

INTERVENTION

François Moisan

Directeur de la stratégie et de la communication de l'Ademe



▼
**Une innovation,
est un compromis
socio-technique.**
▲

En ce qui concerne le terme “déontologie”, à savoir une succession de règles de conduite qui doivent souligner une morale professionnelle, il est clair que la publicité a la sienne.

Il existe un organisme appelé BVP (Bureau de Vérification de la Publicité), une association interprofessionnelle d'auto-discipline de la publicité en France, indépendante des pouvoirs publics et rémunérée par ses adhérents.

Le BVP a quatre missions :

- concevoir avec les acteurs majeurs du secteur les règles de cette déontologie ;
- assurer l'examen systématique de toute annonce télévisuelle avant qu'elle ne soit transmise ;
- conseiller tous les autres supports avant l'insertion d'une publicité ;
- veiller au respect de ces fameuses règles.

Le BVP, qui prône l'autorégulation, doit défendre les enjeux du secteur de la publicité en la maintenant loyale, véridique et saine. Cependant, il refuse de l'enserrer dans un carcan réglementaire, car s'inspirant de la société à laquelle elle s'adresse, elle est en constante mutation. Il veille donc également à faire respecter la liberté d'expression publicitaire.

Les limites fixées par la loi et les pressions extérieures

Le BVP a listé des recommandations par thème, car ses règles ne sont pas complètement figées ; les thèmes vont de l'alcool au vocabulaire publicitaire, en passant, par exemple, par les arguments écologiques, l'automobile, les deux-roues à moteur, les crédits à la consommation, l'image de la femme, mais aussi les races, religions, ethnies, le traitement de l'eau, le vocabulaire publicitaire, etc.

Les grandes lignes du cas “arguments écologiques”, soulignent qu'il faut éviter d'utiliser les arguments mensongers qui tromperaient sur la réalité de l'apport écologique du produit. Ce qui revient à dire qu'il n'y a pas de considération sur une dérive vis-à-vis de l'environnement.

Pour l'*automobile*, il ne faut plus utiliser la vitesse comme argument publicitaire et mettre en avant un comportement responsable du conducteur au volant. Pour les *races*, *religions*, *ethnies*, il faut bannir toute forme de discrimination. Le *traitement de l'eau* quant à lui doit être décrit avec un vocabulaire aux limites imposées par le langage médical. Enfin, le *vocabulaire publicitaire* rappelle que l'utilisation d'un vocabulaire vague et imprécis dessert la publicité en général en générant de nombreuses contestations fondées sur la publicité mensongère et de nature à induire en erreur.

Enfin, il n'existe pas de bureau de vérification de la communication en France, mais la publicité est partiellement réglementée. Lorsque des associations civiques réagissent à ce qu'elles considèrent être un abus, elle peuvent tenter une procédure pénale.

La publicité se doit d'appliquer les principes généraux du droit. La publicité trompeuse de nature à induire en erreur est sanctionnée par le Code de la consommation. Il existe donc des instruments pour empêcher les agences et entreprises d'utiliser abusivement des arguments trompeurs. En ce sens, les recommandations du BVP éclairent le terrain de la législation.

troisième niveau, bien sûr, une atteinte au paysage : comment l'éolienne s'insère dans le territoire.

On constate très souvent que surgissent d'autres acteurs, les habitants de la commune qui sont concernés par ce projet, les médias qui vont être impliqués également, parce que des associations vont s'élever contre le projet, et considérer que le projet ne rentre pas dans une logique de développement. Les autres communes qui vont être impliquées, qui, elles, ne pourront bénéficier de la taxe professionnelle, mais au travers de l'atteinte au paysage vont être concernées. Et puis enfin les tribunaux qui seront concernés par un recours des associations et des habitants. Donc tout le processus peut s'avérer bloqué, au bout d'un certain temps, parce qu'il n'y a pas eu inscription de ce projet dans une dynamique du territoire.

L'ADEME est impliqué dans l'accompagnement des projets, et dans une recherche-action, pour voir de quelle façon on pouvait débloquer la situation et quelles sont les conditions pour qu'un projet éolien s'inscrive dans un territoire.

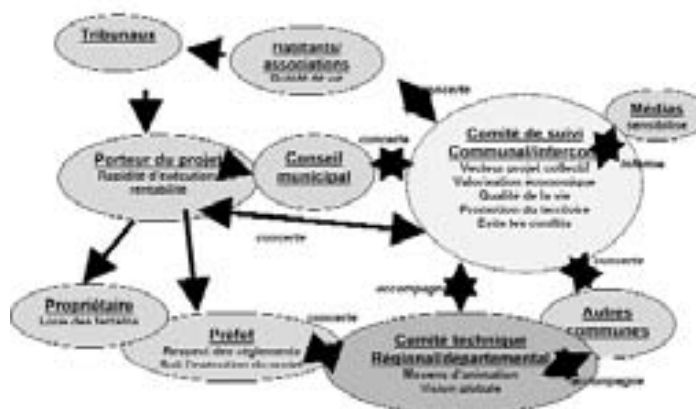
Et au terme de ces différentes recherches, l'examen des différents acteurs, nous avons pu identifier trois niveaux de concertation nécessaires à mettre en œuvre. Le premier niveau, qui est un niveau régional, où il s'agit de regarder dans une logique au niveau de la région, quelles étaient les possibilités, quelles étaient les différents sites, l'élaboration d'un atlas éolien, combien de sites éoliens pouvaient être considérés, donc qui reste encore dans une logique assez technique, par rapport au territoire lui-même.

