

## Fiche-action n°NE3.3

### Promouvoir et améliorer la diversité biologique à Bernex Participation active des professionnels de l'aménagement des espaces de jardins

**Cette action consiste à proposer aux professionnels en matière d'aménagement de jardins – commerçants et prestataires de services – de participer concrètement à la sensibilisation de la population de la commune à l'importance de la diversité biologique indigène en proposant à leur clientèle (commune, propriétaires d'immeubles et de villas de Bernex) aménagements et variétés de végétaux aptes à contribuer concrètement à sa sauvegarde.**

#### **Situation et justification :**

Voir aussi le texte introductif et l'encart sur les rôles de la biodiversité de la [fiche-action 3.1](#) ainsi que le § équivalent de la [fiche-action 3.2](#).

Il est devenu coutumier, depuis une soixantaine d'années, d'aménager les jardins selon un goût marqué pour le « propre en ordre », avec des végétaux réputés résistants, peu coûteux et des accès goudronnés. C'est ainsi que les jardins privés et les espaces verts de lotissements d'immeubles sont souvent aménagés avec une certaine banalité et selon des critères liés essentiellement au confort et à la facilité d'entretien qui ne respectent pas forcément les « intérêts » de la nature.

En effet, les plantations de haies et pelouses monospécifiques (thuyas, lauriers, gazon), de variétés exotiques susceptibles d'être envahissantes, voire présentant des risques pour la santé, sont légion et des pratiques d'entretien préjudiciables à la qualité de l'environnement, tel, par exemple, l'abus de produits phytosanitaires, sont courantes.

Les architectes, paysagistes et jardineriers conditionnent souvent leurs clients en leur proposant un choix limité de possibilités d'aménagement et de produits qui correspond, il est vrai, aux exigences de jardiniers amateurs souvent ignorants et désarçonnés devant l'ampleur de la tâche et des connaissances requises pour bien entretenir leur propriété et peu enclins à y consacrer tout le temps qu'il faudrait.

Un autre phénomène est la confusion que le propriétaire fait entre la nature et son jardin. Pour certains, même un terrain de golf, c'est la nature. Pour d'autres, la nature n'a pas de place dans leur jardin : donc, pas d'insectes (ça pique), pas d'oiseaux ni de grenouilles (ça fait du bruit), pas de rongeurs (ça abîme la pelouse), pas de fleurs sauvages (c'est de la mauvaise herbe), pas de gravier (ça fait de la poussière), etc.

*A contrario*, le professionnel connaît parfaitement les rôles positifs et négatifs que peuvent jouer les jardins vis-à-vis de la nature, selon la manière dont ils sont aménagés.

Il joue donc un rôle clé dans les choix de ses clients et c'est la raison pour laquelle il lui est proposé ici de valoriser l'impact « éducatif » qu'il peut avoir sur eux. Il pourrait utiliser son savoir faire en exposant différentes possibilités d'aménagement et de produits afin que le client puisse faire son choix en toute connaissance de cause, en faveur ou non de la nature. Entre un jardin écologique et un jardin à la française, il existe toute une gamme de possibilités, de mélanges de genres, de quoi satisfaire tous les goûts et convictions...

## Objectifs visés :

- ❖ Profiter du capital de confiance dont jouissent les professionnels des aménagements extérieurs (vecteur éducatif) pour valoriser la nature au jardin auprès de leur clientèle afin de :
  - ❖ Favoriser la diversité biologique indigène
  - ❖ Conserver les espèces indigènes
  - ❖ Eradiquer les espèces envahissantes et nuisibles (liste noire<sup>1</sup>, watch list<sup>2</sup>)
  - ❖ Favoriser les sols perméables
  - ❖ Améliorer la qualité des sols et des eaux
  - ❖ Favoriser les réseaux écologiques (connectivité)
  - ❖ Enrichir le paysage communal
  - ❖ Enrichir les connaissances des personnes sur la nature

## Pertinence « développement durable » de l'action :

Pôle environnemental : augmentation de la diversité biologique et de la qualité de l'environnement grâce à une optimisation du fonctionnement des écosystèmes, à une densification des couloirs biologiques et à un resserage des mailles du réseau écologique régional.

Pôle social : personnalisation des relations entre les milieux professionnels de l'aménagement des espaces extérieurs et leur clientèle (vecteur éducatif) ; enrichissement des connaissances de la population sur la nature et la qualité paysagère

Pôle économique : diversification de l'offre de vente et de prestations de la part des professionnels de l'aménagement des jardins, attractivité renforcée (?)

## Descriptif de l'action:

Il s'agit pour la commune de convaincre des professionnels d'adhérer à l'idée de promotion de la nature à Bernex et d'obtenir leur participation active à cette promotion.

Par "professionnel", on entend les jardineries, pépiniéristes, horticulteurs, paysagistes, architectes, entreprises d'aménagement et d'entretien de jardins, régies-gérants-concierges, médias spécialisés, etc.<sup>3</sup>

Les professionnels accepteraient de proposer à leur clientèle, outre les produits et modes de faire qu'ils ont coutume de vendre et pratiquer, l'avènement d'une nouvelle conception du jardin privé qui laisse davantage de place à la nature (flore et faune indigènes).

