilisation et de sensibilisation**



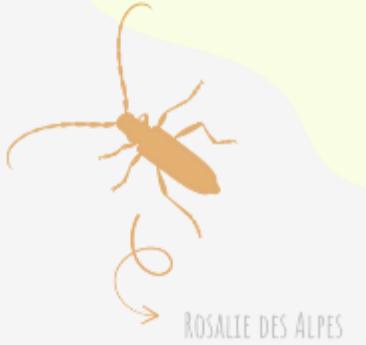
# PROBLÉMATIQUES



Comment rendre accessible les enjeux de protection foncière, pour que le grand public comprenne l'outil clef qu'elle représente pour la protection de la nature ?

Comment impliquer les citoyens dans cet aspect de l'action des CEN ?

Comment outiller nos bénévoles pour qu'ils contribuent à nos actions de maîtrise foncière ?



FEUILLE DE FRÊNE

# OBJECTIFS



Produire des outils qui servent à l'implication des bénévoles dans la protection foncière :

- une note pédagogique qui récapitule les enjeux et outils du foncier
- un kit de communication pour en parler autour de soi
- une formation aux bénévoles
- ...



# MENU DE L'ATELIER

# Menu

## • ENTREE •

Les outils de la maîtrise foncière  
Témoignage de Daniel BEGUIN

## • PLAT •

Les clés de la communication pour  
mieux rallier à une cause par François  
Gallon (directeur) et Eléonore Boulay,  
(chargée de communication) à l'Ircam

## • DESSERT •

2 ateliers de brainstorming

Comment rendre les notions/enjeux de Maîtrise  
Foncière accessibles ?

De quelles façons les citoyens / bénévoles peuvent  
contribuer à la Maîtrise Foncière dans nos CENs ?  
Quels outils développer pour leur permettre de  
s'emparer du sujet/s'impliquer ?



# LA MAITRISE FONCIÈRE



La « méthode Conservatoire » consiste à maîtriser foncièrement (= obtenir les droits réels d'occupation et/ou de gestion d'un terrain) les terrains à forte valeur biologique, par le biais d'acquisitions, de locations ou de conventions avec des propriétaires privés ou publics.

Nous allons détailler les acteurs permettant au Conservatoire de faire de la maitrise foncière ainsi que ses outils.



# LA MAITRISE FONCIÈRE – SES ACTEURS



L'opportunité de protection foncière peut être le fruit de la veille foncière, de la recherche foncière active, d'opportunités. La protection foncière par le CEN peut avoir lieu selon des modalités et des clés d'entrée (opérateurs) différentes :

- Convention safer
- Convention EPFGE/AERM/CEN
- Partenariat avec le Conservatoire du Littoral
- Animation de la politique ENS / Politique départementale
- Charte de coopération VNF/CEN
- Convention CEN/ONF
- Partenariat MINDEF
- Mesures Compensatoires
- Appel à Projets TVB



# LA MAITRISE FONCIÈRE - SES OUTILS



- Puissance de la protection**
- +**
    - Acquisition, accès à la **propriété** (à l'amiable, préemption, par substitution avec un tiers payeur, dons, legs)
    - **Bail Emphytéotique** / Bail emphytéotique Administratif
  
  - - Obligation Réelle Environnementale (**ORE**)
    - **Convention de gestion** (privé, collectivité, ONF)
    - **Convention d'Occupation Temporaire** / Convention d'Utilisation Temporaire (domaine public : VNF, Armée)



# LA MAITRISE FONCIÈRE – SES OUTILS

## Convention d'usage/de gestion

Convention par laquelle le propriétaire met à disposition son bien et convient de sa gestion avec un gestionnaire qui l'exerce principalement. Il s'agit d'un document contractuel.

- Les Contrats d'usages peuvent être amendés d'un cahier des charges, d'un code de bonnes pratiques, de restrictions. Cela fixe des règles communes
- Convention libre sans formalisme (pas de frais)
- Souplesse : clauses de gestion, durée, répartition des charges foncières et d'entretien : libres, reconduction tacite
- Contrat gratuit ou loyer modique (euro symbolique)
- Indivision : faire signer tous les indivisaires, même si seulement les 2/3 des droits indivis sont légalement nécessaires
- Maîtrise foncière minimale, facilement révocable
- Les droits du locataire ne sont pas très étendus





ROSALIE DES ALPES

# LA MAITRISE FONCIÈRE – SES OUTILS

## Obligation Réelle Environnementale

Un CONTRAT par lequel le propriétaire se créé :

- des obligations de faire ou ne pas faire
- attachées à un bien immobilier
- avec pour finalité la préservation, la gestion, le maintien ou restauration d'éléments de biodiversité ou de fonctions écologiques.

Contrat passé en la forme authentique avec :

- une collectivité publique,
- un établissement public agissant pour la protection de l'environnement
- une personne morale de droit privé agissant pour la protection de l'environnement (ex. association)



# LA MAITRISE FONCIÈRE – SES OUTILS

## Bail emphytéotique

Bail de longue durée par lequel le propriétaire d'un bien immeuble consent sur ce bien, à un preneur à bail appelé emphytéote, un droit réel immobilier (c'est-à-dire attaché au bien), pour une période d'une durée supérieure à dix-huit ans et inférieure à 99 ans.