Deuxième niveau, qui paraît évident, est le niveau local, pour accompagner le projet d'implantation, il est nécessaire de mettre en place un comité local de développement du projet, chargé de la concertation entre les habitants, et les porteurs du projet, de façon à ce que les mesures d'accompagnement par rapport au bruit, puissent être prises en compte.

Mais je voudrais insister sur le troisième niveau qui nous a paru le plus important, pour ce qui concerne l'éolien, le niveau intercommunal, regroupant je dirais, le bassin éolien, c'est à dire regroupant tous les habitants qui sont concernés par la mise en place d'une éolienne, un outil industriel d'une certaine taille et dont l'impact visuel va dépasser par exemple la commune d'accueil.

Je voudrais insister sur le troisième niveau qui nous a paru le plus important, pour ce qui concerne l'éolien, le niveau intercommunal.

La concertation territoriale ou l'éolien partagé



Ce qui me paraît très important dans cette concertation intercommunale est la façon de travailler, de discuter avec les habitants sur la vision qu'ils ont de leur territoire à un horizon de dix ans. La question n'est plus « est ce que cette éolienne ça vous convient ou pas avec ses bénéfices immédiats face aux nuisances éventuelles », mais « quelle perspective de territoire, quel développement économique, socio-culturel avez-vous, quelles sont vos valeurs pour développer ce territoire ? », et à ce moment là, l'éolien peut-il devenir un projet de développement du territoire, un outil industriel qu'on va implanter dans le territoire. Là ce qui est important dans ce dispositif, c'est que l'éolien n'est plus qu'un prétexte, j'allais dire, pour établir cette concertation puisqu'à partir de ça on établit une concertation qui à mon sens est l'expression même de la démarche du développement durable. Tous les acteurs qui avaient une stratégie à priori peut-être divergente, parlent ensemble pour partager une perspective de développement. A ce moment on a trouvé, dans certains cas, et je ne dis pas que c'est une recette miracle, mais dans certains cas, un consensus ou un compromis entre la majorité des acteurs, pour implanter cet outil, avec aussi ses retombées économiques, et qui peut aider au développement territorial considéré. L'échelle territoriale pertinente se situe alors au-delà de la commune, et c'est l'intercommunalité, qui a permis de confronter ces visions du futur.

Donc, je pense, que la question, dans cette situation c'est finalement, la dimension territoriale, nécessaire à la mise en place de ces politiques de développement durable.

Je voudrais passer maintenant au deuxième volet que je voulais aborder avec vous, qui est celui du réchauffement climatique, et la lutte contre l'effet de serre.

Je disais que l'éolien c'est une politique nationale, une politique européenne. Le changement climatique est bien évidemment une politique européenne, nationale, et dans un contexte mondial. Vous le savez, tous les pays ont pris des engagements, et on se retrouve dans un contexte d'un objectif global et qui doit s'insérer dans la vie quotidienne.

Quels sont les acteurs ? Les acteurs sont évidemment les gouvernements qui ont pris des engagements, c'est aussi les entreprises, parce qu'elles rejettent des gaz à effet de serre dans leurs activités, c'est également les collectivités territoriales, parce qu'elles décident à leur niveau des infrastructures, des

aménagement, qui vont prédéterminer un grand nombre d'activités génératrices d'effet de serre, les transports, l'habitat, les structures de réseau de distribution de l'énergie, tout ça va façonner les émissions dans le futur et donc il y a une responsabilité très importante des collectivités. Et on voit bien, de nombreux élus territoriaux s'emparent du problème de l'effet de serre, et essaient d'agir à leur niveau, avec effectivement des difficultés, parce qu'il est difficile de voir quel est le bénéfice immédiat d'une action de lutte contre l'effet de serre, ça ne rapporte pas directement, il n'y a pas de taxe professionnelle qui va compenser une action, qui va modifier les comportements, qui va modifier des revenus économiques etc.

Et puis les derniers acteurs, les citoyens, vous, moi, tout le monde, sommes responsables. Et ça, c'est important de le souligner, encore une fois, plus de la moitié des émissions sont liées aux activités quotidiennes, le fait de se chauffer, de se climatiser maintenant, le fait de se déplacer, le fait d'utiliser nos appareils électriques, électroniques, l'usage de l'é-

L'échelle territoriale a permis de confronter ces visions du futur.



nergie dans les lieux de travail, représentent plus de la moitié des émissions d'un pays comme la France.

