

# Communication, forêts et espaces naturels méditerranéens

par Jean BONNIER \*

## Derrière un consensus apparent ...

Connaissions-nous une seule personne qui prétende n'aimer ni la nature, ni la forêt méditerranéenne ? Ainsi posée, la question fait apparaître un consensus quasi absolu : tout le monde aime la forêt et la nature.

Et pourtant, on entend des messages qui laisseraient penser qu'au contraire, la forêt méditerranéenne est menacée de toutes parts : « J'aime la forêt, je la protège », « attention au feu », « la forêt c'est l'affaire de tous », etc ...

Ainsi, en toute première approche, chacun se situerait comme le gendarme (ou le pédagogue) de tous les autres qui menaceraient la forêt méditerranéenne, en tous cas s'en désintéresseraient ; nous vivrions un drame ...

## Une réalité comportant des projets multiples

Avant d'aller plus avant, constatons que chacun ne parle pas forcément de la même chose, les mots forêts et espaces



Photo 1 : A la forêt ou au feu ?

Photo Cemagref/FOMEDI

naturels méditerranéens recouvrant des objets variant selon les personnes :

- pour un forestier, c'est à la fois un territoire et un peuplement à cultiver,
- pour un papetier, c'est une réserve de cellulose à « mobiliser »,
- pour un écologue, c'est un milieu toujours plus complexe à observer, à analyser,
- pour un écologiste, c'est un milieu à protéger,
- pour un berger, c'est de l'herbe et des feuilles à transformer en viande et en lait,
- pour un pompier, c'est un lieu susceptible de brûler et qu'il faut défendre contre le feu,
- pour un citadin, c'est un terrain de promenade et de loisirs,
- pour un chasseur, c'est l'habitat du gibier qu'il va pourchasser, mais qu'il gère, à sa manière,
- pour l'esthète, c'est un décor au sein duquel se meuvent des personnages et se créent des situations extraordinaires ...

\* Secrétaire général de Forêt Méditerranéenne  
14 rue Louis Astouin 13002 Marseille  
Tél. : 04 91 56 06 91 Fax : 04 91 91 93 97  
E-mail : foretmed@hol.fr

Ces exemples montrent également que les forêts et espaces naturels méditerranéens non seulement n'ont pas le même sens suivant les gens, mais encore qu'ils font l'objet de projets différents suivant les innombrables catégories d'acteurs qu'ils concernent : le projet du berger n'est pas celui du chasseur, ni même celui du bûcheron, même si, ici et là, leurs intérêts peuvent quelquefois converger...

## **Les forêts et les espaces naturels appartiennent à des propriétaires différents**

De plus les forêts et les espaces naturels méditerranéens appartiennent à des personnes de catégories fort différentes : l'Etat en possède assez peu, les communes davantage mais le total de la propriété publique n'excède guère les 30%.

Cela ne signifie pas pour autant que les 70% restant appartenant à des propriétaires privés relèvent d'une tenue homogène. Les propriétés privées concernent des surfaces allant de quelques milliers d'hectares d'un seul tenant (assez rares mais pesant leur poids) à des surfaces inférieures à 5 ha (très nombreuses) et jusqu'à des parcelles insignifiantes.

A cette disparité des tailles des propriétés privées répond une équivalente disparité des implications des gestionnaires : une étude conduite pour le Centre Régional de la Propriété Forestière de Provence-Alpes-Côte-d'Azur et de Corse a montré en 1990(1) combien l'éventail des propriétaires était ouvert en matière d'implication dans la gestion. On trouve aussi bien des gestionnaires «purs et durs», soucieux de faire de leur forêt un objet économique le plus dynamique possible (ils ne sont guère nombreux), que des abstentionnistes totaux, ignorant même qu'ils sont propriétaires souvent indissolublement liés, ou que des amateurs militants (des plaisanciers de la forêt) qui investissent temps et argent quasiment pour le plaisir.

