



**Programme des  
Nations Unies  
pour l'environnement**



UNEP(OCA)/MED WG.158/2  
26 avril 1999

FRANCAIS  
Original: ANGLAIS

---

---

**PLAN D'ACTION POUR LA MEDITERRANEE**

Réunion d'experts sur la stratégie  
du PAM en matière d'information

Athènes, 1er - 2 avril 1999

**RAPPORT DE LA RÉUNION D'EXPERTS SUR LA  
STRATÉGIE DU PAM EN MATIÈRE D'INFORMATION**

## **Introduction**

1. Lors de leur Dixième réunion ordinaire (Tunis, novembre 1997), Les Parties contractantes à la Convention de Barcelone ont invité le Secrétariat à "élaborer et présenter au Bureau des Parties contractantes un programme d'actions concrètes dans le domaine de l'information au sein du système du PAM" et "à mieux faire connaître le PAM et ses instruments juridiques au sein comme au dehors de la région".
2. En application de cette décision, le Secrétariat a élaboré un projet de rapport sur "la stratégie du PAM en matière d'information" (UNEP/BUR53/4) qui a été soumis pour examen à la réunion du Bureau qui s'est tenue à Tripoli (Libye) les 16 et 17 novembre 1998. Les membres du Bureau, après avoir pris note du document, ont approuvé la convocation à Athènes d'une réunion d'experts indépendants et d'experts des pays membres du Bureau, qualifiés dans le domaine de l'information, pour revoir le document et ses recommandations en vue de le soumettre à la prochaine réunion des Parties (Malte, octobre 1999).
3. La réunion d'experts sur la stratégie du PAM en matière d'information s'est tenue à Athènes, les 1er et 2 avril 1999, dans les locaux de l'Unité de coordination du Plan d'action pour la Méditerranée.

## **Participation**

4. Ont pris part à la réunion: des experts des pays membres du Bureau (Croatie, Grèce, Jamahiriya arabe libyenne, Monaco, Tunisie et Turquie), trois experts internationaux, les représentants de cinq Centres d'activités régionales du PAM (CAR/ASP, CAR/PAP, CAR/PB, CAR/PP et REMPEC) et le Secrétariat du PAM. La liste complète des participants figure à l'annexe 1 du présent rapport.

## **Point 1 de l'ordre du jour: Ouverture de la réunion**

5. M. L. Chabason, Coordonnateur du PAM, a ouvert la réunion en souhaitant la bienvenue aux participants. Il a noté en préambule qu'on se trouvait en face d'un "fossé". D'un côté, il y a le travail accompli par les gouvernements riverains, par le Plan d'action pour la Méditerranée qu'ils ont lancé en 1975, par les ONG et les collectivités locales. Ce travail vise à protéger la mer et le littoral de la Méditerranée sur la base de structures et de procédures bien rodées ainsi que d'un cadre juridique très complet et récemment actualisé. D'autre part, il y a la perception fort négative que se fait généralement le public de l'environnement de la région, qui tient parfois à la survivance d'idées anciennes - comme celle de "la mort imminente de la Méditerranée". Il faut aussi l'attribuer à ce que les actions menées en profondeur sont occultées par des phénomènes plus criants dus au tourisme estival - plages sales, surpeuplées, invasion de campings, d'hôtels, etc. D'où le sentiment, bien ancré dans l'opinion et mis en exergue par les médias, que rien n'est réellement fait de la part des responsables, tant au plan régional que national. C'est ce fossé qu'il faut s'attacher à combler. La réunion doit y contribuer en examinant les moyens de promouvoir l'information et la sensibilisation du public, et l'on attend d'elle à la fois une orientation technique - notamment sur les nouveaux moyens de communication - et des enseignements acquis sur le terrain. A la lumière de ses observations, le document dont elle est saisie sera alors révisé pour être soumis aux Parties contractantes.

**Point 2 de l'ordre du jour: Adoption de l'ordre du jour et organisation des travaux**

6. La réunion a adopté son ordre du jour figurant dans le document UNEP(OCA)/MED WG.158/1, avec l'emploi du temps qui l'accompagnait.

**Point 3 de l'ordre du jour: Stratégie en matière d'information: introduction par le PAM**

7. M. A. Hoballah, Coordonnateur adjoint du PAM, chargé de l'information, a salué à son tour les participants et leur a fait part de quelques réflexions destinées à préciser le contexte dans lequel s'inscrivait la réunion. Compte tenu des grands objectifs assignés au PAM pour aider les pays méditerranéens à protéger leur environnement et à promouvoir le développement durable, il faut absolument mettre l'information au coeur de notre gestion stratégique et, à cette fin, une culture de la communication doit imprégner toutes les activités, non seulement à l'Unité de coordination mais à tous les Centres d'activités régionales. Malgré l'importance du réseau d'actions, de réunions, d'études et de publications mis en place depuis près de 25 ans, on est très loin de l'impact qui serait nécessaire pour gagner l'adhésion de l'opinion.
8. Étant donné son rôle catalyseur majeur dans le cadre du PNUE, le PAM se doit, comme l'a prescrit la récente Déclaration de Nairobi, de promouvoir une plus grande sensibilisation et faciliter une coopération efficace avec tous les acteurs concernés dans la mise en oeuvre de l'Agenda 21. Même l'entreprise, encore unique au monde, lancée dans la région avec la création de la Commission méditerranéenne du développement durable, ne s'est pas accompagnée, comme il aurait fallu, d'une stratégie d'information efficace pour en faire connaître les résultats. Nous avons désormais une vision claire de l'avenir que nous entendons forger pour la Méditerranée, mais nous n'avons pas encore une voix pour la faire connaître. Par ailleurs, nous avons déjà à notre actif une foule de données, conclusions, documents, études et réalisations qui méritent d'être valorisés: il faut d'abord organiser cette richesse en fonction de priorités pour la rendre accessible aux divers acteurs et publics. Même avec les seuls moyens existants, beaucoup peut déjà être fait.
9. Mais les nouveaux moyens électroniques ouvrent des perspectives énormes, comme la réunion l'établira sans doute, et l'Unité devra recruter un administrateur à plein temps chargé de l'information pour mettre en oeuvre la nouvelle stratégie. Enfin, en plus de l'Unité MED et des CAR, il revient aux Parties contractantes, qui ont initié ce processus en faveur d'une meilleure information, de jouer pleinement leur rôle, d'assurer les relais nécessaires et de saisir toutes les occasions de faire connaître les réussites de leur coopération, en acclimatant ainsi l'idée d'une Méditerranée perçue comme une "écorégion" dans l'arène internationale.
10. Après avoir remercié les pays membres du Bureau d'avoir approuvé et favorisé la présente réunion, le Coordonnateur adjoint a fait procéder à un tour de table pour que chacun des participants se présente brièvement avec ses titres et attributions. Il a aussi remercié les trois experts internationaux invités d'avoir bien voulu aider à mieux définir la stratégie du PAM dans ce domaine.