Donc, je crois que ce qu'il faut, c'est trouver le lieu de concertation des différents acteurs. A cette question, je n'ai pas la réponse, mais pour avancer sur le sujet, je voudrais donner des éléments de piste par rapport aux points de vue qu'ont les différents acteurs sur les différentes façons d'agir. Et pour ça, je vais m'appuyer sur quelques chiffres et des résultats de deux enquêtes, l'une est conduite tous les ans, par l'ADEME et la MIES sur les attitudes et les perceptions des français vis à vis de l'effet de serre, auprès d'un millier de français,



Cette enquête est la quatrième que nous avons conduite, en 2003. On peut ainsi suivre cette évolution des perceptions des français à travers cette enquête.

L'autre a été réalisée auprès des parlementaires par Science-Po et porte sur leur perception de l'environnement en général mais plusieurs questions de l'enquête ADEME sur l'effet de serre auprès des français ont été reprises.

Bien sûr, il faut faire attention, entre la déclaration, et la pratique, puisque les sociologues savent bien que ce n'est pas forcément avec ces enquêtes qu'on peut cerner quels seraient effectivement les comportements. Voyons d'abord, la perception sur la technologie. En fait, on leur demandait de prendre position entre trois réponses. La première : « le progrès technique permettra de trouver des solutions pour empêcher l'augmentation de l'effet de serre », 11% des français disent oui. Deuxième position, « il faudra modifier de façon importante nos modes de vie pour empêcher l'augmentation de l'effet de serre », 75% des français disent oui. Et ce pourcentage est en augmentation depuis quatre ans. Ce qui ne veut pas dire que les français sont prêts à changer leurs modes de vie. C'est peut être plus une fatalité, et bien oui, il faudra bien changer. Troisième position, « il n'y a rien à faire, le réchauffement planétaire est inévitable », 13% sont en accord avec cette dernière proposition. On a été surpris de cette majorité large sur l'évolution des modes de vie qui est assez peu techniciste, qui disait que non, la technologie ne suffira pas. La même question posée aux parlementaires donne des points de vue assez différents puisque 40% pensent que le progrès technique permettra de trouver des solutions et 54% qu'il faudra modifier les modes de vie. Ils ont donc plus confiance dans la technologie.



Deuxième série de questions, qui touchait aux réponses politiques de lutte contre l'effet de serre. Dans l'enquête, l'ADEME avait identifié un certain nombre de mesures qui touchaient le grand public. L'idée était de savoir comment ils allaient réagir à des mesures qui avaient été retenues dans le plan de lutte contre le changement climatique, mais qui n'avaient pas été mis en œuvre pour des raisons essentiellement politiques, de difficultés de mise en œuvre. Une des réponses qui nous avait beaucoup étonné, c'est de faire respecter la limitation de vitesse des automobiles, dès leur construction en usine. Ce qu'on appelle le bridage des moteurs. Vous savez que quand on discute avec les constructeurs automobiles, ils disent, « nous, on construit des voitures qui roulent à 200 à l'heure, parce que les gens, c'est ce qu'ils achètent ». Et la réponse, c'est que 79% des français sont favorables au bridage des voitures en usine. Evidemment, c'est du déclaratif. Et dans ces 79%, il y a un pourcentage plus important chez les femmes que chez les hommes, ça n'étonnera sans doute personne. Les parlementaires, eux, sont 58% à être favorables à cette mesure ce qui est encore considérable.

▼
**Ces politiques
d'adaptation vont
devenir incontournables.**
▲

Deuxième question, stopper la construction de toute nouvelle autoroute et affecter cet argent au transport par rail. Et là, cette question recouvre une dimension territoriale. Alors que la plupart des élus pensent qu'il faut une autoroute à moins de 30 km de chez soi, pour accéder au développement, 63% des français sont favorables à cette mesure. Les parlementaires ne sont que 23% en faveur de cette mesure.

Et puis autre question : interdire la climatisation dans les véhicules, c'était une question posée bien avant la canicule. 31% seulement des français y sont favorables (la climatisation automobile, parce que ça consomme de l'essence, 30% de plus en ville, je rappelle le chiffre, ce n'est pas négligeable). 9% des parlementaires sont favorables à cette mesure.

Enfin, une proposition : augmenter la taxe sur les carburants, 17% seulement des français y sont favorables, mais 26% des parlementaires.

On a pu ainsi mesurer un écart important entre ce que disent les français au travers de cette enquête et la perception qu'en ont les décideurs.

