

1.2 “Agenda 21, communiquer pour impliquer les citoyens”

ANNE-MARIE SACQUET, *animatrice*: Nous allons passer cette première partie de l'après-midi ensemble sur l'Agenda 21 local et l'Agenda 21 en tant que démarche permettant de communiquer, mobiliser et organiser la participation, voire organiser l'élaboration de la décision collective.



ANNE-MARIE SACQUET

ANIMATRICE

Nous avons une heure et quart pour mener à bien cet atelier. Ce n'est rien du tout, d'autant que nous avons trois intervenants émérites tout à fait impliqués, bien sûr, dans ce sujet :

- Aline Biardeaud, adjointe à l'environnement de la mairie de Limoges ;
- Guy Hascoët, que beaucoup de gens ici connaissent, directeur fondateur de l'Académie du développement durable et humain ;
- Paul Vermeylen, de Ramboll Management, qui accompagne un certain nombre d'Agenda 21 en France et en Europe.

Avant de leur passer la parole, j'aimerais préciser qu'il s'agit bien du sujet

“Communiquer sur le développement durable”. Nous ne parlerons pas de l'Agenda 21 territorial d'une manière générale. Il s'agit aujourd'hui de voir comment une démarche d'Agenda 21, lorsqu'elle est appliquée par des élus, peut contribuer à mobiliser les forces vives du territoire, la population, pour élaborer et participer à la construction d'une culture partagée du développement durable, à la construction d'une “communauté durable ». Tels sont les enjeux de cet atelier.

“ **Quels messages peut-on attendre d'un Agenda 21 qui se respecte ?** ”

Il est évidemment possible d'évoquer plusieurs pistes. A quelles étapes de l'Agenda 21 doivent intervenir la communication et l'information ? Quels messages peut-on attendre d'un Agenda 21 qui se respecte ? Quel type de supports peut-on ou faut-il utiliser pour informer, transmettre, partager et codécider ? Toutes ces interrogations seront lancées au cours de cet atelier.

Les intervenants disposent de cinq minutes chacun. Bien sûr, ensuite, nous ouvrirons les travaux avec vous.

Je vous rappelle que nous avons pris deux engagements au sein de cette troisième université. En premier lieu, des jeunes sont présents dans tous les ateliers et je veillerai à ce qu'ils aient pleinement la parole. Ensuite, nous devons consacrer un quart d'heure ou vingt minutes – c'est très court, mais compte tenu des délais que nous

avons, nous pouvons difficilement faire davantage à examiner le projet de manifeste et à voir comment nous pouvons le nourrir, le corriger et le valider.

Nous ouvrons les débats.

ALINE BIARDEAUD : Anne-Marie m'a demandé de préparer quelques exemplaires de l'Agenda 21 de Limoges, que vous pourrez prendre tout à l'heure.



ALINE BIARDEAUD

ADJOINTE À L'ENVIRONNEMENT
DE LA MAIRIE DE LIMOGES

Beaucoup de collectivités ont fait des Agendas 21. Cet Agenda 21 est très récent, il a été publié en juin dernier. Il est très transversal puisqu'il touche vraiment à l'ensemble des thématiques du développement durable. Nous nous sommes attachés à respecter tous les volets en nous appuyant sur les expériences d'autres collectivités, leurs réussites et leurs échecs, pour pouvoir déjouer ainsi certains pièges. Ce document a certainement des imperfections car il est tout jeune. Il a été assez long à élaborer puisque cela a pris presque trois ans, précisément à cause de cette nécessaire navette – c'est d'ailleurs passionnant à faire entre les citoyens et le "pool" d'élus qui s'est emparé de ce projet.

Afin de respecter l'esprit de l'Université d'été tel que je l'ai compris, j'ai quelques notes un peu en vrac que je vais vous soumettre. J'espère ensuite pouvoir participer aux échanges que nous aurons pour pouvoir forger le projet collectif.

Je voudrais d'abord préciser une chose ; plus j'avance dans ma vie "politique", entre guillemets puisque c'est mon troisième mandat, plus je suis persuadée qu'impliquer et convaincre les autres nécessite d'être soi-même vertueux. Il faut que la collectivité et l' élu qui porte le projet, en l'occurrence moi-même puisque je préside le Comité de pilotage constitué de six élus, donnent l'exemple. Si nous ne nous donnons pas pour objectif de le faire chaque année un peu plus, c'est une perte de temps.

“ Impliquer et convaincre
les autres nécessite d'être
soi-même vertueux ”

Deuxième remarque : il ne faut pas être trop dogmatique dans ses analyses, ni trop doctrinaire dans ses propos et ses propositions. Il faut éviter les jargons compliqués, les idées toutes faites, les "copier/coller" à partir de réflexions menées par d'autres collectivités ou par des écrits savants. Il faut rester vraiment très simple, sans évidemment devenir basique.

Troisième remarque : il ne faut pas, à l'inverse, tomber dans la démagogie, c'est-à-dire faire ce que les gens attendent de vous ou faire semblant d'agir sans avoir de réel contenu. Il faut aussi que celui-ci reste compréhensible par le plus grand nombre.

Tout à l'heure, j'entendais un étudiant dire : *"Il faut associer tout le monde et pas seulement ses copains."* C'est assez juste ; souvent, notamment dans le cadre de la réflexion sur la gouvernance citoyenne, on a tendance à réunir ceux qu'on connaît déjà. On sait qu'ils seront présents et sauront rédiger un petit bilan de fin de réunion. C'est assez confortable mais il ne faut pas faire cela, même si c'est plus compliqué de faire autrement.

Quatrième remarque : il faut accepter la critique et l'idée de s'être trompé. Dans ma vie d'élue, il m'est arrivé de « faire faire des bêtises » à certains services. Évidemment, ils ne l'ont pas oublié et s'en sont déjà servi pour refuser d'éventuelles remises en cause internes. Il faut donc accepter ses erreurs et, même, s'en servir comme para-

“ Les services doivent parler d’une seule voix sans, pour autant, qu’il s’agisse de censure ou de langue de bois ”

mètre de départ. Je ne vois pas pourquoi nous n’aurions pas le droit de nous tromper.

En vrac, j’ajoute qu’il faut se méfier des médias. Je pense à l’article de “*Libération*” sur le commerce équitable ou à “*Capital*” qui avait fait une émission

voici quelques années sur le tri sélectif. Cela avait “plombé” durablement des programmes que nous avons mis du temps à bâtir. Bien sûr, il faut travailler avec les médias, c’est évident. Mais il faut se méfier de l’impact incroyablement négatif que peut avoir un article qui tombe au mauvais moment et au mauvais endroit.

Je ne pense pas qu’il faille vous parler de la façon dont nous avons bâti l’Agenda 21 et dont nous l’avons porté auprès de la population. Tout le monde sait faire de la communication institutionnelle, il suffit d’avoir un bon bureau d’études et cela se passe très bien. La question est de savoir plutôt comment associer la population, les citoyens, les élus et les services techniques et administratifs des collectivités à la démarche d’Agenda 21.

Les élus sont une priorité ; tout le monde doit être à l’unisson. Il est difficile d’y parvenir car certains sont contre-productifs. Ils ne veulent pas se casser la tête lorsque c’est vous qui portez le projet et qu’il leur déplaît. Il faut donc bien veiller à associer les autres élus à la démarche en leur demandant, au minimum, d’être neutres et, au maximum, d’être porteurs du programme.

Vous savez tous ce qu’est une équipe municipale. À Limoges, nous sommes cinquante-cinq, avec des sensibilités parfois assez divergentes. Il faut donc absolument s’assurer de ne pas se trouver face à des problèmes en interne, au sein de l’équipe municipale. S’il s’agit de l’opposition municipale, éventuellement, c’est différent, mais s’il s’agit de l’équipe majoritaire, cela devient très gênant.