**Point 4 de l'ordre du jour: Stratégie en matière d'information: cadre et présentations techniques par des experts**

11. Mme Andriana Ierodiakonou-Berlind, expert en information, Anatolia College (Thessalonique, Grèce), a passé en revue les quelques questions d'ordre très général qui lui paraissaient essentielles pour bien cadrer le débat. Première question: de quelles

ressources humaines et financières dispose actuellement le PAM pour l'information? Comme elles sont assez limitées, envisage-t-on d'étoffer l'équipe et d'augmenter les crédits? Il y a deux tâches qu'il convient de bien distinguer. L'une, déjà entreprise, demande à être renforcée: elle consiste à fournir une information au public éclairé et déjà familiarisé avec le PAM. Elle repose sur trois moyens: a) Internet et la page d'accueil qui doit être conçue de manière professionnelle, être d'un accès plus facile et régulièrement tenue à jour; b) la bibliothèque qui doit être mieux dotée en personnel et en fonds; la liste d'adresses, qui doit être revue et complétée en coordination avec les CAR. L'autre tâche consiste à remédier aux déficiences constatées dans la participation du public, problème qui se pose au PAM depuis son origine. A l'évidence, elle ne peut être faite uniquement à partir de l'Unité d'Athènes et celle-ci devrait avoir, dans chaque pays, des "relais" pour l'information, ou mettre en place un réseau d'"agents de liaison".

12. Les médias, et notamment la télévision, sont l'instrument clé. Nous vivons l'ère de la télévision. Mais ce canal d'information est très coûteux et les messages que l'on peut y délivrer sont en concurrence avec d'autres messages forts qui bénéficient d'un financement. Les spots ne peuvent être envisagés qu'à certaines périodes (saison estivale). En ce qui concerne la presse écrite, l'Unité peut avoir accès, à Athènes, aux bureaux des grandes agences de presse internationales, aux correspondants de la presse étrangère, aux conseillers de presse des ambassades, etc. Il est préférable d'opérer un choix dans les organes de la presse internationale qui ont une vaste audience et sont ouverts aux problèmes de l'environnement, au besoin en contactant directement à leur siège central les journalistes spécialisés dans l'environnement. Les conférences de presse sont à utiliser avec prudence, car elles doivent livrer une information inédite, en prise directe sur l'actualité, et donner lieu à la remise d'un "dossier de presse" substantiel pour faciliter le travail du journaliste. La formule des "repas de presse" auxquels on convie quelques journalistes permet de tisser des liens personnels et de faire passer les messages d'une manière informelle et plus subtile. Il ne faut jamais donner l'impression aux journalistes qu'on est sur la défensive ou penser qu'ils attendent toujours des nouvelles négatives dont ils pourront tirer des éléments "sensationalistes": il faut au contraire s'attacher à mettre en relief le bilan positif, les réussites. La fourniture d'articles tout prêts et rédigés dans un style vivant sont une solution pour la presse de diffusion locale (dans chaque grande ville de la Méditerranée, etc).
13. Passant au matériel de promotion du PAM tel que brochures, dépliants, autocollants, etc., Mme Ierodiakonou-Berlind a suggéré quelques moyens de les diffuser plus efficacement, notamment dans le cadre de la saison touristique (chambres d'hôtel, tour opérateurs, boutiques, etc.), ou dans un cadre scolaire par le biais de "dossiers pédagogiques" et de l'organisation de concours (dont les résultats seraient publiés pendant la Semaine de l'environnement méditerranéen). Enfin, il ne faut pas oublier de sensibiliser un groupe très important, celui des entreprises, en cherchant à les associer à des activités du PAM qui les concernent directement.
14. Remerciant l'expert pour sa présentation détaillée qui offrait un large éventail de suggestions et de possibilités, le Coordonnateur adjoint a reconnu que les ressources du PAM pour les concrétiser étaient limitées, que les experts de l'Unité et des CAR manquaient d'une formation aux techniques de communication et qu'il était vrai aussi qu'ils témoignaient d'une attitude défensive, craintive, à l'égard des médias, mais qui pouvait s'expliquer par le fait que les informations communiquées étaient souvent dénaturées dans un sens négatif, une "Méditerranée sale" faisant manifestement davantage recette qu'une "Méditerranée propre". Pour l'heure, il serait déjà parfait de faire adopter par les Parties contractantes, le recrutement d'un cadre uniquement chargé de l'information au sein de l'Unité et le passage à plein temps du poste de

