

# Plénière d'ouverture

## ACCUEIL

### INTERVENTION

**Jean-Louis JOSEPH**

Président du Parc naturel régional du Lubéron

Le Parc naturel régional exerce deux missions essentielles :

– La première est celle d'apprendre aux enfants les vertus de leur environnement et les gestes simples, utiles à la préservation de notre planète. Le programme qui se déroule ici est considérable. Il concerne des milliers d'élèves. Les animateurs de la mission pédagogique et le Centre de documentation spécialisé vous en diront plus qu'un long discours, si vous le souhaitez.

– L'autre mission exercée ici est la sauvegarde de la faune sauvage puisqu'un centre de soins y est installé : ce sont plus de cinq cents oiseaux qui y sont soignés, pour la plupart guéris et relâchés dans les espaces naturels de notre région.

Si vous aimez notre territoire, si vous aimez nos paysages, je souhaite vous dire également que tout n'est pas idyllique ici et vous devez savoir que, depuis quelques années, ce territoire est en proie à des difficultés croissantes qui nous préoccupent; nous recherchons les moyens d'y remédier. Il s'agit, entre autres, de la forte pression foncière qui s'exerce sur nos villages, sur nos terroirs, non pas due à l'existence du Parc naturel régional qui, au contraire, je pense, est un modérateur, un organisateur de territoire, mais à l'attrait du soleil, à l'image positive de la Provence, au TGV, au pouvoir de l'argent.

**“Le Parc naturel régional est un modérateur, un organisateur de territoire”**





Le résultat est que nos jeunes ont du mal à se loger, que nos agriculteurs, gardiens du paysage, ont du mal à se maintenir et que, aujourd'hui, 60 % de la population n'arriveraient plus à se loger, à acquérir un logement tant les prix flambent. Vous le voyez, les solutions ne sont pas faciles à trouver. Elles passent, à mon avis, par une prise de conscience et des réponses collectives, par davantage de moyens réglementaires et financiers ainsi que par une communication adaptée. À vous qui êtes des gens de communication, je souhaitais faire passer ce message.

J'ai envie de vous raconter une autre petite histoire sur l'intérêt que nous aurions à mieux connaître le réseau des Parcs naturels régionaux, au nombre de quarante-quatre en France et représentant 13 % du territoire national. Le site Internet accueillant de la Fédération vous en dira davantage que moi à ce sujet.

Une des missions, peu connue également, de ces territoires de projets que sont les parcs est l'ouverture, la transmission de leurs savoir-faire à l'étranger au travers d'échanges entre territoires de haute qualité environnementale. Par exemple, le Parc naturel régional du Lubéron contribue en ce moment à créer le premier Parc naturel régional du Maroc dans le Rif marocain. Notre réseau est fier d'avoir contribué à la création d'un Parc naturel régional au Brésil, le Parc du Pantanal ; l'équilibre est menacé dans cette grande zone du monde. Il contribue également à la création de parcs en Patagonie chilienne ou au Bénin.

Cette action internationale s'inscrit dans la protection mondiale des aires protégées, du local au global. Ce sera le thème de nos prochaines journées nationales qui auront lieu, en octobre prochain, dans le Parc naturel régional de la Guyane.

Ce qui caractérise les Parcs naturels régionaux en France et dans le monde, par rapport à l'approche anglo-saxonne, c'est que l'homme est pour nous toujours au cœur du projet ; il est ainsi démontré que l'on peut créer un développement harmonieux d'un territoire, respectueux de l'environnement, en protégeant et valorisant le patrimoine naturel et culturel de ces territoires.

Je vais vous souhaiter une bonne université, remercier Anne-Marie SACQUET et Gilles BERHAULT, avec qui nous sommes maintenant complices pour les bonnes causes, d'être les organisateurs de ces travaux et d'avoir su réunir une telle qualité de participants pour débattre de thèmes tout aussi passionnants.

Je ne dirai qu'un mot sur le thème de ces journées puisque je vais, quant à moi, vous écouter : *"Profitez de l'air du Lubéron pour ne pas rester sur des vieux modèles. Lâchez-vous, soyez créatifs et bon travail !"*

*(Applaudissements.)*

▼  
***"Profitez de l'air du  
Lubéron pour ne pas  
rester sur des vieux  
modèles. Lâchez-vous,  
soyez créatifs  
et bon travail !"***  
▲

L'UNIVERSITÉ D'ÉTÉ 2004 DE LA COMMUNICATION POUR DÉVELOPPEMENT DURABLE

**INTERVENTION**

**Gilles BERHAULT**

Président d'ACIDD



Mesdames et messieurs les Élus, mesdames et messieurs les Présidents d'association, madame la DIREN, monsieur le DRIRE, mesdames, messieurs,

Merci à tous d'avoir accepté de participer à cette deuxième université. Nous sommes vraiment très heureux, avec Anne-Marie, de vous accueillir. Si le voyage a été un peu long, je crois qu'il en valait la peine.