Les services doivent parler d’une seule voix sans, pour autant, qu’il s’agisse de censure ou de langue de bois. Il faut donc avoir des personnes “ressources” ou des personnes “référentes” un peu partout et que le propos soit vraiment collectif.

Tout cela ne demande pas d’argent. On pourrait nous opposer que c’est une question de budget, que cela va coûter cher, qu’il faut recruter du personnel, etc. Pas du tout. Il suffit d’assurer de bonnes formations, au bon moment, aux bonnes personnes, et la boucle est bouclée. En fait, les équipes qui sont plutôt jeunes connaissent déjà le développement durable et ont envie d’être entendues. Il faut simplement un déclencheur, le catalyseur, et c’est parti ! En général, elles deviennent très porteuses de la démarche.



J'ai identifié trois types de public citoyen :

– Le public constructif ; celui qui répond présent, quelle que soit la demande de la collectivité. Il s'agit des conseils de quartier, des comités consultatifs, des associations, etc. Ils sont toujours présents, riches d'idées, enrichissants, très au fait d'ailleurs de la problématique du développement durable. Ce sont quasiment nos partenaires d'office. Malheureusement, ce sont un peu toujours les mêmes, ce qui peut stériliser la participation d'autres personnes qui se lassent d'être avec les mêmes institutionnels de la mairie. Or, nous ne les avons pas forcément voulus mais ils s'imposent. Ils ont leur place dans la démarche de concertation, tout simplement parce qu'ils ont toujours répondu à l'appel.

– Tous ceux qui s'en moquent complètement ; c'est un public nombreux ! (*Rires.*) Vous me direz que c'est génial et que, s'ils s'en moquent, nous pouvons faire "notre cuisine dans notre coin", au lieu de parler de citoyenneté, de gouvernance et de concertation. Ces gens nous disent : "*Nous vous avons élu, c'est votre problème. C'est dans votre programme municipal, vous le mettez en chantier et si cela ne nous plaît pas, la prochaine fois, nous vous virerons.*" J'entendais tout à l'heure que, dans le Luberon, un élu et un technicien étaient allés rencontrer les gens dans les foyers. Il n'est pas possible de le faire avec 70 000 foyers et 136 000 habitants. L'idée même m'épouvante, je vous le dis tout de suite ! La plupart du temps, on me dirait : "*Pourquoi venez-vous nous embêter chez nous ! Nous étions bien, devant la télé...*" (*Rires.*)

– Les "rôleurs actifs", groupe encore plus incroyable. C'est le Français râleur ! Nous en sommes tous ici, j'en suis convaincue même si, de temps en temps, nous savons être positifs ! Ceux-ci ne veulent surtout pas qu'on leur donne l'occasion de transformer leur potentiel de rôleurs en éléments constructifs. On se dit qu'il existe une incroyable richesse qu'on n'arrive pas à capter. Peut-être Limoges a-t-elle une responsabilité historique ? Cette ville est de gauche, avec des mandats affreusement longs. Peut-être a-t-on complètement stérilisé l'envie des gens de s'impliquer ?

En revanche, ceux-ci ont une capacité de nuisance redoutable. Il faut donc savoir anticiper là où cela va faire mal.

Ce petit préalable tendait à vous monter la complexité de la démarche. Cela dit, c'est passionnant et, avec la mise en place du tri sélectif à Limoges en 1995, ce sera la deuxième aventure la plus géniale de ma "micro-carrière" politique.

A N N E - M A R I E S A C Q U E T : Merci beaucoup, Aline, de ce panorama. Je voudrais revenir sur votre première remarque : communiquer sur le développement durable, c'est d'abord être vertueux soi-même. Mais que signifie pour vous "être vertueux" en matière de communication ?

A L I N E B I A R D E A U D : Ce sont des choses très simples. Être vertueux, c'est ce que vous avez fait vous-mêmes. Dans nos réunions à Limoges, nous ne proposons plus de bouteilles en plastique mais des carafes. Nous vantions la qualité de notre eau, la première des choses était donc de la consommer lors de nos réunions plénières. Peut-être les petits gadgets dans cette pochette ne sont-ils pas tout à fait vertueux... Lorsque nous organisons des pots, cela consiste à proposer des jus de fruits ou du café issus du commerce équitable.

Il s'agit également de faire attention à l'accessibilité des personnes à mobilité réduite en se donnant les moyens de faire respecter leur passage pour que les voitu-

res ne les gênent pas. Cela se retrouve à tous les niveaux. C'est très facile à illustrer par ce genre de petits exemples.

En tant qu'élue, je préfère qu'on me voie dans les transports en commun plutôt qu'en voiture pour faire les 500 mètres qui séparent mon domicile de la mairie et me garer sur le trottoir devant le parvis... Ce que je n'ai jamais fait ! (*Rires.*)

GUY HASCOËT : On m'a demandé d'intervenir dans cet atelier, ce qui n'était pas initialement mon choix qui se portait sur autre chose, mais je le fais avec plaisir.



GUY HASCOËT

DIRECTEUR FONDATEUR DE
L'ACADÉMIE DU DÉVELOPPEMENT
DURABLE ET HUMAIN

La démarche participative que suggère le développement durable est porteuse de la régénérescence de l'action politique. Lorsqu'on regarde le décrochage entre l'opinion et ses représentants et la crise de confiance qui s'agrandit – devenant même inquiétante – il s'agit de savoir en quoi les méthodes employées et la démarche proposée sont de nature à réconcilier le plus possible de nos concitoyens avec l'idée d'une production collective.

Pour les gens de métier, il s'agit de savoir comment arriver à trouver des vecteurs d'intérêt, de mobilisation pour élargir le cercle entre les rôleurs et les "super actifs" qui sont obligés d'accepter autre chose. Plus la participation s'élargit, plus le consensus qui se dégage n'est pas forcément celui des professionnels. Ce qui pose un autre problème politique. Mais, pour l'élue et les sphères techniques qui sont cachées derrière, c'est l'obligation d'une authenticité dans la démarche et la prise en compte des résultats qu'elle a dégagés.

Nous sommes sans doute, c'est ainsi que je le sens, à un stade où il faut passer d'un "infantilisme" dans la gestion locale à une recherche de maturité, ce qui complique parfois les choix. Faire telle chose dans les dix ans suppose d'avoir tels moyens ; il est possible de le faire sur quinze ou cinq ans, mais là ce sera beaucoup plus cher...

Or, des sphères techniques veulent conserver ce qu'elles font. Elles ont peur que leurs élus se mettent à avoir du temps, trop contentes d'être déléguées à la gestion réelle du pouvoir au quotidien. Cela vient interpellier des univers techniques qui sont "au chaud", avec la certitude, à tort ou à raison, d'être l'incarnation du pouvoir et de pouvoir imposer leurs choix par-dessus la légitimité politique.

Cela doit interpellier les politiques dans le sens où ils doivent s'impliquer. Je ne vous ferai pas de discours sur ce que cela signifie dans le statut d'élue, avec le cumul des mandats et bien d'autres choses. Il est évident que les élus doivent avoir du temps, sinon ils sont submergés par le processus qu'ils engagent ou par le conservatisme d'experts techniques à l'affût de tout pour empêcher tout progrès. On entend n'importe quoi de la part de gens qui ne veulent pas comprendre et qui ont surtout une équation économique en tête.

