

## RAPPORT D'ACTIVITÉS

# PROGRAMME DE SENSIBILISATION POUR L'ÉRADICATION DE L'HERBE À POUX

SEIZIÈME ANNÉE



Rédigé par

Alexandre Boucher, agent de communication  
Alexandre Geleyn, chargé de projet

8 août 2006



LE PROGRAMME D'ÉRADICATION DE L'HERBE À POUX  
DE LA MRC LES MOULINS  
EST RÉALISÉ EN COLLABORATION AVEC :

**RESSOURCES HUMAINES CANADA**  
(Programme placement carrière-été)



## Table des matières

INTRODUCTION	6
1. DESCRIPTION DU PROGRAMME	7
A) Personnel	7
○ Tâches du chargé de projet	7
○ Tâches de l'agent de communication	8
○ Tâches des agents dépisteurs	8
B) Description des activités	8
○ Tournées en milieu résidentiel	8
○ Kiosques d'information	
○ Journée de sensibilisation sur les pistes cyclables	11
○ Évaluation des niveaux d'infestation sur les terrain municipaux	12
○ Sensibilisation dans les établissements de santé	12
○ Sensibilisation dans les commerces	13
C) Communications	13
D) Commanditaires	14
E) Concours	15
2. RÉSULTATS	16
A) Sensibilisation	16
○ Visite des milieux résidentiels	16
B) Évaluation des niveaux d'infestation des terrains municipaux	17
C) Kiosques d'information	17
○ Nombre de visiteurs	17
D) Concours	18
○ Résultats	18
E) Sensibilisation dans les établissements de santé	18
F) Sensibilisation dans les commerces	18
3. RECOMMANDATIONS	19
A) Sensibilisation	19
○ Tournées en milieu résidentiel	19
B) Éradication	19
C) Kiosque d'information	20
D) Concours	20
E) Sensibilisation dans les établissements de santé et autres commerces	20
F) Véhicule balisé	21
G) Villes de Terrebonne et Mascouche	21
CONCLUSION	22

## ANNEXES

1. Personnel
2. Sensibilisation
3. Journées de sensibilisation
4. Évaluation des niveaux d'infestation des terrains municipaux
5. Plants et dépliants
6. Communications
7. Concours
8. Commanditaires
9. Guide pédagogique

## INTRODUCTION

Une seizième année vient de se terminer pour le programme de sensibilisation pour l'éradication de l'herbe à poux (*ambrosia artemisiifolia*) de la MRC Les Moulins. L'Escouade verte 2006 a poursuivi le travail débuté les années précédentes en concentrant principalement ses efforts sur la sensibilisation de la population aux dangers de l'ambrosie. À cet effet, une équipe de quatre agents dépisteurs a sillonné différents quartiers résidentiels des villes de Mascouche et Terrebonne afin de distribuer des dépliants informatifs et discuter avec les résidants. En complément, les agents dépisteurs ont effectué des journées de sensibilisation dans différents endroits sur le territoire de la MRC. Encore une fois, les établissements de santé et les commerces de la région ont été sollicités afin d'augmenter la visibilité de la campagne en apposant des affiches, en offrant des dépliants et en exposant des plants d'herbe à poux.

Cette année encore, quelques nouveautés ont été ajoutées à la campagne dans un but constant d'amélioration. Tout d'abord, les agents ont tenu des journées de sensibilisation dans plusieurs endroits du territoire. L'escouade a tenu des kiosques d'information au Terminus d'autobus de la MRC, à l'Étang-du-Grand-Coteau et au Jardin Dyson Moore de Mascouche ainsi que lors de divers événements culturels à l'Île des Moulins. Pour une deuxième année consécutive, un site web a également été mis sur pied avec la participation d'un commanditaire majeur, Cybergénération, et des variantes ont été effectuées au niveau de la présentation du dépliant informatif. Nouveauté cette année, afin d'ajouter un nouvel outil de sensibilisation touchant plus particulièrement les jeunes citoyens de la MRC, un guide pédagogique pour les écoles, les camps de jour et les parents a été élaboré. De plus, l'ajout de nouveaux commanditaires nous a permis d'offrir des prix de participation différents des autres années.

Les efforts de sensibilisation effectués depuis le début du programme il y a seize ans portent fruits puisque le degré d'infestation a diminué dans la MRC et de plus en plus de citoyens savent reconnaître l'herbe à poux et affirment l'arracher aux abords de leur résidence. Par contre, il reste encore beaucoup de travail à faire, car bon nombre de terrains vacants, de bordures de routes, de terrains industriels et quelques parcs demeurent infestés. Voici donc les objectifs fixés par l'Escouade verte au début de la campagne :

- Poursuivre les efforts entrepris par les équipes des années précédentes
- Sensibiliser la population afin qu'elle intervienne pour empêcher la reproduction de l'herbe à poux
- Réduire graduellement le nombre de plants d'ambrosie dans les parcs et les autres lieux publics
- Impliquer les établissements de santé et les commerçants dans la lutte contre l'herbe à poux

Ce rapport d'activités présente la description du programme de sensibilisation 2006, son déroulement ainsi que les résultats mesurables. Il offre une vue d'ensemble de la situation actuelle de l'infestation d'herbe à poux sur le territoire de la MRC Les Moulins et suggère des pistes de solutions qui pourront être suivies dans les années futures pour

tenter d'éliminer cette plante. Beaucoup de chemin reste encore à parcourir, gardons courage et continuons le combat.