## **Les modes de gestion sont très variés**

Enfin, la gestion des forêts et des espaces naturels relève d'institutions diverses, distinctes et même parfois antagonistes.

- Souvent cité en tête de liste, bien que ne gérant guère que le tiers des surfaces, l'Office national des forêts, héritier principal de l'ancienne Administration des eaux et forêts,



**Photo 2 : Bonne idée !**

Photo Cemagref/FOMEDI

poursuit l'objectif présenté comme le plus général pour la gestion des biens qui lui sont confiés : production, protection, accueil.

- Les Centres régionaux de la propriété forestière, créés lors de la réforme de l'Administration des eaux et forêts, sont des établissements publics administrés par des propriétaires, destinés à assister les tenants de la forêt privée dans leur gestion. Ils sont en particulier chargés d'aider ceux possédant plus de 25 ha à concevoir leur plan simple de gestion, « modèle réduit » pour les particuliers de l'aménagement, obligatoire (en principe) pour les forêts publiques.

- Les Parcs nationaux, les Parcs naturels régionaux, les Réserves de différents statuts, exercent également des prérogatives de gestion, se superposant, s'interposant ou s'opposant quelquefois, à celles des tenants fonciers.

- Les chasseurs, à travers leurs Fédérations départementales, pour gérer la faune cynégétique, prennent des décisions dont les objectifs ne correspondent pas nécessairement toujours à ceux des autres.

- Les collectivités territoriales, à travers les documents d'urbanisme, les plans de débroussaillage et d'aménagement forestier et les plans d'exposition aux risques, inscrivent sur leur territoire, des actes d'équipement et d'aménagement,

- Certaines d'entre elles, comme le Conseil général des Bouches-du-Rhône par exemple, se sont dotées d'organismes chargés directement de la gestion foncière,

- La liste n'est pas close.

(1) Agence MDTA - Mieux connaître les motivations des propriétaires forestiers de Vaucluse - CRPF Marseille 1990



**Photo 3 : Cette menace venue du Sud n'en rappelle-t-elle pas une autre, tout aussi mythique ?**

Photo Cemagref/FOMEDI

Et l'on pourrait trouver et citer encore de nombreuses preuves de ce que, derrière un apparent consensus sur la forêt et les espaces naturels méditerranéens on trouve des situations diverses, et, par là même, des informations multiples, complexes, de valeur variable, complémentaires et/ou contradictoires.

## Il n'y a pas d'information en soi

### *L'information dépend des individus*

L'information est faite d'éléments de base que chacun reçoit en fonction de son état social et culturel. Elle n'est pas universelle.

Ainsi, par exemple, le fait de dire qu'il pleut n'a pas le même sens pour le randonneur qui prévoyait une sortie dans la nature, pour le paysan qui voit son champs soulagé de la sécheresse, pour le forestier qui est dégagé pour un temps de ses craintes d'incendie ou pour le météorologue qui voit confirmée ou infirmée sa prévision.

Souvent, l'information telle que chacun la reçoit vient compléter d'autres informations et s'y agrège, en produisant ainsi de nouvelles. C'est pourquoi, l'information contribue à notre édification de manière sélective, au sein de notre système social.

### *Elle doit être reçue*

Lorsqu'on dit qu'il n'est de pire sourd que celui qui ne veut pas entendre, on constate simplement qu'une information ne vaut que si celui à qui elle est destinée l'attend ou accepte de l'entendre.

Cela oblige donc celui qui émet l'information à lui donner une forme convenant à celui qui l'attend, ou à la rendre attrayante pour celui qui ne l'attend pas mais que l'on souhaite cependant toucher.

Cela ne signifie pas pour autant qu'elle doive « faire plaisir », car en pareil cas, l'information n'est plus qu'une confirmation.

Mais cela implique qu'elle soit audible, entendue et intéressante, c'est-à-dire qu'elle apporte de manière claire quelque chose qui soit jugé nouveau et utile. C'est en cela qu'une information, comme nous le disions précédemment est édifiante.