Il faut donc déjouer tout cela et la communication dans cette affaire doit inviter les commanditaires... C'est-à-dire qu'une contradiction existe à

vouloir sincèrement engager un processus et croire qu'on peut le retenir ou le maîtriser, voire ne pas aller au bout ou ne pas vouloir en assumer les conséquences. Cela ne tient pas.

Il ne s'agit pas de la schizophrénie des communicants ni du développement durable ! C'est celle de ceux qui, sentant ce qui s'inscrit dans l'air du temps, veulent affi-

“ Plus la participation s'élargit, plus le consensus qui se dégage n'est pas forcément celui des professionnels ”

cher qu'ils en font, tout en n'assumant pas les changements dans leurs pratiques et leurs orientations. C'est là que se trouve le "nœud" pour moi.

Et puis nous avons le citoyen râleur, consommateur exigeant, assez aisé dans la déresponsabilisation... C'est aussi l'élu local qui dit : "C'est le gouvernement"; c'est le gouvernement qui dit : "C'est la Commission européenne" et c'est l'Europe qui dit : "C'est le monde." J'imagine que si, un jour, nous devions avoir des dirigeants mondiaux, ils diraient : "C'est Mars" ou "C'est la galaxie", chacun renvoyant la responsabilité sur un autre indéfini.

“ L'enjeu, pour la jeunesse, est de voir en quoi le développement durable construit des libertés pour l'avenir ”

À mon avis, il faut faire tout le contraire, c'est-à-dire ramener tout à un langage de responsabilité. L'enjeu, pour la jeunesse, est de voir en quoi le développement durable construit des libertés pour l'avenir ou enferme les gens dans des contraintes néfastes. Cela signifie qu'il faut construire un vrai consensus au sein de la population, les acteurs économiques dans chaque grande branche de professions, parmi les responsables publics dans chaque sphère technique ou chaque sphère élue.

Le but du processus continu est bien de produire des réponses et du consensus, et c'est fort de celui-ci que nous pourrions engager des mutations. Ce que je dis est vrai au niveau local, régional ou national. La problématique est exactement la même, sauf que la capacité de nuisance de certaines sphères augmente à mesure que le niveau s'élève. (Rires.)

ANNE-MARIE SACQUET : Merci. Paul est un communicant de l'Agenda 21. Comment construit-on une communication pour produire du consensus, voire engager des mutations ?

PAUL VERMEYLEN : À vrai dire, la question est celle-ci : "L'herbe est-elle plus verte ailleurs?" (Rires.) Je suis un Bruxellois européen; je ne suis ni un Français, ni un Belge, je ne me considère pas comme tel. J'ai l'occasion de travailler sur une dizaine d'Agendas 21 dans différentes villes européennes et d'en avoir analysé une bonne cinquantaine dans d'autres villes. Je voudrais simplement souligner quelques points, sans prétendre que l'herbe est plus verte ailleurs...



PAUL VERMEYLEN

RAMBOLL MANAGEMENT

Je travaille au sein d'un cabinet conseil d'origine danoise, où travaillent trois cents collègues dans des pays scandinaves et en Allemagne. Nous sommes donc à Bruxelles les "têtes de pont latines" si je puis dire, et cela nous donne une bonne visibilité de ce qui se fait dans le nord et l'est européen.

Je prendrai rapidement cinq caractéristiques présentes dans nombre de ces agendas.

Qu'est-ce que le cœur d'un dispositif Agenda 21 à Copenhague ou Göteborg, des villes scandinaves? Premier aspect, beaucoup d'agendas recourent à l'appel public à projets, qui vise à libérer les initiatives, les énergies, et qui sera dès lors basé sur ce qu'il est possible de construire à partir des adhésions individuelles ou partenariales. Deuxième aspect, je suis très frappé de voir le règlement de la construction de Copenhague. C'est un document en trois parties: une partie obligatoire, une partie impérative qui s'applique aux pouvoirs publics eux-mêmes à tout le moins, et une partie exploratoire, d'in-

“ À Bruxelles, nous avons à peu près 1 200 enquêtes publiques par an sur des projets d'aménagement ”

citation à l'innovation dans le HQE. Ce document est diffusé dans tous les cabinets d'architecture, auprès de tous les intervenants et de tous ceux qui veulent construire.

je suis très frappé de constater que la plupart d'entre eux “piochent” dans les mesures qui sont suggérées, pour aller au delà de ce qui est obligatoire. C'est un document avec trois niveaux de possibilités, l'adhésion à l'idéal étant proposé comme application concrète, sans utopie.

Troisième aspect, le volume des débats publics. Ce que je remarque dans le débat public à Anvers, à Bruxelles ou dans des villes des Pays-Bas, c'est la multiplicité des enquêtes publiques. À Bruxelles, nous avons à peu près 1 200 enquêtes publiques par an sur des projets d'aménagement, des permis de construire, des réaménagements de ronds-points, que sais-je encore, d'où une capacité d'intervention quotidienne du citoyen.

Quatrième aspect, c'est le budget participatif. Je prends l'exemple de Munster ou Fribourg : on y base son Agenda 21 sur l'appel à projets, dans le cadre du budget participatif. L'essentiel, 80 % peut-on dire, de l'Agenda de Munster est basé sur ce type d'approche, avec des thèmes un peu comme le fait Lille aujourd'hui tels que l'alimentation, l'eau, etc., et avec des plans d'action sur une période d'un an, voire deux ans.

Newcastle, Liverpool pratiquent ce même type d'approche, beaucoup plus basée sur le partenariat public-privé, incitant les acteurs économiques à déposer des projets qu'ils contribueront à financer. Le meilleur l'emporte.

Cinquième aspect. Göteborg, Gratz et d'autres villes poussent très loin l'éco-consommation et prennent le levier de leurs achats pour indiquer dans leurs cahiers des charges, les contraintes fortes, qui soutiennent de fait le développement d'un secteur économique d'avant-garde sur les critères de durabilité.

Autrement dit, la communication dans ces exemples, c'est le contenu, c'est faire dire plutôt que dire. Une chose me frappe souvent lorsque je suis en France, c'est la dimension de la compétition de la parole et la difficulté de l'écoute. Il est normal que le débat soit toujours une compétition ; c'est celui qui parle le mieux, qui “tient le cruchoir” un peu plus longtemps qu'un autre. Mais dans les débats auxquels je participe dans des pays nordiques et en Allemagne, le temps de parole de chacun est d'une minute, c'est la règle. L'intervention ne peut pas comporter plus de deux phrases. Vous voyez que nous en sommes souvent éloignés ! Cela amène une espèce de démocratie de la parole, que j'observe plus rarement en France et dans le monde latin en général.

Est-ce bien ? Est-ce adapté aux cultures ? Je ne porte pas de jugement, c'est simplement ce que j'observe. Je remarque que l'axe principal des pratiques que je décris consiste à libérer les énergies... pour le XXI^e siècle. J'ai été frappé par le

message des jeunes et l'intervention de Pierre Radanne sur la capacité de s'approprier une dimension, un axe de développement au même titre que nos parents l'ont probablement fait dans la sphère de l'économie et du social aux XIX^e et XX^e siècles. Or, aujourd'hui, nous sommes occupés à basculer vers la prise en compte d'une troisième dimension, qui est celle des ressources, pour libérer les énergies pour le XXI^e siècle.

“ En Allemagne, le temps de parole de chacun est d'une minute, c'est la règle ”

Je ne voudrais néanmoins pas m'associer à ceux qui condamnent le modèle français. Car en Europe les cultures et les modèles s'entrechoquent. Dans les politiques européennes, au sein de la DG Environnement ou de la DG Recherche, les chocs sont fréquents. On remarque cependant la place de plus en plus grande de l'approche anglo-saxonne pour faire très bref, scandinave si on veut entrer un peu plus dans le détail, qui prennent en compte les dimensions individuelles et collectives de bien-être et de santé principalement pour l'individu, et de durabilité et de création d'emplois pour ce qui concerne l'économie.

