



DECEMBRE 2001

INFORMATION DES CITOYENS ET MISE EN DEBAT : JUSQU'OU ALLER ET COMMENT ?

Animé par Daniel Borderies

Edité par la Mission Agrobiosciences, avec le soutien du Sicoval, communauté d'agglomération du sud-est toulousain. La mission Agrobiosciences est financée dans le cadre du contrat de plan Etat-Région par le Conseil Régional Midi-Pyrénées et le Ministère de l'Agriculture, de la Pêche, de l'Alimentation et des Affaires rurales.

Renseignements: 05 62 88 14 50 (Mission Agrobiosciences)

Retrouvez nos autres publications sur notre site : <http://www.agrobiosciences.org>

Mercredi 5 décembre 2001

« INFORMATION DES CITOYENS ET MISE EN DEBAT : JUSQU'OU ALLER ET COMMENT ? »

Animé par Daniel Borderies

Animateur : Daniel BORDERIES, chargé de la valorisation scientifique et technique au Sicoval.

Grand témoin : Guy AMOUREUX, enseignant à l'Ecole Supérieure de Commerce de Paris.

Intervenants :

Louis ORENGA, directeur du Centre d'Information des Viandes (CIV)

Marco MOUSSANET, journaliste à *Il Sole 24 Ore* (Italie)

Dominique MARCHETTI, sociologue des médias au CNRS

Maggy BIEULAC, responsable du service d'information-qualité du Centre Interprofessionnel de Documentation et d'Information des Industries laitières (CIDIL)

Pierre COHEN, Député de Haute-Garonne, maire de Ramonville.

Jean-Marie GUILLOUX, responsable des programmes à la Mission d'Animation des Agrobiosciences.

Tour de table des motivations...

Daniel BORDERIES : Si vous le voulez bien, nous pourrions commencer par nous présenter, en précisant à quel titre nous sommes intéressés par la question de l'information des citoyens. Je peux commencer par moi-même. Je suis responsable de la valorisation scientifique et technique au Sicoval, une communauté d'agglomération du sud-est toulousain, territoire sur lequel vous êtes actuellement, qui regroupe 34 communes et qui rassemble également de nombreux centres de recherche et de formation en agro-alimentaire - INRA, IFR de Physiologie végétale de l'Université Paul Sabatier..., ENSAT, ENFA etc. Depuis quelques années, ces établissements réfléchissent aux motivations de la recherche, de même que les 50 000 habitants qui travaillent et habitent sur le territoire. Le Sicoval a donc mis en place, il y a trois ans, une cellule de valorisation scientifique, de mise en débat des questions. Pour ce qui me concerne, je m'intéresse depuis de nombreuses à la culture scientifique et je collabore avec la Mission d'Animation des Agrobiosciences.

Louis ORENGA : Je suis directeur du Centre d'information des viandes, qui est une association « Loi de 1901 ». Son conseil d'administration se compose de toute la filière bovine/ovine, des éleveurs jusqu'à la distribution en passant par les pouvoirs publics, via l'OFIVAL. Le CIV fonctionne avec un conseil de consommateurs qui réunit toutes les associations concernées, un conseil scientifique et un comité éthique. Notre mission consiste à donner toute l'information à qui cherche à mieux connaître la filière et les produits. A ce titre, nous avons dû gérer, depuis quelques années, les différentes crises qui ont touché notre secteur, à la demande des professionnels et parfois aussi de l'Union européenne ou des pouvoirs publics français.

Marco MOUSSANET : Je suis journaliste du quotidien économique italien "Il Sole", diffusé à 500 000 exemplaires par jour. C'est le troisième journal italien et le premier des journaux économiques quotidiens de la Péninsule, voire même de Europe. Je suis généraliste et non pas spécialisé dans le secteur alimentaire. C'est pour cette raison que l'argument que j'entends développer est plutôt celui de la formation des journalistes. C'est en effet un des problèmes les plus graves que nous rencontrons aujourd'hui en Italie et peut-être dans d'autres pays.

Jean-Marie GUILLOUX : Je suis responsable des programmes de la Mission d'Animation des Agrobiosciences. Cette mission existe depuis peu à Toulouse. Elle a pour projet de mettre en place le débat public sur les questions d'agriculture, d'alimentation et des sciences du vivant, tout cela lié avec les questions sociétales. Elle répond à la démarche de mise en culture de la science et d'une forme de débat public constant, destiné à une meilleure expression et compréhensions, pour à terme, aider éventuellement à la décision publique.

Guy AMOUREUX : Je suis consultant en ressources humaines et Professeur affilié à l'Ecole Supérieure de Commerce de Paris dans le domaine du management des ressources humaines. J'ai été amené à animer le processus de constitution du groupe de citoyens qui a travaillé, il y a 2 ans, sur la question des OGM dans le cadre de l'Assemblée Nationale. A ce titre, j'avais été consulté en tant que sociologue et psychosociologue sur les conditions de travail qu'il fallait ménager pour que ce groupe fonctionne, produise et réponde à la commande qui lui a été faite. Une expérience passionnante. Nous avons travaillé ensemble pendant six mois et je pourrai évoquer, éventuellement, les contraintes qui ont été les nôtres pour non seulement s'informer, mais également produire un écrit et répondre aux demandes des journalistes.

Dominique MARCHETTI : Je suis sociologue au CNRS, spécialisé dans la sociologie des journalistes et des médias. Une petite partie de mes travaux a porté sur la médiatisation de l'affaire du sang contaminé et j'ai beaucoup travaillé sur l'histoire et le développement de l'information médicale en France depuis l'après-guerre, ainsi que sur les journalistes dits spécialisés dans la médecine.