Néanmoins, on peut quand même se poser des questions sur comment faire pour qu'il y ait un rapprochement des points de vue, et là pour terminer, je dois dire qu'après la canicule de cet été, se pose la question d'un programme d'adaptation au changement climatique. c'est un programme qui porterait sur la ressource en eau, sur l'agriculture, comment on s'adapte à des températures plus élevées avec la canicule, ça peut porter sur l'opportunité de la climatisation, ou de construire des bâtiments qui ont moins besoin de climatisation. Et ces politiques d'adaptation, elles vont devenir incontournables. Après les semaines qui viennent de se passer, nous allons avoir besoin en France, parallèlement à la prévention, de politiques d'adaptation. Et elles sont évidemment territoriales. Le Var est un département qui n'a pas encore adopté, je crois, aucun plan de lutte contre les incendies, alors que ces plans ont été recommandés depuis pas mal d'années. Et tous les territoires sont confrontés à la hausse des températures, on voit par exemple qu'en région Champagne, les crus des vins remontent vers le nord ; un grand cru classé d'appellation contrôlée dans une certaine région, ne correspond plus au territoire qui fondait cette appellation contrôlée.

Beaucoup de professions, maintenant, se trouvent confrontées à ce problème d'adaptation. On peut penser, mais c'est une question, qu'à partir du moment où ces territoires vont s'engager dans des politiques d'adaptation, cela ira de pair des politiques de prévention..

Et je terminerai sur cette question : est ce qu'on peut faire l'économie du territoire dans la lutte contre l'effet de serre ?

INTERVENTION**Philippe Leveque**

Directeur général
de Care France



François nous a parlé du territoire, de l'effet de serre, de l'éolien, moi je vais vous amener d'un autre côté, à l'international, pour parler des acteurs sur la scène internationale. Je dirige CARE France, la branche française d'un grand réseau caritatif mondial, en tout car le plus important en terme de budget, non confessionnel et apolitique, donc, CARE international est un très gros réseau qui œuvre uniquement dans les pays du tiers monde, il n'a pas d'action en France, en Allemagne, aux Etats-Unis et ailleurs. Uniquement à l'étranger. L'action se décompose en trois tiers. Pour être schématique, un tiers d'actions que l'on va dire de développement que l'on va dire intégré, pour faire moderne, j'appelle ça développement durable, mais une approche généraliste du développement dans la durée, lorsque CARE s'installait, ou s'installe encore dans un pays, c'est pour 30 ans, ou 40 ans, 50 ans ou plus, pour travailler dans des communautés isolées ou dans des quartiers, sur les différents aspects et les différentes dimensions qui font que cette communauté va se développer harmonieusement. Alors, ça va de l'accès aux soins primaires à l'éducation, aux techniques agricoles qui sont utilisées, aux activités microéconomiques, à la protection de l'environnement, l'ensemble des choses qui feront que les gens seront bien sur place, et puis resteront bien. C'est un tiers de notre activité aujourd'hui.

Un autre tiers est consacré à la lutte contre le sida, parce que le sida remet en cause tous les schémas de développement qu'on essaye de mettre en place depuis une cinquantaine d'années.

Et le troisième tiers est la réponse à l'urgence, à la crise humanitaire, l'aspect médical est le plus souvent traité par médecins sans frontières, l'aspect accès à l'eau, lorsqu'il y a une grande crise, par OXFAM, et CARE est en général l'association qui est derrière la construction des camps, la logistique des camps, l'approvisionnement en nourriture, des camps de réfugiés.

Voici nos grands métiers, assez schématiquement. Et de plus en plus, je suis ainsi que mes collègues dans les différents pays, approchés de plus en plus par les entreprises, par les agences de com, par les médias, par des consultants sur la question du développement durable. Et ce qu'on peut faire pour conseiller, aider une entreprise, une collectivité ou un gouvernement sur l'aspect de développement durable.

Alors moi je parlerai du jeu des acteurs, de cinq types d'acteurs. d'abord la puissance publique, les entreprises, les ONG et les médias, et les agences de com et le grand public. Et après je proposerai cinq pistes de réflexions là dessus. Parlant de la communication vue par ma petite fenêtre bien sûr.

Le premier acteur pour nous, grosse ONG, est la puissance publique. Celle du nord ou celle du sud, dans sa façon de dialoguer avec nous ou de ne pas dialoguer avec nous.

Le premier acteur pour nous, grosse ONG, est la puissance publique. Celle du nord ou celle du sud, dans sa façon de dialoguer avec nous ou de ne pas dialoguer avec nous.