Je voudrais terminer en répétant donc que l'herbe n'est pas plus verte ailleurs. Les Pays-Bas, cités souvent en exemple dans le domaine du développement durable, n'ont jamais autant construit d'autoroutes que ces cinq dernières années. Ce n'est pas forcément mieux. L'Angleterre n'est pas connue pour son égalitarisme social, c'est un pays qui connaît des crises sociales avec une société à deux vitesses, dont nous connaissons tous l'ampleur.

Voici quelques considérations à ajouter au débat sur la communication : la qualité de l'écoute, la flexibilité, la dynamisation des énergies. Elles me semblent importantes comme vecteurs de la communication sur les questions du développement durable.

A L I N E B I A R D E A U D : Tout à l'heure je crains de n'avoir pas répondu à la question : *“Comment communiquer pour impliquer les citoyens ?”*

Il existe tout de même des recettes simples. Je pense notamment aux forums de discussions. Nous en avons mis en place sur le site Internet de la Ville. Sur quarante-neuf sujets abordés, nous avons moins d'une centaine d'intervenants, c'est un désintérêt total malgré de multiples piqures de rappel. Peut-être les Français n'ont-ils pas l'habitude du *chat*? Pourtant, j'avais l'impression que cela marchait bien. On peut rester anonyme et mettre n'importe quel nom.

Par ailleurs, de quoi est-il question constamment? Du solaire, du solaire, du vélo, du vélo, de l'urbanisme et de deux ou trois bricoles... Cela tourne un peu en rond. Malgré les piqures de rappel et les réponses du Comité de pilotage, nous n'arrivons pas à avoir une accroche alors que nous pensions toucher les jeunes avec ce forum de discussion.

A Limoges, nous sommes aujourd'hui partis sur deux programmes qui trouvent leur source dans l'Agenda 21 :

- La demande sur les déchets étant très forte, le premier concerne tout ce qui est réduction à la source des déchets. Une quarantaine de “familles pilotes” volontaires vont s'intéresser à la manière dont elles consomment. C'est ce qui a été fait à Rennes et que nous avons pris comme référence. Il n'y a pas de raison de réinventer quelque chose qui a bien fonctionné ; nous nous sommes donc appuyés sur leur méthodologie.

- Le deuxième concerne le guide éco-citoyen qui est distribué dans toutes boîtes aux lettres, avec un Comité de pilotage très ouvert, notamment aux associations et aux associations d'étudiants.

A N N E - M A R I E S A C Q U E T : Ce que vous avez dit sur les impacts environnementaux de la communication est également à prendre en compte.

Je voulais vous montrer quelque chose qui relève totalement de la communication et de l'Agenda 21. Il s'agit des huit défis de l'Agenda 21 de l'Hérault. L'Agenda 21 propose un projet politique. Ces huit défis ne sont pas anodins : ne laisser personne au bord du chemin, un toit pour chacun, donner toute leur place aux jeunes... C'est à l'occasion du lancement de la concertation sur l'Agenda 21 qu'ont été conçus ces huit défis qui constituent en quelque sorte l'armature de la communication du Département.

UNE INTERVENANTE : À Limoges, avez-vous eu une communication spécifique pour accompagner toute la partie antérieure à l'Agenda 21 et donc la sensibilisation des parties prenantes de l'interne et de l'externe ? Et si oui, quel type de communication était-ce ?

ALINE BIARDEAUD : Nous avons eu une démarche très semblable à celle que les collectivités ont utilisée pour mettre en place le tri sélectif. Nous avons fait des communications à travers un forum de lancement, puis des forums intermédiaires avec des grands ateliers qui ont décidé des thématiques sur lesquelles nous allions travailler de manière plus approfondie. Si cela intéresse plus particulièrement des gens qui participent à l'atelier, je peux vous envoyer une sélection de tous ces documents. Nous l'avons fait en interne sans nous faire épauler par un bureau de communication. Nous avons envie de mettre du contenu plus que de l'image, même si nous avons joué les deux.

“ Nous avons prévu une évaluation annuelle et nous pensons avoir tous les deux ou trois ans une nouvelle édition de l'Agenda 21 ”

Un Agenda 21 est forcément évolutif. Je n'ai porté que la première version. D'autres Agendas 21 viendront ensuite compléter et modifier assez substantiellement le premier.

Nous avons prévu une évaluation annuelle et nous pensons avoir tous les deux ou trois ans une nouvelle édition de l'Agenda 21. De toute façon, il est en ligne sur le site de la ville de Limoges, dans la rubrique "Actualités". Je pense que nous l'avons également en cédérom. Il est assez lourd à télécharger.

Nous avons fait du "très classique" à ce niveau-là. Nous avons eu énormément de monde à nos réunions.

UNE INTERVENANTE : Ces outils de communication ont-ils permis de mieux fédérer les élus aux problèmes que vous évoquiez et de les aider à défendre le projet ? Cela a-t-il été très utile pour arriver à ce résultat ?

ALINE BIARDEAUD : Environ 50 % des élus ne sont venus à aucune réunion, ni au forum de lancement... Pourtant, ils viennent lorsque le maire est présent, pour se montrer... C'est vrai que c'est assez préoccupant.

En revanche, à la réunion de présentation de l'Agenda 21, l'opposition est venue quasiment au complet, pour faire ensuite un communiqué de presse disant que c'était de "la merde"... Je le dis crûment, excusez-moi, mais ce sont également des termes qu'ils ont employés dans les médias. Ils l'ont démolie, mais ce genre de stratégie ne leur a jamais servi puisque nous sommes toujours là... *(Rires.)*

Souvent ailleurs, l'opposition dans les collectivités "pousse aux fesses" ; cela se joue à 2 ou 3 % et cela rend finalement les équipes en place meilleures. Vous verrez, nous ne sommes pas mauvais. *(Rires.)*



J'ai su que cela se passerait bien le jour où le maire l'a mis dans le programme de mandature et qu'il m'a donné carte blanche même si je lui rends des comptes tout le temps. Dès qu'il s'est impliqué, j'ai su que notre Agenda 21 marcherait parce que le Maire en avait compris l'intérêt et les enjeux.

UNE INTERVENANTE : Je souhaiterais rebondir sur la remarque que vous avez faite dans la première présentation en parlant des râleurs et de ceux qui sont toujours là... Nous sommes ici un parterre de gens qui connaissent le concept d'Agenda 21 et de développement durable. Ce qui m'intéresserait, ce serait de voir comment nous pourrions démocratiser ce concept et le mettre à la portée du citoyen lambda pour qu'il puisse en comprendre les enjeux et s'impliquer. C'est l'implication des citoyens, la démarche participative. Il faut que le citoyen s'engage pour arriver à une démarche globale et efficace. Comment peut-on démocratiser ce concept ?

UNE INTERVENANTE : Aussi bien à l'échelle locale qu'à l'échelle nationale.

UNE INTERVENANTE : Je voulais savoir si des expériences cibles différentes avaient été menées suivant les tranches de population, avec, par exemple, des communications à destination des jeunes ou des personnes âgées, dans un langage qui leur correspond mieux, pour les impliquer.

MURIELE LABROUSSE : Y a-t-il eu sensibilisation, formation des services ? Et si oui, cela a-t-il amené leur réorganisation ?

D'après moi, si les politiques veulent un Agenda 21, alors que les services ne sont pas sensibilisés et qu'ils n'adhèrent pas, cela crée des difficultés et des blocages.