Maggy BIEULAC : Je suis responsable du service d'information qualité du CIDIL. Cela fait dix ans que je travaille sur la pédagogie du vivant, avec récemment une exposition qui s'appelle "Portraits de femmes - Portraits de fermes". Je suis également responsable de l'Observatoire CIDIL de l'Harmonie Alimentaire (OCHA) qui travaille sur les relations alimentation-santé-culture-société, avec un programme d'études et de publications.

Pierre COHEN : Je suis Député de la Haute-Garonne et Maire de Ramonville. Depuis de nombreuses années, je m'intéresse à la culture scientifique et technique, avec un certain nombre de dispositifs que nous avons mis en place localement. En tant que député, j'ai fait des amendements dans le cadre de schémas de service collectifs sur la culture scientifique et technique et j'essaie de sensibiliser le Ministère de la Recherche à cette culture scientifique et technique.

Daniel BORDERIES : Ce tour de table étant effectué, je reviens à la question qui nous est posée : "Information des citoyens et mise en débat, jusqu'où aller et comment ?". Au-delà de la mise en cause récurrente du rôle alarmiste des médias et de la recherche immédiate d'une responsabilité, d'un bouc émissaire, quelle est la nature de l'information ? Que veut-on diffuser comme information ? Comment est-elle entendue par les médiateurs, journalistes ou autres ? Les citoyens souhaitent-ils uniquement une information de temps de crise ? Voilà la première partie. Nous pourrions ensuite aborder la question du débat ; une fois l'information faite. Discuter pourquoi, comment, quelles sont les issues d'un débat, y a-t-il des décisions ?

Entre le marketing et l'information

Louis ORENGA : En caricaturant un peu, voilà comment, au CIV, nous avons abordé le problème depuis plusieurs années. D'abord le constat, pour nous, est simple. Nous avons construit la communication, au sens global du terme, sur un système binaire des années 70 à 2000. Il partait du principe que la population était formée sur les problèmes agricoles et les systèmes de production. Nous avons donc surtout développé une technique de type marketing, qui s'adressait au consommateur-acheteur, avec une puissance financière importante et un objectif : répondre à l'attente de "l'acheteur". Donc, d'un côté, le marketing qui dit évidemment que tout va bien et de l'autre, un système émergent –la presse- qui ne s'adresse plus à l'acheteur mais au citoyen, dans un registre dit informatif, mais qui consiste généralement à alerter sur un certain nombre de sujets – je caricature à dessein.

Lorsqu'on fait des études de consommation sur ces mécanismes, comme nous l'avons fait sur la fièvre aphteuse ou sur la vache folle, les consommateurs disent qu'ils trouvent bien d'être alertés sur un problème, mais se demandent qui leur explique ensuite les solutions qui ont été apportées... Sachant que, paraît-il, on est génétiquement programmé pour comprendre tout de suite le risque et que c'est ce qui a fait la survie de l'homme.

En fait, nous nous sommes demandés si, à l'aube de ce nouveau siècle, il n'y avait pas une troisième voie. En clair, à partir du moment où on parle de citoyens-consommateurs, on est peut-être dans un schéma où il faudrait trouver une puissance et une technique financières proches du marketing, pour expliquer des choses à nos concitoyens, sur le mode purement

informatif : "voilà quels sont les faits, les plus et les moins de tel produit ou de telle profession..." Est-on capable d'inventer des émetteurs crédibles dans ce schéma ?

Enfin, il faut trouver les supports. Or face à de l'information agricole, par exemple, comment toucher les 98 % de nos concitoyens qui sont concernés. La moitié de notre travail est consacrée aux relations avec la presse. Nous avons de très bonnes relations avec elle, mais nous avons fait une erreur de fond en demandant aux journalistes de faire un travail pour lequel ils ne sont pas faits, pas plus qu'on ne peut demander au marketing de faire de l'information pure. Arrêtons donc de vouloir triturer des choses qui existent, essayons plutôt de réfléchir à quelque chose de novateur dans cette optique.

Un regard consterné sur les journalistes

Marco MOUSSANET : A propos du rôle de la presse, je pense qu'avant de se demander jusqu'à quel point il est juste de pousser l'information, il faudrait s'interroger sur les compétences et les connaissances de ceux qui font l'information. Pour ce qui est de mon expérience de journaliste en Italie, la réponse à cette question est malheureusement négative. Il y a encore peu de temps, aucune formation spécifique n'existait en Italie pour devenir journaliste. Non seulement il n'existait pas de formation universitaire spécifique, mais en plus, aucun diplôme universitaire n'était requis. Il est évident que pour bien faire son travail de journaliste, il faut nécessairement aimer le métier, avoir de l'enthousiasme, de la passion et de la curiosité. Ce sont des conditions nécessaires mais pas forcément suffisantes. Or les sociétés d'édition sont vraiment les seules à ne pas proposer de formation, sauf de manière fortuite et occasionnelle. Il s'agit donc d'un secteur dans lequel, apparemment, on estime qu'il n'est pas important d'investir. Cela m'a toujours surpris. N'importe quelle entreprise forme ses employés, les prépare, contribue à leur fournir le bagage de connaissances nécessaires pour qu'ils soient le plus efficaces et performants possibles dans leur travail. Ce n'est pas le cas des médias. C'est d'autant plus incroyable qu'il s'agit de personnes qui, à leur tour, doivent informer et fournir des connaissances. Dans les journaux, mais aussi à la TV et à la radio, tout ceci est laissé à l'initiative de chacun, au hasard. Le résultat est qu'on devient souvent expert de quelque chose en ayant simplement travaillé deux ou trois fois sur un certain événement. On est promu sur le terrain, souvent très rapidement.