## 1. DESCRIPTION DU PERSONNEL

### A) Personnel

Grâce aux subventions du programme Placement carrière-été 2006 de Ressources humaines Canada, la MRC Les Moulins a pu embaucher six étudiants. Un chargé de projet, un agent de communication (pour une deuxième année consécutive) et quatre agents dépisteurs (comparativement à six l'an dernier) ont formé l'Escouade verte 2006. Les agents dépisteurs ont travaillé pour une période de 6 semaines entre le 26 juin et le 4 août, sous la supervision d'un chargé de projet qui assurait la coordination de la campagne de sensibilisation et d'éradication pour une période de 12 semaines, soit entre le 23 mai et le 12 août. L'agent de communication, en poste du 23 mai au 8 août, a été responsable du volet des communications, de la promotion et des relations avec les établissements de Terrebonne et de Mascouche pour la tenue des kiosques d'information et de sensibilisation. Il assistait aussi le chargé de projet dans certaines activités et il a eu la responsabilité d'élaborer le guide pédagogique.

Voici l'équipe de l'Escouade verte 2006 :

Chargé de projet : Alexandre Geleyn

Agent de communication : Alexandre Boucher

Agents dépisteurs : Laurie Globensky, Valérie Picard, Valérie Villeneuve et Samuel Thibault.



### Tâches du chargé de projet

Le chargé de projet devait s'assurer de la préparation et de la bonne tenue de la campagne en collaboration avec l'aménagiste de la MRC, Chantal Laliberté, et l'agent de communication, Alexandre Boucher. Il était aussi le lien principal avec les quatre agents dépisteurs. Ses tâches consistaient principalement à :

- Préparer les étapes préliminaires à la campagne de sensibilisation :

- Création d'un nouveau concept pour la campagne de sensibilisation avec l'agent de communication et les permanents de la MRC Les Moulins
- Coordination pour l'obtention du matériel publicitaire et informatif (dépliants, affiches publicitaires, etc.)
- Embaucher, former et superviser les agents dépisteurs
- Comptabiliser les données sur les activités des agents dépisteurs
- Assurer le bon déroulement des activités lors de la tenue des kiosques d'information
- Effectuer les tirages
- Communiquer avec les gagnants des concours

### **Tâches de l'agent de communication**

L'agent de communication avait pour fonction de promouvoir la campagne 2006, d'élaborer un guide pédagogique et d'être le lien avec les médias écrits de la région. Ses tâches consistaient principalement à :

- Élaborer un guide pédagogique pour les écoles, les camps de jour et les citoyens de la MRC Les Moulins
- Rédiger et transmettre des communiqués de presse
- Rédiger les discours d'ouverture et de clôture de la campagne 2006
- Trouver des partenaires pour les journées de sensibilisation
- Établir des contacts avec les établissements de santé et les commerces pour la distribution de dépliants et l'exposition d'un plant d'herbe à poux
- Assister le chargé de projet dans la coordination des agents dépisteurs et la tenue des kiosques d'information
- Rédiger les lettres de remerciement pour les commerces et les journaux
- Effectuer toutes autres tâches de promotion ou de communications

### **Tâches des agents dépisteurs**

Les agents avaient trois fonctions principales :

- Sensibiliser les citoyens en effectuant des tournées dans différents secteurs résidentiels de Mascouche et de Terrebonne
- Tenir huit kiosques d'information durant le mois de juillet aux endroits ciblés
- Faire deux journées de sensibilisation sur les pistes cyclables de Terrebonne et de Mascouche
- Évaluer les niveaux d'infestation des terrains municipaux

Voir annexe # 1 pour l'horaire des agents dépisteurs.

## **B) Description des activités**

### **Tournées en milieu résidentiel**

La première des trois tâches des agents dépisteurs fut la plus importante et consistait à distribuer des dépliants informatifs sur l'herbe à poux. Pour ce faire, les agents dépisteurs patrouillaient des secteurs définis et effectuaient une brève vérification des

terrains résidentiels afin de détecter la présence de l'herbe à poux. Lorsque des spécimens étaient aperçus, un dépliant ainsi qu'un sac contenant un plant d'herbe à poux étaient laissés aux adresses où le problème faisait rage. Pour les propriétés exemptes de cette mauvaise herbe, le dépliant était laissé pour sensibiliser un maximum de personnes. Le nouveau dépliant contenait des informations relativement similaires à celles contenues dans celui distribué l'an dernier. Cependant, de l'information a été ajoutée, notamment, sur le lien entre les bouleversements climatiques et la présence de l'herbe à poux.

Les secteurs patrouillés en priorité ont été choisis en fonction de deux critères bien précis :

- L'âge du développement résidentiel
- Le degré d'infestation des années antérieures.

Pour le premier critère, une grande attention était portée aux nouveaux secteurs résidentiels. En effet, il s'agit de quartiers à haut risque de prolifération de l'herbe à poux puisque ces lieux comptent généralement peu de végétation et la terre y a fortement été travaillée. Concernant le deuxième critère, il s'agissait principalement d'effectuer un suivi dans les quartiers qui étaient infestés dans les années antérieures afin de remarquer s'il y avait eu une diminution notable du nombre de plants d'herbe à poux.

Lors de patrouilles en milieu résidentiel, les agents devaient également remplir des fiches d'inventaire. Ces fiches, dont une copie est disponible en annexe #2, permettaient de noter des informations quant au degré d'infestation à l'herbe à poux pour chaque terrain résidentiel visité. Le degré d'infestation était établi en fonction de 4 niveaux précis:

- 0 = Inexistant
- 1 = Faible (quelques plants éparpillés sur la surface totale d'un terrain)
- 2 = Moyen (quelques regroupements de plants très localisés sur la surface examinée)
- 3 = Fort (problème généralisé sur toute la surface d'un terrain).

De plus, les agents dépisteurs étant très coopératifs, ils ont été encouragés à discuter avec les citoyens lors de leur tournée de porte à porte. Cet aspect du travail s'avérait aussi très motivant pour les agents puisqu'il leur permettait de découvrir l'importance réelle du travail qu'ils effectuaient pour la population de Terrebonne et de Mascouche.