UN INTERVENANT : Il faut former les services, mais également les élus. Si les élus eux-mêmes ne sont pas sensibilisés...

UNE INTERVENANTE : Elle a dit que cela avait été fait. La question que je posais concernait les élus et les services, mais visiblement, une formation a été donnée aux élus.

ALINE BIARDEAUD : Les élus ont été formés, les services vont l'être dans les mois qui viennent. Nous sommes en train de faire l'inventaire de toutes les personnes qui seront "ressources" ou "référentes" à tous les niveaux de la hiérarchie. Au début, des responsables ne voulaient absolument pas être dépossédés de leur rôle de directeur de service. Nous les voyions arriver aux ateliers, "faisant la tête" parce qu'ils avaient dû abandonner une réunion de chantier ou autres. Nous avons eu ce problème.

Nous mettrons en place la formation de manière très organisée, très structurée. Vous verrez que l'Agenda 21 comporte un volet approprié. Par exemple, nous sommes partis sur la mise en place d'un bureau du temps (?) pour le personnel municipal, et c'est une révolution. Vous verrez un petit document qui liste les actions déjà engagées. Il nous a fallu deux ans pour rédiger l'Agenda 21 ; certaines actions ont déjà commencé. Il ne faut pas mentir et faire croire que nous sommes magiciens.

G U Y H A S C O E T : L'essentiel est de permettre aux gens de s'approprier les enjeux de manière de plus en plus large dans les services. Certains, quels que soient les éléments d'information qu'on leur produit, ont toujours considéré que ce qu'on faisait avant était mieux. En France, c'est une attitude classique qu'on appelle le conservatisme. Elle est très prégnante. La stratégie de formation par le biais de la sensibilisation, ateliers actions, coproduction des contenus dans chaque service, est un bon outil d'appropriation. Cela permet aux gens de se sentir plus à l'aise dans la mise en œuvre.

Bien sûr, cela ne lève pas tous les obstacles. Vous trouverez toujours des gens pour dire que quelque chose est plus cher alors qu'il s'agit en fait d'économies. Mais, pour le voir, il faut faire un calcul global et cela ne leur a jamais traversé l'esprit. Nous sommes confrontés à cette difficulté : ce sont des résistances liées à des habitudes de sphères techniques de toutes sortes.

Il faut nourrir, instruire et donner les outils, c'est un élément très important.

U N E I N T E R V E N A N T E : Pour l'HQE, c'est un problème que nous rencontrons à la Région Île-de-France.

G U Y H A S C O E T : Si on prend cette maison, puisque j'ai eu le bonheur de passer... (*inaudible, bruit dans la salle*)...personnes en salle l'année dernière, cela débouche sur une réorganisation des services. La conséquence de l'Agenda 21 et de la formation a été une refonte de l'organigramme.

A N N E - M A R I E S A C Q U E T : On n'a toujours pas répondu à Géraldine sur "faire adhérer les citoyens à l'Agenda 21", ni à Isabelle sur les différentes cibles.

U N I N T E R V E N A N T : Justement, je souhaitais répondre à Géraldine qui posait la question de la participation, de la capacité des citoyens à répondre et à intervenir dans le débat.

En fait, on peut parler d'un problème culturel général face à quelque chose de nouveau. Plusieurs générations sont concernées

par cette histoire. En matière de formation, de sensibilisation, d'information, le travail à faire est magistral. Nous ne verrons de participation importante dans les démarches d'Agendas 21 des villes que si les gens sont suffisamment conscients des enjeux pour eux et leur entourage. Cela passe par une sensibilisation et une culture vraiment approfondie, qui n'existe pas aujourd'hui.

De la même façon, tout à l'heure, nous évoquions la création d'un site par une ville, sur lequel un forum avait été ouvert. Il ne peut y avoir de forums et de débats que si la sensibilisation et l'implication des individus sont satisfaisantes. C'est une question de communication, de qualité des débats, d'injections d'informations ou d'interpellations des individus.

“ Nous ne verrons de participation importante dans les démarches d'Agendas 21 des villes que si les gens sont suffisamment conscients ”

UNE INTERVENANTE : Cela part du constat que l'Agenda 21 est inconnu du grand public. Il existe un décalage entre vous et le citoyen de la rue. C'est là qu'un effort doit être fait.

L'INTERVENANT PRÉCÉDENT : C'est peut-être les mots... Les mots sont produits par les professionnels...

UN INTERVENANT : ...On invite les gens à un processus participatif qui débouche sur un certain nombre d'orientations et, par la suite, sur un Agenda 21. Ceux qui comprennent ce que c'est, en s'y associant et sont clairs à la sortie. On ne part pas en disant : "*Venez aux réunions Agenda 21*". Personne ne comprend !

UN INTERVENANT : Nous le sentons très nettement, le problème soulevé est celui de l'élu. Si le maire n'a pas une volonté assez forte de dire : "*Je m'implique et je vais faire pour la ville une démarche d'Agenda 21*", rien ne se fait.

Tous les intervenants le disent : très peu d'élus se sentent concernés. Nous parlions d'Agenda 21 s'agissant du conseil de développement pour les communautés d'agglomération...

UNE INTERVENANTE : Excusez-moi, nous ne parlons pas de conviction des élus, mais de communication... Il faut répondre à la question d'Isabelle qui attend toujours...

L'INTERVENANT : Cela veut dire que la communication, selon moi, doit être auparavant interne. Il faut un travail énorme pour mobiliser, dans un premier temps, les gens qui sont en responsabilité de la cité. S'ils ne sont pas informés en premier, le reste suivra de façon chaotique. Donc, formation interne, me semble-t-il, avant tout !

UNE INTERVENANTE : Je voudrais poser une question un peu hors sujet puisque le sujet est "*communiquer pour impliquer les citoyens*". Comment allez-vous communiquer auprès des acteurs économiques qui peuvent être également enrôlés ? En effet, les citoyens travaillent au sein d'entreprises ou de collectivités locales...

ALINE BIARDEAUD : En fait, nous avons un "tapis rouge". Nous travaillions depuis un an et demi sur des chartes de management environnemental avec les deux parcs d'activité de la ville de Limoges. Ils avaient donc déjà totalement intégré la démarche. Les deux associations d'industriels des deux zones d'activité... Quant à la technopole de Limoges, elle est déjà "technopole du développement durable" ; elle est déjà inscrite dans une logique. Notre école d'ingénieurs est spécialisée dans les questions de déchets, de l'eau, etc. Nous avons là une facilité incroyable. D'ailleurs, ils nous ont considérablement aidés.

Le fait d'avoir le monde économique avec nous dans cette démarche a permis de débloquer beaucoup de difficultés. C'était un concours de circonstances favorable.

RONAN DANTEC : Il y a peut-être une piste entre la question très concrète de l'implication des citoyens et ce que disait Pierre Radanne, à savoir : "*Que voulons-nous faire de nos vies dans le siècle qui vient ?*" En mai 2004, à Barcelone, une petite centaine de villes se sont réunies autour de l'Agenda 21 culture et, là, je rejoins ce que vous disiez à propos des questions culturelles : changements d'habitudes, donc changements culturels. N'y a-t-il pas une démarche complémentaire importante à mettre en place autour de ce texte qui est très fort, à discuter, impliquant concrètement nos habitudes dans la collectivité quelle qu'elle soit ? Est-ce une démarche qui est dans l'air ou pas ? Cela peut-il être une piste ?

ANNE-MARIE SACQUET : Vous avez raison, c'est vraiment un texte qu'il faut faire connaître... et qui, finalement, met en scène à la fois la nécessité de changement de posture du monde politique et la responsabilité du citoyen dans des changements de...

