

Communication et forêt méditerranéenne

*Animateur : Jean BONNIER **

*Coanimatrice : Nathalie BREUL ***

Introduction

Progressivement et collectivement, nous découvrons que la communication bien ordonnée commence par nous-mêmes. En effet, depuis maintenant 6 années (depuis Foresterranée 90 où, sous la houlette de Christian Souchon, nous avons osé aborder le thème de la communication), nous essayons d'appliquer une grille critique à toutes les actions et conclusions de l'Association Forêt Méditerranéenne.

Au début, ce fut : pour "communiquer, il faut savoir parler aux publics (au pluriel), puis aux journalistes (à qui il faudrait mâcher le travail). Puis il a

fallu trouver les "vrais" messages, et nous avons même publié le bêtisier, la liste des principales idées fausses, qui circulent encore...

Maintenant, nous en venons à nous poser la question de savoir qui est habilité à dire d'une idée qu'elle est juste ou fausse, et nous souhaitons identifier l'outil, le mécanisme qui permet cette distinction. En même temps, nous découvrons que cet outil est sans doute collectif et qu'il relève lui aussi de la communication, du savoir communiquer. Ceci paraît évident ; pourtant qui n'a pas rencontré autour de lui et dans son milieu professionnel des individus affirmant de façon péremptoire "voilà ce qu'il faut dire" ou "ne pas dire" ?

Les quelques réunions préparatoires nous ont laissé présager qu'il était

désormais possible d'aborder le thème de façon plus pertinente qu'avant ; au profit de tous et surtout de la forêt et des espaces naturels méditerranéens.

Ainsi, au cours de ce Foresterranée, nous sommes-nous tout d'abord attaché à définir le statut de la communication comme celui d'un échange, échange qui doit poursuivre un objectif de convergence et non de pensée unique, échange "multi directionnel", "multi émetteurs-récepteurs", qui concerne tous ceux qui s'intéressent de près ou de loin à la forêt méditerranéenne. En même temps, toute communication suppose l'obtention de la compréhension de l'autre : il faut donc parvenir à communiquer la complexité et la diversité du thème dont on entend traiter, la forêt méditerranéenne. En effet, l'objet même de la communica-

* Secrétaire général de Forêt Méditerranéenne
14, rue Louis Astouin 13002 Marseille

** Coanimatrice de Foresterranée'96

tion envisagée est un objet complexe ; la forêt et, peut-être plus encore, la forêt méditerranéenne est un territoire mal défini, ce que confirment les différentes formes d'appropriation et de représentation qu'elle suscite. L'affiche de Foresterranée par J.C Quilici montre bien cette complexité : on y voit une forêt en arrière plan mais aussi des champs cultivés et on y sent fortement la présence de l'homme. La forêt, c'est aussi parallèlement un monde vivant complexe sur lequel chacun peut porter un regard particulier.

Nos premiers constats montrent que la forêt méditerranéenne recouvre des perspectives très vastes qui ne peuvent qu'induire des perceptions et objectifs très différents dans les différents groupes qui interviennent autour de cette forêt.

Ces remarques préliminaires étant établies, nous avons souhaité abordé les deux niveaux d'application auxquels renvoie la communication : le premier, la communication interne ou horizontale, entre les propres acteurs et gestionnaires de la forêt méditerranéenne ; le second, la communication externe, entre ces acteurs et les publics.

Avant de prétendre faire de la communication externe, il nous a semblé important de résoudre les problèmes de communication interne et, sur ce thème, nous avons admis l'idée qu'il existe un monde de la forêt méditerranéenne, c'est-à-dire un ensemble d'organismes et d'institutions qui s'intéressent activement à cet espace. Nous avons ainsi déterminé un certain nombre de groupes constitués d'intervenants en matière forestière, certains s'interpénétrant, d'autres fonctionnant de façon autonome, certains se définissant sur la limite acteur-public, d'autres uniquement au sein du monde forestier. Nous nous sommes enten-

dus sur les groupes suivants (cette liste n'ayant rien de restrictif) :

- collectivités locales et administrations
- agriculteurs et éleveurs
- monde associatif
- enseignants du primaire et du secondaire
- universitaires et chercheurs
- naturalistes
- ingénieurs et techniciens forestiers et de l'environnement
- exploitants et scieurs
- propriétaires sylviculteurs
- chasseurs
- pompiers
- ...

Aucun de ces groupes n'est homogène et, en leur sein, la communication est rarement bonne, de même la communication entre les divers groupes est plus ou moins fluide. De ce fait, il nous a semblé impossible de développer un message sur la forêt acceptable en direction de la société

sans avoir au préalable tenté un discours consensuel et les moyens d'y accéder ; on ne peut bien et clairement communiquer aux autres que si l'on communique déjà entre soi.