Par exemple, le fait que la forêt méditerranéenne progresse en surface et en biomasse dans le sud de la France, mis en avant lors de Foresterranée'90, a été reçu comme une information de ce type, apportant quelque chose de nouveau et donc d'intéressant et d'utile.

### *Elle passe par des vecteurs divers*

Les spécialistes nous rappellent (ou nous apprennent) que l'information nécessite l'usage de signes, paroles, images, textes, raisonnements, cartes, chiffres, schémas, messages divers ; ces signes transitent par des vecteurs de plus en plus nombreux, simples et/ou **complexes**, discours, films, affiches, presse, radio, télévision, télématique.

Mais le signe -et encore moins le vecteur- n'est jamais la chose : l'image du feu ne brûle pas. L'apparence concrète de la forêt et des espaces naturels méditerranéens peut déjà cacher à beaucoup la complexité des phénomènes écologiques et sociaux qui l'animent. A fortiori, une image même élaborée de la forêt, un «modèle» comme l'on pourrait dire, n'est pas la forêt.

Enfin, l'information est souvent fortuite et inopinée, tel ou tel reçoit, toujours à sa manière, une information dont il ne pensait pas avoir besoin, provenant d'où ou de qui il ne l'attendait pas ou même n'attendait rien.

«L'information est, par nature, éparses, évasive, capricieuse et intempestive : à chacun ses informations ...» (Bougnoux 1995).

## La communication, c'est la vie

Détenir de l'information n'a en soi aucun intérêt. L'information n'a d'intérêt que transmise, communiquée, partagée ; elle engendre alors une modification du comportement de qui la reçoit. Or, à la diversité des types d'information correspond une variété extrême des modes de transmission.

Usant des mécanismes de transmission (les vecteurs), que l'on a évoqués précédemment, les modes de transmission revêtent un aspect social.

Il est banal de dire que «détenir l'information c'est détenir le pouvoir», mais ce pouvoir n'existe qu'en fonction de la manière dont est divulguée l'information, du mode de communication.

### *La communication dépend de ses protagonistes*

Dans tous les cas, la communication qui, par essence, appelle une réponse et, par voie de conséquence, un échange, dépend du statut des partenaires qui échangent l'information, émetteur et récepteur, c'est-à-dire du statut qu'ils se donnent mutuellement : le patron, le professeur, l'aîné, le collègue, le rival, le journaliste ... ne sont pas entendus de la même manière ; leur stratégie de communication n'est pas non plus la même.

Cela signifie que celui qui souhaite émettre des informations en direction d'un certain public, doit disposer, auprès de ce public d'un statut l'autorisant à délivrer cette information : les chasseurs ne pourront pas facilement communiquer sur le thème de la protection de la faune sauvage, les pompiers communiqueront mieux sur le feu que sur la sylviculture, en raison du statut que confère la société aux uns et aux autres.

L'inverse n'est pas simple : il sera difficile à un groupe de faire évoluer son statut auprès d'un public grâce à une communication décalée. Ainsi, par exemple, un industriel du papier devra développer une stratégie patiente et délicate s'il a pour objectif d'être perçu comme protecteur de la nature à travers une communication à tonalité écologique.

La communication c'est donc la vie, à la fois parce que les mécanismes biologiques fonctionnent par des flux de communication (fluides, hormones, influx nerveux, ...) et parce que les mécanismes sociaux influencent totalement la circulation de l'information.



Photo 4 : Sale gosse !

Photo Cemagref/FOMEDI

## Le monde de la forêt et des espaces naturels méditerranéens est riche

Les écologues nous rappellent l'extrême richesse des milieux naturels, plantes, animaux, situations géographiques, sols, écosystèmes.

