



## **Décennie des Nations Unies pour l'Éducation pour un Développement Durable**

-----

### **Agir ensemble pour éduquer au Développement durable**

*Bilan de la France pour la période 2005-2008  
Propositions pour la période 2009-2014*

**Conférence Internationale**  
27-28-29 octobre 2008  
Bordeaux

### **Session Medias et DD**

**La formation sur le développement durable pour les journalistes de France  
Télévisions et le développement durable à l'antenne :**

**le cas de RFO**

**Didier DESORMEAUX**

responsable du département « Information et édition multisupports »  
Université France Télévisions

L'Université France Télévisions est devenue l'un des plus importants centres de formation continue intégré à un Groupe audiovisuel en Europe.

Elle assure la réalisation des plans de formation des personnels de F2, F3, F4, F5 et RFO

Les objectifs en matière de production de formation continue sont de l'ordre de 12 000 jours/stagiaires. Ils concernent les techniciens, les journalistes et les administratifs, et l'ensemble des cadres de l'entreprise.

Chaque année la production de formations est redéfinie pour répondre aux besoins exprimés lors des entretiens individuels ou collectifs entre cadres et employés (techniciens, des journalistes ou du personnel administratif).

Ainsi de France 3-formation à l'Université France télévisions nous sommes passés de 1500 journalistes à 2500 journalistes potentiels à former.

Les formations sont également élaborées lors de la définition des axes de développement stratégique du Groupe. L'Université France Télévisions préfigure les changements en cours. Ils sont considérables tout est en mutation : les statuts, l'organisation, et le bouleversement

du contexte audiovisuel français et européen, la révolution numérique avec l'arrivée de ce que l'on nomme « le media global ».

Pour assumer sa mission de formation l'Université est confrontée à des situations très disparates selon les chaînes du Groupe. Certaines rédactions comme celles de France 3 sont déjà très sensibilisées par cette approche et son personnel profite de dispositifs d'accompagnement d'évolution de carrières depuis quelques années. Cela concerne des paliers d'évolution professionnelle ou l'approche de la biquilification. D'autres comme France 2 hérite moins de cette implication dans la formation permanente.

Pour reprendre l'exemple de France 3 nous allons examiner les dispositifs qui concernent l'ensemble des journalistes :

Ces cycles de valorisation s'organisent en Troncs communs plus orientés méthodes comme la recherche d'infos, la vulgarisation, et des Unités de valeurs plus spécialisées conformes au rubriquage de la presse.

### **Voici les évolutions depuis 4 années qui reflètent les préoccupations des journalistes.**

En 2004 : 4 formations de 5 jours concernées par les UV en général produites par l'école de journalisme de la rue du Louvre le CPJ ou l'école de journalisme de Lille, l'ESJ.

Une sur les OGM, une sur le climat, sur les régions et l'environnement et les régions et enfin une sur les catastrophes naturelles et technologiques...

En 2007 : 7 formations portent sur l'environnement avec en plus les défis environnementaux et le développement durable, plus une sur l'énergie

En 2008 : 11 formations ont été proposées avec l'après-pétrole, bien vivre en respectant la planète, les enjeux de l'alimentation

Et en plus une nouvelle formation de l'Université France Télévisions qui retient l'attention en particulier dans le cadre de ces journées. Le stage Traiter l'Événement dans une situation de catastrophe industrielle ou naturelle (TESCIN) de Grenoble qui fait suite à une formation qui avait lieu sur les sites classés Seveso de Gravelines-Dunkerque connaît un succès très important. Il a permis la formation de centaines de cadres, grand reporter et journalistes spécialisés. Durant ce stage les journalistes reviennent sur certaines catastrophes et leur traitement journalistique comme AZF à Toulouse. Il a pour objectif de

- Préciser les responsabilités des journalistes. Ainsi France 3, comme Radio-France, est partie prenante en matière d'aide aux secours et d'information de la population en cas de risques majeurs.
- Améliorer le savoir en matière d'environnement. Animé par des experts cette formation sensibilise très profondément les journalistes au traitement de l'actualité sous l'angle environnemental.