Deux autres considérations, tout aussi inquiétantes, s'ajoutent à ce décourageant constat. La première, c'est que dans les rédactions, on a rarement le temps d'étudier, de comprendre, d'acquérir pleinement la maîtrise d'un sujet. Le mot d'ordre le plus répandu, c'est qu'il faut faire vite. Or la hâte s'accorde difficilement avec l'information exhaustive, l'approfondissement, la réflexion, l'analyse. La deuxième considération concerne l'idée même du journalisme qui caractérise la grande majorité des rédactions. Le journalisme doit étonner, émouvoir, choquer. On recherche le scoop. Ce qu'on écrit ou ce qu'on dit doit avoir un impact fort, sinon c'est ennuyeux, ça ne fait pas vendre. Ces considérations valent probablement encore plus quand on parle d'alimentation car cela touche un sujet qui concerne notre santé à tous, tous les jours. Il s'agit d'un sujet qui, plus que les autres, nécessite une préparation adéquate de la part des journalistes et d'une continuité de l'information pour éviter que la vache folle fasse la Une pendant une semaine quand il y a des morts et du sang pour tomber ensuite dans les oubliettes, comme si le problème était résolu simplement parce qu'on n'en parle plus dans les journaux. Les sociétés d'édition ne sont pas les seules responsables de cet état de fait. Les coupables sont aussi les journalistes eux-mêmes, trop souvent hautains et bourrés de préjugés, même idéologiques. Il leur manque l'humilité nécessaire pour apprendre, alors qu'ils sont pleins de soupçons parfois injustifiés. Coupables également sont les entreprises de la chaîne alimentaire, productrices et distributrices. Il suffit de rappeler qu'en

Italie, le premier numéro vert à la disposition des consommateurs remonte à une dizaine d'années, alors qu'en Grande-Bretagne, ils ont été inaugurés dans les années 70.

J'ajouterais que des mots comme « transparence » ou « clarté » ne sont pas encore entrés pleinement dans les dictionnaires des entreprises et que la communication est rarement adéquate et confiée à des gens capables de bien faire leur travail.

Les institutions sont également coupables, avec leurs ministres, sous-secrétaires et hauts fonctionnaires, souvent mal préparés, amoureux des mots et des prises de position qui font du bruit et qui choquent.

Toutes les enquêtes prouvent pourtant que les consommateurs s'intéressent de plus en plus aux thèmes liés à l'alimentation. L'opinion publique a de plus en plus besoin d'une information correcte, complète et continue mais les journaux, imperturbables, poursuivent leur chemin, fait de sensationnel, de phénomènes marginaux à exagérer au détriment de faits plus importants, d'informations contradictoires, alarmantes puis par la suite minimisées. Les résultats d'une récente enquête montrent que pour 49 % des personnes interviewées, la source principale d'informations fiables sur les produits alimentaires reste l'étiquette. C'est consternant. Les amis et les parents sont à la deuxième place avec 22,4 % des réponses. A la troisième place, avec 12,8 %, on trouve la publicité qui n'est pas considérée comme impartiale, certes, mais pas non plus comme mensongère. Viennent ensuite les médecins et les scientifiques et, à la 5^{ème} place seulement, les médias, avec un petit 4,6 %.

Plus de la moitié des personnes interrogées considèrent que la place donnée par les médias de masse au thème de l'alimentation est largement insuffisante. Un vide qui fait d'ailleurs bien l'affaire des revues féminines, qui jouent dangereusement avec une pseudo information par le biais des régimes.

On doit exiger que les sociétés d'édition forment les journalistes, avec des cours organisés éventuellement en collaboration avec des entreprises qui ne sont pas toutes vilaines et méchantes et des associations de consommateurs qui ne sont pas toutes factieuses. Exiger aussi de laisser plus de place à l'information sur ce thème, en garantissant sa continuité. C'est le sens dans lequel tous les journalistes doivent travailler.

« Plus l'événement devient important, plus ce sont des journalistes généralistes qui en parlent »

Dominique MARCHETTI : Nous avons là un discours très franc de la part d'un journaliste étranger. Je ne suis pas sûr que les journalistes français pensent la même chose.

Concernant l'information médicale en France, elle a été relativement bien "contrôlée" par les autorités médicales et par un petit groupe de journalistes spécialisés jusque dans les années 70. Elle s'est ensuite développée sous différents aspects dans les années 80-90.

Mais il y a toujours ce que l'on pourrait appeler le régime de « l'information institutionnelle » : avant qu'apparaisse l'information médicale en France, il n'y avait dans les médias qu'une information exclusivement positive, sur les progrès de la science. Or cela reste l'essence même de l'information médicale aujourd'hui.

Un autre régime d'information s'est considérablement développé, notamment à travers la presse santé et la presse féminine, c'est « l'information service ». Celle-ci concerne la presse écrite spécialisée, qui, dans l'Hexagone, regroupe quand même 37,2 % des journalistes... L'importance de la presse magazine et la faiblesse de la presse quotidienne nationale est une spécificité française : cette dernière ne représente que 7,5 % des journalistes. De même, seulement 3,5 % des journalistes français travaillent dans les TV hertziennes, et 3,3 % dans les radios de couverture nationale

Et puis, il existe un troisième régime qui s'est développé notamment dans l'information santé dans les années 80 et 90, c'est le régime de « l'information d'expertise critique » : en clair,

avec la politisation de la santé, ses aspects économiques, le développement des problèmes éthiques, les journalistes ont développé un discours plus critique à l'égard des institutions.