Comme en réponse à cette richesse, les groupes de personnes concernées, organisés ou non en institutions, sont extrêmement nombreux :

- collectivités locales, propriétaires privés, administrations de l'agriculture, de l'environnement, de la sécurité civile, ingénieurs et techniciens de la forêt, de l'environnement, de la lutte contre le feu, du tourisme, associations de protection de la nature, sociétés savantes, scientifiques, universitaires, enseignants du primaire et du secondaire, chasseurs, techniciens de la formation professionnelle, entrepreneurs et exploitants forestiers, industriels de la transformation, amateurs et promeneurs, sportifs ...

Mais chacun de ces groupes est lui-même le plus souvent composite voire hétérogène.

Quoi de commun entre une petite commune des Alpes du Sud ou des Cévennes et la ville de Marseille, toutes communes possédant des forêts et englobant des forêts privées ?

On a déjà évoqué la variété des situations des propriétaires privés. Il en va de même pour tous les autres groupes.



Photo 5 : Pauvre sylvestre !

Photo Cemagref/FOMEDI

## La communication des institutions peut stériliser l'information que produisent leurs ressortissants

Au sein de ces groupes, est produite chaque jour une grande quantité d'informations. Chacun peut, soit par lui-même, en raisonnant, en exprimant une expérience pratique, en conduisant une expérimentation scientifique, en faisant appel à sa mémoire et à sa culture, soit par l'échange avec d'autres, dans le débat ou le travail en commun, fabriquer du savoir et le communiquer. Alors, l'information circule de manière aléatoire, au sein d'un groupe : la communication est en quelque sorte inévitable.

Toutefois, lorsque les groupes sont constitués en institutions (associations de sylviculteurs, de protection de la nature, parcs, administrations, établissements publics, fédérations de chasseurs, ...) apparaît quelquefois une communication institutionnelle.

Celle-ci poursuit des finalités multiples, mais bien souvent elle est destinée, en tout premier lieu, à faire connaître l'institution. Dans ce cas, la forêt et les espaces naturels méditerranéens peuvent n'être qu'un prétexte. «Je dis que j'aime la forêt méditerranéenne, je ne peux donc qu'être sympathique ...». Cela vaut d'ailleurs pour de très nombreuses «grandes causes», (SIDA, cancer, sécurité routière, ...).

Mais quand certaines institutions visent bien la forêt méditerranéenne dans leur communication, celle-ci fait partie de la politique des dites institutions et répond à des choix qui, par essence sont exclusifs : «On va axer la communication sur tel point et pas sur tel autre».

Ainsi, la communication institutionnelle peut-elle conduire :

- à figer l'image d'une institution dans une posture qu'elle n'avait pas prévue ni souhaitée ; par exemple, durant un temps, non encore totalement révolu, la communication de l'Office national des forêts, basée sur le professionnalisme et l'économie (c'est un établissement qui, Dieu merci, a, en certaines régions, des activités productrices rémunératrices), a donné à tous ses services et à ses agents une image paradoxale de prédateur des espaces naturels,

- à émettre des messages contradictoires par souci de simplification, par exemple, une propagande anti-feu, louable en soi, a longtemps annoncé la venue du désert dans le sud de la France, alors même que la forêt se développait en superficie et en masse de végétation (et donc de combustible !), orientant l'action -et la finance publique- sur le reboisement plutôt que sur la sylviculture et l'allégement de la biomasse,

- à «distinguer» les institutions émettrices, à les séparer les unes des autres et à accentuer les dissensions entre elles plutôt qu'à favoriser les coopérations : le slogan «les Alpes vraies» laisse-t-il penser qu'il y en aurait de fausses ? lesquelles ?, «la nature c'est notre métier», veut-il dire que les autres sont des amateurs ?