- Loyer modique(canon) mais pas symbolique
- Acte notarié, Publié au SPF
- Confère des droits réels au preneur -> Le propriétaire ne peut plus intervenir sur site
- Charges et taxes à la charge du preneur (mais peu pratiqué)
- Pas de reconduction tacite possible
- peut être cédé, hypothqué, transmis aux héritiers, sous loué...
- Le bien ne doit pas subir de détérioration ni de destruction



# LA MAITRISE FONCIÈRE – SES OUTILS

## Vente

L'acquisition amiable est l'achat d'un terrain découlant d'une vente faite de gré à gré. Elle peut s'effectuer en direct ou via un opérateur foncier.

- Permet de disposer de tous les droits conférés à la propriété
- Les baux ruraux en cours sont maintenus – ils privent dans ce cas, et pour la durée du bail, le propriétaire des activités de gestion.
- Nécessite une délimitation cadastrale précise (bornage éventuel)
- Accord de prix (terrain agricole -> rôle de la safer)
- Acte notarié / acte authentique
- Cout de l'acquisition à la charge de l'acquéreur (cout net vendeur, frais de notaires ou d'actes, éventuellement frais safer)

Bon à savoir :

Pour calculer les frais d'actes : <https://www.anil.org/>

Connaitre prix du foncier agricole : <https://www.le-prix-des-terres.fr/>

Connaitre les valeurs foncières : <https://app.dvf.etalab.gouv.fr>



# LA MAITRISE FONCIÈRE – SES OUTILS

## **Donation, legs**

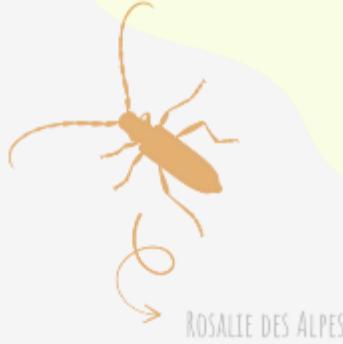
Les dons, legs peuvent également participer à la protection d'espaces naturels, agricoles et forestiers et par ce biais à la préservation de la biodiversité.

Les associations, les fondations et fonds de dotations, et certains établissements publics dont les statuts le prévoient peuvent rechercher et accepter des dons de la part de personnes physiques ou d'entreprises (dans le cadre du mécénat).

- Le legs est une gratification testamentaire qui, en général, porte dérogation aux règles légales de la dévolution successorale.
- Le don ou la donation constitue la transmission d'un bien ou d'un droit, consentis par une personne au profit d'une autre.



# LES ÉTAPES DE LA PROTECTION



Etape 1 : Identification du site (parcellaire, usage, ...) / négociation sur sites agricoles (si site non libre de droit = exploitant en place et Bail Rural (BR) en cours )

Etape 2 : Identification/définition de l'intérêt écologique du site (validation scientifique)

*Chaque projet d'intervention sur un site est soumis au Conseil Scientifique afin que celui-ci établisse un niveau d'intérêt biologique qui guide le bureau dans son choix d'intervenir ou non.*

Etape 3 :

- Choix des outils de protection
- Définition du plan de financement (AERM, Fonds européens, EPFGE, Fonds propres, Fondations,... .)
- Sur la base des éléments scientifiques, financiers et de contexte : Validation de la protection foncière par le bureau



# EXEMPLE



Localisation (sect. Parc. Commune)  
Gestion actuelle  
Libre de droit

Exploitant acquéreur  
Droit de préférence des voisins  
Droits de préemption  
(Région/département/commune)

Servitude  
Accès  
Lot de parcelles  
Nécessite arpentage  
Prix de vente

Si étang : info sur les ouvrages,  
historique de l'exploitation, gestion  
actuelle, situation réglementaire des  
ouvrages et de l'étang

## Candidats à l'exploitation

Ancien exploitant  
Futur exploitant  
Arrêt exploitation

Intérêt pour maintien ou  
restauration biodiversité  
ou fonctions écologiques

## Candidats à l'acquisition

Exploitant actuel  
Famille  
Propriétaire voisin  
Commune  
Département  
Autres

CS (ou action  
du PG)

Bureau

Équipe  
technique  
(MS, MT)

CENL

## SAFER

Équipe  
technique

CD

CT

canton

9. Mandat  
pour  
rédaction  
Acte

Notaire

10. Signature  
de l'acte

Financeurs

2 au 3. Lettre de candidature (sous réserve valid.)  
bureau

8. AR Autorisation  
démarrage (2 mois)

5. Lettre d'attribution/rétrocession  
Devis

6. DDS  
Devis

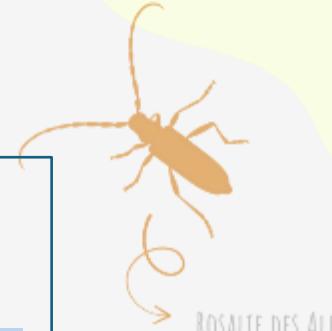
7. DDS  
Devis

9. Signature  
Devis

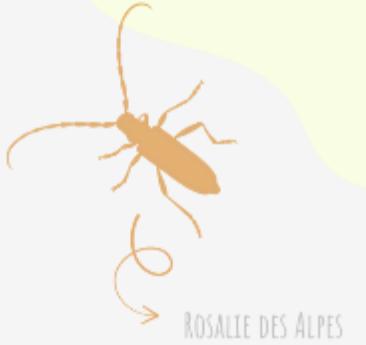
11. CMD Safer ou BRE

0. Appel à candidature

Info 1  
Info 2



# TÉMOIGNAGE – DANIEL BEGUIN



L'action bénévole en faveur de cette mission.