### **Kiosques d'information**

Pour l'édition 2006 de la campagne de sensibilisation pour l'éradication de l'herbe à poux, l'équipe a adopté une nouvelle stratégie lors des journées de sensibilisation afin d'atteindre un plus grand nombre de citoyens. Au total, le nombre de kiosques a été doublé cette année, soit de quatre l'an passé à huit cette année. Deux journées d'information ont été tenues au Terminus d'autobus de la MRC Les Moulins. Puis, d'autres journées d'information ont eu lieu à l'Étang-du-Grand-Coteau, au Jardin Dyson Moore de Mascouche ainsi que lors de divers événements culturels à l'Île des Moulins. Le kiosque a été installé dans des lieux de rassemblement reconnus comme majeurs, lesquels ont été sélectionnés en fonction de leur visibilité dans la région, de leur popularité chez la population et du fait qu'ils soient invitants pendant la période estivale. Les directeurs ou propriétaires des endroits ciblés ont été approchés par téléphone et/ou

rencontrés par l'agent de communication pendant le mois de juin 2006. Les quatre endroits choisis au départ ont tous donné une réponse favorable. Les journées de sensibilisation ont alors eu lieu au cours du mois de juillet 2006 dans les endroits suivants :

- Mardi le 11 et jeudi le 13 juillet : Terminus d'autobus de la MRC à Terrebonne
- Dimanche le 23 et le 30 juillet : Île des Moulins à Terrebonne
- Jeudi le 20 et mercredi le 26 juillet : Étang-du-Grand-Coteau à Mascouche
- Mercredi le 19 et jeudi le 27 juillet : Jardin Dyson Moore à Mascouche

Afin de faire connaître à la population l'emplacement et l'existence des journées de sensibilisation, des communiqués de presse ont été transmis aux journaux locaux. Les communiqués ont tous été publiés. De plus, un horaire détaillé des journées de sensibilisation a été mis en ligne sur le site web de la campagne.

Une équipe formée de deux ou de quatre agents dépisteurs et d'un responsable (le chargé de projet) étaient présents à différentes heures pour rencontrer la population. Le kiosque était installé dans des endroits visibles et à la portée de tout le monde afin d'attirer le plus grand nombre possible de passants.

Voici la liste du matériel utilisé :

- un pavillon (don de Canadian Tire Terrebonne)
- une table (fournie par la MRC)
- trois chaises (fournies par la MRC)
- plusieurs plants d'herbe à poux en pot
- matériel promotionnel :
  - des dépliants informatifs
  - des affiches promotionnelles
  - une banderole affichant le slogan « Victime du rhume des foins ? »
  - des dépliants fournis par la Direction de santé publique du Québec
  - des affiches éducatives préparées par les agents dépisteurs (le cycle de vie de l'herbe à poux, une affiche portant sur l'herbe à poux et une autre sur l'herbe à puce ainsi que la liste de nos commanditaires)
- matériel pour le concours
  - une boîte de tirage
  - une affiche des prix à gagner
  - des coupons de tirages.

Les agents dépisteurs invitaient tous les visiteurs à venir se renseigner sur la problématique du rhume des foins et à s'inscrire au concours. Lorsque possible, la fourgonnette identifiée aux couleurs de la campagne, grâce à la contribution du Groupe Grenier, était stationnée tout près du kiosque, permettant ainsi d'en augmenter la visibilité. Une attention particulière a été portée afin que le kiosque soit un endroit invitant, attrayant, mais aussi très fonctionnel.

Deux quarts de travail ont été établis avec deux équipes de deux agents dépisteurs et le chargé de projet lors des journées de sensibilisation. Pendant qu'une équipe d'agents dépisteurs était au kiosque, l'autre équipe faisait du porte à porte dans un quartier voisin.

Les employés des endroits visités étaient également invités à venir rencontrer l'Escouade herbe à poux et à s'inscrire au concours.



Une agent-dépisteuse en pleine activité de création pour les kiosques.



Les agents-dépisteurs se préparent à aller à un kiosque.



Activité de sensibilisation à l'Île des Moulins



Activité de sensibilisation au Jardin Dyson Moore.

### **Journées de sensibilisation sur les pistes cyclables**

Une nouvelle approche de sensibilisation a été développée cette année, il s'agissait de parcourir les pistes cyclables de la MRC Les Moulins afin de rencontrer les citoyens. Deux vélos ont été gracieusement prêtés pour la durée de la campagne. Un vélo a été emprunté au service de Sécurité publique de Mascouche et l'autre vélo au Groupe Plein air de Terrebonne (GPAT). Les vélos ont été décorés par les agents dépisteurs afin d'attirer le regard des cyclistes. La première journée s'est déroulée sur les pistes cyclables de Terrebonne. Une deuxième journée de sensibilisation était prévue sur les pistes cyclables de Mascouche, mais cette activité fut annulée en raison de la température et du manque de temps de l'escouade.

## **Évaluation des niveaux d'infestation des terrains municipaux**

Cette année, contrairement aux autres années, l'activité d'arrachage n'a pas été effectuée. La campagne de sensibilisation sans précédent effectuée à l'aide des kiosques et le fait que les agents dépisteurs n'ont tenu aucune activité dans les camps de jour pour une deuxième année consécutive (beaucoup d'arrachage était effectué avec les enfants des camps de jour) en sont les principales raisons. Pour cette présente campagne, l'agent de projet et les dépisteurs ont effectué l'évaluation des niveaux d'infestation des terrains municipaux. Même si les parcs n'ont pas bénéficié d'une activité d'arrachage, la majorité d'entre eux ont été visités par les agents dépisteurs dans le but de déterminer leur degré d'infestation. Les résultats des observations sont disponibles dans le bilan présenté au chapitre deux. Une bonne partie de la cinquième semaine de travail des agents a été réservée à cette tâche et plusieurs espaces verts parmi les plus fréquentés du territoire moulinois ont été évalués. La liste des endroits visités avec leur degré d'infestation est disponible en annexe # 4.

