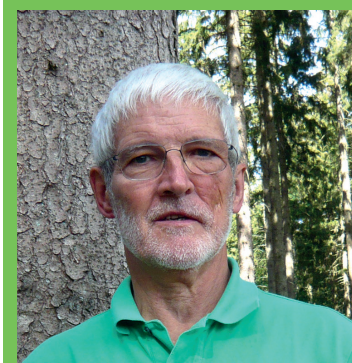




# MIEUX COMMUNIQUER POUR LE FORESTIER,

## QUELQUES PISTES



Professeur ordinaire émérite rattaché à l'Université de Liège - Gembloux Agro-Bio Tech, et chargé de mission pour l'ULiège, Jacques Rondeux a consacré toute sa vie au développement de notre patrimoine forestier.

### UNE SITUATION DE FAIT

La multiplicité des fonctions oblige le forestier à revêtir plusieurs habits, l'oblige à plus de contacts et d'échanges mais force est de constater que la formation au sein d'écoles spécialisées ou au travers d'autres structures n'a manifestement pas suffisamment intégré ou suivi cette évolution.

Or communiquer est un moyen d'exister, de défendre ses intérêts et aussi de mieux faire comprendre le bien-fondé d'actions ou de mesures prises. Comment le faire sur un thème si vaste, complexe et si chargé d'affectif que chacun aurait tendance à se l'approprier.

*Il est significatif de constater à quel point la forêt et le forestier peuvent encore être perçus ou présentés aujourd'hui quand on voit par exemple qu'un moyen de communication tel que le petit Larousse – certes en perte de vitesse par rapport à l'omniprésence d'internet en reste à des définitions aussi laconiques que « Grande étendue de terrain couverte d'arbres. Ensemble des arbres qui la couvrent » ou encore « Employé de l'administration forestière, professionnel(le) de la foresterie ». De même, souvent encore des acteurs médiatiques, confondent « garde-forestier » et « garde-chasse » ! Ce type d'image renvoie vers celle réductrice d'une fonction mal perçue, voire incomprise et tronquée.*

Communiquer son savoir reste une mission noble, en particulier quand elle concerne notre environnement ou notre cadre de vie mais cela requiert un réel savoir-faire qui doit s'apprendre et se cultiver, qui doit aussi évoluer jusqu'à intégrer l'importance accrue des réseaux sociaux et la vitesse avec laquelle l'information circule.

Lorsque le DNF communique cela se fait dans un cadre réglementé, dicté par la hiérarchie et par le besoin somme toute légitime d'avoir une ligne de conduite commune. Il est cependant une « administration » très particulière et bien différente des autres car à l'instar d'une « entreprise » il gère aussi une production pour compte d'autrui (cas des forêts de la Région, communales et des organismes publics) et est de ce fait responsable des mesures et décisions qu'il prend. Cela implique en théorie de devoir

rendre des comptes. Encore faut-il disposer pour son personnel de la possibilité de réagir lorsque sa gestion, pour de bonnes ou moins bonnes raisons, est critiquée ou mise en cause !

### QUEL TYPE DE COMMUNICATION ?

La communication entre les forestiers et le public est insuffisante et elle est généralement biaisée. Faute de temps, d'attention, d'envie ou parce que c'est difficile, les forestiers ne rencontrent pas, ou pas suffisamment, le public, riverain ou usager de la forêt, qui, pourtant, a beaucoup à dire sur la forêt, sa gestion, son devenir. Le terme même « public », peut d'ailleurs paraître inapproprié car chaque individu a une vision très personnelle de la forêt, porte sa propre image de celle-ci, chacun apprécie dans la forêt quelque chose de particulier en harmonie avec sa personnalité ; chacun, finalement, a sa forêt et le réflexe « touche pas à ma forêt » n'est jamais très loin.

Les médias jouent aussi un rôle parfois ambigu. Ils contribuent au déficit de communication ou à une orientation parfois discutable de celle-ci dans la mesure où ils sont trop souvent friands de catastrophisme attachant par exemple plus de poids à la perte de biodiversité due à une exploitation forestière effrénée ou encore aux incendies de forêt qu'à toutes les mesures conférant à l'espace forestier un rôle multifonctionnel. Les forestiers aspirent à une communication plus positive fondée sur des types d'événements plus constructifs. Il convient dès lors d'aller résolument beaucoup plus vers les plates-formes médiatiques à grande diffusion avec un message clair et des idées formulées de façon à la fois simple et convaincante. En un mot il convient d'anticiper et les circonstances y engagent : que de personnes s'interrogent aujourd'hui sur les effets des changements climatiques qui se profilent à nos portes, sur la dégradation de la biodiversité ou encore sur la prétendue sur-exploitation de nos forêts !

### QUEL CONTENU ?

Il est impératif de développer sur des thématiques si possible en phase avec l'actualité et ainsi d'éviter de se faire couper l'herbe sous le pied. L'anticipation doit toujours être de mise ! Toujours, et à titre d'exemple, sur la question de l'ex-

exploitation forestière il convient de développer des argumentaires résolument destinés au grand public et basés sur des faits objectifs et des données chiffrées, capables de mettre à mal les idées reçues, d'éclairer les réalités méconnues et de faire prendre conscience de la nécessité de couper les arbres, tout en prenant en compte la susceptibilité grandissante du public à l'égard de l'exploitation des forêts. On peut à cet égard et à titre purement indicatif, cibler une communication portant sur des sujets expliquant en quoi la gestion des forêts est durable, en quoi leur exploitation est une condition de leur santé et de leur fonction de pompe à carbone (atout vis-à-vis du changement climatique) ; en quoi les normes de gestion confirment l'engagement des forestiers dans une gestion durable de qualité de la forêt.