**Eléonore Boulay**  
Chargée de communication



**François Gallon**  
Directeur d'Ircom Conseil

# Une école supérieure depuis 40 Ans

Établissement d'Enseignement supérieur privé non lucratif (EESPIG)  
**l'Ircom propose des formations fondées sur les humanités, dans plusieurs disciplines.**



**500** étudiants

**4** campus : Angers, Lyon, Yaoundé et Bordeaux (sept 2026)

**60** universités partenaires sur les 5 continents

**5** millions de budget dont 65% sont couverts par les frais de scolarité



## Humanités & Science politique

LICENCE D'ÉTAT | ANGERS | LYON | YAOUNDÉ | BORDEAUX

ADMISSION : PARCOURSUP

DIPLÔME OBTENU : LICENCE EN HUMANITÉS, PARCOURS SCIENCE POLITIQUE

## Management & Communication

TITRE RNCP NIVEAU 7 (bac +5) | ANGERS | LYON

ADMISSION : BAC +3

DIPLÔME OBTENU : MANAGER DE LA COMMUNICATION

## Solidarité internationale & Action sociale

ÉDUCATEUR SPÉCIALISÉ | ANGERS

ADMISSION : PARCOURS SUP

DIPLÔME OBTENU : DIPLÔME D'ÉTAT D'ÉDUCATEUR SPÉCIALISÉ

## MANAGEMENT DE LA SOLIDARITÉ INTERNATIONALE ET DE L'ACTION SOCIALE

TITRE RNCP NIVEAU 7 (bac +5) | ANGERS

ADMISSION : BAC +3

DIPLÔME OBTENU : MANAGER EN ORGANISATION DE SOLIDARITÉ

## RESPONSABLE D'UNITÉ D'INTERVENTION SOCIALE

FORMATION CERTIFIANTE | ANGERS

ADMISSION : SUR DOSSIER

DIPLÔME OBTENU : CAFERUIS

# ***La formation professionnelle au service du travail***

## Nos Valeurs

---

### **Expertise de terrain**

Connaissance précise et actualisée du terrain sur les situations managériales.

Des consultants-formateurs avec une expérience managériale.

### **Prestation sur mesure**

Prise en compte du réel de travail de nos clients.

Un temps d'immersion et de préparation pour des pédagogies au plus près des situations de travail.

### **Adossement à la recherche**

Nos recherches validées grâce à des publications académiques.

Une équipe pluridisciplinaire pour une approche globale des problématiques.

# Notre approche

---

*« Aider les responsables et les collaborateurs à se développer à travers un travail vitalisant, performant et respectueux des personnes ».*



**Renforcer les performances économiques et sociales de l'organisation**



Contribuer à **accroître les compétences** et à **l'implication des acteurs**



Promouvoir **communication, collaboration et juste posture managériale**



Favoriser la prise en compte de **l'intégralité de la personne**



ROSALIE DES ALPES

# I HAVE A DREAM (1963)... AU DELÀ DE LA QUESTION POLITIQUE, QUELS IMPACTS CONCRETS ?

- **Légitimation publique**
- **Renforcement de l'élan législatif déjà engagé**
- **Adoption du Civil Rights Act (1964)**
- **Abolition du poll tax fédéral (1964)**
- **Voting Rights Act (1965)**

**Mais aussi**

- **Renforcement de la surveillance fédérale du Dr King**
- **Contre-réaction violente**
- **Programme économique inachevé**

→ En 1963, majorité d'Américains jugeaient les « marches » contre-productives ; à l'automne 1964, une majorité approuvait la nouvelle loi sur les droits civiques.



# LE DISCOURS DU DR LUTHER KING... AU DELÀ DES FIGURES RHÉTORIQUES



## La cause, la croyance, le sens

- *Finalité morale* : toute personne mérite dignité, sécurité et égalité devant la loi
- *Identité partagée* : appel à l'Amérique à redevenir elle-même
- *Affects mobilisés* : espérance disciplinée, non vengeance
- *Horizon temporel* : une vision transgénérationnelle

## Les principes d'action et la méthode

- Non-violence, Coalition large , Stratégie de pression morale

## Les demandes concrètes

- Fin de la ségrégation, Droit de vote effectif, Protection contre les brutalités policières , Justice au travail
- Plan d'action immédiat : « rentrez chez vous et continuez »



# AVANT TOUT RÉPONDRE À LA QUESTION « POURQUOI »

## D'APRÈS SIMON SINEK



Pourquoi ?

Le « **pourquoi** » désigne la cause, la conviction ou la contribution recherchée par l'organisation au-delà du « résultat »

Comment ?

Le « **comment** » regroupe les principes, approches et méthodes distinctives qui traduisent le « pourquoi » et le rende observable

Quoi ?

Le « **quoi** » correspond aux produits, services, fonctionnalités, chiffres, campagnes.