Du coup, concernant la formation, il existe actuellement un double mouvement dans le recrutement des journalistes français : d'un côté, on note une tendance à recruter des journalistes de plus en plus généralistes et polyvalents, capables de traiter tous les sujets. C'est très marqué, notamment dans les médias à petite structure, mais aussi dans l'audiovisuel. De l'autre, certains domaines, comme la santé ou l'agriculture, font appel à une spécialisation très forte : les journalistes concernés font des études de plus en plus longues et de plus en plus pointues.

Fait intéressant, mais peut-être pervers, lorsqu'on regarde par exemple la médiatisation du scandale du sang contaminé, plus l'événement devient important, plus ce sont des journalistes généralistes qui en parlent, et non des journalistes spécialisés. Ce qui fait que le traitement de l'information change.

Pour rebondir sur les propos Marco Moussanet concernant le manque de temps des journalistes, il faut dire que, malheureusement, leur travail est souvent très peu connu. On ignore en grande partie quelles sont leurs contraintes de production, notamment la faiblesse des effectifs et le travail dans l'urgence. Mais aussi le fait que les médias sont de plus en plus obligés de tenir compte du public et des publicitaires.

Former des journalistes, oui. Mais à quoi ?

Jean-Marie GUILLOUX : Je ne suis pas convaincu par vos propos sur la formation nécessaire des journalistes. Depuis que les journalistes sont formés, au sein d'écoles spécialisées, il y a cette tendance très forte à techniciser cette profession, y compris d'ailleurs en la déplaçant parfois sur le terrain de la communication, alors que les médias affichent une soi-disante vocation à transmettre la réalité des événements. Ils ne jouent pas ce rôle-là. J'ai été journaliste et je peux donc en témoigner : lors des conférences ou des déjeuners de presse, les journalistes venaient, mangeaient, récupéraient le dossier de presse et signaient les textes qu'il contenait, rédigés par une agence de pub. C'est très courant. On a oublié aujourd'hui qu'on peut avoir du temps, surtout dans un magazine, pour aller voir derrière le décor, au-delà de la vitrine de l'entreprise. Or, à qui s'adresse le journaliste, la plupart du temps ? Au chargé de communication... C'est justement la personne à éviter quand on veut témoigner du réel ! Deuxième point : former, peut-être, mais pour apprendre quoi ? Le journaliste a la mission de témoigner. De mon point de vue, tout le monde peut témoigner, tout le monde peut être journaliste. Il faut pour cela être bon connaisseur de la « comédie humaine », avoir envie d'appréhender des objets complexes, et de le faire de manière « réglo ». Je crois que cette dimension est aussi importante que la question de la dépendance du média.

Maggy BIEULAC : Les dossiers d'information réalisés par les entreprises ou les émetteurs du monde économique ne sont pas réalisés par des agences de publicité mais par des professionnels de l'information qui ne peuvent pas se permettre de dire n'importe quoi car leur crédibilité serait vite entamée. Par ailleurs, sur le plan de la formation, c'est le consommateur, le citoyen qui aurait besoin d'être formé car il est inondé d'informations venant de toute part qu'il n'a souvent pas la possibilité de décoder et de mettre en perspective. Il y a là un travail de fond difficile à faire, car les gens ont tendance à s'intéresser à l'alimentation dans les périodes de crise mais moins dans les périodes où tout va bien. C'est pourtant dans ces moments là qu'il faudrait faire l'information de fond.

« Il faut arrêter de rêver en couleurs »

Louis ORENGA : En temps normal, le CIV reçoit en moyenne 3 à 5 demandes de journalistes par jour. En période de crise, on fait entre 20 et 50 interviews par jour...

Ce qui a été dit sur le manque de temps est très juste : nous avons en moyenne une heure pour répondre à la demande d'un journaliste TV ou radio. Au-delà de ce délai, on zappe car c'est trop long. Ensuite, être préparé à répondre à des journalistes sur tel ou tel thème est très important. Car si vous vous préoccupez du problème seulement au moment où il arrive pour argumenter et documenter vos propos, il sera certainement dit beaucoup de bêtises par bon nombre de gens..

Cela dit, moi, je n'ai pas de problème important avec les journalistes. J'ai plutôt des problèmes avec des « émissions spectacle ». Quand j'ai à faire à un journaliste animateur, il ne dépend pas de la chaîne de télé, mais d'une société de production. Il faut absolument arrêter de rêver en couleurs... Le vrai sujet de discussion, c'est quelle transparence y aura-t-il un jour de la part des journalistes ? Après tout, ils nous demandent beaucoup de transparence, on va renvoyer la balle, pour expliquer à nos concitoyens comment fonctionne l'audiovisuel aujourd'hui, comment fonctionne une société de production, comment une chaîne achète des émissions à cette société.

Guy AMOUREUX : Pour revenir à la question de la formation, lorsque j'ai travaillé sur la conférence citoyenne des Ogm, j'ai été très frappé par le processus de la formation mis en place et le rapport au temps : les choses se sont déroulées sur une période de plusieurs mois. Or ce temps me paraissait être la condition sine qua non d'un travail d'appropriation du sujet. Et ce qui m'a beaucoup frappé, c'est que le citoyen qui découvrait plus ou moins le sujet et qui avait un niveau d'information équivalent à tout un chacun, c'est-à-dire qui allait de zéro à une information déjà structurée, a véritablement découvert ce sujet avec des personnes qui leur en ont présenté la complexité. Car nous avons travaillé sur toutes les dimensions du sujet, des aspects juridiques aux aspects économiques, en passant par les aspects déontologiques. Cela ne faisait pas peur à ces citoyens. Acquérir ces connaissances ne leur posait a priori pas de problème. Ce qui leur faisait le plus peur, c'était ensuite de pouvoir structurer une réflexion, puis de passer d'une réflexion individuelle à une réflexion collective avec un objectif, une commande, qui consistait à produire un avis tendant vers un consensus. En termes de dynamique de groupe, c'est là que le processus était extrêmement formateur.