Il y a donc une prise de conscience croissante des journalistes et des cadres éditoriaux qui se manifeste après de manière inégale selon les rédactions. Deux exemples parmi d'autres à France 3 :

En Lorraine, depuis la rentrée de septembre 2008 une chronique environnement est diffusée le mercredi dans le 12/13. Il s'agit d'évoquer une problématique déclinée sous la forme d'un journaliste en plateau et d'un reportage d'illustration court. Ce dernier est ensuite repris plus en longueur dans le 19/20.

Dans l'Ouest une émission est dédiée à l'environnement depuis 3 ans, c'est un magazine mensuel de 26 mn sur la région Ouest, réalisés par les équipes rédactionnelles de France 3 fortement impliquées. Cette même région traite très régulièrement cette problématique. C'est une question qui implique les journalistes notamment dans les JT.

Peut être est ce dans les grandes agglomérations comme Paris que le traitement « écologique » est le moins affirmé...difficile de savoir pourquoi ?

Pour France 2 je n'ai pas d'indicateurs précis, **Geneviève Guicheney** chargée de mission sur le développement durable pour le Groupe France Télévisions dispose des informations sur cette question. Voici la contribution **d'Yves Rambaud**, Directeur des Relations Institutionnelles à RFO qui a fait un rapport sur le développement durable à RFO.

**Cette chaîne du Groupe est très engagée dans le développement durable, voici sa contribution :**

*L'outre-mer, avec ses nombreuses forêts tropicales humides, ses récifs coralliens, ses immenses mangroves, abrite une biodiversité unique au monde qu'il faut absolument préserver. Mais, bien qu'il soit déjà extrêmement fragile, ce patrimoine naturel exceptionnel qui fait la richesse de l'Outre-mer, voit pourtant son équilibre sans cesse menacé.*

*La survie de l'Outre-mer, de ses populations, de ses cultures, est intrinsèquement liée à la préservation de cet environnement naturel par le biais d'une gestion rationnelle et durable des ressources. C'est pourquoi les questions environnementales trouvent désormais un écho particulier auprès des populations ultramarines, conscientes des différents enjeux qui se jouent sur leurs territoires.*

*De longue date RFO a su se faire la porte parole de ces préoccupations et remplir sa mission de service public en informant les téléspectateurs des différentes problématiques environnementales.*

*Si, a travers ses différents documentaires et magazines RFO a toujours su rendre compte de la beauté et des richesses naturelles de l'Outre-mer, elle ne l'a pas uniquement fait dans une optique de divertissement et de découverte ; elle l'a également fait, dans une optique analytique, éducative et informative, bref, dans le but de sensibiliser une population de plus en plus en demande d'éléments de compréhension et de connaissance des enjeux environnementaux qui les concernent.*

*D'une manière générale, la question environnementale s'inscrit en filigrane dans de nombreux programmes proposés par RFO. Dans les rendez-vous d'information, dans de nombreux documentaires comme par exemple ceux proposés par France Ô sur le commerce équitable, où même à travers l'information météorologique. En Guyane, où la configuration du territoire et la présence de l'industrie spatiale, font de l'environnement une préoccupation majeure et omniprésente, les journaux télévisés abordent très souvent des problématiques environnementales. Par ailleurs, les niveaux d'endémisme très élevés dans les environnements naturels d'outre mer qui sont perçus localement comme des paramètres culturels incontournables, constituent le socle de nombreuses productions.*

Mais l'environnement et le développement durable font également l'objet d'un traitement plus spécifique sur nos antennes, et ce, par le biais de plusieurs types de programmes :

- Magazines et documentaires portant sur la nature

Le magazine **Archipels** par exemple, conçu et réalisé par l'ensemble des stations, est un excellent exemple de l'intégration systématique de la problématique environnementale aux documentaires parlant de l'environnement naturel de l'outre-mer. Sans être spécifiquement un magazine sur l'environnement et le développement durable il n'en a pas moins consacré plusieurs numéros au traitement de ces questions. La biodiversité en Nouvelle-Calédonie, l'écologie au Guyana, el niño dans le Pacifique, les Tortues de Barren, Le ciel sous influence, Le lagon en héritage ; sont autant de numéros d'**Archipels** qui ont abordé de manière directe et pertinente des questions environnementales particulièrement critiques pour l'Outre-mer.