**La plupart des organisations parlent surtout du « quoi » (produits, services), parfois du « comment », et rarement du « pourquoi ».**



# LE DISCOURS DU DR LUTHER KING... AU-DELÀ DES FIGURES RHÉTORIQUES



## La cause, la croyance, le sens

- *Finalité morale* : toute personne mérite dignité, sécurité et égalité devant la loi
- *Identité partagée* : appel à l'Amérique à redevenir elle-même
- *Affects mobilisés* : espérance disciplinée, non vengeance
- *Horizon temporel* : une vision transgénérationnelle

**POURQUOI**

**COMMENT**

## Les principes d'action et la méthode

- Non-violence, Coalition large , Stratégie de pression morale

## Les demandes concrètes

- Fin de la ségrégation, Droit de vote effectif, Protection contre les brutalités policières , Justice au travail
- Plan d'action immédiat : « rentrez chez vous et continuez »



## « TRUBLIONS FOR EVER »

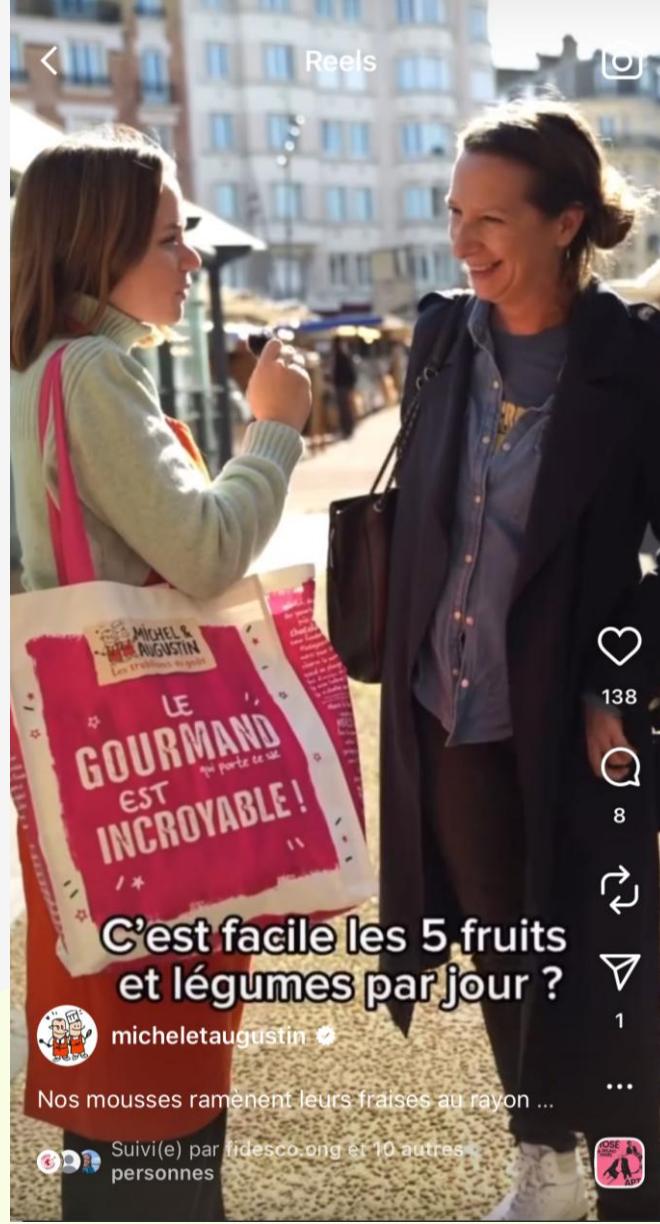
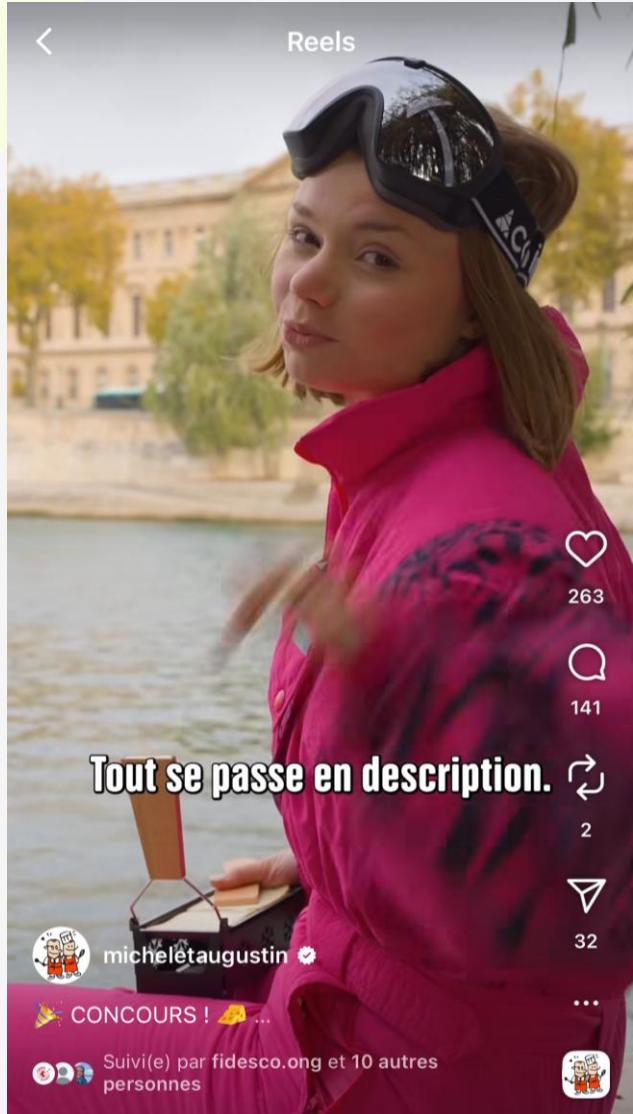


Pourquoi ? : « Rassembler les gourmands » et « Le faire mieux pour le monde »

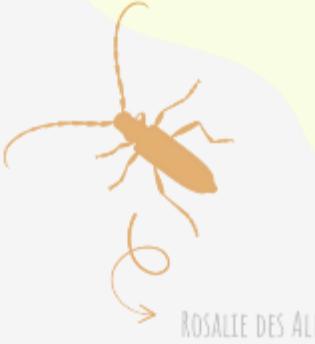
Comment ? : Simplicité des recettes, culture pâtissière, Eco-conception, production chez des partenaires spécialisés

Quoi ? : offres diversifiées (biscuits et desserts), packagings allégés et recyclables, communication décalée...