Daniel BORDERIES : Pour reprendre ce que disait Louis ORENGA, je crois qu'on demande trop aux journalistes. Comme vous le disiez, on rêve en couleurs : puisqu'ils s'appellent médias, on croit que ce sont eux qui médiatisent. Il me semble qu'il appréhender le monde de l'information comme un système de production qui a ses contraintes et donc ses limites. Les contraintes, c'est faire vite et simple. Or les grands débats de société sont complexes. Et face à cette complexité, il n'y a que des outils faits pour simplifier ou pour faire du spectacle. Cet éventail n'est pas suffisant pour traiter l'information. Il y a sûrement d'autres moyens, d'autres méthodes pour qu'une information produite par des agriculteurs, ou des professionnels qui achètent des bestiaux, les tuent et les commercialisent, soit organisée et traitée autrement.

La France est en retard

Pierre COHEN : Quel que soit l'avis qu'on peut avoir sur les journalistes et les médias, il nécessite de penser et de mener des actions destinés à donner aux citoyens des connaissances pour pouvoir être à la hauteur du débat. Cet enjeu facilitera les réponses aux questionnements

posés, en particulier sur la recherche du sensationnel. Le développement de la culture scientifique et technique mérite réflexion.

Je ne suis pas un très grand spécialiste de l'alimentation. En revanche, ce qu'on a vécu dernièrement à Toulouse, avec l'AZF, m'amène à penser qu'il y a des comportements à peu près équivalents, notamment concernant la notion de comportement irrationnel ou non. Je ne sais pas si les journalistes ou les personnes qui lancent le débat sont conscients qu'ils cultivent un peu les deux : ils cultivent l'irrationnel en ne rentrant pas dans les sujets précis avec l'intention de rechercher des réponses. Ils cultivent le côté émotif et on ne peut mener un débat uniquement sur cet aspect là. Je crois que, là aussi, il y a une responsabilité par rapport à la façon de mener le débat. En France, on a quelques difficultés à savoir le poser.

Quand il y a un manque de transparence, ce n'est pas du à l'incompétence des gens qui mènent les dossiers, c'est qu'il y a une logique, une volonté de ne pas donner toute l'information, ou de ne donner qu'un type d'information qui correspond à ce que l'on veut faire entendre. Et puis, le manque de transparence est aussi du, parfois, au fait que la compréhension d'un sujet complexe et la formulation des vraies questions exigent énormément de travail.

Je suis d'accord avec Daniel BORDERIES sur le fait qu'il est nécessaire que les citoyens aient les connaissances adéquates. Cela signifie que tout le monde doit se remettre en cause. En France, on est très en retard. La seule conférence citoyenne qui ait existé, celle sur les OGM à l'Assemblée Nationale, montre le retard ou l'archaïsme que nous connaissons à ce niveau : on a été obligé de former des citoyens pendant 6 mois pour mener un débat, alors que depuis cinq ou six ans, nous connaissons au moins une dizaine de dossiers explosifs, sur lesquels on a des enjeux et des angoisses de mort. Il faut repenser la façon de débattre.

Un intervenant : Le parallèle entre l'AZF et l'alimentation est assez intéressant car ils concernent tout le monde. Et la première difficulté consiste à savoir comment s'adresser à tout le monde. Immédiatement, on pense aux média de masse. En même temps, il y a un message et un sujet extrêmement compliqués, à la surface desquels il peut y avoir des messages strictement émotionnels. Si on reste au niveau de cet émotionnel, on n'arrive à rien. En fait, la difficulté est de faire passer à tout le monde un message très compliqué. Or on ne dispose pas de média capable de porter ce genre de débat à l'échelle nécessaire. Est-ce qu'on peut se reposer sur des corps intermédiaires, des associations, des syndicats, pour arriver à avoir un débat préalable, un travail en commun avec des gens concernés ? Ou des corps intermédiaires indépendants, critiques ?

Louis ORENGA : Je suis totalement d'accord avec ce qui vient d'être dit. Mais je vais encore être un peu provocateur : ce qui m'ennuie beaucoup dans les conférences citoyennes, c'est qu'on crée un microcosme. Comment, ensuite, toucher 98 % des gens ? La France est peut-être en retard justement par qu'on en a partout des conférences citoyennes. Il faut faire attention à ne pas créer quelque chose de nouveau juste pour éviter de poser le vrai problème là où il est. Aujourd'hui, des structures qui existent dans lesquelles siègent les associations de consommateurs, les pouvoirs publics, les professionnels, les associations de parents d'élèves. Si ces gens là ne sont pas d'accord, qu'ils n'arrivent pas à émettre des consensus, et si on doit ensuite trouver des émetteurs crédibles pour porter ces consensus, alors supprimons ces commissions. A quoi sert de donner des avis aux pouvoirs publics si on ne peut pas les utiliser pour ce qu'ils sont ? Il faut remettre à plat ce qui existe et valoriser le travail de tous ces gens là.