Tout le monde essayant d'instrumentaliser tout le monde, nous sommes de temps en temps manipulé par les gouvernements, les institutions internationales, et nous essayons nous aussi de rebondir sur leurs positions pour avoir accès aux médias, et de faire parler de temps en temps de nous. Je vois souvent une opposition,

et je l'ai évoqué dans les jours précédents, les attitudes françaises et les autres attitudes européennes, et puis ensuite entre l'Europe et les Etats-Unis aujourd'hui. On l'a évoqué le premier jour sur le débat sur les normes, et je sens souvent une tendance à la française de vouloir légiférer, on l'a vu par les lois NRE, à mettre un cadre formel, alors que

nos partenaires européens ont souvent tendance à vouloir mettre du volontariat, de l'exemple et de la discussion et d'éviter le recours à la législation nationale, ou à la directive européenne. C'est extrêmement important et dans toutes nos discussions, il me paraît-nécessaire de ne jamais réfléchir au niveau franco-français, mais au minima au niveau européen. Et si possible au niveau mondial.

Beaucoup de gens se méfient de la tendance française de vouloir légiférer, même si de temps en temps je pense que c'est nécessaire, pour contrebalancer la puissance américaine, et on voit aussi face à ça, un refus des Etats du sud de participer à cette discussion. Et souvent les grandes ONG se retrouvent très seules dans les forum internationaux où les discussions se limitent à une opposition entre l'Europe et les Etats-Unis, puis les ONG et les puissances publiques, les pays du sud n'en ayant absolument rien à faire de nos histoires.

Ils réclament nos usines, ils réclament des cimenteries, ils réclament des OGM pour leurs cultures de coton intensif. Je parle là des représentants des Etats, pas forcément du petit ouvrier ou du petit fermier qui, mais le représentant de ces pays du sud exige ce modèle de développement qui a été le notre, et dont on sait qu'il ne durera pas très longtemps, n'ayant pas d'autres solutions à leur offrir, ils l'exigent. C'est une situation assez difficile, et on se retrouve nous à ne plus savoir quoi penser. On pense qu'on est en train de défendre le paysan du Guatemala, mais le gouvernement guatémaltèque ou indien nous dit de quoi vous vous mellez ? Restez chez vous, moi je veux mon usine, et fichez-nous la paix.

Alors ils le veulent pour des raisons qui peuvent être objectives, économiquement pour le pays, et aussi parce qu'il y a des intérêts économiques très importants pour ces dirigeants, et le problème de développement durable est lié à la bonne gouvernance, dans nos pays comme dans les pays du sud.

Le jeu des acteurs de la puissance publique est extrêmement complexe, et freine beaucoup, bien sûr, les débats.

Les entreprises sont le deuxième grand acteur, elles nous approchent maintenant, et CARE a tendance à rechercher le dialogue, et à ne recourir à la confrontation qu'à la dernière minute. Il est important que les différents acteurs sachent distinguer les ONG de terrain, celles qui travaillent sur place, des ONG de lobbies qui veulent faire changer les choses par la mobilisation de leurs militants. Moi je suis incapable de mettre 30 000 personnes dans la rue, et de perturber l'AG de telle ou telle entreprise. On n'a pas ces ressources, on n'a pas ce savoir faire. En revanche, je sais ce qu'il se passe sur place pour la gestion des médicaments, ou les questions agricoles, et sur le terrain, cette info est construite, et je peux la donner à mes amis d'ATTAC ou d'Act'up, qui eux n'ont pas forcément à la ressource du terrain.

Des jeux qui se font aussi entre grandes ONG de lobbies, et d'ONG de terrain, des conflits, aussi entre elles, mais des conflits d'information qui sont importants. Et il est nécessaire que les médias, les grandes entreprises, les consultants, les agences de com, sachent décrypter les attitudes de chacun et les formations de chacun.

Souvent, nous, on va essayer de dialoguer avec une entreprise, pour essayer de construire quelque chose, puisqu'elles sont impactantes sur le terrain. Je ne crois pas du tout à la bonne volonté de l'entreprise pour changer ses pratiques, je ne crois pas qu'au rapport de force, au changement de modèle économique, et aux confrontations constructives entre

▼
**Il est nécessaire que
 les médias, les grandes
 entreprises, les
 consultants, les agences
 de com, sachent
 décrypter les attitudes
 de chacun et
 les formations
 de chacun.**
 ▲

les deux parties. A ce moment là lorsque l'on parle de développement durable, il y a toujours quelqu'un qui va perdre. Et je ne crois pas à la somme gagnant dans le futur. Il y aura des changements dans les modes de vie, une perte de profit, nous ici, et l'entreprise y perdra.

Alors on essaye de décrypter les attitudes de chacun. Et j'essaie de voir si l'entreprise, lorsqu'elle nous approche, si elle est sincère, dans sa démarche, ou si je me fais balader. On se fait balader, de temps en temps c'est relativement sincère, et puis on essaye de construire quelque chose.