- Magazines et documentaires généralistes

Télé Nouvelle-Calédonie propose par exemple en « access » quotidien, le magazine **Temps de parole**, régulièrement consacré aux thématiques environnementales. De plus, l'actualité liée au développement minier spectaculaire de l'île est, au cœur des journaux et documentaires préparés par les rédactions (radio et TV).

Sur Télé Guyane, le projet de mini-fiction **Civilité toi-même !** qui interpelle d'une manière générale le téléspectateur sur les bons comportements à adopter en société, proposera de nombreux épisodes sur le thème du développement durable. De la même manière, un certain nombre de modules courts d'habillage, dont certains traiteront de protection de l'environnement, viendront s'intercaler entre les programmes.

- Magazines et documentaires portant spécifiquement sur l'environnement

Cette année, non seulement des émissions déjà existantes ont été reconduites, comme par exemple **N comme nature** (Télé Guadeloupe), mais de plus, les Télé pays se sont investis dans la création de nouveaux rendez-vous environnementaux sur leurs antennes.

- o **Ekoloklas** (Télé Martinique)

Ce rendez-vous hebdomadaire de l'écologie destiné à un large public abordera l'ensemble de l'actualité liée au développement durable, sous un angle informatif et éducatif.

- o **Passeport pour l'eau** (Télé Martinique)

Cette série de mini reportages, retrace à la manière d'un carnet de voyages le parcours et les découvertes sur la question de l'eau de deux journalistes parcourant le monde. Ces reportages sont réalisés en partenariat avec l'Office de l'eau.

- o **Oxygène** (Télé Guadeloupe)

Ce magazine mensuel a pour vocation de sensibiliser et d'informer la population ainsi que les représentants du monde industriel et de la politique sur la nécessité de protéger notre environnement et de changer nos comportements afin de préserver notre patrimoine naturel.

o **Naturellement** (Télé Réunion)

Emission citoyenne, Naturellement se propose d'emmener le téléspectateur à la découverte de la beauté de la nature réunionnaise et de la richesse de sa biodiversité.

L'émission se compose de trois rubriques :

-Patrimoine naturel : Découverte d'un lieu, de sa faune et de sa flore.

-Biodiversité : Découverte chaque semaine d'une espèce animale ou végétale, typiquement réunionnaise.

-Développement durable : Une rubrique dont l'objectif est de sensibiliser aux bons comportements à adopter pour vivre en harmonie avec notre environnement.

o **Aigue Marine** (Télé Polynésie)

Magazine bimensuel consacré au patrimoine marin de l'ensemble des archipels de Polynésie.

- En plus de tous ces magazines programmés sur les Télé pays, les événements locaux, nationaux, internationaux concernant l'environnement seront couverts et sauront venir s'inscrire dans la grille. RFO a en effet toujours mis un point d'honneur à couvrir les opérations environnementales mises en place au niveau local.
- Sur le site internet de RFO des dossiers consacrés à l'environnement contenant un article et parfois des vidéos sont toujours mis en ligne, comme par exemple, Le corail menacé de disparition, L'eau, un enjeu planétaire... Le site sert donc de relais aux émissions, en permettant non seulement de toucher un plus large public, mais également de permettre aux téléspectateurs de venir approfondir leurs connaissances.
- L'interactivité

L'interactivité se développe. Par exemple, le magazine Ekoloklas met en place un dispositif innovant : Tout au long de l'émission le téléspectateur sera invité à faire part de son opinion par le biais de questions SMS et un forum sera mis à disposition pour poursuivre la discussion après l'émission. Un jeu SMS sera également mis en place. Enfin, les téléspectateurs et internautes seront invités à distribuer des « cartons rouges de l'environnement » à des lieux pollués et dégradés par l'homme.

En Nouvelle-Calédonie, un répondeur recueille 24h sur 24 les messages, repris après en multidiffusion radio : les thèmes environnementaux y sont systématiquement les plus nombreux.

- Pour finir, il est à noter qu'un projet d'émission quotidienne de 7 minutes sur l'environnement est en cours sur France Ô.  
Un magazine de 52 minutes sur le développement durable est également en cours de préparation sur Télé Guyane.