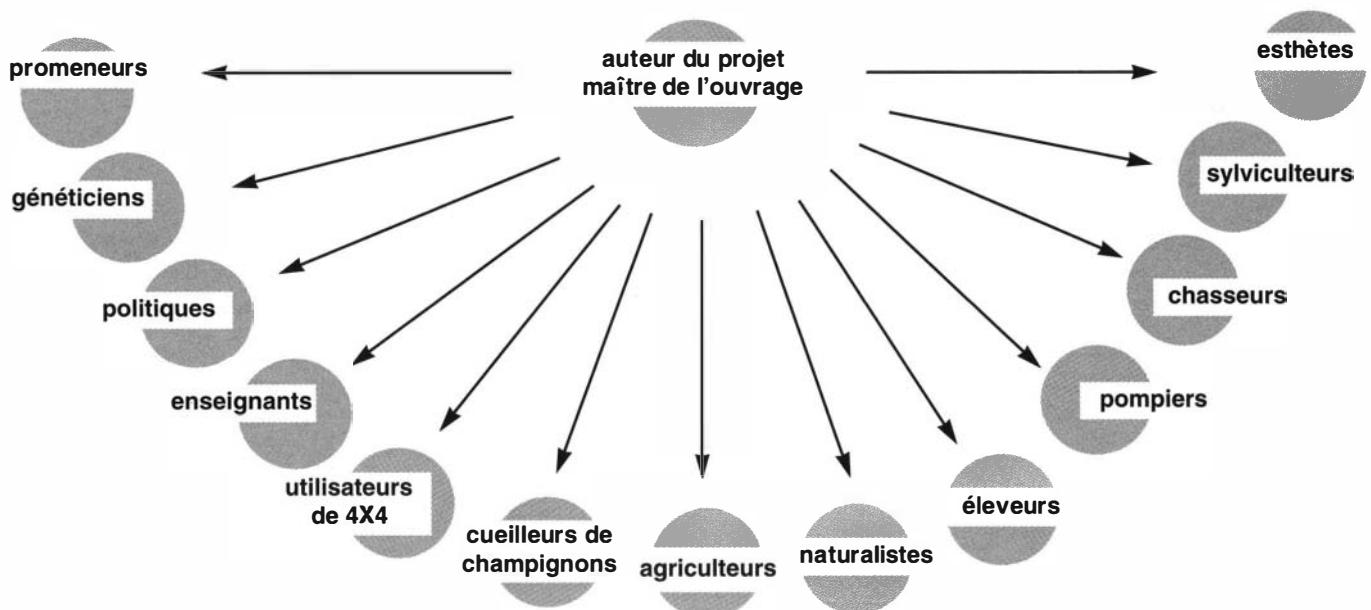
- à interdire, de fait, l'émission d'autres messages plus complexes mais souvent plus riches, de la part des membres des institutions mêmes : dans la communication institutionnelle, le doute, l'hésitation ne sont pas permis, alors même qu'ils sont la base du progrès technique. Ainsi, dans la hiérarchie des organismes, les subordonnés ne peuvent contredire le chef, et le chef ne peut douter (du moins en public).

Tout cela, et sans doute bien d'autres choses encore, contribue au brouillage des messages perçus par les divers publics « A qui faire confiance ? ».

## La communication unilatérale (descendante) n'est ni pertinente ni efficace

### De la vulgarisation

Autrefois, il y a quelques décennies, régnait la vulgarisation : ceux qui savaient (ou qui étaient censés savoir) délivraient un message à des personnes priées de les écouter.



**Schéma 1 : Faire savoir et persuader**

Cela ne marchait guère et c'était un des cauchemars des agronomes de l'époque : être écouté et entendu des agriculteurs, gagner leur confiance.

Mais aujourd'hui, dans le domaine de la forêt et des espaces naturels méditerranéens, il y a de très nombreux émetteurs de messages, alors qu'il y en avait très peu autrefois. Il faut même constater que dans nos régions méditerranéennes, le temps consacré à la vulgarisation par l'Administration des eaux et forêts était quasi nul, le souci du public n'étant vraiment apparu qu'avec le développement des incendies dans l'après-guerre.

### **On est passé à une communication plus complexe**

Aujourd'hui, celui qui est censé savoir est devenu, sinon suspect, du moins objet de méfiance : les récentes grandes (et quelquefois graves) affaires ont ébranlé les statues du médecin (le sang contaminé, l'amianté), de l'ingénieur (Tchernobyl), du vétérinaire (l'encéphalopathie spongiforme bovine), voire du forestier (le gel des plants provenant de pays plus chauds).