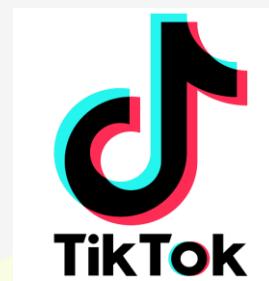


FEUILLE DE FRÊNE



# QUELS SONT AUJOURD'HUI LES MÉDIAS QUI ONT UNE RÉELLE INFLUENCE SUR L'OPINION DES CITOYENS ?



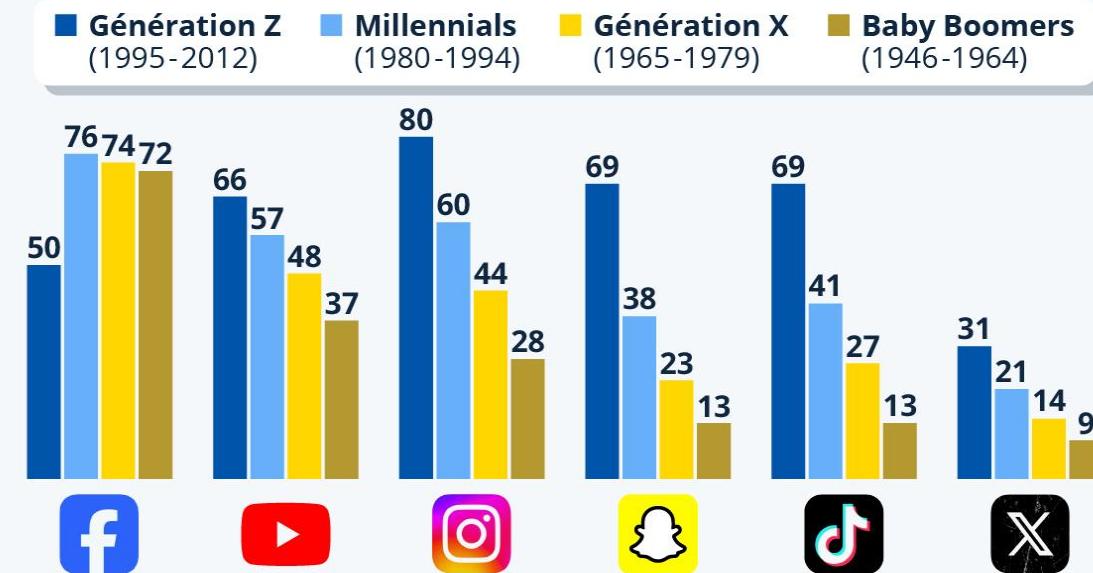


# QUELQUES CHIFFRES



## Le fossé générationnel se creuse sur les réseaux sociaux

Part des internautes déclarant utiliser régulièrement les plateformes suivantes, selon l'année de naissance (en %)



Base : 9 142 adultes (18-64 ans) interrogés en France entre octobre 2023 et septembre 2024.  
Messageries instantanées, telles WhatsApp, non inclus.