\*\*\*\*\*



## Etat d'avancement de l'éducation, la formation, l'information et la sensibilisation sur le développement durable

**Françoise Récamier,**  
Rédactrice en Chef

**Bayard Jeunesse**

J'ai le sentiment que les sujets se rapportant au développement durable ont nettement augmenté dans la presse depuis 2005.

Premier impact fort : le film d'Al Gore et surtout le rapport du GIEC en 2007 et le prix Nobel.

**Voici les actions majeures qui ont été menées par Bayard Jeunesse depuis 2005 :**

### **Janvier 2007 :**

Un dossier Climat dans le magazine EUREKA (lycéens) avec le DVD pédagogique d'extraits du film d'Al Gore envoyé à tous les abonnés du magazine (plus de 10 000). Opération montée avec le concours du ministère de l'environnement. + un tiré à part de 10 000ex pour l'ADEME.

**Septembre 2007 :** un dossier sur « les Nouvelles technologies de l'énergie : solaire, biomasse 2<sup>ème</sup> génération, hydrogène...efficacité énergétique » réalisé à la demande du CEA. Diffusion à tous les lecteurs d'OKAPI (environ 80 000).

**Novembre 2007 :** participation à la Deuxième Semaine de la Réduction des Déchets, organisée par l'ADEME par la diffusion d'outils pédagogiques créés par l'ADEME :  
- La toise « Plus je réduis, plus je grandis » envoyée aux 50 000 abonnés du magazine YOUPI (3-7 ans) et aux 65 000 abonnés à ENFANT MAGAZINE (jeunes parents).  
- La bd Mégapoubs, envoyée aux 80 000 abonnés à IMAGES DOC (8-12 ans).

**Novembre 2007 :** Un numéro spécial de JE BOUQUINE (10-15 ans) avec un roman « Céleste ma planète » (50 000 lecteurs) + un tiré à part de 10 000ex pour l'ADEME.

**Mars 2008 :** Bayard reçoit le trophée « Planète Gagnante » de l'ADEME, dans la catégorie Entreprise pour l'action menée dans le cadre de la deuxième Semaine de la réduction des déchets.

**Avril 2008 :** IMAGES DOC est partenaire de la Semaine du développement durable.

**Mai 2008 :** Hors-série IMAGES DOC « La planète Terre, notre trésor : le développement

durable raconté aux enfants », réalisé en partenariat avec l'ADEME.

**Septembre 2008** : IMAGES DOC est partenaire de la Semaine de la mobilité.

**Septembre 2008** : Kit pédagogique « L'éducation au développement durable » à destination des enseignants du cycle 3, avec la participation de l'ADEME :12 posters pour la classe, un livre de l'enseignant (24 manips pour comprendre, 12 défis pour agir et des pistes pédagogiques en lien avec le programme scolaire).

#### **Des progrès ont été réalisés en interne :**

- Une prise en compte par un plus grand nombre de la question du développement durable au niveau rédactionnel, commercial...

- Des actions d'information et de formation dans le cadre de l'université interne avec un cycle de conférences à la rentrée 2008 :

Madame Nathalie Kosciusko-Morizet : "Développement durable, la France en avance ou en retard?"

Et 4 conférences « Ecologie: le kit des idées claires » avec des ingénieurs de l'ADEME.

#### **Le développement durable est aussi pris en compte dans la gestion de l'entreprise :**

- Dans le cadre du déménagement de Bayard à Montrouge, le développement durable a été pris en compte pour le choix de locaux plus fonctionnels, un parking important pour les deux roues, la mise en place de covoiturage interne et externe... et le choix du prestataire de la cantine...

Le CHSCT s'est fait assister par un expert sur les questions de développement durable.

- Une commission paritaire développement durable a été mise en place sur le fonctionnement du bâtiment...et le Bilan Carbone de nos activités de Bayard Jeunesse va être bientôt réalisé.



## **Journalisme et développement durable : peut (beaucoup) mieux faire**

**Jean-Luc MARTIN-LAGARDETTE**

journaliste

Les sujets se rapportant au développement durable (DD) se sont multipliés dans les médias (tous supports confondus) ces dernières années.