UN INTERVENANT : On le trouve sur *agenda21cultura.net*, je crois.

ANNE-MARIE SACQUET : Paul souhaitait ajouter quelque chose.

PAUL VERMEYLEN : Pour répondre à Isabelle, une campagne de communication à Copenhague, ce n'est pas cela, ce ne sont pas des messages conceptuels. C'est : *"Oui, gagner la bataille de l'eau... Quelles sont les mesures que vous pouvez suivre pour gagner dans votre portefeuille, ou créer des emplois, ou améliorer la proximité de votre environnement."*

La dimension culturelle, bien sûr, est importante, mais il y a une manière de communiquer qui doit être à mon sens beaucoup plus opérationnelle et qui renvoie au type de messages que vous avez fait passer tout à l'heure en disant : *"Nous sommes impatients de voir des choses concrètes."* Il faut donner les moyens aux jeunes d'être concrets, de créer leurs jobs dans ce domaine-là, de changer leur comportement, leur santé, tout ce qui les touche très directement.

ÉMILIE VARRAUD : Je voulais revenir sur ce qu'a dit Mme Biardeud au sujet de la difficulté qu'ont les élus à aller voir chaque habitant. C'est sans doute très difficile, mais c'est bien un devoir pour eux que d'aller communiquer. Si les gens peuvent être réticents dans un premier temps à ce qu'on vienne les voir chez eux, peut-être verront-ils également l'intérêt que leur porte leur territoire et réagiront-ils forcément à un moment donné. J'en suis persuadée.

J'ai été ambassadeur du tri. Vous allez chez des gens. Certes, vous pouvez prendre un "coup de pierre" parce que vous venez leur expliquer qu'ils vont payer deux fois plus cher, et leur dire des choses qui touchent leur porte-monnaie, mais, finalement, au bout d'une demi-heure d'explication... Cela ne marche pas à chaque fois, soit, mais quand on arrive à en convaincre dix, ce sont dix personnes qui vont ensuite faire le travail autour d'eux. C'est très long, cela s'inscrit dans le temps, mais ce doivent être des actions régulières.

UNE INTERVENANTE : Il me semble que pour démocratiser un concept complexe, on peut renvoyer à ce qui touche les personnes, à ce qui les sensibilise. Pour certains, ce seront les arbres, pour d'autres le sport, l'environnement ou encore la santé. Un des tissus intéressants est le tissu associatif. Je n'en ai pas beaucoup entendu parler jusqu'à présent. Il peut y avoir beaucoup plus de partenariat, de collaboration dans les deux sens entre la collectivité et le milieu associatif pour toucher au plus près les personnes concernées par tel ou tel angle d'entrée.

Je ne sais pas si les responsables associatifs, les relais sont invités dans les réunions de rédaction... d'Agendas 21. Il me semble que le milieu associatif est très présent, qu'il soit bénévole ou professionnel, et que c'est vraiment une ramification même s'ils ne fonctionnent pas toujours en réseau important.

“ Pour démocratiser un concept complexe, on peut renvoyer à ce qui touche les personnes ”

UNE INTERVENANTE : Quand ce milieu associatif joue ensuite le rôle de relais et remonte les attentes.

SYLVIE BREMOND : Un élément me paraît très important, cité dans l'intervention de Pierre Radanne : il faut "positiver" la communication.

J'ai bientôt quarante-cinq ans, j'ai vécu dans un siècle qui avait des valeurs, des envies. Nous avons vu parfois les drames du dogmatisme et des convictions. J'ai des enfants et je me rends compte qu'il faut "positiver" la communication.

Je suis d'accord avec vous. Dans certaines cultures, il faut être plus rationnel. Dans des cultures comme les nôtres, il faut davantage laisser la place à l'échange, à l'humain parce que nous avons des modes de fonctionnement différents. Ce qui marche avec les jeunes, c'est l'envie, le plaisir, le fait de leur donner des envies.

Vous parlez du tissu associatif. Mes enfants sont aujourd'hui des ados. Les ados réagissent à des choses de "riposte", un peu "choc" ; ils ont des idoles qui ne sont pas les nôtres. Il faut se servir de cela. Il faut leur donner envie de suivre même si, à quarante-cinq ans, on considère qu'il faut qu'ils en passent par-là et que ce n'est pas toujours amusant. Ce sont des moteurs, des locomotives. Il faut jouer sur l'envie, le positif.

J'ai appliqué l'ADEME cet été : "*Les petits trajets, je les fais à pied!*" (Rires.) Lorsqu'on leur demande d'appliquer cela et de mettre vingt minutes pour aller à la plage quand cinq suffisent en voiture, on leur demande quelque part de régresser par rapport à des acquis.

“ Nous avons vu parfois les drames du dogmatisme et des convictions ”

Je dis qu'il faut "positiver" et se servir de ce qui fait avancer les gens, sans tomber dans la démagogie, la vulgarité et autres... Il faut se servir des locomotives et donner envie.

PIERRE SALCIO : Pour rebondir sur la dimension culturelle, dans le cadre de la communication sur les Agendas 21, êtes-vous allés à la rencontre des citoyens sur le terrain de leurs motivations et de leurs envies, des sphères sportives, culturelles ? Beaucoup vont au théâtre, au cinéma... Nous faisons tous des tas de choses, du sport sur des terrains de foot, dans des associations sportives... J'ai été surpris de voir qu'on ne parlait quasiment jamais de développement durable dans une association sportive, sur un terrain de foot, dans un club de tennis, etc. C'est là où sont les gens !

L'INTERVENANTE : Et où ils peuvent accrocher derrière...

UN INTERVENANT : Et c'est pourquoi, lorsque vous avez une locomotive comme Zidane, cela marche très bien.



PIERRE SALCIO : On peut aussi le faire sur le terrain.

UNE INTERVENANTE : Sur la manière de communiquer, tout à l'heure, les jeunes nous ont dit : *“Choquez-nous ; ce que nous voulons, ce sont des images “choc”*” J'entends maintenant quelqu'un dire : *“Soyons positifs.”* En tant qu'agence, ce que je sais, c'est qu'on ne sait pas. Sur ces sujets, l'important est d'être présent en permanence. Je travaille sur des sujets comme la prévention routière ; ...les messages “choc”. Nous sentons que nous atteignons la limite. Cela ne marche plus. Nous sommes très inquiets sur ces sujets-là.

“ Le propre de la communication est que les messages s'annulent et qu'il faut en permanence renouveler le désir”

L'intérêt n'est plus là parce que, justement, le propre de la communication est que les messages s'annulent et qu'il faut en permanence renouveler le désir. C'est vraiment une affaire de désir, comme vous l'avez dit. L'objectif est vraiment de jouer à deux niveaux : individuel et collectif, *“Je veux bien faire un effort si l'autre en fait un”*, mais également *“Comment la “com” va-t-elle réussir à me toucher moi, en tant qu'individu ?* parce que c'est d'abord un projet personnel : *“Si je ne suis pas intimement convaincu que cela doit changer et si je n'ai pas envie que cela change, cela ne peut pas fonctionner.”*

Il faut être ouvert, il n'y a pas de recettes. Pour finir, j'en viens à une vraie question qui n'est pas prise en compte, celle de l'évaluation. On fait des choses et on ne sait pas ce qui se passe derrière. Les instituts d'études aujourd'hui sont un peu en panne. Ce sont vraiment des acteurs à inviter à nos journées. Nous avons aujourd'hui des modèles d'évaluation qui ne mesurent pas les comportements.

