

HOTSPOT

FORUM BIODIVERSITÉ SUISSE

25
ANNÉES
D'EXPERTISE

Visions d'avenir pour la biodiversité

NOUVELLES ORIENTATIONS ET
IDÉES NON CONVENTIONNELLES

RESTAURER NOTRE RELATION
AVEC LE VIVANT

RÉFLÉCHIR, INTERROGER ...
ET S'ADRESSER AU CŒUR

« ON N'EST JAMAIS ASSEZ VISIONNAIRE ! »

Un entretien avec l'écologue et expert environnemental Mario Broggi au sujet de personnes visionnaires défendant la nature, du découragement croissant et de ses propres visions d'avenir en matière de biodiversité.

INTERVIEW : GREGOR KLAUS

H

OTSPOT : Sur votre site internet, vous faites le portrait de personnalités de la protection de la nature, de leur action, de leur héritage. Avec l'Argovien Richard Maurer, vous avez même coécrit un livre sur trois d'entre eux, aujourd'hui disparus : Erich Kessler, Frank Klötzli et Bernhard Nievergelt (voir encadré). Qu'est-ce qui les distingue des autres ?

MARIO BROGGI : Tous trois étaient des pionniers visionnaires et novateurs, qui ensemble et individuellement ont marqué d'une empreinte particulière la protection de la nature et du paysage en Suisse. Ils ont donné un élan décisif à des processus d'avenir. Je pense notamment à la loi sur la protection de la nature et du paysage de 1966, à l'initiative de Rothenthurm et à son contre-projet, et aux inventaires des biotopes. Celles et ceux qui leur ont succédé profitent de leur action et peuvent construire sur des bases solides.

Que pouvons-nous apprendre de ces trois pionniers ?

C'étaient des tacticiens qui savaient saisir les occasions. Parmi elles, la première année européenne de la conservation de la nature en 1970, qui a contribué à diffuser ce sujet auprès du grand public. Pour moi, cet événement reste l'un des grands succès de la protection de la nature, dont l'effet d'entraînement a été incroyable. Mais certaines qualités de ces trois pionniers étaient tout aussi importantes : respect de la vie, enthousiasme, conviction, finesse, originalité et ténacité. Ils étaient doués pour tisser des liens, chercher des alliances et des alliés. Et ils n'ont jamais baissé les bras. La ténacité d'Erich Kessler, en particulier, était légendaire : quand on lui refusait l'entrée principale, il revenait par la petite porte.

Tous trois vous ont beaucoup influencé.

Absolument ! Erich Kessler avait l'esprit très ouvert. Il ne faisait pas de différence entre les sciences naturelles et les sciences humaines. Quand j'ai été chargé de l'inventaire des bas-marais et que toute l'équipe s'est impliquée avec passion et intérêt, nous avons cherché des connaissances qui nous manquaient auprès de Bernhard Nievergelt et de Frank Klötzli. Tous deux étaient des scientifiques de haut vol, mais ils nous ont toujours écoutés, nous les personnes de terrain, et nous ont soutenues autant qu'ils le pouvaient. Ce fut un échange fructueux. Leur credo de ne jamais abandonner est aussi le mien : sur mon bureau se trouve une cigogne qui tient une grenouille dans son bec, laquelle tient la cigogne par le cou.

Vous abordez vous-même souvent des sujets qui dérangent. Vos articles présentent régulièrement des idées et des revendications qui vont bien au-delà du courant dominant. Quelles sont vos grandes idées pour l'avenir ? Devons-nous repenser la protection de la nature ?

Cette question me préoccupe de plus en plus, ces dernières années. Malgré les listes rouges et de nombreux autres rapports scientifiques sur l'état de la biodiversité, nous n'arrivons pas à rendre la protection de la nature compréhensible pour le grand public. Nous avons de toute évidence un problème de communication. Il existe quelques exceptions : le film « More than honey » de Markus Imhoof ou la série « Netz Natur » d'Andreas Moser, qui a hélas été interrompue, ont été des vecteurs de transmission précieux. Nous employons trop les sciences naturelles et pas assez les sciences humaines. Le film de Markus Imhoof montre des ouvrières et ouvriers chinois, qui pollinisent des arbres fruitiers au pinceau. Quelle image forte pour décrire la crise de la biodiversité !