La communication et l'information pour le développement durable sont un vaste sujet. En tout premier lieu, nous avons fait un peu de vocabulaire.

Au tout début du démarrage du projet ILTIC, voici quelques années, Patrick LEGRAND m'avait "repris" car je parlais de communication "du" développement durable et il trouvait intéressant de parler plutôt de communication "sur" le développement durable. Nous avons donc eu une première évolution. Or, Anne-Marie SACQUET, voici encore quelques mois, disait : "*Cela ne va pas du tout, la bonne préposition, c'est pour*". Nous avons adopté le "pour" et nous parlons maintenant de communication "pour" le développement durable. Ce n'est pas neutre. Nous ne sommes en effet pas en train de parler des choses, mais bien d'engager une action face à ce qui nous semble être une très grande urgence.

**“Nous parlons maintenant de communication pour le développement durable”**

Pierre RADANNE – il m'a prié de vous transmettre ses excuses ; il a été bloqué pour des problèmes personnels à Paris et ne pourra pas être des nôtres-, lors de l'ouverture de l'Université 2003, avait admis trois grands stades d'évolution : la Renaissance, la Révolution industrielle et le Développement durable. Il engage là une vraie mutation culturelle. Nous y avons adhéré et j'espère que vous y adhérez également.

Nous sommes cent participants. Nous avons volontairement limité la participation à ce nombre pour préserver la qualité des échanges. Nous avons également essayé de la répartir, de limiter un peu pour éviter d'avoir uniquement des associations, uniquement des entreprises ou uniquement des élus. C'est parfois un peu difficile, tout le monde ne comprend pas, mais c'est important. Nous voulons faire avancer les choses, dénoncer le *greenwashing*, passer à une réelle communication. Nous pensons que les "gentils" sont plutôt moins bons que les "méchants" dans notre affaire. En effet, beaucoup de gens savent très bien communiquer, mais pas toujours les responsables du développement durable. C'est donc également l'un de nos buts, à savoir, essayer de faire progresser tout le monde.

**“Les gentils sont plutôt moins bons que les méchants”**

2003-2004 a été une année particulièrement communicante. Nous avons vu l'apparition de journaux, de grandes campagnes de pub. Nous avons vu l'ADEME, Carrefour. La Semaine du développement durable s'est développée. Nous avons vu des chartes de déontologie du BVP – nous en parlerons ce soir-, de l'AACC. Le film "*The day after...*" a fait parler de lui.

Nous avons assisté à une médiatisation assez importante de catastrophisme des différentes difficultés. Une forme de communication du développement durable a pris de la place, peut-être un peu trop. Il faudra que nous en parlions sérieusement, notamment en

essayant de faire une différence entre communication et information. Comme beaucoup d'entre vous sans doute, j'ai été choqué par les deux numéros du "Parisien" – que ce soit pour Areva ou Monoprix, peu importe – qui étaient des publi-rédactionnels signés par de faux journalistes. Tout cela pose des problèmes déontologiques particulièrement importants.

Peut-on faire comprendre à tous cette vision globale aujourd'hui ? Je ne sais pas trop. Cela pose également la question de l'Éducation nationale, celle de l'éducation tout au long de la vie. Nous aurons d'ailleurs un atelier sur la formation des acteurs auquel nous avons eu le plus d'inscrits. Cela fait partie de vos questions.

Je vous livre une actualité plus personnelle : nous changeons de nom. Vous n'avez pas vu apparaître le nom d'ILTIC, pour ceux qui nous connaissent un tout petit peu. Nous devenons ACIDD. Nous avons choisi volontairement d'avoir un nom un peu plus fort et surtout plus explicite, ACIDD signifiant "Association Communication Information pour le Développement Durable". Cela permettra une meilleure compréhension et une meilleure mémorisation.