- bibliothécaire/documentaliste. Dans un premier stade, il convenait de mieux s'organiser au plan interne, en retenant quelques priorités répondant aux moyens disponibles, de faire en sorte que chacun des membres de l'Unité et des CAR acquière une culture de la communication, et de ne pas répéter les négligences commises dans l'information concernant la CMDD.
15. M. Kevin Grose, administrateur, Programme d'appui à l'information, Secrétariat de la convention-cadre sur les changements climatiques (CCCC) (Bonn, Allemagne), a fait une présentation en deux volets au moyen de transparents: 1) médias traditionnels; et 2) médias liés à Internet, en examinant de quelle façon ils pouvaient se combiner pour donner des résultats.
  16. La stratégie du PAM en matière d'information repose d'abord sur des produits: cadre institutionnel/juridique, programmes et projets, données recueillies de toute la Méditerranée (comme dans le cas du réseau de stations MED POL), conclusions et résultats d'études et réunions, connaissance et compétences techniques, tous ces éléments composant un corpus impressionnant qui doit être transmis à divers groupes cibles: responsables politiques, décideurs, gestionnaires, censés constituer la cible principale; communauté des experts, des chercheurs et des scientifiques auxquels s'adresse une information plus spécialisée et qui influent eux-mêmes sur les responsables politiques et les décideurs; et enfin la société civile que l'on doit atteindre au moyen de partenaires servant de relais de l'information. Ces divers flux d'information nécessitent une meilleure coordination en réseau ("networking").
  17. Passant à l'examen des moyens de communication, M. Grose a indiqué que ceux-ci formaient un ensemble extrêmement complexe que l'on pouvait, pour la commodité de l'analyse, ramener à trois formes. Une personne s'adresse à une autre ("one-to-one"); ce peut être un dialogue, une lettre, un entretien téléphonique, une demande de renseignements à une bibliothécaire/documentaliste. Une personne s'adresse à plusieurs ("one-to-many"); c'est le cas de la publication d'un document produit pour une réunion, d'un bulletin d'information, d'un rapport technique, d'une émission télévisée. Enfin plusieurs s'adressent à plusieurs ("many-to-many"); c'est le cas des colloques, séminaires, réunions des Parties, etc. Voilà pour le côté médias traditionnels. Avec l'essor spectaculaire des nouvelles technologies de communication ces dernières années, on trouve des formes correspondantes: pour "one-to-one", ce sont l'e-mail; pour "one-to-many", les "e-mail broadcast lists" où, après avoir créé une base d'adresses e-mail, on envoie un même message à d'innombrables destinataires, les "e-zines" ou "magazines électroniques"; enfin pour "many-to-many", on a les forums de discussion Internet, les "web conferences", le "webcasting" ou diffusion sur Internet de réunions en direct en différentes langues, les "web sites de 2e génération" interactifs, le "web conferencing", etc.
  18. En termes de rapport coûts-avantages, il est manifeste que les nouveaux médias sont bien moins onéreux que les médias traditionnels, l'exemple du courrier électronique étant éloquent. A mesure qu'on se tourne vers la technologie Internet, on transfère vers celle-ci les coûts des médias traditionnels et, en dernier ressort, à l'utilisateur (qui paye sa connexion, imprime lui-même, etc.), et l'on a une portée et une diffusion incomparablement plus larges atteignant des communautés "virtuelles". Les obstacles sont liés à un manque d'usage du clavier, à la place privilégiée qu'occupe l'anglais, aux difficultés d'adaptation de certaines cultures, au coût initial d'installation et de connexion qui peut être dissuasif pour des collectivités démunies. Mais si, par exemple, on compare ce que représentait la correspondance il y a dix ans et ce qu'elle est devenue aujourd'hui, on ne peut que conclure qu'il s'agit d'un bouleversement irréversible qui ne cessera de

s'imposer et de s'étendre à l'avenir.

19. Dernier expert à intervenir, M. Vincent Jacques Le Seigneur, a indiqué qu'il le faisait à double titre. D'abord comme expert en information, pour avoir longtemps travaillé dans le journalisme d'environnement, et puis comme "consommateur d'informations" puisque, aujourd'hui conseiller auprès de la Ministre française de l'aménagement du territoire et de l'environnement, il savait sur quels organismes il pouvait s'appuyer et les obstacles auxquels il se heurtait quand il s'agissait d'obtenir certaines données et informations.
20. Connaissant fort mal le PAM, et apportant donc un avis tout à fait "extérieur", l'expert a par contre eu l'occasion de se rendre en mission au siège du PNUE et en a rapporté l'impression qu'il y a un énorme décalage entre les ressources et les compétences de cette organisation et sa capacité à les faire connaître et partager aux autres pays. Dans son pays même, l'image du PNUE et du PAM est très floue, et le "déficit d'image" évoqué par tous les intervenants est donc bien réel. Il faut l'attribuer à plusieurs causes: les différences dans les structures de communication et d'information selon les pays; la diversité des groupes cibles à laquelle devrait correspondre la diversité des stratégies d'information; la différence des cultures: l'information n'a pas tant besoin d'être traduite dans la "langue" que dans la "culture" du pays auquel elle est destinée. A cet égard, un recours trop envahissant à Internet semble prématuré et préjudiciable car de nombreux pays, y compris des pays développés, ne l'ont pas encore intégré pour diverses raisons liées à leur contexte national. Il y a deux écueils à éviter: trop centraliser l'information, par exemple à l'Unité d'Athènes à partir des CAR, des points focaux, etc., car on risque de perdre le contact avec le terrain, et trop la décentraliser car l'impact de la communication diminue évidemment en se dispersant. Certaines des opérations avancées dans le document paraissent excellentes, comme par exemple la Semaine de l'environnement méditerranéen, mais même si elle rencontrent un succès, il ne faut pas en attendre un bénéfice pour l'image même du PAM, ce genre de manifestation échappant en général à ses promoteurs. En fait, les trois secteurs "communication", "information" et "formation" ont tendance à être confondus, ce qui est un facteur d'inefficacité, car chacun d'eux implique des moyens et des cibles différents. Enfin, dernier point important, toute stratégie de communication doit être assortie d'un échéancier précis et comporter une "charte graphique" (logo, couleur et caractères spécifiques de tout le matériel d'information, etc.) qui permet de rendre bien "reconnaissable" l'organisation à l'extérieur.