La responsabilité du journaliste

Marco MOUSSANET : Je suis convaincu que ce sont toujours les journalistes qui font le transfert de l'information. Je ne crois pas qu'il y ait une autre façon de contacter et d'informer les citoyens. A part les médias de masse, il n'y a aucun autre instrument d'information qui puisse toucher les 98 % de la population. Pensez au nombre de gens qui regardent la TV le soir, qui écoutent la radio en voiture, qui achètent les journaux... Ce sont les instruments avec lesquels le message doit passer. J'insiste sur la capacité des journalistes à faire un transfert correct d'information. M. GUILLOUX a dit qu'il faut aller derrière le décor mais pour ce faire, il faut avoir la capacité et la préparation nécessaires. La grande majorité des journalistes ne les ont pas. C'est très bien que les gens parlent le soir, à table, du problème de l'alimentation, mais ils parlent de quoi ? Des informations qu'ils ont eues pendant la journée par les médias de masse.

Ce sont les journalistes qui ont accepté l'urgence. Ce sont les journalistes qui ont accepté ce système qui convient aux sociétés d'édition, aux grands éditeurs. Mais ce sont aussi les journalistes qui ont perdu une crédibilité qu'ils doivent récupérer. Ils peuvent la récupérer simplement en essayant d'être mieux préparés, mieux formés.

Un intervenant : Non pas que je méprise les journalistes, bien au contraire, mais je pense qu'il faut faire très attention à la tendance totalisatrice que vous évoquez. Je ne crois pas que les journalistes soient les seuls vecteurs de l'information de la société. Simplement, d'autres vecteurs de la société ont disparu. On peut demander aux médias de bien faire le travail mais en même temps, il faut trouver les lieux et les moyens pour mettre en débat des questions complexes pour la société, en y intégrant les médias comme un des moyens du transfert de l'information. Mais on ne peut pas demander au journaliste de jouer à la fois le rôle de l'apporteur d'information, du pédagogue, du scientifique, du politique, etc. Sinon, on le met effectivement en position d'incapacité d'agir et le système se bloque.

Jean-Marie GUILLOUX : Il y a un choix, une responsabilité. Ce qui m'intéresse, c'est ce que tout cela produit sur l'objet dont on parle. L'alimentation, par exemple, ou l'agriculture : il me semble qu'on a faim de découvrir une agriculture technicisée, des agriculteurs quasi ingénieurs. Cette imagerie est assez partagée dans les débats auxquels je participe, alors que ce qui est véhiculé, c'est l'idée que l'agriculteur doit être le résistant de la mondialisation en tant qu'homme du terroir. C'est peut-être la presse qui a produit cela, ou bien l'envahissement de la publicité de produits de terroir. Cela a produit, à un moment donné, une imagerie qui fonctionnait mais cela renvoie à l'ignorance : on ne sait plus ce qu'est l'agriculture. C'est la même chose pour la recherche et les sciences du vivant. On a surfé pendant dix ou quinze ans sur la recherche, la matière grise, les laboratoires, etc. Mais de quoi parlait-on ? Les chercheurs eux-mêmes ont surfé sur cette vague favorable. Aujourd'hui, avec les OGM, il y a une posture critique et il y a le vide de l'ignorance. La recherche n'est plus le devenir, c'est le domaine de l'apprenti sorcier. C'est un retour de manivelle radical. Mais il me semble que si certains ont une position très critique, d'autres sont dans le vide de la connaissance.

Dominique MARCHETTI : Au début des années 80, les journalistes étaient partagés entre deux risques : la peur et la peur de la peur. C'est-à-dire que certains étaient tentés de retenir l'information car ils avaient peur qu'en la donnant, des gens paniquent, se suicident, etc. D'un autre côté, ils avaient un souci d'informer. Aujourd'hui, sur les problèmes dont on débat, on ne sait pas forcément grand chose. Surtout quand il s'agit de l'idée du risque zéro, qui est impossible. Or les journalistes participent à cette représentation problématique.

Autre problème : celui du temps. On a raison de préciser qu'aujourd'hui, le premier qui donne l'information est le plus crédible. D'où l'obsession des journalistes de ne pas rater une information, même si elle est fautive. Les journalistes doivent donc travailler de plus en plus vite et de façon de plus en plus "assise", de plus en plus au bureau.

Troisième élément, il y a une diversification des problèmes, des avis qui divergent, mais il y a toujours une logique du procès ou du soupçon. A chaque fois, les problèmes scientifiques dont on parle dans la presse d'information générale et politique font l'objet d'une affaire judiciaire.

Le désir de savoir

Maggy BIEULAC : J'aimerais revenir sur la façon dont on pense l'alimentation, sachant que cela peut s'appliquer à d'autres sujets. L'esprit humain pense de façon binaire : par exemple, un aliment peut être bon ou mauvais. Il y a eu une époque où la croyance dans les progrès de la science était totale et on ne pouvait pas imaginer qu'il y ait encore des risques. Aujourd'hui, on est dans une logique de crise, d'inquiétudes, de soupçons. La complexité est difficile à penser et c'est une difficulté permanente.

Pierre COHEN : Par rapport à ce qui a été dit concernant les instances de concertation déjà existantes, il me semble qu'elles sont peu connues, guère lisibles. On ne sait pas exactement à quoi elles servent, quel est leur champ de compétences. Il me semble qu'il y aurait à réfléchir à une meilleure articulation avec ces instances, au niveau régional puis national. Il faut qu'il y ait un lieu pour interpeller et faire remonter le débat. En tant que parlementaire, je pense que ces instances doivent être des lieux de ressources par rapport à des débats institutionnels. S'ils ne le sont pas, c'est beaucoup d'énergie perdue pour rien.