Notre objet en tant qu'ACIDD –je parle juste trente secondes de nous – est triple. Nous voulons créer des espaces de rencontres transversaux entre les structures. C'est le cas de cette manifestation, de TIC21 que nous préparons avec ADOME, la ville de Valenciennes et le Comité 21 à Valenciennes pour les 3 et 4 février prochains (la contribution des TIC au développement durable). Nous allons également créer un cycle de formation, notre deuxième objet étant la formation. Nous sommes en train de préparer un mastère pour les années futures, sans doute 2006. La Région nous y aide ; la DIREN, que je remercie encore.

▼  
**"ACIDD signifiant  
Association  
Communication  
Information pour  
le Développement  
Durable"**  
▲





Pour terminer, je voudrais saluer particulièrement trois personnes dans la salle.

Je suis arrivé dans le Lubéron en 1997, pour les Parcs naturels régionaux, pour organiser leurs trente ans et cela a été le point de départ de toute l'aventure ILTIC/ACIDD. Il y avait trois intervenants qui sont présents aujourd'hui : Bettina LAVILLE, Serge ANTOINE et Jean-Louis JOSEPH, maintenant président de la Fédération nationale des Parcs naturels régionaux.

Merci aux membres du Comité de pilotage qui ont pris beaucoup de leur temps tout au long de l'année.

Je vais citer les partenaires :

l'ADEME, avec François MOISAN, Patrice JOLY –qui vous prie d'excuser son absence – et Yves LEERS ;

la DIREN et sa directrice, Anne-France DIDIER ;

la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, ses vice-présidents, Annick DELHAYE et Jean-Louis JOSEPH ;

le département du Vaucluse avec le président de sa Commission Environnement, Michel BAYET ;

le Parc naturel régional du Lubéron ;

Victoires-Éditions, Environnement & Stratégie avec Charles-Henri DUBAIL ;

Le groupe La Poste avec Patrick WIDLOCHER et Hélène RENARD ;

l'Agence Moka.

Merci beaucoup à Anne-Marie SACQUET d'enrichir en permanence nos travaux. Bons travaux à tous. Merci encore. Surtout, avant de partir ou plus tard, n'hésitez pas à nous aider à faire mieux l'année prochaine.

LA DEUXIÈME UNIVERSITÉ...  
SES ENJEUX

**INTERVENTION**

**Anne-Marie SACQUET**

Directrice générale  
du Comité 21



Bonjour et merci à tous d'être là car cette Université s'appuie évidemment sur vos contributions, votre analyse, sur vos convictions et votre confrontation quotidienne avec l'action. Merci à tous d'être venus.

Je remercie tout particulièrement quelques personnes et d'abord Jean-Louis. Je le remercie de nous accueillir dans ce lieu lumineux et merveilleux. Je rappellerai ici la satisfaction du Comité 21 que la Fédération des parcs soit non seulement adhérente du Comité 21, mais membre de son conseil d'administration. C'est un administrateur précieux pour l'action du Comité 21.

Je voudrais remercier également nos participants européens. Nous en avons quelques-uns ; j'espère qu'au fil des années l'Université nous permettra d'être de plus en plus à l'écoute de nos voisins et amis européens. Je citerai Ronan UHEL de l'Agence européenne de l'environnement qui nous apportera -j'en suis sûre - une contribution très précieuse, en particulier sur le thème des changements et Alexandre EPALLE qui témoignera sur l'Agenda 21 du canton de Genève. Je citerai également Farid YAKER qui témoignera des actions menées avec nos partenaires méditerranéens, en Italie, en Espagne, en Catalogne, en Algérie, au Maroc.

**“Le développement durable est un antidote à la décadence”**

en temps que nous, Français, allions “jeter nos oreilles et nos yeux” un peu en dehors de nos “petits milieux”.

Évidemment, parler des enjeux de la 2<sup>e</sup> Université d'été en quelques minutes, je ne le ferai pas... Compte tenu du temps que nous avons à rattraper, j'en ai sélectionné quelques-uns qui nous paraissent prioritaires à Gilles et à moi.

Pour commencer, je citerai Jérôme BINDÉ de l'Unesco qui a défini ainsi le développement durable lors des entretiens du XXI<sup>e</sup> siècle organisés à l'Unesco en avril dernier : pour lui, le développement durable est un antidote à la décadence. C'est, d'après moi, une excellente définition. Antidote... Oui, nous avons besoin d'antidotes au conformisme, au scepticisme ambiant, à une certaine forme d'indifférence, à l'inertie dont tout le monde témoigne dans ces changements que nous essayons d'impulser. Nous avons besoin d'antidotes à la décadence car il faut accepter le fait que nous soyons entrés dans le XXI<sup>e</sup> siècle, que nous devons quitter nos vieux habits, nos vieux comportements. Le XX<sup>e</sup> siècle est révolu. Nous devons engager avec détermination, avec modestie certainement, parfois jalonnée de beaucoup de découragement, les changements qui s'imposent. Il faut le faire également avec enthousiasme. Malheureusement, nous avons une tendance, peut-être, à mettre un peu dans l'ombre nos convictions, à avoir du mal à affirmer notre volonté de changement.