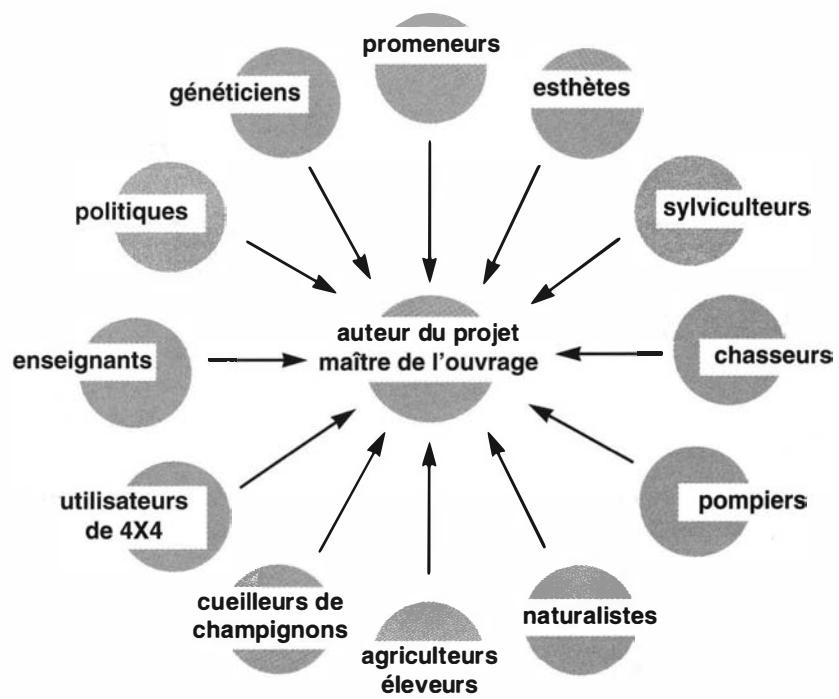
Enfin, les différents publics sont constitués de personnes de plus en

plus qualifiées, de niveau souvent élevé, mais aussi plus spécialisées techniquement et orientées idéologiquement : la communication descendante les sollicite davantage pour qu'ils adhèrent à un discours plutôt que pour le construire avec d'autres.