Daniel BORDERIES : Sur la question de la complexité et du désir de savoir, nous avons développé à Ramonville, une commune du sud-est toulousain, un « Café des sciences et de la Société », avec des débats tels que "La technoscience étouffera-t-elle la science ?" où est venue une centaine de personnes. On nous a dit : « c'est parce que vous êtes à côté de l'Université Paul Sabatier ». On a ensuite lancé, dans un village -Monbrun-Bocage- un cycle "Histoire(s) de l'alimentation", avec plusieurs séances : "Histoires de l'élevage", "Histoires des plantes, de leur développement et de la biodiversité", "Histoires de l'empoisonnement et de la toxicologie", "Histoires des techniques alimentaires"... Nous avons constaté que le besoin de connaître a mobilisé autant de gens, tous très différents, de l'instituteur du village à la mère de famille, en passant par des agriculteurs et des néo-ruraux. Dans la chaleur de l'après-repas, ça a discuté dans tous les sens.

On va travailler dans le Gers, à Marciac, sur la géopolitique de la question agricole dans le cadre de l'extension du Marché Commun et de la modification de la PAC. Eh bien je suis sûr qu'il y aura 70 personnes pour venir discuter. Où que l'on aille aujourd'hui, dès qu'il y a l'intention d'interpeller la connaissance, l'intelligence et la soif de savoir des individus, on trouve face à nous des gens motivés. A partir du moment où l'on est dans une position humble, qu'on ne vient pas là pour donner des leçons mais pour apporter quelque chose à discuter, on a un retour. Cette fibre là, il faut l'exploiter. Il y a quelque chose à faire de type "mouvement d'éducation populaire" comme on a pu le connaître entre les deux guerres. De nos jours, les gens veulent savoir car ils veulent comprendre ces problèmes complexes qui viennent les frapper à travers les crises, que ce soit le risque industriel, l'alimentation, le nucléaire, le bien-être animal. On peut, hors crise, se poser des questions. Est-ce que nous voulons que la population ait compris un message qui tient en 3 phrases ? Non. Il nous intéresse d'aller quelque part travailler et discuter avec 50 à 80 personnes.

On n'informe pas pour rassurer

Un intervenant : Pour prolonger votre réflexion, la difficulté vient, à mon sens, du fait que beaucoup d'acteurs économiques et politiques ont le désir de faire passer une information sous la forme d'un message rassurant et consensuel. Or, on l'a vu hier, les experts nous ont dit eux-mêmes qu'ils ont du mal à parvenir au consensus. Il leur faut du temps. Cela suppose d'abord une discussion, un débat contradictoire. Pourquoi le citoyen n'aurait pas besoin de cette démarche pour se faire son opinion ? Si on lui fournit un message consensuel et rassurant, il y a de fortes chances que ce message ne passe pas. Je me souviens d'un excellent travail d'information en direction du public, qui avait été fait par le CIV, en particulier sur la question de l'ESB au cours de l'été 2000. La crise survenue trois mois après l'a malheureusement montré : quel que soit son niveau de qualité et de rigueur scientifique, ce type de travail ne répond pas à l'attente du citoyen en matière d'information contradictoire pour se faire sa propre opinion.

Une personne dans le public : Je suis responsable d'une association pour la promotion des plantes génétiquement modifiées au service d'une agriculture de qualité. Ma question va un peu plus loin. Je trouve formidable ce débat citoyen initié à gauche et à droite, mais quelles en sont les retombées ? Et comment passe-t-on du débat à la décision ? Je prends l'exemple des OGM : il y a 15 ans qu'on en parle mais on n'aboutit pas à une décision.

Louis ORENGA : Dans vos propos, il y a effectivement quelque chose de très juste et qu'on confond sans arrêt. Quand on me demande ce que nous faisons au CIV pour rassurer les gens, je réponds : « Rien. Je donne des éléments pour qu'éventuellement, ils se rassurent ». C'est totalement différent. Vous parlez d'un débat consensuel et rassurant. Consensuel, d'accord mais il n'est pas forcément rassurant. Et la difficulté que nous rencontrons, lorsque nous testons nos documents CIV en réunion de groupe, c'est que les gens en ressortent en se disant que nos histoires ne sont pas rassurantes. Autre exemple : la semaine dernière, une émission TV expliquait que la traçabilité en France, en matière de viande bovine, ne fonctionne pas du tout et de montrer un éleveur en train d'enlever une boucle –qui est la « carte d'identité » de l'animal - en un tournemain. C'est nier le fait que depuis des dizaines d'années, des gens travaillent sur la sécurisation de l'identification. Que toute l'Europe vient d'adopter ce système là sur 180 millions d'animaux. En une minute, on a foutu en l'air tout ça. J'ai fait une lettre aux journalistes pour la forme. C'est comme si moi, demain, j'expliquais que lorsqu'on vend une voiture en France, il suffit de changer la plaque d'immatriculation. C'est une information totalement parcellaire, qui a été mise en avant pour des intérêts sur lesquels je ne reviendrai pas. C'est faire fi d'un certain nombre de scientifiques et de techniciens qui ont travaillé notamment sur le bien-être, sur le problème sanitaire - le tatouage entraîne des problèmes sanitaires importants. On détruit la crédibilité d'un système et on favorise tous ceux qui étaient contre la mise en place de la traçabilité en Europe, car ils vivaient du mélange des genres. J'ai une lumière d'espoir qui vacille et qui, j'espère ne s'éteindra pas, sur le fait qu'il pourra y avoir, un jour, des lieux où divers partenaires trouvent un accord, pour diffuser ensemble une information donnant un certain nombre d'éléments aux gens.