J'ai vu aussi des cas où ce sont des concurrents d'une entreprise qui a remporté un marché qui vont susciter des mouvements de protestation contre l'entreprise qui a gagné, pour la déstabiliser dans la durée. Là aussi, c'est très intéressant de voir ces jeux

Nous devons protéger la marque.

entre les entreprises pour se déstabiliser sur tel ou tel marché. J'ai vu des entreprises, une d'ailleurs, Esso, que j'aime pas du tout, venir nous voir en catastrophe, parce qu'au Tchad, on avait découvert du pétrole, il y a quelques années. Il y a des problèmes d'expropriation des petits paysans, il y a des problèmes de droit de l'homme, de pollution, enfin tout ce que vous pouvez imaginer. Et les gens d'Exon venir nous voir en catastrophe, il va sortir tel truc, ça va pas du tout, nous on adore ce que fait CARE. Ce que fait CARE, c'est vraiment génial, d'ailleurs, envoyez nous une proposition, on a 3 millions de dollar pour vous, mais dans trois semaines, il nous faut une proposition de développement autour des puits. C'est dur de réagir à ça bien sûr. Soit on prend les 3 millions de dollars, parce qu'on pense qu'on en fera quelque chose de bien, où on les prend pas, parce qu'ils se foutent de notre gueule. En l'occurrence, on les a refusé. Parce qu'ils étaient trop bêtes, et ils auraient été plus malins, peut-être qu'on les aurait pris, et on les a refusé parce qu'une ONG, que ce soit Greenpeace, CARE, MSF... n'a pas de patrimoine. Tout ce que nous avons, nous, c'est une marque. Nous devons protéger cette réputation, nous devons protéger la marque. Si la marque est touchée, on est foutu, on pourra pas récupérer de l'argent, on n'aura plus de crédibilité, et nos actions périliteront. Chaque fois j'essaie de voir à l'aune de ma marque si une collaboration avec une entreprise va nourrir ma marque et donc améliorer le travail sur le terrain, ou si elle va abîmer ma marque. Ma capacité à continuer.

Il y a quelques secteurs avec lesquels nous refusons de travailler, y'en a trois. L'armement, par définition, ça nous paraît pas super durable, le tabac et la pornographie. Pour les autres secteurs industriels, ça se discute. Ça se discute au cas par cas selon les entreprises, en fonction de leurs records, des traces qu'elles ont laissé dans tel ou tel pays du sud. Si elles ont fait des actes de repentance, est ce qu'elles font gaffe aux conséquences de leurs actes, si elles sont honnêtes ou pas.

Là j'évoquai les grandes entreprises du nord, il y a aussi les entreprises du sud. Il y en a de plus en plus. Celles qui sont de premier niveau de sous traitance des multinationales de chez nous. D'expérience je vois deux cas, celles qui n'en ont absolument rien à faire, qui sont de grosses entreprises du textile ou du semi textile, qui se contre font des pollutions qu'elles peuvent générer, sociales sociétales qu'elles peuvent générer, de toutes façons elles évoluent dans des environnement peu démocratiques, où il y a très peu de place pour le dialogue, la Chine, par exemple. Ou bien si elles ne s'en moquent pas, celles qui dépendent d'un grand donneur d'ordre international, elles commencent à être fatiguées de la multitude des audits de développement durable chez elles. Et elles réclament une normalisation des approches des indicateurs pour éviter que chacun réinvente le fil à couper le

▼
**Il y a trois secteurs avec
 lesquels nous refusons
 de travailler :**
**l'armement,
 le tabac
 et la pornographie.**
**Pour les autres secteurs
 industriels,
 ça se discute...**
 ▲

beurre, et l'eau tiède dans son secteur, dans sa région, dans son pays, que tout le monde déboule, les industriels du textile nord américain, et européens chez le même fournisseur les uns après les autres, chez le même fournisseur en Inde, qui se retrouve avec 4 contrôles de développement durable par semaine, et ça, ça n'est pas gérable pour le prestataire. Et là aussi, il faut gérer un ordre pour qu'on puisse traiter un petit peu la chose. Mais en général, les entreprises du tiers monde se moquent pas mal de ce qui se passe.

Troisième grand acteur, les ONG, j'ai fait une distinction entre les ONG de terrain, les ONG de lobbies, on a tous relifté nos plaquettes pour rajouter durable au mot développement, pour collecter des fonds, si on fait du développement, il y a une personne qui nous donne quoi que ce soit, on s'est dit qu'en rajoutant le mot durable, ça marcherait un peu mieux. Et on essaye de changer un petit peu tout ça. Il faut distinguer aussi les ONG du nord et les ONG du sud. Les grandes ONG du nord ont plus d'impact, elles sont capables de plus de pression sur les gouvernements ou les entreprises. Les ONG du sud pas encore. Mais en revanche elles, c'est une banalité donc je vais très vite, sont plus en contact de la réalité que nous. C'est pas à moins de donner des leçons sur la façon de lutter contre le sida, dans d'autres pays et d'autres cultures différentes, ou dans problèmes d'impact économiques dans un parc naturel, dans une réserve du Kenya, ou de l'Afrique du sud. Ils le savent mieux. On peut apporter l'argent et un peu d'expertise de temps en temps, mais je reste modeste sur notre rapport.