Quand je proposais de tels sujets en conférence de rédaction il y a quinze ans, je devais me battre bec et ongles. Aujourd'hui, il ne se passe pas un jour sans que l'on n'assiste à des reportages sur le réchauffement climatique ou sur les économies d'énergie. Très bien.

Malheureusement, le chemin est encore long pour un traitement complet du DD. En effet, mes confrères évoquent essentiellement les questions environnementales ou énergétiques. Les questions sur la gouvernance, le débat démocratique, l'expertise indépendante, la santé, le social, la pauvreté sont beaucoup moins connues et abordées. On commence seulement à évoquer le commerce équitable et les micro-crédits. Mais cela reste anecdotique.

Mais surtout, les actualités ne sont pas analysées sous le triptyque DD. Les grands journaux, qui sont encore les plus lus par les décideurs, qui sont encore les prescripteurs d'opinion les plus efficaces, tiennent toujours bien trop peu compte des informations politiquement sensibles ou marginales, minoritaires, contestataires ou contradictoires (sauf en environnement). Ils fonctionnent en assez étroite relation avec les institutions et les pouvoirs au risque d'occulter la novation et les voies de progrès (qui, au départ, gênent toujours plus ou moins, les acteurs en place).

Les freins à une meilleure prise en compte du développement durable dans la presse sont :

- un manque de formation des journalistes à la déontologie et à l'épistémologie journalistiques ainsi qu'au DD ;
- le manque d'indépendance des journalistes par rapport à leurs employeurs qui sont par ailleurs des acteurs économiques et sur lesquels ils ne peuvent donc ni investiguer ni porter de critiques.
- la quasi-absence de régulation déontologique journalistique. Une légère prise de conscience émerge avec les sociétés de journalistes, la création de postes de médiateurs et de comités d'éthique. Mais ces structures restent internes aux organes de presse et ont encore assez peu de pouvoirs.

Cette lacune facilite le laxisme, l'à peu près, les rumeurs, les pouvoirs institutionnels et économiques en place... J'ai observé que le manque d'objectivité (ou la trop grande partialité) et l'arbitraire des journalistes avaient toujours des conséquences en termes d'injustices et de souffrances. Beaucoup l'ignorent.



Pour améliorer cette démarche, il serait bon de former les journalistes à la déontologie journalistique et aux trois composantes du DD.

De même, la création d'une instance de régulation composée à la fois d'éditeurs de presse, de journalistes et de représentants de la société civile (un projet de Conseil de presse est en cours en France).

Cette instance, qui serait nationale, pourrait être saisie et se saisir pour traiter les cas de dérives journalistiques. Rien à voir avec un conseil de l'ordre ni avec un CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel). Ce serait plutôt un observatoire et un médiateur qui permettrait un meilleur traitement du débat, essentiel en démocratie, sur l'indépendance et la qualité du journalisme.

Enfin, il serait bon d'organiser des scènes de débats publics sur les questions de société animés par des professionnels de la controverse et menées selon des règles d'argumentation précises et rigoureuses (ex. conférences de citoyens ; action de l'association Vivagora, etc.), avec suivi pédagogique et exploitation des synthèses.

Pour mémoire, je rappelle que la Déclaration de Rio, qui a mondialement lancé le concept de DD, demande aux États et aux peuples, non seulement de se soucier d'écologie, mais de vouloir également : éliminer la pauvreté, accorder une priorité spéciale aux pays en développement, réduire et éliminer les modes de production et de consommation non viables, promouvoir un système économique international ouvert et favorable propre à engendrer une croissance économique et un développement durable dans tous les pays, reconnaître les connaissances du milieu et des pratiques traditionnelles des populations autochtones, etc.

Début septembre, une conférence organisée par l'Unesco a déploré l'incapacité de la communauté internationale de respecter les objectifs de développement du millénaire (ODM) en matière d'assainissement des eaux usées. Malgré les promesses des États signataires depuis des décennies, 2,6 milliards de personnes n'ont toujours pas accès à l'assainissement. Or le défaut d'évacuation et d'épuration des eaux usées rend malades 7 millions de personnes dans le monde et en tue près de 1,7 million (dont 90 % d'enfants).