**Point 5 de l'ordre du jour: Contribution de représentants du Bureau et des CAR concernant la stratégie du PAM en matière d'information**

21. Après avoir remercié les experts et estimé que les autres participants auraient l'occasion de réagir à leur suggestions et à leurs observations à mesure que les différents points seraient abordés, le Coordonnateur adjoint a invité les experts des pays membres du Bureau à prendre la parole. Tous ont estimé que le document du Secrétariat, avec ses recommandations, constituait une bonne esquisse de la stratégie et une bonne base pour nourrir le débat. L'accent doit être mis sur le milieu scolaire, les bibliothèques, un réseau solide de "relais" ou "points focaux" d'information dans chaque pays. La télévision, malgré son coût, ne doit pas être écartée, car elle est un moyen bien plus répandu pour le moment qu'Internet, et l'Etat ou des sponsors peuvent contribuer au financement des messages. Les ressources et la dotation en personnel compétent sont deux aspects également importants. Les ONG peuvent aussi agir comme relais de l'information communiquée par et sur le PAM.

22. L'expert d'un pays a jugé pour sa part que le réseau Internet est désormais incontournable, d'autant qu'il est devenu pour la presse une source essentielle d'informations qui permet de se soustraire aux procédures d'approche habituelles des journalistes. On peut aussi envisager la réalisation d'un film vidéo sur le PAM, qui serait diffusé sur des chaînes de télévision thématiques - d'un prix plus abordable - mais à la condition que le produit soit de qualité. De même, la constitution d'une "banque d'images" sur l'environnement, libre de tous droits, peut s'avérer un important facteur d'incitation pour la presse. D'une manière générale, comme on l'ont souligné les expert et le document, à chaque groupe cible (décideurs, industriels, écoles, etc.) doit correspondre un "paquet information" spécifique. Enfin, si les médias ont tendance à privilégier les aspects négatifs, il ne faut pas forcément le déplorer, car après tout les problèmes existent et les faire ressortir aide à leur trouver des solutions et à sensibiliser l'opinion pour qu'elle agisse à son tour sur les responsables politiques.
23. Selon un autre participant, la communication en matière d'environnement a beaucoup évolué depuis le lancement du PAM: avec l'introduction du concept du développement durable, on ne dialogue plus seulement avec des spécialistes et des scientifiques mais avec tous les acteurs concernés de la société civile. Le document met trop l'accent sur les moyens et pas assez sur les objectifs. S'agissant des groupes cibles, quand on pense "gouvernements", on pense trop exclusivement "ministres de l'environnement" alors que ces derniers, acquis par définition à la cause écologique, ont besoin de l'appui de leurs homologues de l'industrie, de l'agriculture ou de l'économie, lesquels sont donc aussi à convaincre. Enfin, avoir un bon site web n'est pas suffisant, car le public, par nature passif, a besoin d'être aiguillonné par une stratégie d'information "agressive".
24. Enfin, un expert a attiré l'attention sur la nécessité de traduire les supports de l'information dans le plus de langues possible parlées dans les pays riverains, en dehors des trois langues de travail du PAM.
25. Récapitulant les observations des représentants du Bureau, le Coordonnateur adjoint a indiqué que quelques premiers éléments communs se dégagent: nécessité d'un "contact" ou "relais" de l'information dans chaque pays qui pourrait être une personne ou un organisme et ferait éventuellement l'objet d'un mandat; nécessité manifeste d'augmenter le montant affecté à l'information dans le budget et d'étoffer l'équipe de l'Unité pour lui permettre de se consacrer plus entièrement à l'information. S'agissant d'Internet, dont les pays en développement estiment qu'il est encore pour eux d'un accès difficile, le PAM a précisément pour mission de les aider à acquérir sur place le matériel et le savoir-faire indispensables pour le décollage de ce nouveau moyen. Il en va de même pour les bibliothèques, puisqu'on forme des stagiaires de la région à la bibliothèque de l'Unité: le problème est, après, de ne pas "les laisser tomber" et d'aider à créer des infrastructures dans leurs pays.
26. La bibliothécaire de l'Unité MED est intervenue à ce point pour indiquer que, selon elle, on ne pouvait pas parler véritablement d'"échec de l'information" au vu des résultats déjà obtenus avec des moyens aussi modestes que ceux fournis par la ligne budgétaire Information. La bibliothèque de l'Unité, qui a commencé avec quelques volumes, appartient maintenant à un réseau de soixante dix bibliothèques échangeant des informations et des références au plan mondial. Dans l'information, il faut distinguer entre celle qui est générique (brochures, dépliants, etc.) et celle qui est spécialisée et destinée à la communauté scientifique. Or, pour cette dernière, la réussite de la Série des rapports techniques du PAM, comptant aujourd'hui quelques 125 volumes, produits des scientifiques de tous les pays riverains, est flagrante à en juger par le nombre de demandes qui proviennent de chercheurs, de laboratoires, d'universités de la

Méditerranée et d'ailleurs. La perspective d'un budget plus substantiel consacré à l'information par les Parties contractantes permettra donc d'aller de l'avant. Pour ce qui est du "relais" de l'information envisagé dans chaque pays, il n'est pas nécessaire que ce soit un fonctionnaire ou un service ministériel mais, par exemple, la tâche pourrait être assumée par une université.