## **Sensibilisation dans les établissements de santé**

Certaines activités de sensibilisation ont aussi été réalisées par l'agent de communication et l'agent de projet. Tout comme par les années passées, plusieurs établissements de santé ont exposé un plant vivant d'herbe à poux, une affiche promotionnelle et ils ont distribué les dépliants d'information. Les deux agents de l'Escouade ont communiqué une première fois par téléphone avec les établissements de santé. Puis, une lettre a été envoyée par la poste afin de les inviter à participer à la campagne. Leurs réponses ont été récoltées par téléphone quelques jours plus tard. Cette année, dix établissements supplémentaires ont participé à la campagne (29 et 19 l'an passé). Les centres médicaux, le Centre hospitalier Pierre-Le Gardeur, les pharmacies, les cliniques de chiropractie ainsi que des acupuncteurs, des optométristes, un podiatre et un audioprothésiste ont été sollicités.

Parmi les établissements approchés cette année, une pharmacie, trois cliniques médicales, un centre de chiropractie, deux optométristes et quatre centres de physiothérapie ont refusé leur collaboration. Généralement, les plants étaient exposés sur un comptoir avec des dépliants et une affiche plastifiée au dessous. Chaque établissement disposait d'une ou deux affiches, de 25 dépliants et/ou d'un plant. Certains responsables ont mentionné l'intérêt de leurs clients pour cette forme de sensibilisation ; plusieurs posaient des questions car ils étaient intrigués par la présence de la plante. Il s'agit donc d'un excellent moyen de sensibilisation. Également, plusieurs spécialistes étaient heureux de participer à la campagne d'éradication de l'herbe à poux pour une autre année et manifestaient leur enthousiasme à l'arrivée des agents.

Pour chaque établissement visité, l'agent de communication ou l'agent de projet ont pris le temps de s'assurer que les employés travaillant au comptoir ou à l'accueil connaissaient bien les effets de l'herbe à poux et les façons de s'en débarrasser. Ils ont constaté que plusieurs professionnels de la santé connaissent encore mal l'herbe à poux, car ils la confondent avec l'herbe à puce ou ils croient pouvoir ressentir les symptômes du rhume des foins avant la floraison du plant.

Il a aussi été demandé aux responsables de ne pas oublier d'arroser le plant. L'équipe de la campagne leur a assuré que les plants seraient récupérés avant le début de la floraison laquelle est prévue à la mi-août. De plus, les responsables ont été informés qu'ils pouvaient rejoindre l'agent de communication en tout temps à la MRC Les Moulins. Des appels téléphoniques devaient être faits à la mi-campagne pour s'assurer que les commerces participants ne manquaient pas de dépliants et que les plants d'herbe à poux étaient toujours en vie. Toutefois, cette tâche n'a pas été effectuée faute de temps et parce que les établissements ont eu seulement les plants pendant environ trois semaines.

Les responsables des établissements qui avaient exposé un plant ont fréquemment mentionné avoir reçu beaucoup de questions des visiteurs et que plusieurs passants jetaient des regards interrogateurs vers le plant avant de s'approcher pour vérifier de quoi il s'agissait. Cela laisse croire qu'il s'avère beaucoup plus efficace d'exposer un plant vivant avec des dépliants informatifs, car le plant attire le regard et la population est plus incitée à poser des questions.

### **Sensibilisation dans les commerces**

Tout comme par les années passées, plusieurs établissements et commerces autres que des établissements de santé ont exposé un plant vivant d'herbe à poux, une affiche promotionnelle et ils ont distribué les dépliants d'information. Tout comme pour les établissements de santé, les deux agents de l'Escouade ont communiqué une première fois par téléphone avec les commerces. Puis, une lettre a été envoyée par la poste afin de les inviter à participer à la campagne. Leurs réponses ont été récoltées par téléphone quelques jours plus tard. Cette année, plusieurs établissements et commerces ont participé à la campagne (41 et deux l'an passé).

Dans certains cas, les agents profitaient de l'occasion pour expliquer aux responsables de ces commerces les effets de l'herbe à poux et les buts visés de la campagne d'éradication. Ils ont tous reçu des dépliants informatifs et au moins une affiche. Pour certains d'entre eux, les agents leur ont aussi demandé d'arracher l'herbe à poux aux abords de leur commerce et de leur résidence personnelle ainsi que d'effectuer la promotion de la campagne et du concours auprès de leurs employés et de leur clientèle.

### **C) Communications**

Afin de s'assurer que la campagne soit suffisamment médiatisée et qu'un plus grand nombre possible de citoyens y participent, le domaine des communications représente un aspect indispensable au programme. C'est pourquoi l'équipe de la campagne de sensibilisation pour l'éradication de l'herbe à poux s'est enrichie cette année encore d'un agent de communication.

La campagne « Victime du rhume des foins? » a été officiellement lancée lors d'une conférence de presse le 13 juin 2006. En plus de la programmation estivale, on y annonçait le concours et le projet de guide pédagogique.

Grâce au soutien des journaux locaux La Revue et Le Trait d'union, de la télévision communautaire ainsi qu'à la présence de l'agent de communication au sein de l'équipe,

la campagne 2006 a bénéficié d'une bonne visibilité auprès des citoyens. Une copie des articles relatant le déroulement de la campagne (paru dans Le Trait d'Union et La Revue), les discours d'ouverture et de fermeture de la campagne, les communiqués de presse ainsi que la demi-page de remerciements des commanditaires parus gracieusement dans les journaux La Revue et le Trait d'Union sont disponibles en annexe #6. Lors des journées de sensibilisation, certains visiteurs ont mentionné qu'ils sont venus visiter le kiosque suite à la lecture des journaux locaux.