## **L'information sur le DD**

**Véronique SMÉE**

Rédactrice en Chef, Novethic

L'information sur le DD n'est pas une information comme une autre. Elle se heurte d'autant plus aux contraintes des médias : l'audience, le court terme et parfois, le « spectacle ». Le DD concerne des enjeux complexes, majeurs pour l'avenir de la planète, qui rendent difficile le travail des médias. Donner une information objective, en évitant le catastrophisme ou la culpabilisation, tout en impliquant les citoyens dans le rôle qu'ils peuvent jouer : le défi est considérable.

Novethic existe depuis 2001 et en 7 ans, nous avons pu observer une évolution extrêmement rapide et foisonnante des médias sur ces questions. Les médias généralistes ont commencé à relayer le DD avec le Sommet de Johannesburg en 2002, ensuite l'écologie est montée en puissance jusqu'à la médiatisation des travaux du GIEC et de la question climatique. Les ONG ont bénéficié d'une plus forte visibilité et d'une plus grande crédibilité dans leurs alertes. Parallèlement au traitement de la question climatique et des problématiques environnementales, l'information pratique sur les éco-gestes s'est développée et a contribué à ancrer le DD dans le quotidien des français.

Sur le volet économique, un changement est apparu avec la publication des premiers rapports DD des entreprises, la notion de responsabilité sociale et la prise en compte des parties prenantes (information du public, des salariés et des consommateurs en particulier). Enfin, le processus inédit du Grenelle a été largement couvert par les médias et a contribué à la prise de conscience écologique.

Pour autant, ces évolutions aussi remarquables soient-elles, comportent plusieurs aspects négatifs qui restent à améliorer.

Les médias devraient ancrer ces sujets dans une vision globale et expliquer les enjeux de société liés au DD, ne pas se contenter de relayer une addition de « petits gestes » ou d'adopter un ton parfois culpabilisant. Sur le bio par exemple, les médias ne font sans doute pas assez de pédagogie et n'aident pas les consommateurs à faire la différence entre marketing et vraies démarches. Avec pour conséquence de brouiller la confiance du public, et d'induire une perte de repère dans son pouvoir de consomm'acteur.

On observe toujours un aspect trop spectaculaire dans certaines émissions, avec le risque que le public se sente dépassé et ne comprenne pas comment agir. Les informations tendent à se focaliser sur des événements ponctuels, au lieu de suivre les questions à long

terme, d'expliquer les causes des phénomènes climatiques, du stress hydrique, de l'épuisement des ressources naturelles, etc . Les médias font trop souvent appel à l'émotion et au sensationnalisme, notamment dans la manière dont ils couvrent les catastrophes naturelles ou la disparition des espèces, par exemple.

Sur internet, on assiste à une multiplication de sites et d'agrégateurs de contenus qui diffusent l'information sans aucune hiérarchie, mélangent articles, communiqués de presse et publicité. Autant de pratiques qui donnent une vision biaisée du sujet, d'autant que le DD est aussi un enjeu de communication corporate. Les journalistes spécialisés sont noyés de communiqués et de conférences en tout genre, leur rôle de filtre de l'information est de plus en plus difficile. L'information donnée par les entreprises n'est pas toujours vérifiable, notamment sur leurs impacts locaux dans les pays émergents, les réalités des chaînes de sous-traitance, le travail des enfants, etc.

Autre point sur lequel il faudrait progresser : le volet social / sociétal du DD est encore ignoré, l'environnement monopolisant la quasi-majorité de l'information. Les médias s'intéressent peu aux impacts sociétaux des activités économiques. Le volet social est traité à la marge, généralement dans ses aspects liés à l'environnement (réfugiés climatiques par ex) ou sous l'angle du commerce équitable.

Enfin, si les médias spécialisés dans le DD parviennent à fournir un bon niveau d'information sur ces questions, leur public est généralement restreint aux « convaincus » ou aux professionnels du DD. Le risque est bien réel pour la communauté DD de ne parler qu'à elle-même !



**"Après les enfants de la télé, les enfants de l'internet"**  
projet "Média Enfance d'Education au Développement Durable"

**Albert de PÉTIGNY**  
Editeur livres jeunesse

Face au contexte du développement des nouveaux médias numériques nous ressentons le besoin / manque de médias numériques dédiés aux enfants avec des contenus riches de sens.