Que proposez-vous alors ?

Ma vision du futur, c'est que l'être humain prenne à nouveau la nature à cœur et agisse avec ce cœur. Pour cela, nous avons besoin d'un marketing qui mérite son nom. Il existe depuis peu un projet de bonne pratique auquel je participe : l'initiative « supertop » a été créée avec le soutien de la Hilti Family Foundation dans le but de susciter l'engouement de la population liechtensteinoise en faveur de la nature. L'initiative « supertop » fait de la biodiversité un sujet accessible à toutes et à tous en lui donnant une voix. La disparition des espèces, les néophytes ou l'imperméabilisation des sols, par exemple, sont présentées de manière simple et adaptée au moyen d'affiches et d'annonces, de courtes vidéos sur les réseaux sociaux et sur le site internet correspondant. Notre objectif est de sensibiliser la population, d'aborder le sujet sous un angle positif et d'encourager les gens à passer à l'action. Si nous réussissons, nous ferons peut-être des émules.



Concept : Atoll SA Zurich.
Mandataire : Hilti Family
Foundation Liechtenstein

Hilti est une entreprise d'outillage qui compte plus de 30 000 employés et une vaste gamme de produits. Comment la collaboration avec la fondation a-t-elle vu le jour ?

Le Liechtenstein est un petit pays, de taille humaine. Il est plus facile d'y nouer le contact. J'ai fait remarquer à la fondation que nous avons un problème de communication sur la biodiversité. Et que Hilti est nettement plus fort que la protection de la nature en matière de marketing. Ils se sont dits prêts à nous aider. Un comité d'expertes et d'experts vérifie que le marketing se base sur des faits. La première campagne d'affichage a été un vrai succès. Les slogans étaient très efficaces et singulièrement rafraîchissants (voir illustrations). Pour moi aussi, en tant que scientifique, c'est un nouveau monde qui s'ouvrait.

Vous avez simplement laissé faire les responsables marketing ?

Nous les avons juste briefés, mais ils ont eu carte blanche. Le résultat était très bon. Nous n'avons corrigé que lorsque ce n'était pas fondé sur des faits. Mais il était passionnant de voir ce qu'il en est ressorti. Jamais je n'aurais imaginé que ce serait aussi touchant. Les spécialistes du marketing sont clairement plus proches des gens que les spécialistes de la protection de la nature. Ils apportent un nouveau mode de pensée, ce qui nous permet d'atteindre un tout autre niveau de communication.



Alors il n'y a plus besoin des sciences naturelles ?

Bien sûr que si ! La communication doit reposer sur des bases scientifiques ! Mais il faut rompre avec l'orthodoxie si nous voulons aller de l'avant. « supertop » déborde d'idées pour expliquer la biodiversité

de manière ludique et inédite. Récemment, le commissaire de la série Tatort, Stefan Gubser, a participé à un événement de sensibilisation à la biodiversité. Des activistes des réseaux sociaux, comme Doktor Watson ou bee.steez nous soutiennent. Ces influenceurs touchent un nombre incroyable de personnes, en majorité des jeunes. Cet automne, il y aura un escape game, auquel prendront part l'ensemble des élèves. Dans deux ans, nous évaluerons le résultat. D'ici là, on entendra encore beaucoup parler de nous.

Dans la protection de la nature, beaucoup se montrent hostiles à ces méthodes marketing.

Oui, hélas. Mais nous devons chercher et explorer de nouvelles voies ! Évidemment, cela peut échouer. Mais ce n'est pas grave. Nous en tirerons les leçons et ferons les choses autrement. L'important, c'est de sortir du système actuel et d'avoir plus de succès.