Source : Statista Consumer Insights





# Rapport 2025

## Usage des réseaux sociaux en France par tranche d'âge



Insee, Hootsuite, Médiamétrie

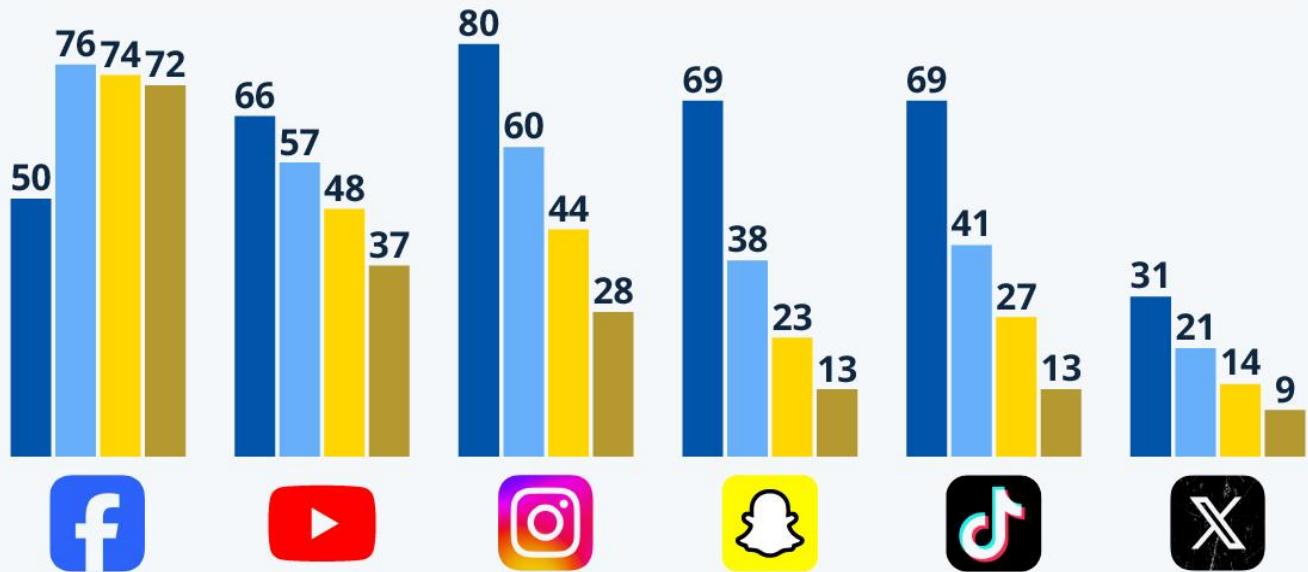
**E-COMMERCE**  
CONCEPT



# Le fossé générationnel se creuse sur les réseaux sociaux

Part des internautes déclarant utiliser régulièrement les plateformes suivantes, selon l'année de naissance (en %)

■ Génération Z (1995-2012) ■ Millennials (1980-1994) ■ Génération X (1965-1979) ■ Baby Boomers (1946-1964)



Base : 9 142 adultes (18-64 ans) interrogés en France entre octobre 2023 et septembre 2024.  
Messageries instantanées, telles WhatsApp, non incluses.

Source : Statista Consumer Insights



# Créer une (bonne) stratégie de réseaux sociaux en 8 étapes :

ROSALIE DES ALPES

## ÉTAPE 1 :

Faire le bilan de votre présence actuelle sur les réseaux sociaux

## ÉTAPE 2 :

Comprendre l'audience que vous atteignez (ou voulez atteindre)

## ÉTAPE 3 :

Analyser vos bons concurrents et les tendances du marché

## ÉTAPE 4 :

Fixer un objectif pour guider les actions de votre stratégie

## ÉTAPE 5 :

Identifier les canaux pour diffuser auprès des bonnes personnes

## ÉTAPE 6 :

Définir un message fort et les piliers éditoriaux de votre marque

## ÉTAPE 7 :

Planifier un calendrier indiquant où et quand publier les contenus

## ÉTAPE 8 :

Créer, mesurer et ajuster en fonction des performances

*Une stratégie, c'est une vision pour dire les bonnes choses, aux bonnes personnes, au bon moment ...*

# ACCOMPAGNER LA CROISSANCE DE SA CIBLE DE COM'



ROSALIE DES ALPES

**Notoriété**  
*Se démarquer*

**Considération**  
*Convaincre*

**Décision**  
*Convertir*

**Fidélisation**  
*Engager*

**Prospects** qui  
ne vous  
connaissent pas  
et ne vous  
cherchent pas

**Prospects** qui ne  
vous connaissent  
pas  
nécessairement  
mais qui cherchent

**Prospects**  
qui  
sont prêts  
à passer à  
l'action

Les **clients**  
fidèles  
avec un lien à  
entretenir



FEUILLE DE FRÊNE



# LES ROIS DE LA COM'



Pourquoi ? : « *Donner à chacun la liberté de manger comme il veut* »

Comment ? : personnalisation, audace marketing, humour

Quoi ? : des burgers et des menus de fast-food



On se les fait voler tout le temps et on n'en fait pas toute une histoire.



burgerkingfr • Suivre

burgerkingfr On peut dépanner si besoin.  
4 sem

Pour vous ▾

vivi\_beauty95 J'adore l'humour de BK 😊  
4 sem 719 J'aime Répondre

— Afficher les réponses (5)

leroisoleilofficiel On va en avoir besoin très bientôt, vous pouvez nous dépanner ? 😊  
4 sem 480 J'aime Répondre

— Afficher les réponses (6)

liga\_ma4 Génie de la com! 😊😊  
3 sem 49 J'aime Répondre

lego\_caron Genius  
3 sem Répondre

ecolodgeentremeretcampagne vous êtes trop forts !!! respect  
4 sem 593 J'aime Répondre

faridbou84 Toujours excellent pile poil dans le mille 😎  
3 sem 9 J'aime Répondre

lembouteilleur La com de BK est au dessus de la mêlée.🔥  
3 sem 4 J'aime Répondre

eli\_Ott Masterclass du CM  
4 sem 1694 J'aime Répondre

lm\_ambition Je kiff 😊😊 le MKT toujours au top  
3 sem 1 J'aime Répondre

pizzediben un peu limite le cm  
4 sem 22 J'aime Répondre

Aimé par charles\_bsl et 78 439 autres personnes  
21 octobre

Ajouter un commentaire... Publier

# Chouette, une grève!

Cette semaine, nous faisons face à une grève des cheminots. Une très mauvaise nouvelle pour ceux qui avaient prévu d'aller dans le Grand-Est pour goûter notre Master Munster, seulement disponible là-bas.

Face à cette situation, nous avons pris la décision suivante : le Master Munster sera désormais vendu à Paris dans notre restaurant à Gare de l'Est.