Autour de ce constat, une trentaine de professionnels de la communication et de l'éducation ont lancé un appel le 29 septembre 2008. Cet appel a été relayé sur internet et par voie de presse. Le communiqué et la liste des signataires est disponible sur [www.drole10d.com](http://www.drole10d.com)

Les enjeux du développement durable sont des enjeux planétaires.

Les enjeux de l'éducation au développement durable visent tout naturellement en premier lieu les futurs citoyens de ce monde : nos enfants

Devant la richesse et le foisonnement et la créativité des acteurs de ce nouveau champ d'investigation nous avons souhaiter mettre en place une démarche de réseau permettant de mutualiser les énergies, les compétences et savoirs faire.

C'est la raison de ce projet associatif qui vise à créer une plate forme pour développer et explorer ensemble un projet média numérique francophone à vocation internationale et à destination des enfants dans le cadre d'une démarche éducative globale inscrite dans la dynamique de l'éducation au développement durable.

**Une association à but non lucratif indépendante** de tout appartenance politique, économique, ou religieuse. Elle rassemble des personnes physiques et morales inscrites dans une démarche active et une réflexion autour des questions liées à l'Education au Développement Durable (EDD). Les acteurs concernés par ce projet peuvent être issus du monde associatif, des collectivités, des entreprises industrielles ou commerciales mais également des citoyens concernés à titre personnel.

**La finalité de cette association est éducative.** Elle vise à sensibiliser les citoyens de demain, donc en premier lieu les enfants, en les incitant à agir de manière civique et responsable au quotidien. Dans le cadre d'une démarche éducative globale prenant en compte l'ensemble des aspects de l'éducation au développement durable tels que définis par les instances internationales.

**Notre projet** est dans un premier temps, **d'engager une réflexion visant à impulser la mise en place d'un média francophone indépendant du type webradio/webtv destiné aux enfants de 3-9 ans** sous forme d'une SCOP, SCIC ou de tout autre structure juridiquement adaptée au projet finalisé.

**A moyen terme nous souhaitons créer une synergie et participer au développement ou à la mise en place d'outils numériques multicanaux multisupports. Nous privilégierons les outils à destination des enfants sans exclure d'autres populations, projets, réflexions ou développements** s'appuyant sur les besoins, les opportunités, les réseaux et des partenaires engagés sur ce projet initial.

L'association s'appuiera pour mener ses projets sur des **partenaires ayant une démarche réelle de développement durable** (dans une logique d'amélioration constante). Elle défend des valeurs éducatives humanistes et des convictions qu'elle souhaite promouvoir entre la communauté de ses membres et diffuser plus largement au travers des projets développés.

La première mission de cette association est de mettre en place dans le courant le l'année 2009 un cahier des charges précis pour ce média Enfance d'Education au Développement Durable. Ce cahier des charges comportera 3 dossiers : contenu / financement / technique.

Toute personne souhaitant contribuer à la réflexion autour de ce média est invitée à se faire connaître auprès du coordinateur du projet : [projetmediaXXI@drole10d.com](mailto:projetmediaXXI@drole10d.com).



## **Enquête Médias et environnement**

### **La presse, vue par des journalistes spécialistes de l'environnement et du développement durable**

**Carine MAYO**

journaliste,

présidente de l'association de Journalistes-écrivains pour la nature et l'écologie  
(JNE)

Notre association de Journalistes-écrivains pour la nature et l'écologie (JNE) a publié sa première enquête sur la place de l'environnement dans les médias, il y a 10 ans.

L'objectif était d'analyser le décalage entre les attentes du public et le traitement des sujets d'environnement par les médias.

Cette enquête donnait aussi largement la place à des témoignages de journalistes, membres de notre association.

Depuis, plusieurs éditions de cette enquête ont vu le jour.

Dans la dernière édition, qui est en cours de finalisation, nous avons choisi de donner la parole à nos 260 membres et de centrer notre débat autour d'une question :

**« Le Grenelle de l'environnement  
a-t-il changé quelque chose dans votre pratique journalistique ? »**

Nous le verrons, les avis sont partagés...