« Des portes d'entrée favorables au débat public »

Daniel BORDERIES : Je voudrais demander à Guy AMOUREUX son point de vue de « grand témoin ».

Guy AMOUREUX : Il semblerait qu'on soit dans un contexte qui a profondément changé. Nous sommes en train de chercher des portes d'entrée pour mieux utiliser cette ressource rare qu'est l'information utile, c'est-à-dire celle sur laquelle il y a des zones d'accord, qui a nécessité beaucoup de travail mais qui reste méconnue. Dans les exemples donnés, ce qui m'a le plus intéressé, c'est, à chaque fois, le côté très paradoxal de la situation. Puisque nous sommes passés d'un trop plein de certitudes, d'affirmations, de connaissances, à une situation d'incertitudes maximum, il s'agit effectivement de se poser la question de savoir qui va transformer ce marché de l'offre en marché de la demande et en particulier de la micro demande, celle qui va se faire à l'échelle des petits groupes, mais également peut-être des grands groupes dans lesquels seules les organisations les plus fortes s'expriment. Je pense que la conférence citoyenne n'est qu'un dispositif. Par rapport à la prise de décision, les citoyens ont été parfaitement conscients du fait qu'ils mettaient une lettre à la poste mais qu'une fois celle-ci distribuée, ils perdraient le contact avec le destinataire. Mais ils ont éprouvé le sentiment narcissique, au bon sens du mot, d'avoir été convié à la vraie discussion.

Je crois qu'en matière de communication, il ne faut pas confondre contenu et processus. A mon avis, ce qui est intéressant dans la conférence citoyenne, ce n'est pas le contenu. Il est important mais ce n'est qu'un élément du débat. Ce qui est intéressant, c'est le processus : « Est-ce qu'on est vraiment reconnu comme des interlocuteurs qui, à un moment donné, allons être partie prenante de quelque chose ? ». En clair, est-on dans une logique proactive ou seulement dans une logique réactive ? A ce moment là, les paramètres du temps, de l'ignorance, de la non expertise, deviennent sans importance car on revient à la subjectivité : "Puisque tout ça est très chargé d'émotion, exprimons-la".

Ce que j'ai apprécié dans ce processus, c'est que l'émotion s'est exprimée par l'angoisse, la colère, le doute, et elle s'est exprimée de façon constructive. J'ai donc l'impression que l'on est en train de débattre d'un contexte dans lequel les portes d'entrée favorables au débat public sont vraiment multiples et qu'il s'agit de n'en fermer aucune, y compris les portes d'entrée liées aux médias.

Un intervenant : Pour revenir à la question du contenu des messages et des processus d'élaboration, il est important de bien comprendre que l'information elle-même est issue d'un processus contradictoire. On souhaite tous qu'un maximum de gens, dans les lieux les plus divers, participent au processus contradictoire.

Jean-Marie GUILLOUX: C'est vrai qu'il y a depuis le départ cette idée de maîtriser le débat public, voire de l'avorter. Il y a quelque chose que nous ne savons pas, c'est l'état du débat public. Il a lieu un peu partout, sauf qu'on ne le sait pas, on ne le capte pas, on ne l'entend pas. Là aussi, nous sommes dans la méconnaissance de ce savoir.

Pierre COHEN : Si je ne suis pas politiquement pour le consensus, je suis quand même à priori, dans ce domaine là, pour la recherche d'un certain consensus. En revanche, je ne pense pas qu'il faille parler « d'expertise consensuelle ». Il faut plutôt s'appuyer sur des expertises multiples, contradictoires car je ne crois pas à l'expertise indépendante.

Quant au débat, le meilleur thermomètre pour savoir s'il existe ou pas, c'est le nombre de parlementaires sensibilisés au sujet.

Louis ORENGA : Ce que vous disiez sur la contradiction est très vrai.

Au CIV, l'analyse que nous faisons pour les trois ans à venir, c'est que pour qu'il y ait une reconstruction par rapport à une image globale de dysfonctionnement, ça ne peut passer que par des contacts directs entre les gens. 80 % de l'action du CIV porteront donc sur des actions de proximité : nous avons lancé des rencontres départementales sur la restauration hors

domicile, nous allons installer des kiosques d'information et d'échange dans les lieux publics, les gares, les aéroports. Bref, nous mettons en place un système tel que les gens qui ont besoin de parler rencontrent des gens qui peuvent leur en parler.

Marco MOUSSANET : Je n'ai rien à ajouter sinon que mon pessimisme est peut-être dû au fait que je vis dans un pays où il y a une méfiance forte vis-à-vis des institutions à tous les niveaux et sur leur capacité à avoir un rapport efficace et crédible avec les citoyens. Peut-être qu'en France, la situation est différente, je ne sais pas. Mais ce qui me frappe, c'est l'absence de journalistes français à cette table. Leur opinion aurait peut-être été beaucoup plus importante que la mienne.

Daniel BORDERIES : On peut discuter publiquement avec des scientifiques sur la manière dont ils font de la science, avec des producteurs sur la façon dont ils font la production alimentaire, ou encore avec des politiques, mais il est difficile de discuter avec des journalistes sur la manière dont ils font leur métier. Ce sujet semble être tabou. On ne peut pas aujourd'hui les mettre publiquement autour d'une table. En tout cas, nous n'avons pas réussi à le faire jusqu'ici.

Je vous remercie d'être venus vous exprimer. Nous n'avons pas traité la question de la décision, censée faire suite au débat. C'est un sujet qui nous préoccupe et j'espère qu'on trouvera les lieux, les moyens et les heures pour les mettre en débat.