Une deuxième conférence de presse, le 16 août 2006, permet d'effectuer le bilan de la campagne et de remettre les prix aux gagnants du concours.

Comme énoncé précédemment, la campagne a aussi disposé d'une bonne visibilité grâce à différents établissements de santé de la MRC Les Moulins. Cela a permis à la population de bien identifier la plante et d'être mieux informée de son rôle dans la rhinite allergique saisonnière à l'herbe à poux (fièvre des foins), cette maladie causée par le pollen libéré par cette plante dès le mois d'août.

Les responsables de divers établissements ont aussi été contactés par courrier afin de solliciter leur implication dans la lutte à l'herbe à poux. Le ministère des Transports du Québec, Hydro-Québec et de nombreux promoteurs immobiliers ont été contactés afin de les inviter à faire leur part et prévenir la prolifération de l'herbe à poux. Ces lettres se retrouvent à l'annexe #6.

De plus, l'agent de communication a fait la promotion de la campagne via le panneau électronique de la ville de Terrebonne au coin du boulevard Moody et du boulevard des Seigneurs. Ce texte se retrouve à l'annexe #6.

Finalement, dans le cadre de son stage en science de l'environnement, l'agent de communication avait pour tâche principale d'élaborer un guide pédagogique pour les écoles, les camps de jour et pour l'ensemble des citoyens de la MRC Les Moulins. Ce guide a été conçu afin d'ajouter un nouvel outil de sensibilisation touchant plus particulièrement les jeunes citoyens de la MRC. Constitué de fiches informatives et de fiches d'activités, ce guide servira à stimuler l'apprentissage des jeunes et des moins jeunes sur les impacts de cette plante dans notre société. En plus d'être offert au personnel enseignant des écoles des commissions scolaires de la MRC Les Moulins, ce guide sera disponible en tout temps sur notre site web : [www.herbeapoux.ca](http://www.herbeapoux.ca). Le document se retrouve à l'annexe # 9.

#### **D) Commanditaires**

Cette année encore, nous avons bénéficié de l'appui de commanditaires fidèles et avons obtenu la participation de nouveaux commanditaires majeurs. Grâce à la contribution du Groupe Automobile Grenier, de Cybergénération, des journaux La Revue et le Trait d'Union, de la Caisse populaire Desjardins de Terrebonne, de BFI Environnement, du Centre du Vélo de Mascouche et des Entreprises Réjean Allaire Itée, l'équipe a pu offrir à la population de nombreux prix. L'Auberge Le Petit Saint-André, le restaurant Café de la Banque et la MRC Les Moulins ont aussi contribué à ces nombreux prix. La compagnie Cybergénération a permis pour une deuxième année consécutive la réalisation du site internet tout en établissant le lien entre ce site et celui de la MRC Les Moulins. Leur assistance financière importante à ce niveau a permis à la MRC d'innover

encore une fois avec cette composante de la campagne de sensibilisation. Comme l'an dernier, le Groupe Grenier a assumé une bonne partie des frais de location d'une fourgonnette utilisée par l'Escouade verte et il l'a fait letterer aux couleurs de l'Escouade. Cette commandite a permis de véhiculer facilement les quatre agents-dépisteurs dans tous les secteurs de la MRC ainsi que d'augmenter grandement la visibilité de la campagne de sensibilisation. Les journaux La Revue et Le Trait d'Union ont aussi participé au programme en publiant des articles et une demi-page de remerciements des commanditaires et collaborateurs de la campagne.



Mini fourgonnette fournit par le Groupe Grenier

La campagne d'éradication de l'herbe à poux a aussi cherché un commanditaire pour l'achat de pots à fleurs. Malheureusement, toutes les démarches sont restées vaines car les commerces ayant ce type de produit ont tous refusés de nous commanditer. Les demandes de commandites ont été effectuées par l'agent de communication.

## **E) Concours**

Suite à l'expérience de l'an passé, la direction a décidé de retourner à une façon plus traditionnelle de faire le concours. L'année dernière, les citoyens devaient aller sur le site web afin de s'inscrire au concours. Cette année, l'inscription s'effectuait avec un coupon de participation en version papier. Toutefois, les citoyens pouvaient encore s'inscrire via le site web en téléchargeant le coupon de participation. Ce coupon se retrouvait à l'intérieur des dépliants informatifs. Ils ont été distribués de plusieurs façons, soit dans les commerces et les établissements de santé, soit lors des journées de sensibilisation, soit lors des tournées dans différents secteurs résidentiels de la MRC ou encore par la distribution de tracs dans les stationnements de la ville de Terrebonne et de Mascouche. Ce concours s'est déroulé du 1er au 31 juillet 2006 et il était réservé aux résidents de la MRC Les Moulins. Les prix consistaient en un séjour de rêve d'une nuit, incluant le petit-déjeuner, à l'Auberge Le Petit Saint-André avec souper au Café de la Banque, quatre certificats cadeaux de 200\$ du Centre Vélo Mascouche ainsi que dix laissez-passer mensuels du mois de septembre pour le transport en commun.

## 2. RÉSULTATS

### A) Sensibilisation

#### Visite des milieux résidentiels

En l'espace de six semaines, les agents dépisteurs ont pu visiter un total de 7 171 résidences réparties dans la ville de Mascouche et les trois secteurs de Terrebonne. Les résultats du degré d'infestation des terrains résidentiels sont affichés dans le tableau suivant :

Tableau # 1  
Degré d'infestation des terrains résidentiels visités pour la MRC Les Moulins

Degré d'infestation	Nombre de maisons en 2006	Proportions (%) de 2006	Proportions (%) de 2005
Inexistant	5018	70,0	75,0
Faible	1010	14,1	21,4
Moyen	562	7,8	2,1
Élevé	581	8,1	1,5

Le tableau démontre que 70% des terrains résidentiels semblent ne pas avoir d'herbe à poux. De plus, approximativement 14% des terrains ont quelques plants dispersés. En additionnant les degrés d'infestation moyen et élevé, 15,9 % des terrains sont aux prises avec un problème plus sérieux.