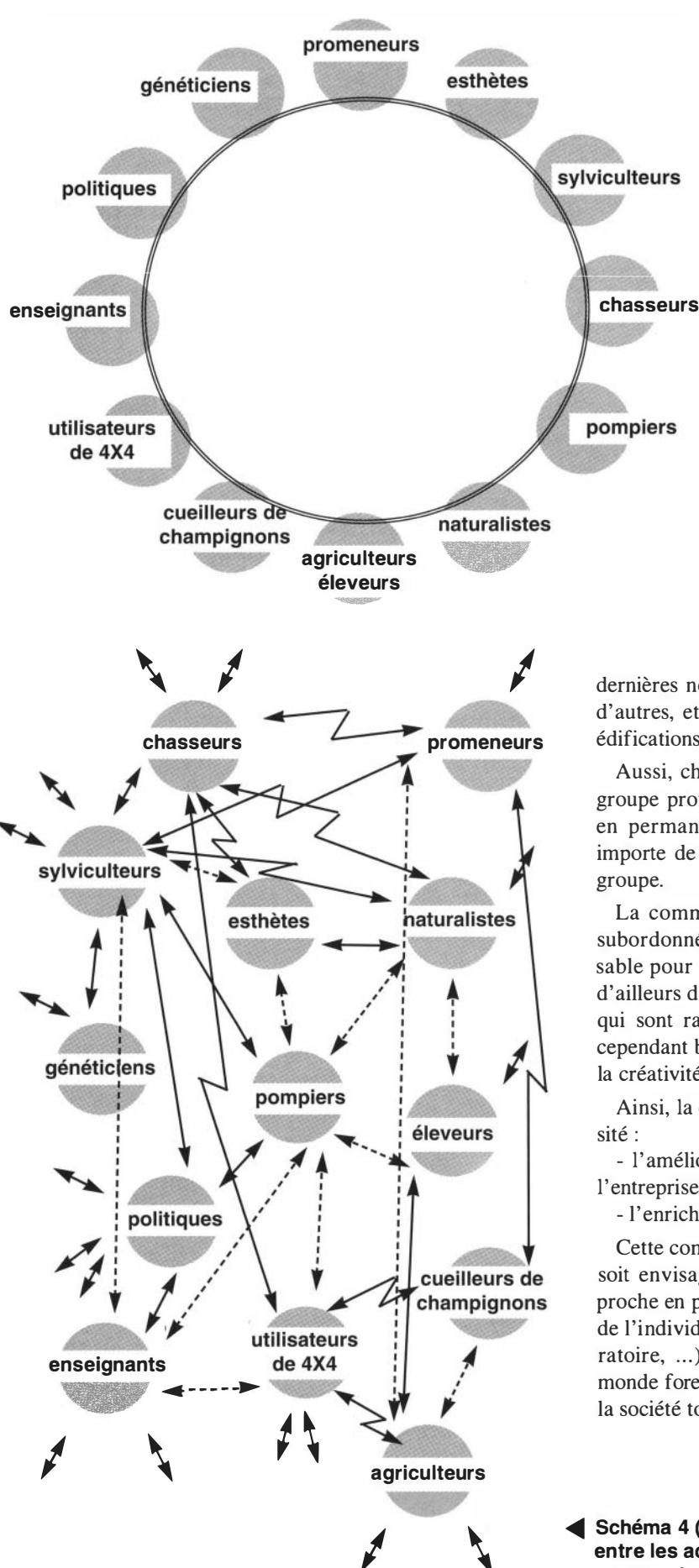
Ainsi n'est-il pas sage d'axer une communication sur de telles bases :

quasiment plus personne ne reconnaît à un seul (ou à un petit nombre) un savoir d'une telle qualité qu'il puisse s'imposer aux autres, ou même seulement arbitrer entre les savoirs.

On en vient même, pour avoir l'illusion du «vrai-véritable», à inviter des journalistes, si possible non spécialistes, pour animer des tables rondes !



**Schéma 2 : Recueillir les points de vue et concevoir un compromis**



► Schéma 3 (ci-contre) : Retenir la seule part de l'implication des acteurs qui concerne le projet

## Communication bien ordonnée commence par soi-même

Chacun d'entre nous s'édifie (se construit) essentiellement par ce qu'il retient de ce que lui communiquent les autres de diverses manières, les études initiales, les lectures, les observations, des discussions, des visites et des voyages d'études, et également par ses propres découvertes. On notera au passage que ces dernières ne valent guère que si elles sont communiquées à d'autres, et qu'elles contribuent ainsi à leur tour à d'autres édifications et constructions.

Aussi, chaque individu, dans ses appartenances diverses, groupe professionnel, groupe associatif, vie familiale est-il en permanence en situation d'une communication qu'il importe de gérer au mieux, pour l'individu comme pour le groupe.

La communication unidirectionnelle entre supérieur et subordonné, descendante et montante est certes indispensable pour le fonctionnement des institutions (elle nécessite d'ailleurs des précautions et des aptitudes au commandement qui sont rarement réunies, ni même enseignées) ; on sait cependant bien qu'elle est très insuffisante si l'on attend de la créativité de la part des membres du groupe.

Ainsi, la communication interne est-elle une double nécessité :

- l'amélioration de l'efficacité du groupe (du service, de l'entreprise)
- l'enrichissement de chacun de ses membres

Cette communication paraît indispensable avant même que soit envisagée une communication vers l'extérieur qui, de proche en proche, se construit depuis le noyau le plus proche de l'individu, vers le groupe le plus large (le service, le laboratoire, ...) puis vers l'ensemble de l'institution, vers le monde forestier méditerranéen, puis enfin, vers les publics et la société tout entière.