En revanche, on est capable de faire remonter des problématiques sida, et environnementales que eux ne savent pas faire non plus.

Quatrième grand acteur, les agences de com, les consultants et les médias, je vais réutiliser le terme de bulle du développement durable, je ne sais pas combien de temps ça va durer, mais je vois bien qu'il y a foisonnement des acteurs. Le nombre d'ONG qui se bâtissent de durable, de consultants en développement durable, le nombre d'agences de com qui se spécialisent là dedans, on verra si ça va durer. Il n'y a pas beaucoup de financement là derrière pour l'instant. Il y a pas beaucoup de financements internationaux, il y a pas beaucoup de financement d'entreprise, ou de dons derrière. Je suis pas sûr que ça dure encore bien longtemps, et si cette bulle va se stabiliser. C'est difficile pour nous de parler aux médias, on l'a aussi évoqué souvent, sur ces questions de développement durable. Pour qu'il y ait quelqu'un pour m'accompagner sur le prochain tremblement de terre, en Afghanistan, ou en Irak, ça peut se faire. Puisqu'on a les moyens d'amener un journaliste sur place, et de l'avoir dans nos bagages. En revanche sur les questions de développement, de développement durable et de questions qui marchent, il y a plus grand monde derrière. Parce qu'il n'y a pas beaucoup d'audimat, et que c'est difficile à vendre. Il n'y a pas très longtemps, je parlais avec une réalisatrice, productrice connue, et qui s'intéressait à un programme, au lac Titicaca, où on avait lié les questions de développement, gestion de l'eau, microéconomique.

Vous connaissez le lac Titicaca, sur ces îles flottantes, il y a tout un programme intéressant sur les femmes qui vendent là. J'explique mon truc, elle me dit que c'est absolument génial de voir l'envers de ce décor. Il faudrait 10 secondes ce plan là. Je dis 10 secondes, ça va être dur. Et elles pourraient danser aussi ? On peut peut-être leur demander de danser, ça fait de la couleur, les sud américaines qui dansent. Et puis je dis, il y a des problèmes de démocratie importants, les femmes rapportent de l'argent, et leur mari commence à l'écouter, et parfois il ne veut pas qu'elle se lance dans ces activités de microfi-

nance, parce qu'elle va prendre trop d'importance par rapport à lui, et ils s'engueulent. Elle dit c'est bien ça, on pourrait les voir s'engueuler. Mais vous voyez dans la caricature de ce discours où je me voyais monter mon loft story du lac Titicaca, pour que ça passe à la télé. Ca s'est pas fait bien sûr, parce qu'on n'a pas trouvé les financements pour faire ça derrière.

Tout ça pour toucher le cinquième grand acteur, le grand public, qui s'en moque un peu aussi. On a parlé de cette apathie, et il y a pas très longtemps, il y a eu cette AG de Total, où le Président avait osé sortir son rapport de développement durable, le premier qu'avait fait Total, avec l'éthique, et tout... Et il s'est fait conspuer, non pas sur le prestige de la Birmanie ou les autres casseroles que se tire Total, mais sur son discours très éthique, très développement durable, par des petits vieux actionnaires qui n'avaient pas encore succombé à la canicule, qui disaient, nous on s'en fout. Ce qu'on veut, ce sont des dividendes, et pas les machins de Total dans 20 ans. C'est dur de faire face à ça. Vous l'avez vu aussi dans les actes de consommation, on évoqué les pratiques de Monoprix ses produits éthiques, c'est epsilon dans le chiffre d'affaires de Monoprix. On avait tenté chez nous un mailing, dont j'étais super fier, on a 130 000 donateurs en France. C'est ça qui fait notre indépendance financière. Alors pour avoir des dons, je leur envoie toujours les mêmes fichiers, souvent catholiques et conservateurs, féminins, ce sont les profils des donateurs, et j'envoie toujours l'image du petit africain, mignon mais maigre, en disant, le petit Joseph, je caricature. C'est la fin, donc je me relâche, et il en a pour 15 jours, et il me faut absolument un euro par jour parce que si j'ai pas les 15 euro, c'est votre faute. Et la petite mamie, si elle a survécu à l'été envoie 15 euros. Ca marche.

C'est un discours extrêmement primaire, sur l'émotion, sur la réaction, le taux de prospection, en marketing direct, sur ce type de fichier, est de 8 %. C'est énorme. Et s'il y a des gens qui s'y connaissent en marketing direct, c'est vraiment énorme.