La bonne nouvelle, c'est qu'aucune grève de la faim n'est prévue cette semaine.



burgerkingfr • Suivre

burgerkingfr Un train ça pourra toujours se reporter. Un Master Munster à Gare de l'Est beaucoup moins : disponible du 07 au 11 mai seulement.  
28 sem

Pour vous ▾

ikoniq.agence Très bonne communication  
27 sem 9 J'aime Répondre

dark\_and\_a Bonjour, est que le chicken Louisiana veggie sera de retour? Merci  
26 sem 9 J'aime Répondre

— Afficher les réponses (4)

gloriaqueenca7 Meilleurs Pub vous dépassiez toujours McDo ! Bravo burger King 😊  
27 sem 2 J'aime Répondre

— Afficher les réponses (1)

thomas.hgy J'aime cette communication  
28 sem 55 J'aime Répondre

418\_im.a.leapot Y a vraiment des gens qui vont dans le grand est pour un burger ?  
28 sem 7 J'aime Répondre

— Afficher les réponses (3)

kvn\_33k En communication vous gerer  
27 sem 14 J'aime Répondre

— Afficher les réponses (2)

nico\_skyes Seul point faible ? Trop fort 😊  
28 sem 99 J'aime Répondre

nastasialyard\_topchef La comm de BK , juste INCROYABLE  
27 sem 5 J'aime Répondre

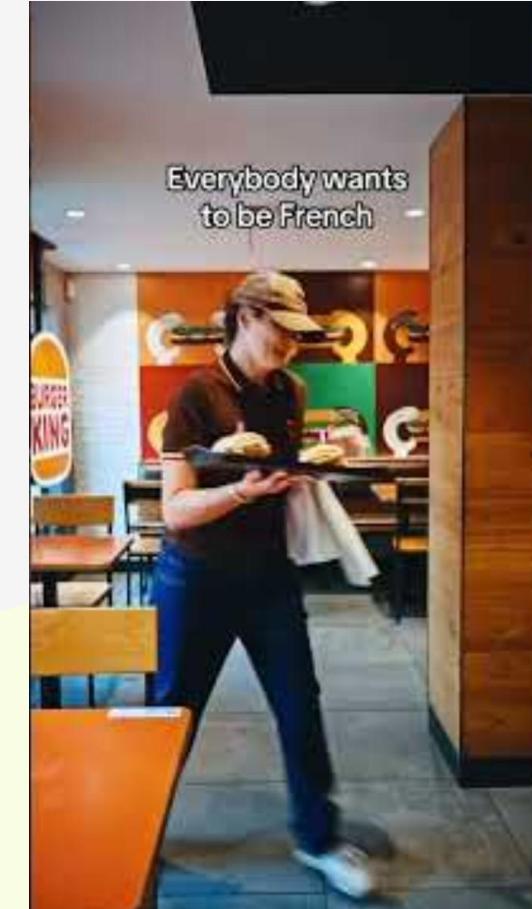
luannina invisibilisation des luttes des travailleurs  
—

Aimé par \_dgs.benoit\_ et 34 002 autres personnes  
7 mai

Ajouter un commentaire... Publier

# QUELQUES EXEMPLES

Parce que Burger King ne vend pas seulement des burgers, ils vendent une « attitude» : être soi-même, être libre, ne pas suivre les règles