Mais quels sont précisément les endroits qui s'avèrent les plus problématiques en raison de la quantité importante d'herbe à poux? Les visites de terrains prouvent qu'il n'y a aucune tendance nette observée à ce sujet. Les terrains moyennement ou très affectés par l'ambrosie sont très dispersés sur le territoire moulinois. De plus, vingt-deux zones ont été visitées durant le mois de juillet et les chiffres montrent que pour tous ces endroits, plus de 84% des résidences n'ont aucun problème d'herbe à poux ou n'ont qu'un degré d'infestation faible.

Mais pourquoi les nouveaux terrains résidentiels ne sont-ils pas plus affectés par l'herbe à poux comme le démontrent certaines études sur le sujet? La raison est bien simple : de la tourbe venait d'être posée sur la majorité des terrains; ce qui a possiblement empêché la prolifération des plants d'ambrosie.

Malgré que peu de variations ressortent entre les différentes données, il est nécessaire de noter que Mascouche et le secteur La Plaine de Terrebonne sont à surveiller davantage puisque le taux d'infestation s'avère supérieur comparativement aux secteurs de Terrebonne et de Lachenaie comme le démontre le tableau qui suit.

Tableau # 2  
Degré d'infestation pour Mascouche et les trois secteurs de Terrebonne

Ville ou secteur	Degré d'infestation (%)			
	Inexistant	Faible	Moyen	Élevé
Mascouche	47,7	29,1	9,7	13,5
Terrebonne (secteur Lachenaie)	80,8	12,2	3,3	3,7
Terrebonne (secteur La Plaine)	48,6	15,3	7,8	28,3
Terrebonne (secteur Terrebonne)	66,9	12,0	12,0	9,1

On peut conclure en regardant ce tableau que c'est le secteur Lachenaie de la ville de Terrebonne où il y a le moins d'herbe à poux. En second place se trouve le secteur Terrebonne où près de 78% de territoire à un degré d'infestation inexistant ou faible. Dans les cas de La Plaine et de Mascouche on peut conclure qu'il y a encore beaucoup de travail à accomplir. Une des belles surprises de l'été est que le Vieux-Terrebonne commence à voir son degré d'infestation diminué.

## B) Évaluation des niveaux d'infestation des parcs municipaux

### Parcs

Pour ce qui est des parcs, la situation diffère considérablement de celle des routes. On compte 91 parcs inspectés et leur degré d'infestation est en moyenne faible :

- 17 parcs sont exempts d'herbe à poux
- 32 sont de niveau faible
- 24 sont de niveau moyen
- 15 sont de niveau élevé

Le détail du niveau d'infestation des parcs est disponible en annexe #4.

## C) Kiosques d'information

On peut conclure cette année que nos kiosques ont été globalement un succès. En effet, jamais le kiosque sur l'herbe à poux n'a été aussi populaire. En tout, 875 personnes sont venues s'informer sur cette plante lors des journées de sensibilisation, ce qui est une augmentation de 236% par rapport à l'année dernière.

Cela étant dit, il est à noter que certains kiosques n'ont pas eu la visibilité escomptée comme celui du jardin Moores à Mascouche qui nous a permis de sensibiliser que 10 personnes en deux jours. C'est aussi le cas de l'Étang-du-Grand-Coteau où nous avons

pu rejoindre que 56 personnes en deux jours ce qui n'est pas si mal mais qui est tout de même en-dessous de nos prévisions.

Le terminus d'autobus nous a permis de son côté de distribuer un nombre impressionnant de dépliants explicatifs et l'Île des Moulins nous a permis de rencontrer beaucoup de gens qui s'intéressaient à l'herbe à poux.

Les comptes rendus complets des journées de sensibilisation sont disponibles en annexe #3 ainsi que les fiches de comptage des visiteurs des kiosques.

## **D) Concours**

### **Résultats**

#### **Participation aux tirages**

La majorité des visiteurs des kiosques ont participé aux tirages. La différence entre le nombre de participants au tirage et le nombre de visiteurs s'explique par le fait que les visiteurs étaient souvent en couple, en famille ou par petits groupes d'amis et que seulement un membre s'y inscrivait. Pour plus de détails vous pouvez consulter l'annexe # 7.

#### **E) Sensibilisation dans les établissements de santé**

Pour la campagne 2006, les établissements de santé ont exposé un total de 18 plants, ils ont distribué plus de 825 dépliants à la population et ils ont apposé plus de 50 affiches promotionnelles.

En plus du centre hospitalier Pierre-Le Gardeur et les quatre CLSC qui lui sont reliés, 2 centres médicaux, 13 pharmacies, 7 centres de chiropractie, 2 centres visuels, 2 centres d'acupuncture, un audioprothésiste et une clinique de podologie ont participé à la campagne. L'équipe a essuyé plusieurs refus de la part de centres de physiothérapie, de cliniques médicales, de cliniques dentaires, de centres visuels et d'une pharmacie. Un plus grand nombre d'établissements a été sollicité par rapport à l'an dernier en raison de la date d'entrée en fonction de l'agent de communication (l'an dernier = 19 établissements participants, cette année = 29 établissements participants). La liste complète des établissements de santé participants est disponible à l'annexe #5.