27. Les représentants des Centres d'activités régionales ont présenté successivement leurs vues concernant la stratégie d'information. Chacun d'eux a également brossé un tableau succinct des réalisations de son Centre dans ce domaine: publication de brochures (ASP, PB), de rapports techniques (ASP,PAP,PB), d'études thématiques (fascicules PB, édités commercialement), de profils de pays (PB), d'un bulletin d'information et de fiches techniques destinées aux entreprises (PP), d'articles dans des revues et la presse. Certains Centres (REMPEC, ASP) étaient en train d'actualiser leurs brochures et dépliant depuis longtemps dépassés, ils avaient créé leur site web (PP, PB), ou étaient en train de le faire (ASP, PAP).
28. Mais, le fait est là, ont constaté les responsables des Centres, le travail d'information est loin d'être satisfaisant. Peut-on, doit-on fédérer ces efforts? Cela semble peu réaliste étant donné que chaque Centre s'adresse à un public très différent. Par exemple, si le Plan Bleu peut sembler parfois, comme l'a fait remarquer le Coordonnateur du MED POL, confisquer l'image du PAM et l'occulter au profit de sa propre image, cela tient à ce qu'il traite de questions (scénarios et thématique environnement/développement) qui sont plus facilement et directement utilisables par les médias, alors que le REMPEC cible les sociétés pétrolières et maritimes, le CAR/PP les entreprises industrielles, etc. Il importe plutôt d'agir en synergie, notamment par le réseau de "personne relais" déjà évoqué, et également de trouver des partenariats pour la diffusion de l'information; le statut spécial que le PAM accorde aux ONG - notamment dans le cadre de la CMDD - peut s'avérer très utile à cet égard.
29. Un intervenant a souscrit à l'importance - déjà soulignée - des médias, en s'en tenant dans chaque pays à un ou deux journaux d'audience nationale et tout en sachant que, à l'instar de toutes les organisations, le PAM en tant que tel ne peut guère susciter l'intérêt. Il faut leur présenter des thèmes attrayants, les vrais problèmes de la Méditerranée, et c'est seulement à la longue, en fidélisant les journalistes, que l'on éveillera leur attention envers l'action du PAM. S'agissant des responsables politiques, mieux vaut privilégier le contact direct, leur délivrer des messages très brefs, synthétiques qui répondent à leurs préoccupations. Mais les messages doivent être positifs. Pour les publications, peut-être l'autoédition, avec vente sur le marché, est-elle une solution à prendre sérieusement en compte, pour éviter de compter toujours sur des fonds extérieurs, mais sans en attendre aucun profit financier. Il serait opportun de thématiser et de personnaliser les sites web (avec noms et photos des experts, etc.).
30. Parmi toutes les recommandations qui figuraient dans le document sur la stratégie, un responsable de Centre en a relevé plusieurs qui lui semblaient très pertinentes. Les enfants en âge scolaire méritent une attention particulière, notamment au moyen de dessins animés et de bandes dessinées. C'est ainsi qu'une société pétrolière a réalisé un dessin animé très réussi sur les marées noires.
31. Selon un autre représentant, l'information commençait seulement à nourrir une réflexion au niveau interne de son Centre. Les rapports qu'il publie sont très techniques, et même s'ils portent sur des questions cruciales de la biodiversité, ils ne peuvent toucher qu'un cercle très restreint de spécialistes. Le problème est donc de voir comment les rédiger et les présenter de manière plus attrayante, sans nuire évidemment à leur sérieux scientifique. D'une façon générale, ces questions de l'information, quand elles sont



posées, font ressortir l'absence de connaissances dans ce domaine et le besoin, pour chaque expert, d'être formé à mieux communiquer. Peut-être le PAM pourrait-il prendre une initiative pour que cette "formation à l'information" soit organisée en son sein?

32. Enfin, un autre représentant de Centre a posé la question plus spécifique, mais décisive pour l'efficacité de l'information, de la marge d'action dont dispose le PAM quand il s'agit d'une actualité brûlante, comme par exemple un déversement accidentel en mer, une pollution catastrophique comme celle due à une entreprise minière en Catalogne, etc. Que fait-on? Car le PAM regroupe les États riverains de la Méditerranée et doit ménager la susceptibilité de chacun d'eux, même quand leur responsabilité peut être en cause. Mais ne risque-t-on pas alors de tomber dans le discours "aseptisé"? C'est évidemment autre chose qu'attendent de lui les médias et l'opinion.
33. Le Coordonnateur du MED POL, posant la problématique de l'information dans son domaine, a repris cette question - qui lui semblait essentielle - de la transparence. Au début du MED POL, les Parties contractantes étaient manifestement réticentes à communiquer leurs données sur la pollution recueillies dans le cadre du programme. Puis, peu à peu, elles se sont ralliées à l'idée qu'il était dans leur intérêt de le faire. Aujourd'hui, 50% des rapports techniques du PAM sont des produits MED POL, les données qui y sont publiées provenant d'une foule d'études, de mesures effectuées dans le cadre de contrats passés entre le programme et des équipes de chercheurs. Mais peut-être les Parties devraient-elles officialiser cette transparence. En fait, sommes-nous habilités en tant que PAM, que MED POL ou même en tant que CAR à faire des déclarations concrètes? C'est aux Parties contractantes de le dire. C'est une question importante car elle conditionne la faisabilité de certaines idées présentées ici comme celles des sponsors, des messages à délivrer, des spots TV. Des spots pour dire quoi? Que le PAM existe, qu'il fait ceci ou cela? Avec quel retentissement? Ou pour parler en faveur de la Méditerranée en général? Cela touche directement à nos rapports avec le grand public et avec la presse. Et cela explique notre attitude de défense ou de réserve à l'égard de cette dernière. Nous sommes conscients que nous représentons 20 pays et que des propos peuvent être déformés délibérément pour un simple effet médiatique. D'où, effectivement, cette crainte que l'on a évoquée.
34. Sur ce point des relations avec la presse, Mme Ierodiakonou-Berlind a tenu à marquer qu'il n'était évidemment pas question de laisser ceux-ci à la discrétion de n'importe quel expert ou cadre du PAM mais d'un professionnel recruté à cette fin, sachant agir avec discernement pour éviter tout malentendu ou dérapage de la part des médias. D'autres intervenants ont abordé le rôle du bulletin d'information du PAM *Medondes*: devait-il rester purement interne au PAM, en rendant seulement compte des activités du programme, ou s'ouvrir à un public plus large avec des dossiers sur des problèmes de la Méditerranée, ce qui impliquait de revoir et d'étoffer sa liste d'abonnés et, surtout, soulevait à nouveau la question de la marge de manoeuvre du PAM en tant qu'instance intergouvernementale, en contradiction avec l'ouverture vers l'extérieur prônée dans le document sur la stratégie. A propos du logo du PAM, recommandé par plusieurs intervenants pour une meilleure identification et visibilité du PAM, le Coordonnateur adjoint en a admis la nécessité mais a précisé que cette question était en discussion dans la mesure où elle impliquait l'accord préalable du PNUE - pas encore acquis à l'heure présente. Il a ajouté, à propos des messages, de leur contenu, qu'ils dépendaient des groupes visés et qu'il fallait hiérarchiser ceux-ci: pouvait-on, par exemple, se tourner dès maintenant vers le grand public quand on s'apercevait que les ministères de l'environnement des pays riverains, et le PNUE lui-même, qui étaient les premiers mandants (et contributeurs) du PAM, avaient eux-même souvent peu d'informations pertinentes à propos des fonctions et activités du programme?

