



Deux questions majeures ont structurés les riches et nombreuses contributions de ces deux journées d'échange :

- Comment faire accepter par les citoyens les changements et impacts environnementaux liés aux projets de développement portuaires et urbains ?
- Comment associer les citoyens à l'élaboration des projets ville-port ?

Des éléments de réponses à ces questions ont émergés au cours des rencontres et constituent pour les participants des conditions essentielles de réussite d'un projet ville-port. Nous proposons de les organiser en cinq points :

1) **Une stratégie à long terme, un schéma global Ville-Port**

- o La réalisation d'un schéma global implique, au préalable, de définir un cap et de le partager avec l'ensemble des acteurs professionnels comme des citoyens.
- o Anticiper sur le développement et la répartition spatiale des fonctions urbaines et portuaires permet de localiser au mieux les activités industrielles à risques ou génératrices de nuisances et les activités « éco-compatibles » qui peuvent être implantées plus proche de la ville et des centres.

(Les exemples d'Ajaccio, Gijon et Lorient ont été particulièrement éclairants sur ces points).

2) **L'appropriation des espaces en mutation par les citoyens**

- o Le développement d'activités pérennes, génératrice de flux vers l'eau et les secteurs de mutation comme les commerces, les loisirs, la culture ou encore des lieux de découverte comme les ports-center sont propres à créer un lien permanent entre les citoyens et l'espace en question.

- o Des activités éphémères telles que le départ du Tour de France à Rotterdam, des spectacles et concerts à Rosario, des visites guidées du port à Gènes ou Anvers marquent quant à elles l'esprit des citoyens et sont aussi génératrices de cohésion.
- o La facilitation des déplacements des touristes et croisiéristes vers la ville, y compris pendant les périodes de travaux comme à Helsinki, participe à l'intégration des espaces urbains et portuaires.

3) **Une communication globale capable de changer l'image du Port**

On peut vivre à côté d'un port et ne rien en connaître ou en avoir une image totalement déformée, souvent héritée du passé (Dockers et sacs de toile). La plupart du temps cette image est chargée de représentations négatives associées à la pollution au charbon.

- o Pour changer cette image, le port de Gijón propose d'adopter le même point de vue envers la société civile qu'avec les clients du Port, de s'appuyer sur des enquêtes d'opinions et des sondages pour proposer des réponses aux attentes de la société civile.
- o Les différents intervenants, dont le Port de Rotterdam ont souligné l'importance de développer des outils de communication adaptés aux différentes cibles de communication (grand public, riverains, futurs employés, hommes politiques, journalistes,...)
- o Pour la représentante du Port Center d'Anvers, il convient de ne pas éluder la question des impacts environnementaux mais plutôt de mettre en valeur les efforts mis en œuvre pour les limiter.
- o Ces dispositifs de valorisation de l'image du port qui visent en particulier à démontrer son intérêt pour l'économie de la ville et de la région portuaire constituent un processus de long cours et continu.

4) **Des outils à développer pour expliquer le port aux citoyens**

Dans les débats sur les projets portuaires, d'un côté, les opposants s'appuient sur l'image négative du port, considéré comme gris et polluant, de l'autre, les porteurs du projet diabolisent les opposants « écolo » qui peuvent parfois apporter au débat. Pour dépasser ces clivages et donner les clefs de compréhension nécessaire aux citoyens, plusieurs pistes de travail ont été identifiées :

- o L'expérience vécue, le fait de parcourir physiquement le territoire portuaire est l'outil d'information le plus efficace. Les Port-Center d'Anvers, de Gènes et de Rotterdam ont insisté sur l'importance de cette expérience portuaire comme outil essentiel d'explication des mécanismes, des métiers, des enjeux,... La question de la sécurité n'est pas un obstacle infranchissable à conditions pour des « médiateurs » comme les Port Center d'impliquer l'ensemble la « communauté portuaire ».

o L'articulation entre « éducatif » et « loisirs » est nécessaire à l'attractivité des Port-Center. Une muséographie ludique, la proximité avec des cinémas, des aquariums, des équipements culturels, des itinéraires cyclables sont des gages d'attractivité et de rayonnement renforcés.

o L'accessibilité et la clarté des données mises à disposition du public constituent un premier pas vers la compréhension mutuelle. Plutôt que de parler en tonnes de marchandises, en containers, il convient d'utiliser des éléments de mesure évocateurs au regard d'un public non averti, de mettre en avant la dynamique du port (information en temps réel sur le trafic du port de Gêne). Les statistiques qui réfèrent à l'impact économique ou environnementale doivent trouver leur équivalent dans le quotidien des visiteurs (ex : le budget du port d'Anvers e correspond à celui du ministère de l'éducation.

5) **Au-delà de la communication : la concertation est possible !**

La concertation va au-delà d'une démarche de communication et doit être appréhendée comme une démarche complémentaire visant à enrichir les projets grâce à la participation des citoyens. Pour que cet objectif se concrétise il est important de respecter un certain nombre de principes :

o Le dialogue se prépare : le contexte territorial et les jeux d'acteurs doivent être étudiés. Les objectifs de la démarche, le cadre et le planning doivent être définis par la Maîtrise d'ouvrage du projet et partagé avec toutes les parties prenantes au débat.

o Le projet doit être appréhendé dans sa globalité. Une réflexion sur les éléments à présenter, les arguments à déployer doit être réalisée pour définir les marges de manœuvre du porteur par rapport à son projet.

o En effet, pour que la concertation soit un processus efficace et n'aboutisse pas sur une montée du scepticisme, il est très important de d'identifier dès le départ les marges de manœuvre offertes à la concertation. « On ne concerte pas pour rien ».

En conclusion, les enjeux de communication sont particulièrement forts pour les Ports qui doivent changer profondément leur image et démontrer leur capacité à participer au développement durable de leur territoire. Ils doivent notamment améliorer leur capacité à diffuser des informations destinées à comprendre leur fonctionnement complexe à travers les visites de ports, les ports center, ...

Mais au-delà de cet effort d'ouverture vers le grand public, ils doivent s'engager avec les citoyens dans nouvelle une relation faite autant de communication que d'écoute.

Les acteurs urbains et portuaires, n'ont pas à avoir peur de ces débats tout comme les citoyens n'ont pas avoir peur des projets de développement. Certes, il y aura des conflits, des remises en causes, mais l'émergence précoce de

désaccords permet de confronter la vision des décideurs avec les attentes locales, d'affiner les choix et d'éviter les situations de blocage.

Deux conditions essentielles à la réussite de ce dialogue :

- Les initiateurs de la concertation doivent se donner les moyens de reconnaître la légitimité de l'expertise de chacun : port, ville, acteurs économiques, citoyens
- Être capable d'évoluer et ne pas rester figé sur ses positions initiales souvent déterminées par des points de vue techniques ou économiques.

Le seul risque d'une telle démarche est finalement d'améliorer le projet, de le rendre plus durable.