#### **G) Sensibilisation dans les commerces**

Pour la campagne 2006, les commerces et établissements non reliés à la santé ont exposé un total de 35 plants, ils ont distribué plus de 1025 dépliants à la population et ils ont apposé plus de 75 affiches promotionnelles.

En plus des établissements de santé, plusieurs autres établissements et commerces ont collaboré à la campagne. Le matériel de sensibilisation a été distribué entre autres aux hôtels de ville de Terrebonne et de Mascouche, à la Pépinière Lapointe, dans deux magasins d'aliments naturels, dans les bibliothèques municipales et dans les marchés d'alimentation. La liste complète des établissements et commerces participants est disponible à l'annexe #6.

### **3. RECOMMANDATIONS**

#### **A) Sensibilisation**

##### **Tournées en milieu résidentiel**

La visite des terrains résidentiels s'est avérée être un très bon outil pour sensibiliser la population face aux dangers de l'herbe à poux. Les agents dépisteurs ont noté une grande ouverture d'esprit de la part des citoyens qu'ils rencontraient et certains d'entre eux ont même appelé à la MRC pour obtenir davantage d'informations sur le sujet. Dans ce contexte, effectuer un plus grand nombre de visites de terrains au cours des prochaines années serait un excellent choix.

Pour en revenir aux visites des terrains résidentiels, il serait judicieux pour l'année prochaine de passer une deuxième fois dans les nouveaux quartiers. En effet, plusieurs terrains fraîchement gazonnés laissaient apparaître des plants d'herbe à poux qui poussaient entre les différents morceaux de tourbe. Cette plante a ainsi démontré une bonne adaptabilité même si elle est reconnue pour mal tolérer la compétition des autres végétaux.

Pour favoriser la productivité des agents dépisteurs, différentes façons de diviser les équipes ont été testées. Deux équipes de deux personnes ont donné de bons résultats et permettent de couvrir encore plus de territoire. Pour ce faire, chacun des groupes patrouillait des rues différentes. Les deux agents faisaient les visites de terrains en se divisant chaque côté de la rue. Cette façon de procéder permettait aux agents de visiter beaucoup plus de demeures.

#### **B) Éradication**

Pour Mascouche et le secteur La Plaine de Terrebonne, la proportion de terrains où le degré d'infestation est inexistant se situe autour des 60% alors que pour les secteurs Lachenaie et Terrebonne, le pourcentage avoisine davantage les 80%. Dans ce contexte, une attention spéciale devra être portée dans les prochaines années pour Mascouche et le secteur de La Plaine. Il est probable que les endroits où l'infestation est faible présentement passent à un niveau supérieur à moyen ou long terme si rien n'est fait pour contrer l'herbe à poux.

Bien que la situation des parcs se soit améliorée en ce qui a trait au niveau d'infestation de l'herbe à poux, les plants de cette mauvaise herbe demeurent quand même nombreux. Les quatre agents dépisteurs n'ont pas suffi à la tâche. Il pourrait être pertinent que tous les quartiers des deux municipalités soient dotés d'une *escouade verte* comme celle qui existait à Lachenaie jusqu'en 2003. Avec l'aide d'escouades de jeunes arracheurs, la campagne de sensibilisation deviendrait beaucoup plus efficace; l'escouade de la MRC pourrait ainsi allouer plus de temps pour la sensibilisation qui s'est avéré le meilleur des outils pour transmettre de l'information aux citoyens.

Pour les parcs fortement infestés, il s'avèrerait profitable d'utiliser un moyen de contrôle autre que l'arrachage, car il était impossible pour l'escouade d'arracher tous les plants qui s'y trouvaient.

### **C) Kiosques d'information**

Dans l'ensemble, la seizième année de l'escouade s'est bien déroulé. Pour les années futures, il faudrait trouver encore plus d'endroits pour tenir les kiosques. De plus, suite au succès du kiosque à l'Île des Moulins la fin de semaine il serait probablement intéressant de travailler plus souvent la fin de semaine, entre autres, pour l'Étang-du-Grand-Coteau. Il serait inutile de retourner au Jardins Moores une seconde année, un plant et des dépliants feraient probablement l'affaire.

### **D) Concours**

Suite au résultat de l'année dernière, les responsables à la MRC, l'agent de communication et le chargé de projet ont conclu que le concours rejoindrait plus de gens sous format papier qu'en ligne sur le site web. Les coupons de participation ont été distribués à grande échelle dans les dépliants informatifs. Le résultat a été bon, mais la prochaine équipe devra chercher de nouveaux moyens pour augmenter le nombre de participation. Les prix étaient très attrayants et les laissez-passer de transports ont eu une grande popularité lors des kiosques au terminus d'autobus. Il serait avantageux de conserver ce prix l'an prochain.

Bien que de nombreuses boîtes de tirage fussent disponibles sur le territoire de la MRC, il serait important de repenser leur emplacement et de mieux informer la population sur les endroits pour aller porter les coupons de tirages. Une boîte beaucoup plus grosse et beaucoup plus attrayante à l'œil devrait être installée au terminus d'autobus.

### **E) Sensibilisation dans les établissements de santé et autres commerces**

Pour faciliter la participation des établissements, il pourrait être intéressant de donner une photo couleur d'un plant ou bien des feuilles séchées et plastifiées plutôt que d'exposer un plant vivant d'herbe à poux qui nécessite un peu d'entretien. De cette façon, les établissements et les commerces seraient en mesure de montrer à leur clientèle ce qu'est l'herbe à poux sans avoir à se soucier de l'entretien de leur plant. Car le constat a été peu reluisant lors de la récupération des plants à la fin de la campagne. Plusieurs établissements avaient jeté le plant, même un commerçant a dit avoir perdu le plant!