35. Enfin, le Coordonnateur adjoint, revenant sur la question de la transparence de l'information, a rappelé que les pays, en adoptant les textes juridiques du PAM, ont pris toute une série d'engagements. Or, les ONG et le public nous attendent précisément "au tournant". Le PAM va-t-il se contenter d'être une simple boîte postale de l'information que les pays veulent bien lui adresser ou devra-t-il, un jour prochain, répondre à la question: des engagements ont été pris, quels sont les pays qui les ont ou non respectés? Sinon, on reste dans les généralités, on perd toute crédibilité aux yeux de l'opinion, et l'on va à rebours de l'évolution de la Convention et des Protocoles qui ont précisément été révisés et actualisés dans le souci d'une application effective. Il en va de même sur l'état de l'environnement des divers pays que l'on devrait pouvoir faire connaître périodiquement, puisque l'on publie un "état de l'environnement" qui devrait être régulièrement actualisé et que l'on dispose, avec les indicateurs de performance et les indicateurs d'environnement/développement - thème d'un groupe de travail de la CMDD - d'un nouvel outil à cette fin.
36. Désireux de faire part de certaines impressions qu'il tirait des précédentes interventions, l'expert M. Grose a estimé qu'il fallait davantage centrer sur les "cibles". Et les premières cibles à atteindre sont indéniablement les Parties, les CAR, les institutions partenaires et la communauté scientifique qui fournit les données. Le grand public ne vient qu'après. Dans ce même ordre d'idées, il convient de bien séparer les produits de promotion de l'image (logo, brochures, autocollants, etc.) des documents scientifiques et techniques. Aux médias, il faut donner de brefs cas de réussite, mais sans oublier que le PAM est un processus et qu'il importe à chaque fois d'expliquer ce processus. La nécessité d'établir un réseau de relais de l'information entre les Etats a été soulignée par les représentants de cinq pays membres du Bureau. Ce système de relais doit être étendu à d'autres institutions.

**Point 6 de l'ordre du jour: Révision du document "Stratégie du PAM en matière d'information"**

37. Les participants ont été saisis du document "Stratégie du PAM en matière d'information" (UNEP/BUR/53/4) et, sur la suggestion du Coordonnateur adjoint, ils ont été invités à examiner les recommandations figurant aux rubriques successives à la lumière des observations déjà formulées depuis le début de la réunion ou qui le seraient à nouveau.
38. Mme Ierodiakonou-Berlind a fait remarquer qu'un point ne se trouvait pas dans le rapport mais qu'il avait été soulevé à plusieurs reprises par des participants: il s'agissait du déficit d'information sur le PAM que l'on relevait au niveau des ministères de l'environnement des Parties contractantes elles-mêmes. Peut-être les pays devraient-ils, pour remédier à ce déficit, organiser des séances d'information sur le PAM au sein de leur propre administration? Le Coordonnateur adjoint a noté, en réponse, que ce point avait déjà abordé lors d'une réunion des Parties contractantes, n'avait pas été suivi d'effet, et qu'un seul pays - la Bosnie-Herzégovine - avait créé, avec des fonds de la Communauté européenne, un bureau d'information sur le PAM, peut-être parce qu'il était le dernier à avoir adhéré au système de Barcelone.
39. La réunion a examiné les recommandations du document concernant les cibles. Elle a formulé plusieurs remarques sur les remaniements à y apporter. Il a été noté que, dans des publications pertinentes sur l'environnement de la région, la référence au PAM fait souvent défaut, et qu'en tout cas chaque publication des CAR doit impérativement faire mention du PAM. Le PAM doit inciter et aider les points focaux nationaux à agir, à l'intérieur de leurs ministères, pour une meilleure connaissance du PAM, mais ils sont

souvent accaparés par de nombreuses tâches, et peut-être faut-il trouver de nouveaux canaux comme les "relais information" souvent mentionnés par les participants. Selon l'expert d'un pays, le PAM doit directement contacter les bibliothèques des ministères. S'agissant de la bibliothèque de l'Unité, les CAR sont tenus d'y déposer toutes leurs publications - ce qu'ils ne font pas systématiquement, à l'exception d'un seul. Peut-être, le travail d'information est-il à prendre au sens interactif: plus les Parties et leurs ministères verront que le PAM témoigne de professionnalisme dans ce domaine, plus ils seront incités à y répondre favorablement. Enfin, chaque fois qu'un expert du PAM se rend en mission auprès d'un ministère, ou participe à une réunion hors PAM, il serait bon qu'il prenne sur lui et sur son temps pour mettre au courant ses interlocuteurs des principales activités du PAM, de ses orientations, de ses perspectives.