**“Cette Université s'appuie sur vos contributions, votre analyse, sur vos convictions et votre confrontation quotidienne avec l'action”**

L'un des constats les plus importants faits l'an dernier est que nous avons besoin de nous appuyer sur les confrontations des uns et des autres avec l'action et qu'il est bon de temps



**“Affirmons le développement durable comme le choix du XXI<sup>e</sup> siècle, celui que nous avons à construire collectivement. Le scepticisme dont nous sommes entourés et dont parfois nous nous entourons nous-mêmes n’est sûrement pas une bonne voie pour le développement durable”**

Sortons de l’ombre. Soyons lumineux. Affirmons le développement durable comme le choix du XXI<sup>e</sup> siècle, celui que nous avons à construire collectivement.

Le ciel du Lubéron va certes beaucoup nous aider à être lumineux pendant deux jours ! Il faut continuer et le scepticisme dont nous sommes entourés et dont parfois nous nous entourons nous-mêmes n’est sûrement pas une bonne voie pour le développement durable. Tout cela a bien sûr beaucoup à voir avec la communication. Tout cela est une affaire de communication.

Le premier enjeu de l’Université est de faire en sorte que, lorsque nous communiquons sur le développement durable, nous parlions bien de développement durable. Nous n’allons pas refaire les essais interminables sur les définitions du développement durable. En tout cas, le développement durable est bien un projet de société que nous avons tous envie de porter. C’est un projet de vie qui reste à construire. Nous en avons quelques éléments et en tout cas les diagnostics nécessaires.

Le développement durable ne se résume pas à un catalogue de procédures environnementales. Ne laissons pas les gens parler sur le développement durable en communiquant sur le “management environnemental”. Bien sûr, il faut du management environnemental, mais le développement durable, c’est bien plus que cela. C’est un projet à construire, ensemble, en termes de contenu et de règles de vie, de décision et d’évaluation. C’est également faire accéder les citoyens à toutes les informations nécessaires pour instaurer ces règles de vie. Il est donc important que nous respections tous ce développement durable et que nous le fassions respecter dans nos sphères d’influence respectives.

Deuxième constat. Bien évidemment, cette ambiguïté qui est, malheureusement, encore le lot des communications sur le développement durable se retrouve dans l’éducation, dans la formation. Gilles parlera beaucoup de cette question, dans l’atelier consacré à la formation. Je voudrais juste dire un mot sur l’éducation et, là encore, revenir sur cette intolérable faiblesse que nous exprimons dans nos projets et dans les impulsions que nous voulons donner.

Lorsque le gouvernement lance un programme d’éducation au développement durable et qu’il organise un colloque intitulé “*De l’éducation à l’environnement... vers un développement durable ?...*” –avec trois points de suspension et un point d’interrogation-, je ne sais pas si nous trouvons là l’enthousiasme et la capacité de convaincre nécessaires.

▼  
**“Faire accéder les citoyens à toutes les informations nécessaires”**  
▲



Il faut véritablement être vigilant à faire passer le message : *“Allons-y, retrouvons les manches, soyons déterminés, affirmons et ne faisons pas les choses par petits bouts ou à moitié.”* Il est important que tous les milieux s’emparent de ce projet de vie et le fassent pleinement, avec enthousiasme et conviction.

Troisième point : nous allons également beaucoup, pendant cette Université, parler de publicité. Plusieurs ateliers y font référence. Nombre d’entre vous veulent tirer des analyses des différentes démarches qui ont été mises en œuvre par la publicité. Je pense aussi bien aux recommandations du BVP qu’au groupe de travail lancé par l’Union des annonceurs.

Je reviens à mon premier point ; dans la plupart des cas, la publicité, et en particulier la publicité en France, tire ses ressorts d’un monde qui n’existe plus, d’un XX<sup>e</sup> siècle qui a été un siècle à la fois de libération de contraintes, en tout cas dans sa deuxième partie, et un siècle de prospérité, de croissance, d’abondance des richesses à la fois économiques et naturelles, avec nécessairement un appétit de croissance. Ce siècle n’existe plus.