ANNE-MARIE SACQUET : Merci beaucoup, il y aurait évidemment encore beaucoup à dire. Si vous souhaitez ajouter des propositions, des constats sur cet atelier, je suis là jusqu'à demain. Nous pourrions en parler dans les temps de pause – bien qu'ils se raccourcissent terriblement ou ce soir.

Je voudrais maintenant que nous consacrons vingt minutes au projet de manifeste puisque nous nous y sommes engagés pour l'ensemble des ateliers.

Voilà ce que je vous propose. Tout le monde est à même de balayer le texte. Tout le monde l'a-t-il ? Il est en page 3 du dossier. Je vous propose donc de consacrer deux minutes à parcourir le texte.

UNE INTERVENANTE : Pourriez-vous nous rappeler l'objectif ?

ANNE-MARIE SACQUET : Je vous rappelle l'objet de ce manifeste. Nous l'avons évoqué en ouverture, je pense. Nous avons l'an dernier, déjà lancé un projet d'appel. Il s'agit cette année de le concrétiser. Ce texte de manifeste a essentiellement pour objet que nous portions ensemble quelques constats et quelques engagements sur la communication pour le développement durable.

Ce texte, une fois amendé par les participants, doit pouvoir être diffusé par l'ensemble des réseaux membres du groupe de pilotage, mais également participants à l'Université.

Sur la base de ce manifeste qui compte neuf points d'engagement, le groupe de pilotage de l'Université travaillera sur un outil de suivi et d'évaluation. Nous venons de passer deux années à échanger nos points de vue, nos attentes, parfois nos fantasmes sur la communication et sa contribution au développement durable. Il s'agit à partir de cette année de fixer quelques points d'ancrage essentiels.

Avez-vous des remarques ?

- A L I N E B I A R D E A U D** : J'en ai deux. Je ne mettrai pas "*pouvoirs locaux*", mais "*collectivités locales et territoriales*". "*Les pouvoirs locaux*"... Cela n'a-t-il pas un côté un peu "ringard"? Mais cela a dû être réfléchi, je suis sûre que vous en avez parlé des heures...
- A N N E - M A R I E S A C Q U E T** : Disons que c'est l'expression généralement donnée au niveau international, mais nous pouvons remplacer par "*collectivités locales*".
- U N I N T E R V E N A N T** : "*Pouvoirs locaux*", cela ramène à "Pouvoirs" avec un grand "P" !
(Rires.)
- U N E I N T E R V E N A N T E** : Je proposais que nous enlevions simplement "alibi" qui est un jugement moral. Certes, cela fait plaisir de les appeler ainsi, mais si on dit qu'"*on dénonce et qu'on appelle à dénoncer la communication quand elle s'approprie des attentes et ne repose sur rien*", cela suffit.
- I S A B E L L E** : Un manifeste, c'est également des choses qu'on peut faire. Ici, je vois deux points qui disent "*nous nous engageons*" et beaucoup qui disent "*nous dénonçons*..." Nous pourrions dire : "*Nous nous engageons à dénoncer*". Il faut que nous signions un engagement à faire quelque chose.
- U N I N T E R V E N A N T** : C'est un manifeste ; il faut regarder chacun des points dans l'ordre. Vous êtes partis au point 6...
- U N E I N T E R V E N A N T E** : Je voulais aller un peu plus loin. On ne peut qu'être d'accord avec l'ensemble du texte. Certes, nous allons nous "battre" sur des petits points, mais dans l'ensemble, nous sommes d'accord. Ensuite, ce qui est important, ce sont les modes et les méthodes que nous allons pouvoir appliquer derrière pour que cela ait un effet.
- Puis, ce qui est important, et ce qui me gêne très souvent d'ailleurs dans le développement durable, c'est qu'on arrive bien à en parler, mais que, derrière, on a du mal à agir. Le manifeste est intéressant à partir du moment où on envisage derrière, point par point, des modes d'action auxquels chacun s'engage.
- U N I N T E R V E N A N T** : Trois points. D'abord, à la première page, pour "positiver" comme cela a été dit tout à l'heure, au troisième paragraphe, on parle "*...pour réduire les risques*...", d'accord... On parle aussi des chances... sur la formation à Internet, transport et tourisme, etc.



“Alibi”, cela ne me choque pas ; il y a de l'alibi, mais également des choses positives. L'action peut être lorsqu'il y a des éléments positifs dans toutes les sphères... L'alibi peut concerner le politique, l'associatif, le social. En revanche, il existe des bonnes pratiques un peu partout. On peut les identifier, les évaluer et les faire connaître. On peut aussi servir à cela.

Le troisième point est une question. Pas mal de gens ici sont là avant tout pour le développement durable lui-même. L'Université, j'ai bien compris que c'était pour la communication pour le développement durable, soit. On parle beaucoup de publicité, de marketing, soit. L'information des médias, écrite et audiovisuelle, rentre-t-elle dans le champ ? C'est un peu absent dans certaines des propositions.

UNE INTERVENANTE : C'est le point 4 : *“On appelle les médias à relayer”...*

UNE INTERVENANTE : Le point 7 à ce moment-là également.

L'INTERVENANT : À certains endroits, on parle de publicité et de marketing, mais pas d'information des médias. C'est le point 9...

ANNE-MARIE SACQUET : Il me semble y avoir des choses à dire spécifiquement sur la publicité, le marketing, le pouvoir qu'ils exercent. La pub est une cible, autre que celle des médias.

L'INTERVENANT : La communication à la première page, c'est : télévision, publicité, marketing... Il n'y a pas la presse, par exemple.

ANNE-MARIE SACQUET : Nous pouvons l'ajouter effectivement. Ce sont les médias en fait.

UN INTERVENANT : Par rapport à l'idée importante d'évaluation, en fait, cela n'apparaît pas beaucoup, à part pour la publicité à la fin sur l'élaboration de critères de responsabilité sociale. Cela ne vaudrait-il pas le coup de mettre dans le point 3 : *“moderniser les processus de consultation, d'évaluation et de participation aux...”* ? Sinon cette question me paraît relativement absente.

GENEVIÈVE GUICHENEY : À propos de l'information, il en est question dans le point 1 où nous dénonçons généreusement les pays dans lesquels cela ne se passe pas bien. Nous pourrions peut-être “balayer devant notre porte” parce que je ne trouve pas que cela se passe si bien que cela chez nous. Il y a probablement une formulation sur la vraie attente à l'égard des citoyens dans un pays démocratique...

D'autre part, on évoque la responsabilité sociale et on dit : *“Nous appelons les médias à relayer...”* Nos médias ont quand même aussi l'impression que leur indépendance est quelque chose de très important, même si, tous les jours, on peut constater le contraire. Je ne pense pas qu'il soit habile de les appeler “à relayer”. Ils vont nous dire que ce n'est pas leur boulot de relayer.

UNE INTERVENANTE : Il y a peut-être une formulation à trouver *“d'être plus fidèles aux enjeux de la société d'aujourd'hui, et d'en rendre compte de façon à éclairer les citoyens”*, qui sont bien malins aujourd'hui s'ils arrivent à tout deviner ; franchement, ce n'est pas avec l'information qu'on leur apporte qu'ils peuvent le faire !

UN INTERVENANT : Concernant ce manifeste, il y a deux choses que j'aimerais savoir. Quel usage, au delà de la reprise annuelle du document, compte-t-on faire de ce document en matière de communication ? Souhaite-t-on, à l'issue de cette rencontre, en faire quelque chose qui porte et qui a un impact ? Si oui, il est probable, en effet, qu'il

faillie tourner la totalité de ce qui est proposé en éléments positifs, d'une part, et avec des propositions concrètes de ce qui est à mener, d'autre part.