40. L'ensemble des recommandations concernant la Série des rapports techniques a suscité des avis partagés, certains intervenants préconisant une meilleure présentation, d'autres estimant au contraire que, s'agissant de rapports purement scientifiques, ils remplissaient parfaitement leur fonction sous leur format actuel. Il fallait encourager les CAR à publier dans la Série, encore que certains avaient fait leurs propres publications à un coût moindre dans leur contexte national et souvent en anglais et français (PAP). Comme l'a fait observer le spécialiste en traitement de données de l'Unité, appuyé par l'expert d'un pays, une nouvelle alternative s'offrait avec la publication électronique sur Internet qui devait répondre à certaines normes bien précises. C'est une alternative prometteuse à la publication traditionnelle et qui permettra de trouver plus facilement des fonds.
41. Pour la rubrique "Convention et Protocoles", interrogé sur les moyens et l'intérêt d'assurer une meilleure diffusion des textes juridiques du système de Barcelone (pour lesquels les réseaux d'ONG s'avèrent déjà de précieux auxiliaires en Méditerranée en rappelant aux pays leurs engagements), M. Grose a indiqué qu'il convenait de distinguer deux aspects: la mise à disposition des textes et l'activité de "lobbying" (au bon sens du terme) dont elle doit s'accompagner pour rendre ces textes effectifs. Pour la convention sur les changements climatiques, il a été adopté un format de poche très pratique (ce qui permet de l'avoir sur soi aux réunions et de se référer à tout moment au texte officiel), publié dans toutes les langues. Il est aussi possible de le diffuser sur Internet. Mais comme les textes juridiques sont souvent d'un accès revêché pour le profane, il est bon de prévoir la publication d'un guide pour en vulgariser le contenu.
42. Pour la couverture des rapports des réunions du PAM et des CAR (et leurs affiches), le besoin se fait sentir d'observer certaines règles pour qu'il y ait une "identification de la marque PAM" (ou un "air de famille"). Cela soulève à nouveau la question du logo du PAM, mais d'autres référents visuels peuvent permettre d'identifier une organisation (format, couleur, certain type de caractères, etc.).
43. Abordant la question du bulletin d'information du PAM *Medondes*, la réunion a formulé plusieurs observations. Pour le Secrétariat, il est une sorte d'"étendard" du PAM et il faut donc se montrer un peu plus ambitieux en le restructurant par thème et en associant à sa rédaction les CAR, les points focaux et les scientifiques du programme qui doivent véritablement se l'"approprié". Un représentant de Centre a estimé que si sa présentation s'est améliorée lors des derniers numéros, il concerne avant tout, par son contenu, la famille du PAM. C'est un organe de réseau - fonction tout à fait valable -, on peut même en augmenter la fréquence de parution quitte à l'alléger, à le publier à l'Unité même, mais on voit mal dans ces conditions comment l'améliorer à l'usage externe sans brouiller son audience. Un expert a confirmé ce point de vue en indiquant que, par sa désignation même de bulletin d'une organisation, *Medondes* n'intéresse pas les médias

car il ne peut aborder franchement les problèmes brûlants d'environnement de la région, il est en quelque sorte "sous la tutelle" des Parties. Un autre expert a souligné qu'il ne faut pas attendre des articles extérieurs en fin de chaîne mais au début, autrement dit il faut une programmation des numéros. Et il convient aussi de mettre sa version électronique sur le site web du PAM.

44. S'agissant des brochures et des dépliants, ils doivent être au moins rédigées en anglais, arabe et français, en envisageant les autres langues méditerranéennes dans un deuxième temps. La distribution aux touristes pendant la haute saison peut être facilitée par le biais des compagnies aériennes et des tour opérateurs. Un expert a indiqué, dans le même ordre d'idées, la possibilité de faire insérer gracieusement, par les compagnies aériennes desservant la Méditerranée, des articles sur l'environnement de la région dans les revues qui sont à la disposition des passagers pendant le vol. Quant aux affiches et aux autocollants, ils restent un excellent moyen à condition de s'insérer dans la culture (et la langue) nationale, mais il faut simplifier à l'extrême et, parfois un dessin ou un graphique est plus "parlant".
45. Pour la bibliothèque de l'Unité MED, il faut l'organiser sous une forme électronique pour faciliter la gestion de la collection et revaloriser les services rendus, de même que la rendre présente sur le site web du PAM. Pour cette extension de son rôle et de ses services, la librairie devrait être pourvue d'une bibliothécaire/documentaliste à plein temps.
46. Le spécialiste du traitement des données de l'Unité a présenté au moyen de transparents la restructuration en cours du site web du PAM. La conception a démarré en janvier 1997 et le site est entré en service en juillet de la même année. Il est désormais actualisé toutes les trois semaines. D'août 1998 à ce jour, on a enregistré en moyenne une cinquantaine d'accès par semaine, ce qui est un chiffre très faible. Il faut donc accroître la fréquentation, en faisant diffuser le site sur toutes les publications. Bien que de première génération, le site du PAM offre un tableau régulièrement actualisé des principales activités et réunions du PAM (ce que ne peut faire *Medondes*, par exemple, qui prend trois mois de préparation). Le volume de texte est encore beaucoup trop mince et l'on doit envisager dès maintenant de passer à un site de 2e génération, ce qui n'est pas facile au vu des évolutions technologiques spectaculaires qui se produisent dans ce domaine. Cette présentation a reçu l'appui de M. Grose, qui a en outre proposé, à titre de transition progressive vers la 2e génération, de faire de *Medondes* le "newsroom" ("espace nouvelles") du site et de constituer une bibliothèque numérique. Enfin, un représentant de Centre a proposé de créer des sites web bilingue (anglais, français)
47. Sur la question des rapports avec les médias et des autres moyens (TV/vidéos, Semaine de l'environnement méditerranéen, campagnes de sensibilisation en milieu scolaire, etc.), les principales suggestions formulées à plusieurs reprises au cours de la réunion ont été récapitulées pour qu'il en soit tenu compte dans les recommandations.

**Points 7 et 8 de l'ordre du jour:   Recommandations - Propositions d'action**

48. Le Coordonnateur adjoint a procédé à un bref rappel des principaux points abordés, recommandation et propositions de la réunion qui ressortaient des deux journées de débats. Il a été décidé que le Secrétariat, avec le concours des experts, les agenceraient et les mettraient en forme de manière à les intégrer dans la version remaniée du document sur la Stratégie du PAM en matière d'information.