Comme une liste des endroits à visiter devait être faite cette année, le début de la promotion dans les établissements et commerces a été retardé. Pour l'an prochain, cette liste pourra accélérer le processus et les lettres devront être envoyées plus tôt. La distribution devrait être terminée pour le début du mois de juillet afin de laisser le matériel de sensibilisation pendant au moins un mois dans les établissements et les commerces. De plus, ces endroits devraient être mieux regroupées par secteurs en fonction des adresses afin d'accélérer la distribution.

Des minis conférences de sensibilisation pourraient être organisées pour des commerces et des entreprises de la région (les bibliothèques, les employés municipaux, le personnel des écoles, les employés de camps de jours, etc.). Cela permettrait d'atteindre plusieurs personnes à la fois et de promouvoir le concours. Ces minis

conférences seraient un bon moyen d'offrir le guide pédagogique et d'en faire la promotion dans les écoles.

Dans le cadre des visites de l'agent de communication, quelques responsables ont mentionné qu'ils pourraient être intéressés à s'impliquer davantage dans la campagne. Premièrement, la responsable du Centre Hospitalier Pierre-Le Gardeur, madame Caza-Lenghan, était très intéressée à une collaboration plus étroite avec la MRC et elle signalait la possibilité de publier de l'information pertinente dans le bulletin interne de cette institution. Les dates de diffusions sont entre autres le 7 mai et le 9 juillet. Il faut toutefois prévoir deux semaines d'avance pour les dates de tombées. Deuxièmement, La Caisse Desjardins le Manoir à Mascouche est fortement intéressée à participer au financement de la prochaine campagne. La personne contactée est Julie Robert. Si une coopération n'est pas envisagée pour 2007, il ne faudra pas aller porter notre matériel au Caisses Desjardins de Mascouche, car le logo des Caisses de Terrebonne est affiché sur notre matériel de sensibilisation.

Quelques commerces et citoyens de la MRC ont demandé si l'équipe de la campagne d'éradication de l'herbe à poux offrait un « service d'arrachage ». Bien que l'escouade 2006 n'ait procédé à aucune séance d'arrachage, dépendamment des ressources disponibles en 2007 et des activités prévues, ce type de service pourrait être mis en branle et offert aux commerçants et citoyens.

Bien que nous n'ayons pas eu d'écho positif à ce sujet, la promotion de la campagne par le panneau d'affichage électronique de la ville de Terrebonne est un autre bon outil de sensibilisation et il devrait être réutilisé l'an prochain.

## **F) Véhicule balisé**

Avec le succès des visites sur le terrain, les prochaines campagnes de sensibilisation doivent à nouveau miser sur un véhicule officiel et balisé à l'effigie de l'Escouade verte de la MRC. Il s'agit sans aucun doute d'un très bon moyen pour publiciser la campagne d'éradication de l'herbe à poux. Les nombreux déplacements sur le territoire moulinois ont permis de noter que celui-ci attirait fortement l'attention autant des automobilistes que des piétons.

## **G) Villes de Terrebonne et Mascouche**

La majorité des employés des villes de Terrebonne et de Mascouche connaissent très peu le programme de sensibilisation contre l'herbe à poux de la MRC Les Moulins. Il serait intéressant de leur faire une mini conférence sur l'ambrosie lors d'une réunion ou d'un autre rassemblement. Ainsi, les employés seraient plus aptes à répondre aux questions des citoyens. Dans le même ordre d'idée, il faudrait informer les services de communications des villes de Terrebonne et Mascouche des initiatives de la MRC Les Moulins afin qu'ils puissent en effectuer la promotion dans les bulletins d'information destinés aux résidents ainsi que sur leur site internet. De plus, il faudra mettre l'accent sur l'implication des deux villes dans l'éradication de l'herbe à poux. Plusieurs citoyens ont critiqué le fait qu'il y avait beaucoup de plants de cette mauvaise herbe sur les terrains municipaux. Bien que l'effort de la ville de Terrebonne, en achetant un nouvel appareil à eau chaude sous pression, soit louable, beaucoup de travail reste

encore à faire pour que les deux villes de la MRC prennent leurs responsabilités en ce qui concerne l'herbe à poux.

## **CONCLUSION**

L'année 2006 du programme de sensibilisation pour l'éradication de l'herbe à poux en fut une d'amélioration et d'innovation. La MRC a apporté de nombreuses modifications qui lui ont permis de rajeunir l'image de la campagne avec, entre autres, un nouveau site web amélioré d'informations pertinentes, un guide pédagogique, un dépliant amélioré, de nouveaux lieux de kiosques d'information, la participation à une émission de la télévision communautaire, des activités de sensibilisation à vélo et bien d'autres choses encore. De plus, un accent a été mis sur la sensibilisation, tant au niveau des kiosques que des tournées en milieux résidentiels et en abolissant les activités d'arrachage par les agents-dépisteurs, ce qui a permis de rejoindre un plus grand nombre de citoyens de Terrebonne et de Mascouche.

Mais ces mesures ont-elles eu le succès escompté? À la lumière des objectifs mentionnés au début du rapport, il appert que oui. La MRC a consacré énormément d'énergie pour bien diffuser l'information relative à l'herbe à poux et améliorer la participation au concours. Certaines initiatives de sensibilisation n'ont pas eu le succès attendu, mais elles ont tout de même contribué à transmettre l'information en atteignant des groupes de résidents variés. De plus, le guide pédagogique est un outil prometteur pour sensibiliser les jeunes et implanter dans les écoles et des camps de jour des activités d'apprentissage relié à cette problématique de santé environnementale.

Cependant, plusieurs endroits sur le territoire de la MRC s'avèrent fortement infestés et diminuent ainsi l'effet positif de la campagne. Encore beaucoup de personnes ne connaissent aucunement l'herbe à poux ou la confondent trop facilement avec l'herbe à puce. Donc, dans ce contexte, la campagne de sensibilisation a une bonne raison de se répéter dans les années à venir.