Et puis de temps en temps, on se dit quand même, notre éthique, où on est, où on va, on peut faire mieux. Donc on testé un discours plus construit, pour des fichiers plus militants, alors pour nous, c'est Télérama, Nouvel Obs, on va dire de gauche, engagé, et on leur fait un super discours, et on leur explique ce que j'ai raconté en entrée, il faut travailler sur les différents composants de la vie du quartier, tout ça en même temps, sinon ça n'a pas de sens. Et puis une couche de protection de droit fondamentaux de la personne humaine, et de lutte contre le sida pour que ça marche. Et tout ça dans la durée. Bien organisé, etc, on en était très fier. Ce fichier Télérama, et ce discours super intello, a fait 0,8 %. 10 fois moins. Une catastrophe, on s'est dépêché d'envoyer le petit Joseph maigre à Télérama, il a fait moins que chez les catho conservateurs, il a fait la moitié, 4 %, mais c'est une grosse différence. Alors évidemment, ça a beaucoup de conséquences sur le discours que l'on a

Philippe Lévêque, en un mot, qu'avez vous retenu, qu'avez vous pensé du sommet de Johannesburg ? Je dis bon, en un mot, NUL ! Très bien, je vous remercie.

vers le grand public, et combien de fois je me suis fait interviewer en me disant Philippe Lévêque, s'il vous plaît, sur les OGM ou le sommet de Cancun, Philippe Lévêque, en un mot, qu'avez vous retenu, qu'avez vous pensé du sommet de Johannesburg, en un mot. Je dis bon, NUL ! Très bien, je vous remercie.



Alors voilà, c'est décevant, mais c'est comme ça, on va pas perdre le moral pour autant. Moi je crois beaucoup, on l'a évoqué tout à l'heure, à la vertu des crises pour le changement. Alors il faudra d'autres catastrophes, grandes catastrophes environnementales, grandes catastrophes humaines, une guerre de l'eau, une guerre du pétrole, une guerre qui débouleront chez nous, pour faire changer les choses, voilà, on y arrivera, mais voilà ce jeu des grands acteurs. Merci de m'avoir permis de vous en parler un peu.

Gilles Berhault Merci beaucoup pour votre humour et cet esprit positif. Une question ?



Dominique Martin-Ferrari J'aimerais bien savoir comment CARE répond à une question, aujourd'hui, qui est posée, comme quoi en Afghanistan, en Irak, l'ensemble des financements, onusiens et autres, va à 80 % aux ONG, au détriment des gens locaux et des projets locaux. Je pense que c'est une information fiable parce que les chiffres sont à l'appui, mais comment vous vous réagissez par rapport à ça ?

Philippe Lévêque 80 % des financements internationaux iraient ou vont aux ONG internationales plutôt plutôt qu'aux projets locaux.

Ca, c'est vrai. Moi ça ne me gêne pas. Mais c'est vrai. Et ça ne me gêne pas pour les raisons suivantes, c'est qu'il y a très peu de partenaires locaux, sur place, crédibles. C'est le premier problème que l'on a eu, nous, CARE étant en Afghanistan depuis 1960. On y est resté pendant toute la période, y compris sous les Talibans, et en Irak depuis la première guerre en 91. Le premier truc qu'on a eu à faire en Irak, étant resté pendant la guerre, c'est l'épuration de nos équipes. On se doutait bien que la moitié des gens était membre du parti bassiste. C'est très dur de continuer à travailler comme ça, et c'est très dur de trouver des relais locaux. Et ça ne me surprend pas que 80 % des financements aillent aux grandes institutions internationales, qui sont les mieux équipées pour répondre aujourd'hui. Cela dit, ça n'est pas très tenable. Surtout en Irak. Donc il faudra que le système change. Mais l'Irak n'est pas un problème humanitaire, l'Irak c'est un problème de police, un problème de géopolitique, mais c'est pas une crise humanitaire. Donc je considère qu'on n'a rien à faire là bas. Il faudra partir le plus vite possible. A titre d'info, nous, mais d'autres ONG aussi, ont refusé les financements américains et britanniques, enfin, des belligérants en Irak.

CLOTURE

Gilles Berhault

Merci à tous d'avoir participé à cette première université d'été de la communication sur le développement durable, organisée par le Comité 21 et ILTIC. Je crois que les travaux ont été intéressants, fructueux pour tout le monde. Il est trop tôt pour faire un bilan...

Nous on est très heureux d'avoir fait ça, on en a rêvé, vous l'avez fait. On va pouvoir continuer à rêver, donc, tout va très bien. Merci beaucoup. A très bientôt.

Anne Marie Sacquet

J'ajouterai juste deux mots, merci à vous d'être venu, et d'avoir participé très activement à ces deux jours. Je voudrais juste ajouter que même si on s'y attendait, compte tenu de la qualité des intervenants et des participants, on est très heureux Gilles et moi de la qualité d'écoute exceptionnelle, de votre engagement d'honnêteté dans les échanges et de la curiosité qui se sont manifestées ici. Je reprendrai une expression de Pierre Radanne, je pense que le bébé de l'université a la chance d'avoir de bonnes fées. De très bonnes fées. Merci