Cette question ayant connu certaines réponses et éclaircissements par nos premiers débats, nous avons examiné ce que pourrait être une communication externe réussie au travers de quelques exemples et les moyens à mettre en place pour y parvenir. Nous n'avons pas prétendu ici établir "le" message idéal à faire passer, mais nous avons tenté de trouver un certain nombre d'objectifs communs permettant de parler clairement de la forêt méditerranéenne aux divers utilisateurs et nous avons réfléchi sur quelques politiques de communication avant de proposer quelques principes méthodologiques.

Enfin, la tournée, sous forme de mise en situation par le biais d'observateurs, nous a permis des études de cas riches d'enseignements du point de vue de la communication.



Photo 1 : Le groupe «communication» lors des Rencontres de Foresterranée'96

Photo Vincent THOMANN

1 - *Communication interne ou horizontale*

Nous avons appelé communication interne ou communication horizontale tout processus d'échange susceptible de s'établir entre les propres acteurs et gestionnaires de la forêt méditerranéenne. En matière de communication interne, l'hétérogénéité tant des individus eux-mêmes au sein d'un groupe constitué que celle des divers groupes entre eux, apparaît comme une donnée préexistante à toute tentative d'échange. Il s'avère qu'il existe une insuffisance, voire une absence, de communication au sein même du groupe des acteurs de la forêt méditerranéenne, qu'il s'agisse de communication entre les membres d'un même corps ou de communication entre l'ensemble des intervenants forestiers. Les groupes sont plus ou moins proches et imbriqués mais rares sont ceux qui développent, même implicitement, une stratégie de communication en direction des autres groupes. On assiste ainsi, par exemple, à des incompréhensions entre exploitants forestiers et scientifiques, entre propriétaires et associations de protection de la nature, ou encore entre O.N.F. et élus, toutes ces incompréhensions semblent issues de défauts de communication à la base.

Malgré ces carences, le groupe de travail constate pourtant que chacun tente fréquemment de s'instituer détenteur de la vérité de l'ensemble des intervenants forestiers dès lors qu'il fait de la communication sur la forêt méditerranéenne en direction des publics. Un groupe n'étant, à notre sens, pas plus détenteur qu'un autre du message universel, il nous a semblé primordial de trouver des pistes permettant de dépasser les antagonis-

nismes, ceci au nom d'une volonté commune de clarté et de cohérence et dans l'objectif de construction de messages réellement consensuels.

Lors des discussions, il nous est apparu qu'il existe une réelle préoccupation en ce domaine et que certains ont mis en œuvre, de façon directe ou indirecte, des processus de communication au sein de leur propre structure ou en direction de leurs partenaires potentiels. La communication est ainsi, pour l'Agence régionale de l'environnement Provence-Alpes-Côte d'Azur (A.R.P.E.) ou la mission Vulcain, une doctrine sur laquelle repose toute la finalité de leurs actions, tandis que pour d'autres structures, telles l'Union régionale des communes forestières et l'Entente interdépartementale, la communication est l'outil indispensable d'un partenariat permettant la réalisation d'actions ponctuelles.

Dans un second temps, nous avons tenté de recenser un certain nombre de problèmes pouvant entraver toute démarche de communication, parmi ceux-ci le poids de la hiérarchie et des institutions. De même, les multiples intervenants et messages qui en émanent nous ont semblé particulièrement présents et conséquents. En effet, tout en conférant crédibilité et sérieux aux discours émis, la présence par trop sensible du cadre institutionnel entrave souvent l'objectivité de la communication qui peut s'établir entre acteurs. Sur ce point, l'expérience d'Antoine Battesti semble être la démonstration de la possibilité de conciliation de ces deux aspects lorsqu'il existe une forte motivation d'objectivité et une dynamique constructive. Concernant la multiplicité des intervenants et son

incidence sur les choix de politiques forestières à mettre en œuvre, le témoignage de Pierrette Bellon et les réactions qu'il a suscité ont permis de mettre l'accent sur un certain nombre de développements envisageables pour remédier à ce qui est perçu comme une source de confusion à la base.

1 - 1 La communication comme doctrine

- Le Réseau régional des espaces naturels Provence-Alpes-Côte d'Azur

L'A.R.P.E., Agence Régionale Pour l'Environnement, est à la fois un syndicat mixte et un outil du Conseil Régional et est à l'origine de la création, en 1985, du Réseau régional des espaces naturels. Cet organisme rassemble toutes les instances régionales préoccupées d'espaces naturels, qu'il s'agisse de syndicats mixtes, de syndicats intercommunaux, de parcs régionaux ou nationaux, du Conservatoire du littoral ou de l'O.N.F. En juin 1996, le réseau regroupait ainsi 18 structures auxquelles 4 sont venues s'ajouter en septembre 1996. Ce réseau, dont la mission essentielle est la mise en communication interne de ses différents membres en vue d'une production commune autour d'une thématique diversifiée, a matérialisé son action par la mise en place d'un code de conduite pour les gestionnaires d'espaces naturels : la "charte du réseau des espaces naturels".

Christian DORET : La communication de l'Agence régionale pour l'environnement de Provence-Alpes-Côte d'Azur