Ces deux dernières décennies, la tentative de donner une valeur économique à la nature n'a pas fonctionné du tout.

Le terme « services écosystémiques » me hérise. Je n'aime pas beaucoup cette façon de singer le monde monétaire. Mais cela valait la coup d'essayer. Les gens comprennent les chiffres. Pour certains milieux économiques, c'était sûrement utile. Mais la plupart des gens fonctionnent autrement. Moi, par exemple, je suis sensible à l'empathie, au respect de la vie, à l'humilité et à la joie que procure la biodiversité.

Lisez-vous les publications de Pro Natura et de BirdLife Suisse ?

Je les lis presque toutes. Tout comme HOTSPOT, elles sont un peu arides et ultra-sérieuses. Je me demande toujours comment on pourrait dire les choses autrement.



Davantage dans le style de Greenpeace ?

Escalader des cheminées et des ponts a pu attirer l'attention, mais l'intérêt a fini par s'essouffler. Dans les organisations citées plus haut, tout le monde est très respectable et s'en tient aux faits. C'est bien,

mais cela ne suffit pas, selon moi, sur le plan de la communication.

Des phénomènes imprévisibles, comme l'hystérie énergétique qui a suivi le début de la guerre en Ukraine, peuvent anéantir d'un coup les résultats obtenus. En Suisse, un assouplissement massif de la protection de la nature a été sérieusement envisagé pour accroître la production énergétique. Les visions d'avenir ont-elles encore une place ?

En 50 ans de travail méticuleux, nous avons pu faire inscrire l'environnement et la nature dans la Constitution et dans les lois. J'ai fait partie de certaines commissions et je peux dire que ce n'était pas simple, mais nous avons réussi. La politique actuelle nous renvoie aujourd'hui à la case départ. Elle égratigne la Constitution et les lois. J'étais dans le comité du « non » à la loi sur l'électricité, même si, à 79 ans, j'aspire à plus de calme. Mais il fallait le faire. Quant à la question des visions pour le futur : oui, c'est justement maintenant qu'il faut leur redonner une place ! Or que font les organisations de protection de la nature ? Elles se sont laissées bernier et ont accepté un mauvais compromis, qui pourrait affaiblir la protection de la nature à long terme – et ceci dans le seul espoir de sauver l'initiative sur la biodiversité. Et il n'y a pas eu de contre-projet à l'initiative de la part des politiques.

Que se passe-t-il au niveau de la politique à Berne ?

Autrefois, les lobbyistes n'allaient pas au-delà de la salle des pas perdus pour influencer les femmes et les hommes politiques, qui gardaient leur indépendance. Autrefois, les faits étaient au centre, ils avaient de l'importance : il était possible de les faire valoir et d'obtenir un certain crédit auprès des poli-

tiques. Aujourd'hui, beaucoup de personnalités politiques sont elles-mêmes lobbyistes. On sait qui siège dans quel conseil d'administration ou qui a un lien avec l'économie. Où cela nous mènera-t-il ? Je suis déçu, mais garde une lueur d'espoir : sous la surface, la nature reste présente chez les gens. Nous devons juste raviver cette relation humain-nature. Dans les enquêtes, la nature figure toujours sur la liste des priorités des personnes interrogées, parfois largement en tête, parfois au milieu. C'est à nous de la faire remonter et ce grâce à une meilleure communication.

Aujourd'hui, dans certaines situations, vous vous adresseriez à des RP plutôt qu'à des expert-e-s ?

Oui. Un exemple : la direction du parc national pourrait être issue des sciences humaines ou de la psychologie, et non nécessairement des sciences naturelles. Elle doit savoir comment procéder avec les habitantes et habitants de Zernez, percevoir leurs préoccupations et en tenir compte. Ce qui, pendant longtemps, n'a pas été le cas.