► Schéma 4 (ci-contre) : Observer le système de relations entre les acteurs et tenter d'améliorer (ou de créer) la communication entre acteurs

# Pour une forêt méditerranéenne de notre temps

## Nos forêts évoluent

Or c'est bien l'objectif de chacun d'entre nous, et plus spécifiquement de ceux qui participent à Foresterranée'96, que d'insérer au mieux la forêt et les espaces naturels méditerranéens dans la société d'aujourd'hui.

Or celle-ci, en France, en Europe et bien au delà, est confrontée à un des grands bouleversements de l'histoire : on évoque souvent la mondialisation et le retour au local, (ou le recours au local).

Pour ce qui nous concerne, nous, forestiers, agronomes et spécialistes des espaces autrefois dits ruraux, ce bouleversement réside dans le fait que notre société (et nos contemporains quoi qu'on en dise) nécessite de moins en moins d'espace pour son développement. C'est vécu par certains comme le drame de l'aménagement du territoire, mais c'est patent. L'agriculture s'est tellement modernisée (décuplement des rendements en céréales en 80 ans !), qu'elle a besoin de surfaces bien moindres, tout en progressant fortement dans ses capacités exportatrices. La forêt prend de ce fait une tout autre place dans l'espace. C'est donc une nouvelle organisation du territoire géographique qui est en train de s'accomplir, alors que celle de notre territoire mental tire un peu la jambe.

Il ne fait guère de doute que nous devons réfléchir beaucoup à cette évolution, à cette forêt méditerranéenne de notre temps et des temps à venir, avant d'entreprendre d'émettre des informations sur cet objet dont nous comprenons encore mal les changements et le devenir.

Lors des grandes manifestations récentes, 10ème Congrès forestier mondial à Paris, Sommet de Rio, Traité de Maastricht, Conférence de Barcelone, on a pu constater que les termes forêt et Méditerranée ne figurent que très exceptionnellement ensemble parmi les thèmes abordés et les communiqués.

Si la forêt est abordée au niveau mondial, c'est la forêt tropicale qui tient la vedette, si c'est au niveau européen, ce sont les forêts du nord qui priment ; quant à la Méditerranée, on y associe la culture, la paix, l'agriculture, le tourisme, les migrations, ... rarement les forêts et les espaces naturels.

Pourtant, nous, Méditerranéens, nous nous posons des questions cruciales, au nord, en Europe, sur l'évolution des territoires telle que nous venons de l'évoquer, au sud et à l'est, en Afrique et au Proche-Orient, sur un état inquiétant de dégradation des forêts et des écosystèmes naturels.

Ces questions, nous essayons de les poser de la manière la plus complète possible, en liaison avec le développement économique, durable autant que possible, avec la préservation et la mise en valeur des richesses patrimoniales, des écosystèmes, des paysages, ...

Il nous faut donc porter ces préoccupations auprès des instances nationales, européennes, mondiales et donc communiquer sur la forêt et les espaces naturels méditerranéens en général si nous voulons qu'ils soient présents dans le concert des territoires.

Pour cela, nous ne pouvons guère prendre le risque d'une communication qui ne serait que de la publicité ou du marketing : il faut nous mettre ensemble au travail.

J.B.



Photo 6 : L'image de la forêt conserve cependant un léger avantage de surface  
Photo Cemagref/FOMEDI

## Bibliographie

SOUCHON (Ch), BONNIER (S) : Information et communication sur la forêt méditerranéenne. Forêt Méditerranéenne, XII.3, Nov. 1990, Foresterranée'90 pp. 262-299.

FERRY (C) : Le nouvel ordre écologique. Grasset, 1993.

BOUGNOUX (D) : La communication contre l'information. Hachette, 1995.