Si j'arrive au point 8, je ne suis pas certain que nous soyons dans une cohérence totale. En effet, le secteur des télécoms est évoqué ; pourquoi ce seul secteur ? Nous sommes dans un contexte multimédias, les télécoms n'en sont qu'un des éléments. En outre, à l'intérieur de ces médias, il existe de multiples supports. Si l'on parle des télécoms, il faut également parler des réseaux, et c'est probablement ce qu'on veut dire quand on lit le texte. Je pense que nous avons intérêt à améliorer un peu ce texte-là...

UNE INTERVENANTE : À l'élargir...

UNE INTERVENANTE : Nous pourrions mettre : *"les technologies de l'information et de la communication"*, les TIC.

L'INTERVENANT : Dernier aspect. Nous venons de prendre connaissance de ce document. Si nous voulons en faire quelque chose d'intelligent et d'intéressant, il faut également la part de la réflexion un peu au delà de l'immédiat. Je me demande s'il ne faut pas revenir dessus, plus tard, en ayant un moment de réflexion, pas forcément en le relisant...

En le lisant, nous avons découvert quelque chose avec lequel nous sommes tous à peu près d'accord, mais nous avons peut-être la possibilité de l'améliorer et surtout de le rendre plus percutant. C'est très important en termes de communication si nous voulons l'exploiter.

UNE INTERVENANTE : Je suis forcément d'accord sur le contenu, mais nous risquons de ne pas avoir beaucoup d'impact avec un texte de ce type parce qu'il n'est pas porteur d'une vision. Nous avons entendu tout à l'heure les jeunes qui disaient : *"...donner envie, etc."*. Or, nous sommes dans le *"non"*, le *"il ne faut pas faire ceci"*, etc. Nous devons, à mon avis, plutôt porter une vision positive des engagements personnels de chacun de ceux qui sont ici et de l'exemplarité.

En effet, pour moi, certains points ici sont des jugements moraux. Pourquoi les télécoms ? Pourquoi ceci ? Pourquoi cela ? Nous pourrions apparaître comme sectaires ou comme portant un jugement sur des choses... Tout d'abord, peut-être des choses ont-elles été faites. Ensuite, nous risquons de nous décrédibiliser, nous ne sommes pas là pour juger de ce qui est bien ou pas. Nous pouvons vouloir que les choses soient mieux et avoir envie d'y mettre notre énergie, mais la formulation me paraît un peu sectaire.

UNE INTERVENANTE : Négative ?

L'INTERVENANTE : Oui. Cela n'aide pas, on ne fait pas passer des messages en disant...

UNE INTERVENANTE : Les jeunes ont quand même appuyé tout à l'heure sur la nécessité d'introduire la crédibilité, la légitimité lorsqu'il est question de développement durable. Nous ne pouvons donc pas nous contenter d'être des bénis-oui-oui.

UNE INTERVENANTE : Anne-Marie, il faudrait au moins que cela débouche sur un point positif. Nous pouvons dire que nous dénonçons ceci et cela, que nous ne voulons plus de tout cela, soit, et dire qu'en fonction de cela, nous avons *"décidé de"*... Et nous mettons là un point sur lequel nous nous engageons dans nos différentes institutions, entreprises, etc.

Sinon, il est facile de dire...

U N I N T E R V E N A N T : C'est intéressant, tous les titres commencent par "pour". À mon avis, dans la hiérarchie de la discussion, il y a des choses...

Je me suis fait la même réflexion sur le secteur des télécoms ; je suis en effet bien placé pour savoir qu'il y en a d'autres sur lesquels... (*Rires.*) Mais je vois l'idée de communication qui est derrière... J'ai bien compris.

Le fait que les titres commencent tous par "pour" montre au contraire une démarche assez positive, une direction. J'avoue que la question est déjà de savoir si nous sommes d'accord sur les titres. Cela me paraît, en termes de méthode, être un premier élément.

Ensuite, dans les textes, nous commençons vraiment à rentrer dans des questions de formulation et nous risquons d'y passer beaucoup de temps parce que, derrière, interviennent toutes les questions qui ont été soulevées : "*Comment "positiver" ? Quelle action ensuite ?*" etc.

Je ne sais pas comment aborder la question, mais il me semble y avoir déjà l'adhésion aux principes affichés, et la formulation en ce qui concerne les titres me va globalement assez bien, sous la réserve que j'ai mentionnée au début.

U N I N T E R V E N A N T : Nous sommes dans un contexte de communication et un manifeste est un acte d'engagement... Là il y a un grand hiatus. J'ai l'impression que n'importe qui aurait pu prendre des idées-force, les titres en l'occurrence dont vous parliez, puis les éclairer par deux ou trois lignes avant d'appeler cela un manifeste.

Si on s'inspire des Surréalistes, de gens qui ont fait des manifestes, il faut qu'on ait envie sur les murs dans les villes d'écrire des bouts de ce manifeste. Il me semble que l'erreur fondamentale est sémantique. Il faut une idée-force, comme celle dont Luther King parle : "*J'ai fait un rêve...*", c'est-à-dire une idée qui reste à tout jamais universelle.

Structurellement, cela ne donne pas une idée belle, grande, poétique ou politique... Donc, dans un lieu où nous sommes spécialistes en communication, si nous lançons un manifeste, nous nous nous devons d'avoir, dans la forme, une dimension qui fasse école, qui "bluffe", qui donne envie. Autrement, c'est un joli texte qui nous donne envie entre nous...

A N N E - M A R I E S A C Q U E T : Si on respecte les engagements qui sont décrits ici, c'est loin d'être anodin...

L ' I N T E R V E N A N T P R É C É D E N T : Je parlais de la forme !

A N N I C K D E L H A Y E : Nous avons entendu Aline et Guy nous parler de la co-construction avec les élus, les services et la population. La première des choses aurait été, selon moi, que nous co-construisions ce manifeste aujourd'hui. Au lieu d'avoir un atelier de plus, il y en aurait un de moins, dans lequel nous aurions co-construit ensemble ; cela aurait plus de sens.

Cela aurait pu être un seul atelier avec des personnes des différents groupes qui avaient envie de se pencher sur ce manifeste.

U N E I N T E R V E N A N T E : Je pensais que, justement parce que ce manifeste s'adressait à l'ensemble du grand public, un des points importants – le premier ou le dernier, selon qu'on veut construire son futur ou regarder dans le rétroviseur de sa vie – est peut-être de lui dédier un point qui soit strictement humain, qui vise un concept,

peut-être intellectuellement utopiste, humaniste, un point dédié aux hommes et aux femmes qui vont contribuer et qui seront les porte-drapeaux d'une démarche. Nous connaissons la vôtre, Anne-Marie, et justement...

U N I N T E R V E N A N T : Je souscris.

A N N E - M A R I E S A C Q U E T : Quelques éléments de réponse à ce que vous avez dit. Tout d'abord, avec Gilles, nous avons une attitude extrêmement modeste vis-à-vis de ce texte. L'an dernier, nous avons essayé de lancer le processus avec les participants. J'avais fixé un créneau d'une heure et demie pour ceux qui souhaitaient participer à sa rédaction et j'ai eu trois personnes. (*Rires.*)

Ici, le projet consiste plutôt à construire une bannière commune. Je rappelle qu'à la suite de ce travail, nous vous proposerons un outil de suivi d'évaluation pour chacun des points que vous auriez adoptés. Vous voyez un peu comment le travail s'articule? Il est difficile de construire ensemble un outil précis assorti d'actions concrètes et de critères d'évaluation.

Je vais transmettre vos remarques... Merci à tous.