L'exploitation est mise à mal du fait du recours à des engins qui mal utilisés portent atteinte à la forêt et que le forestier adapte de plus en plus sa forêt à ce type de contrainte d'ordre économique le met dans une situation embarrassante. Voilà un bel exemple où il convient d'aller plus loin où le monde de la forêt dans son ensemble ou d'une vraie filière bois est concerné ; voilà une occasion rêvée de bien faire la part des choses entre la filière bois davantage dominée aujourd'hui par l'industrie qui vit à un autre rythme et sur d'autres bases que la filière forêt-bois en amont de laquelle se situe le forestier.

“  
**TOUT PROFESSIONNEL DU SECTEUR DOIT ÊTRE CAPABLE D'EXPLIQUER SON MÉTIER, DE VALORISER SON TRAVAIL ET, AINSI, DE SUSCITER L'ADHÉSION DU PUBLIC.**  
”

## CAMPAGNES DE COMMUNICATION ? POURQUOI PAS ?

Leur bien-fondé n'est plus à identifier. Pour s'en convaincre il suffit de prendre comme exemple récurrent la contestation du public contre l'exploitation jugée outrancière des forêts. Dans ces conditions, l'objectif de communication doit être de prévenir les risques de protestation en cherchant à provoquer une prise de conscience de la nécessité de couper des arbres pour entretenir les forêts et récolter du bois. Aussi pourquoi ne pas organiser régulièrement des colloques ou conférences de presse ou tout autre opération **d'envergure pour développer l'acquisition des connaissances relatives à l'état de l'opinion sur la question, pour identifier les arguments et moyens de communication à privilégier, et sur une collaboration active avec le plus grand nombre possible d'ONG (ONG environnementales et associations d'usagers de forêt).**

Sensibiliser la presse écrite via des rubriques spécifiques destinées à développer un message du type « la forêt c'est vital » ou produire des « cartes blanches » dès qu'un événement rattaché directement ou non à la forêt occupe l'actualité. Cultiver des relations suivies avec les moyens radiophoniques et télévisuels ou une presse de qualité est une voie à approfondir ou autant de terrains à défricher en dehors de toute action « publicitaire ».

## CALIBRER LA FORMATION

Il est fondamental de prévoir ou de renforcer l'intégration de modules de formation à la communication dans l'enseignement forestier et agricole et dans les parcours professionnels. Tout professionnel du secteur doit être capable d'expliquer son métier, de valoriser son travail et ses produits et, ainsi, de susciter l'adhésion du public. Cet enseignement très spécifique ne met pas assez l'accent sur la présentation proprement dite du métier.

## OSER LA COMMUNICATION

Il conviendrait de créer des lieux de rencontre (y compris virtuels), de dialogue avec le public, lieux où il sera possible de l'impliquer dans les projets de gestion forestière et de rechercher les solutions permettant la meilleure intégration et acceptation sociale du « projet forêt ». Manière pour le forestier d'affirmer son rôle d'acteur de première ligne dès lors que ce dialogue se ferait dans un contexte intégrant la reconnaissance des lois de la nature et des perspectives incertaines comme celles créées par les changements climatiques, le respect des responsabilités et de la compétence technique des forestiers, l'écoute des attentes de tous les usagers de la forêt. Ce lieu de rencontre devrait cependant dépasser le cadre de la forêt elle-même et investir le territoire forestier via une démarche de construction, avec les élus, d'un projet de développement durable axé sur la forêt. C'est le concept de « **charte forestière territoriale** » déjà évoqué (cf - Les Infos de RND) qui comporte ipso facto tous les ingrédients d'une gestion participative et adaptative de l'espace forestier. C'est aussi le champ rêvé d'un formidable apprentissage d'une communication quittant les citadelles de la technique et d'un monde encore trop fermé.

Jacques Rondeux

## QUEL PUBLIC ?

A priori on peut identifier trois grands publics cibles : le grand public, les gestionnaires de forêts pour les inciter à développer le dialogue avec le public de proximité des massifs forestiers, les ONG environnementalistes et les associations d'usagers de la forêt avec lesquelles il serait utile d'élaborer un programme d'information publique. Mais il faut aussi viser les prescripteurs ou interfaces, soit cet autre public cible que sont : maîtres d'ouvrages du bâtiment, collectivités locales, maîtres d'œuvre, architectes, écoles d'ingénieurs et d'architecture, bureaux d'études, grandes surfaces de bricolage, promoteurs, négociants, industriels, administrations diverses,...

## DES EFFORTS ET INITIATIVES CERTES MAIS...

Il ne faut pas nier que des efforts significatifs de communication ou **d'information plutôt** - ce qui en soi n'est pas tout à fait la même chose - sont consentis en matière de vulgarisation et de formation ainsi que de sources d'informations (exemple de la SRFB, Forêt-Nature, RND, CAPFP et universités) mais ils se situent surtout à l'intérieur du monde forestier lui-même et avec **insuffisamment de concertation** entre acteurs et de plateformes communes, ce qui ne plaide pas toujours en faveur d'un discours clair, chaque intervenant potentiel y allant de sa propre perception. Quid à l'adresse du grand public, de ceux qui ont une relation non professionnelle avec la forêt mais qui y sont attachés et parfois à un point tel qu'ils peuvent, consciemment ou non, avoir une influence ou faire écho à une vue orientée ou superficielle et incomplète de ce qu'est le forestier et la forêt.