Selon leurs intérêts et possibilités, ils participeraient concrètement à une forme d'"éducation" de la population telle que :

- la diffusion de fiches d'information auprès de leur clientèle (voir fiche-action 3.2),
- la promotion de haies vives ou mélangées, de plantes et arbustes ornementaux indigènes,
- la proposition de consacrer tout ou partie du jardin à de la prairie fleurie
- la proposition de végétaliser murs et/ou toits,
- la mise en garde contre les espèces envahissantes et nuisibles,
- la promotion de la création de biotopes avec la plantation ou la colonisation naturelle d'espèces indigènes,
- la récupération des eaux de pluies pour l'arrosage,
- des conseils préconisant la biodiversité indigène dans l'aménagement de terrasses, d'espaces verts ou de jeux autour des immeubles et la gestion de jardins familiaux,
- l'aménagement de parking, cours et allées en matériaux garantissant la perméabilité des sols,
- etc.

La commune pourrait aussi inviter les professionnels à créer un marché périodique aux plantons et grainier de souches locales sur la place du village à Bernex au cours duquel ils fourniraient des explications aux clients (origine des plantes, valeur, mode de culture etc.).

La commune pourrait encore inciter entreprises et clients, grâce à une contribution financière, à acheter certaines plantes indigènes (p.ex. des arbustes pour planter une haie indigène)

---

<sup>1</sup> Liste noire: liste des néophytes (plantes exotiques introduites depuis 1500 apr. J.-C) envahissantes de Suisse qui causent actuellement des dommages aux niveaux de la diversité biologique, de la santé et/ou de l'économie. L'expansion de ces espèces doit être empêchée.

<sup>2</sup> "Watch List": Liste des néophytes envahissantes de Suisse qui ont le potentiel de causer des dommages et dont l'expansion doit être surveillée.

<sup>3</sup> La promotion du jardin "naturel" pourrait également faire l'objet d'un volet de la formation des apprentis et des employés au sein de l'entreprise.

Le logo de l'Agenda 21 de Bernex (ou un autre symbole), tel une sorte de label, pourrait être utilisé dans les jardineries pour identifier les produits et choix d'aménagements favorisant la diversité biologique.

La mise en application d'une telle action devrait normalement comporter, pour les professionnels, des avantages publicitaires et commerciaux notoires : initiative novatrice, lancement d'une mode qui, de toute façon, tend à se répandre (voir les magazines français spécialisés), diversification de l'offre de produits et services, amélioration de l'image en relation avec les problèmes croissants liés à l'environnement, etc.

#### Publics cibles :

- les professionnels de la vente et de l'aménagement des espaces extérieurs privés
- les particuliers (habitants jouissant d'une terrasse ou d'un jardin), associations de locataires et de propriétaires, bénéficiaires d'un jardin familial, gérances d'immeubles ou d'ensembles résidentiels (et gardiens en charge des espaces verts); syndicats de copropriété, coopératives d'habitation, etc.

#### Vecteurs de diffusion potentiels :

- Colloque d'information et de discussion avec les professionnels de la vente et de l'aménagement des espaces extérieurs privés des environs de Bernex
- Envoi « tous ménages concernés » + distribution dans les commerces ad hoc (drogueries comprises) d'un « flyer » incitant à la consultation de professionnels offrant une gamme diversifiée de types d'aménagement de jardins
- Insertion du « flyer » précité dans les dossiers de demandes d'autorisation de construire
- Encarts publicitaires dans la presse, notamment la presse spécialisée, dans les catalogues publicitaires des commerces et des professionnels
- Journal communal
- Création d'un lien sur le site web de la commune, des commerces et des professionnels adhérant au projet
- Promotion du mode de faire des professionnels adhérant à la démarche dans les salons et les foires
- Séances d'information aux futurs propriétaires/locataires d'habitations avec jardins, de lotissements avec espaces verts de grands quartiers
- Conférences de presse, articles, participation à des émissions sur le sujet, etc.
- Clips, spots publicitaires

#### **Calendrier :**

Dès l'adoption du principe de la fiche-action et d'un cahier des charges et dès la conclusion d'accords avec les professionnels concernés

#### **Nom des responsables :**

Conseil administratif, secrétaire général, services ad hoc (Département Environnement et Services extérieurs), représentants des professionnels concernés (?)

#### **Nom des partenaires et mode de participation :**

Architectes, paysagistes et jardineries, etc. concernés et leurs associations professionnelles, Centre horticole de Lullier

Consultation : DGNP, DGE, CJB, associations de protection de la nature et autres concernées par le projet

#### **Budget :**

Eventuelle participation aux contacts avec les professionnels, à l'édition d'un flyer (à titre incitatif)  
Stratégie de communication relative aux fiches NE3.1, NE3.2 et NE3.3

#### **Indicateurs de développement durable :**

- Nombre de jardins munis de haies vives, prairies fleuries, plantes indigènes
- Sondages et évaluation du succès auprès des professionnels: nombre adhérant à la démarche, taux d'implication, nombre de clients ayant fait des choix « nature ».
- Evaluation des modifications observables sur la végétation des jardins et terrasses (haies, gazons, plantes exotiques, ...) et du comportement des habitants (nombre de jardins modifiés, enquête).
- Evolution du chiffre d'affaire des professionnels concernés (?)

- Evaluation du nombre de mandats d'aménagements « proches de la nature ».
- Evaluation des ventes de plantes indigènes versus plantes exotiques
- Suivi floristique et faunistique
- Comparaison du succès des différents supports de diffusion de l'information utilisés (nombre de fiches distribuées par les professionnels).

**Suivi et amélioration continue :**

Etablissement d'un bilan des évaluations après un ou deux ans. Adaptation de la réalisation de l'action en fonction des résultats des diverses évaluations qui auront pu être effectuées.



RJ – bureau ECO 21 18.04./19.05./21.08.09