La protection de la nature en Suisse a-t-elle perdu son caractère visionnaire ?

J'en ai peur. Même dans les offices, les aspects politiques prennent de plus en plus le pas sur les aspects factuels. Aujourd'hui, j'ai l'impression que le troisième niveau hiérarchique d'un office pense déjà en termes politiques. Les considérations politiques arrivent beaucoup trop tôt. On s'adapte beaucoup trop au climat général qui règne tout en haut. Résultat : il n'y a plus de place pour les visions d'avenir. D'une manière générale, je constate une tendance au découragement. Je croise trop de gens qui, pour ainsi dire, lâchent leur stylo à 17 h et se retirent dans leur petit monde. Peut-être par frustration. Peut-être parce qu'ils sont découragés d'être constam-

ment freinés par leur hiérarchie ou étouffés par la bureaucratie.

Une nouvelle stratégie marketing suffira-t-elle à sortir de la crise de la biodiversité ?

Non, bien sûr, mais c'est un facteur important ! Il y a



d'autres pistes majeures à suivre. La politique de subventions est un levier de taille. C'est un fléau environnemental, qui rend les gens « stupides » dans leur façon d'agir. Une fois les subventions accordées, il n'y a plus qu'un seul point de vue qui définit toutes les actions. Les modes d'action alternatifs ne sont plus pris en considération, car seule compte l'option qui permet d'avoir de l'argent. Certaines subventions ont sans doute eu un sens à un moment donné, mais elles peuvent devenir contreproductives une génération plus tard – et il est alors impossible de s'en débarrasser.

Quelles seraient les autres pistes ?

Oh, j'ai toutes sortes d'idées. Prenons l'économie alpestre : il ne s'agit plus que d'une mythologie. Seuls quatre pour cent des fromages sont encore produits à l'alpage. 80 pour cent des fromages d'alpage des Grisons et de Glaris sont sujets à caution au niveau de l'hygiène. Je suis pour la qualité de l'économie alpestre, mais dans certaines régions, elle peut laisser la place à la nature sauvage. Laisser la nature à elle-même : c'est tellement passionnant, même sur le Plateau suisse. Mais certaines personnes n'aiment pas l'entendre et pensent qu'elles doivent aider la forêt à faire face au changement climatique et aux dégâts causés par les tempêtes.

Jusqu'où peut-on et doit-on être visionnaire ?

On n'est jamais assez visionnaire ! Un fonctionnaire ne sera jamais licencié sur-le-champ parce qu'il contredit la politique ou sa hiérarchie. Pour moi, être visionnaire signifie aussi anticiper, questionner et sortir des sentiers battus. Il est tellement important, en particulier dans la protection de la nature, de réfléchir et de remettre en question. Et nous devons penser plus grand. Selon moi, un tiens ne vaut pas mieux que deux tu l'auras. Bien au contraire. ■

MARIO BROGGI est diplômé en sciences forestières de l'EPFZ et a enseigné de longues années aux universités de Bâle et de Vienne. De 1997 à 2004, il a dirigé l'Institut fédéral de recherche WSL. Longtemps expert de la protection de la nature auprès du Conseil de l'Europe, il œuvre aujourd'hui dans plusieurs fondations d'utilité publique liées à la protection de la nature.

PROTECTEURS DE LA NATURE VISIONNAIRES

Erich Kessler, Frank Klötzli et Bernhard Nievergelt, qui



étaient par ailleurs amis, ont marqué la protection de la nature et du paysage en Suisse à partir de 1970. Le livre retrace leur parcours, mais replace surtout leur action dans le contexte de la politique environnementale. De nombreux compagnons et compagnes de route décrivent leurs expériences personnelles dans le

cadre de leur collaboration avec les trois scientifiques. Mais le livre ne traite pas que du passé : à partir des actions menées jusqu'ici, il propose des visions d'avenir pour la protection de la nature. (Le livre est uniquement disponible en allemand.)



INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES
mariobroggi.li