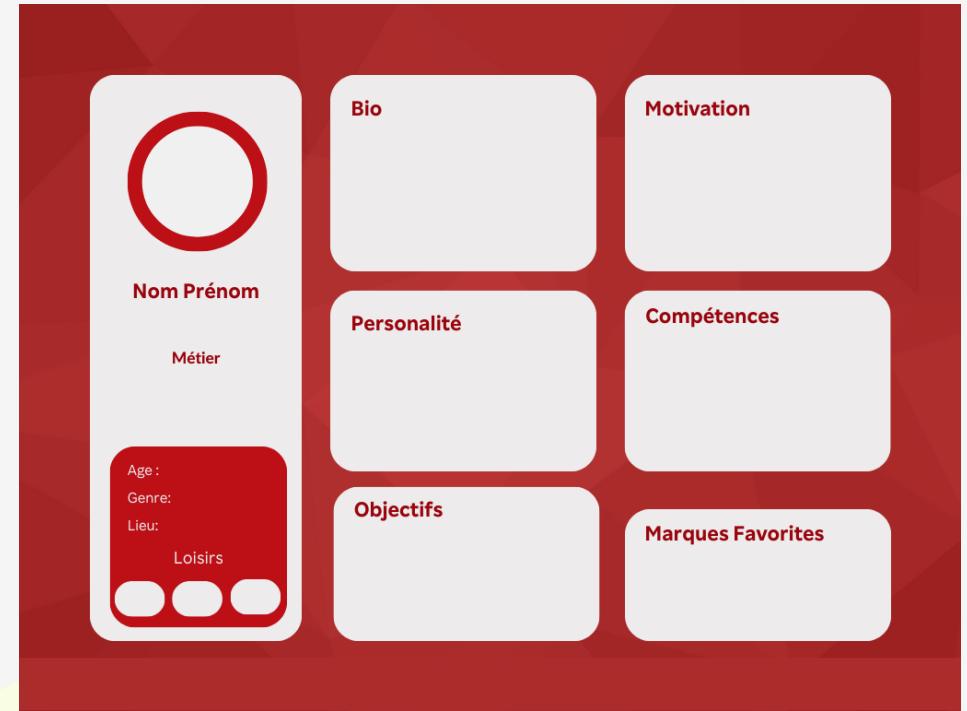


# TRAVAILLER SUR LE POURQUOI

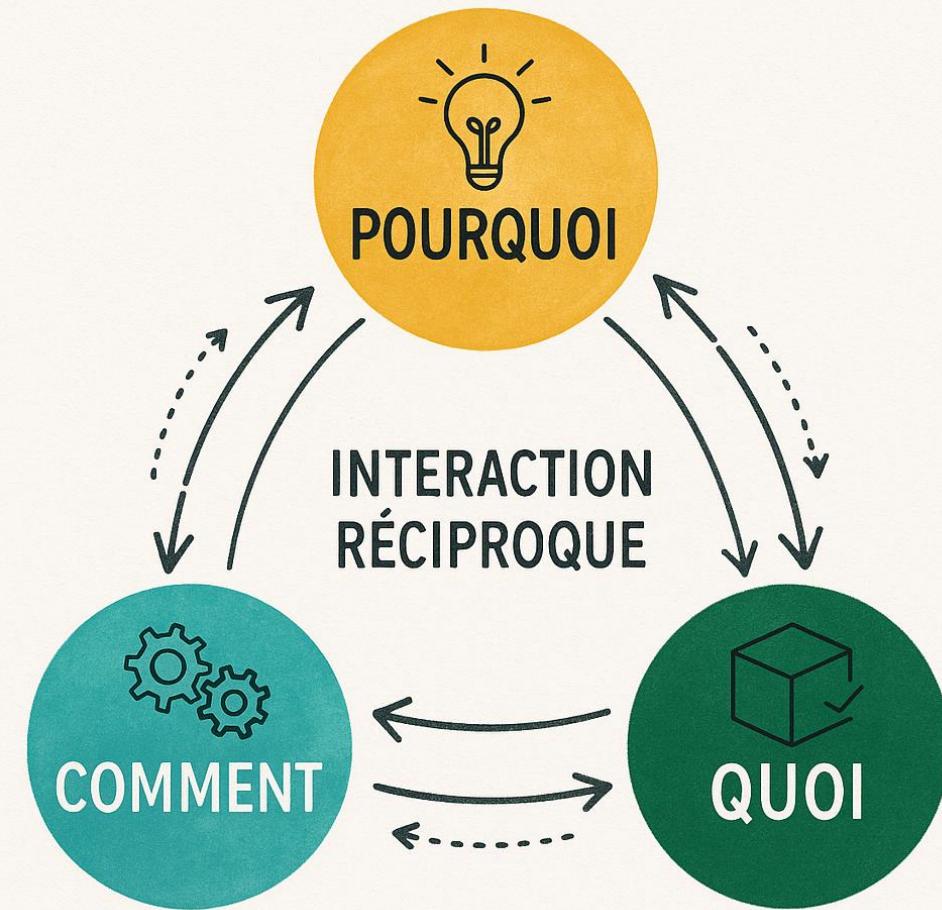


- > les cibles
- > le message
- > le contenu

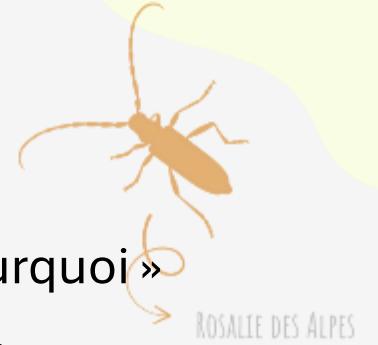
Création d'un persona marketing



# EN SYNTHÈSE



- 1- Ne pas oublier avant tout de définir votre « pourquoi »
- 2- Répondre aux questions « comment » et « quoi » sont indispensables et doivent s'enrichir l'une l'autre et être convergentes avec la réponse à la question « pourquoi »
- 3- Répondre à ces questions ne remplace ni la qualité de l'offre ni sa compétitivité, mais vise à ordonner la communication pour rendre l'intention lisible, la méthode crédible et le résultat pertinent.
- 4- Détailler les trois réponses permet d'offrir aux interlocuteurs un repère simple : une raison d'être claire, des preuves concrètes et des offres cohérentes
- 5- Cette approche améliore la confiance en rendant l'organisation plus lisible en facilitant l'adhésion et l'engagement



# ATELIERS - BRAINSTORMING



## 1) Comment mieux communiquer sur notre singularité : la maîtrise foncière et la gestion conservatoire ?

- **Conserver-cesser-créer** : inventorier ce que nous faisons pour l'instant (messages et outils), ce qui fonctionne ou non (conserver et améliorer ou cesser?), imaginer de nouveaux outils à développer (créer)

## 2) Comment impliquer les bénévoles et citoyens dans notre mission de protection foncière ?

- **Succès-échec-potentialités-obstacles** : réfléchir à la façon dont les bénévoles s'impliquent sur ce sujet pour l'instant, ce qui fonctionne/ne fonctionne pas et quels outils développer pour améliorer les choses ; lister les autres implications que l'on pourrait imaginer, à quels obstacles elles risquent de se heurter et comment les éviter

*Objectif des deux ateliers : liste de l'existant à mutualiser et des choses à développer*



# SONDAGE FORMATION « CULTURE CEN: LES BASES DU FONCIER »



ES ALPES

La Fédération et le GT Foncier vous invitent à contribuer au sondage accessible via ce QR Code👉

🎯 Objectif: définir les besoins pour créer une formation « Culture CEN: les bases du foncier » certifiée Qualiopi

🔍 Qui est concerné ? les salarié.es des Conservatoires

⌚ Temps de réponse: 7 min

🙏 Merci d'avance pour ces quelques minutes



FEUILLE DE FRÈNE