Si l’on pouvait s’appuyer dans la publicité, à cette époque, sur un certain nombre de ces ressorts de croissance, de progrès, me semble-t-il, la publicité reste à inventer pour le XXI<sup>e</sup> siècle. Nous devons là encore, chacun dans nos réseaux, être vigilants à ce que la publicité véhicule et communique. Ce que j’y vois de plus choquant, au-delà évidemment de la tendance à pousser à la surconsommation, forcément source de tensions aussi bien écologiques que sociales, c’est cette forte tendance à véhiculer l’image d’une planète assujettie à un modèle unique, à modéliser. Vous trouverez dans vos mallettes deux publicités qui m’ont particulièrement choquée – j’en ai beaucoup parlé d’ailleurs dans l’équipe au Comité 21-, l’une de Mercedes et l’autre de Jacadi, dans lesquelles on voit cet assujettissement du monde à un modèle occidental, qui pourtant a montré toutes ses limites.

Bien entendu, des démarches sont mises en œuvre par les milieux de la pub, mais cela ne suffit pas. Il faut que nous participions à ces démarches de mise en œuvre progressive de règles de déontologie et que nous entrons dans ce travail d’élaboration collective. Nous ne pouvons pas rester extérieurs. En tout cas, d’après moi, nous devons nous-mêmes être en mesure d’une part d’exercer notre vigilance et, d’autre part, de communiquer auprès des annonceurs publicitaires, des entreprises, des agences de pub pour revendiquer un certain nombre d’exigences et de limites.

**“Ce que j’y vois de plus choquant c’est cette forte tendance à véhiculer l’image d’une planète assujettie à un modèle unique”**

**“La publicité tire ses ressorts d’un monde qui n’existe plus”**

**“En Suède, la publicité est strictement interdite à la télévision pour les enfants de moins de 12 ans”**

Je rappellerai qu’en Suède, la publicité pour les enfants est strictement encadrée. Elle est notamment strictement interdite à la télévision pour les enfants de moins de 12 ans. Bien entendu, on ne peut pas interdire dans un pays, sachant que la télévision est internationale, satellitaire et donc dépasse les frontières. En tout cas, un pays est allé jusqu’à interdire totalement la publicité pour les enfants à la télévision. Nous avons probablement, en France, beaucoup de progrès à faire dans ce sens.

**“Il est important que nous puissions porter ensemble l'ambition de sortir de cette Université avec une contribution”**

Toujours sur la publicité, la télévision est très utile aux associations et institutions publiques. François MOISAN et Yves LEERS nous en parleront en fin d'après-midi. C'est un grand média auquel on doit recourir pour des campagnes d'intérêt général. Mais, s'il vous plaît, associations, ONG, institutions, ne parlez pas de “campagnes de pub” lorsque vous utilisez la télévision pour faire passer des messages ! Il est bon de distinguer des campagnes collectives ou d'intérêt général de campagnes de pub classiques, me semble-t-il, pour clarifier les messages, mais également par respect pour la notion de service public ou d'intérêt public.

Dernier message : nous avons souhaité, avec Gilles, cette année, vous proposer un texte d'appel du Lubéron. L'an dernier, la première Université a permis de dégager avec vous beaucoup de constats, recommandations sur la question de la déontologie, sur l'importance de pouvoir identifier les émetteurs de messages s'agissant du développement durable, sur la nécessité d'une pédagogie du développement durable.

Cette année, nous allons revenir sur ces enjeux, nous allons retravailler dans les ateliers, mais nous souhaitons qu'à l'issue de l'Université, quelques recommandations puissent être portées collectivement et par chacun de nous dans nos réseaux et dans nos sphères d'influence. Ainsi, nous avons dégagé sept points pour ce projet d'appel ; ce n'est pas un texte, mais un projet qui est soumis à vos avis, à vos analyses, suggestions. Vous le trouvez dans vos dossiers. Il restera affiché jusqu'à demain, 10 heures, dans la cour du Cèdre. Sous l'affiche se trouve une urne dans laquelle vous pouvez déposer vos propositions de modifications, d'ajouts à ce texte. Bien entendu, nous sommes à votre disposition, avec Gilles, pendant toute la journée, ce soir et demain matin, pour en parler avec vous.

Il est important que nous puissions porter ensemble l'ambition de sortir de cette Université avec une contribution, au-delà du plaisir d'échanger et de s'écouter, à la résolution des enjeux qui feront l'objet de ces deux jours.