49. Les recommandations et propositions d'actions, formulées ou révisées par la réunion, sont les suivantes, telles qu'elles ont été intégrées et figurent aussi en annexe dans le document sur la stratégie:

## **Recommandations**

### **Court terme (0-12 mois)**

- Créer au sein de l'Unité MED un poste de cadre chargé de l'information à plein temps;
- créer au sein de l'Unité MED un poste de bibliothécaire à plein temps;
- inviter les Parties contractantes à désigner des points focaux pour l'information; ces points focaux devraient être des cadres compétents et qualifiés;
- accroître la visibilité du PAM en invitant instamment les points focaux du PAM existants à s'employer plus activement à mieux faire connaître le PAM au sein de leur propre ministère en particulier, et des pouvoirs publics de leur pays d'une manière plus générale;
- améliorer la présentation et la qualité d'impression de la Série des rapports techniques du PAM;
- faire appel à des services spécialisés pour améliorer la conception du site web du PAM;
- afficher la version électronique de MedOndes sur le site web du PAM;
- désigner la personne chargée du contenu et de la mise à jour du site web auprès de l'éventuel cadre chargé de l'information;
- chaque CAR confie la charge de l'information à un membre désigné du personnel;
- en coopération avec les éventuels points focaux pour l'information et les CAR, veiller à ce que le fichier d'adresses du PAM soit correctement revu et régulièrement tenu à jour en vue d'une utilisation plus efficace;
- faire en sorte que les CAR déposent en temps voulu tous leurs rapports et publications à la bibliothèque de l'Unité MED;
- produire une série bien conçue de transparents et/ou diapositives qui sera utilisée par le personnel de l'Unité MED et des CAR.

### **Moyen terme (12-24 mois)**

- Concevoir et utiliser une charte graphique (identification emblématique du PAM) dans toutes les publications du PAM) (Unité MED, CAR), et notamment un logo du PAM;
- améliorer la conception/présentation de MedOndes; apprécier la possibilité d'accroître sa fréquence de parution (6 numéros par an) tout en réduisant le nombre de pages;
- mettre à jour la brochure institutionnelle du PAM en tant que de besoin; langues: anglais, arabe, français;
- produire: a) une brochure promotionnelle, analytique, qui "accroche" le regard, soit facile à lire et à assimiler; b) un dépliant centré sur l'environnement méditerranéen; langues: anglais, arabe, français; toutes les langues de la Méditerranée à long terme;
- organiser la collection de la bibliothèque sous forme électronique de manière à faciliter sa gestion et son développement et d'accroître les services fournis;
- élargir l'espace consacré à la bibliothèque de l'Unité MED sur le site web du PAM;
- présenter le contenu du site web en deux langues - anglais et français;
- améliorer les relations avec les médias par l'entremise de l'éventuel cadre chargé de l'information à l'Unité MED;
- publier périodiquement des communiqués de presse et des articles sur le PAM en

- anglais, arabe et français;
- utiliser les éventuels points focaux pour l'information afin de diffuser des informations sur le PAM aux médias locaux;
- préparer un dossier de presse avec des informations de base sur les objectifs et les activités du PAM, pour le distribuer lors des conférences de presse, au cours de la Semaine de l'environnement méditerranéen, etc.;
- associer les écoles à un concours de peintures dont les gagnants seraient proclamés lors de la Semaine de l'environnement méditerranéen;
- procéder, avant publication, à une mise en forme et à une relecture des épreuves des numéros de la Série des rapports techniques du PAM par une personne qualifiée possédant, de préférence, une formation scientifique;

### **Long terme (24-36 mois)**

- Rendre les publications du PAM disponibles en anglais et français et, si possible, en arabe, et les distribuer à un stand d'information pendant les réunions;
- produire une brochure s'adressant spécialement aux enfants et aux adolescents, éventuellement comme élément d'un dossier pédagogique très complet;
- une série bien conçue d'affiches et d'autocollants est un excellent moyen d'atteindre le grand public, l'impact devant être avant tout visuel, et on y inclura le logo du PAM; quand il y a un message écrit, il devrait l'être dans la langue locale;
- mettre en place un réseau d'information documentaire sur le PAM en se servant de la bibliothèque de l'Unité MED comme centre de liaison et avec la participation active des CAR à un partage et une diffusion efficaces de l'information;
- organiser des programmes de formation à la gestion de l'information et la sensibilisation du public à l'intention de ressortissants des pays en développement de la Méditerranée;
- réunir des fonds (extérieurs) pour produire une vidéocassette actualisée sur l'environnement en Méditerranée et le Plan d'action pour la Méditerranée en promouvant le PAM et ses activités;
- envisager l'instauration de prix particuliers, comme celui de "l'entreprise la plus respectueuse de l'environnement".

### **Point 9 de l'ordre du jour: Clôture de la réunion**

50. Après avoir remercié les participants de leur contribution à un échange de vues qui avait été très fructueux, exhaustif, et qui représentait un premier pas vers l'adoption d'une stratégie d'information plus efficace du PAM, le Coordonnateur adjoint a rappelé que, comme convenu, les recommandations seraient remaniées en y intégrant leurs observations et suggestions, qu'un rapport ne serait pas adopté à l'issue de la réunion mais qu'il serait élaboré dans les jours suivants et leur serait adressé. M. Hoballah a prononcé la clôture de la réunion le vendredi 2 avril 1999 à 14 heures.

**ANNEX**

**LIST OF PARTICIPANTS  
LISTE DES PARTICIPANTS**

**CROATIA  
CROATIE**

**Ms Sandra Troselj**

Staff Associate  
State Directorate for the Protection  
of Nature and Environment  
Office for the Sea Protection  
Uzarska 2/I, 51000 Rijeka  
Croatia

Tel: 385 1 51 213 499  
Fax: 385 1 51 214 324  
E-mail: arandic@duzo.tel.hr

**GREECE  
GRECE**

**Ms Emilia Liaska**

Environmental Lawyer  
Cabinet of the Deputy Minister  
Undersecretary for the Environment  
Ministry of Environment, Physical Planning  
and Public Works  
17 Amaliados street  
11523 Athens  
Greece

Tel : 301 6453825 / 779012  
Fax: 301 6432589  
E-mail: emiliaska@ath.forthnet.gr

**LIBYA  
LIBYE**

**Mr Fathi El Moshaty**

Consultant  
Technical Centre for Environment Protection  
P.O Box 32818  
Benghazi  
Libyan Arab Jamahiriya

Tel : 218 61 22 22 445  
Fax: 218 61 70 247 / 909 22 03

**MONACO  
MONACO**

**M. Hervé Zorгниotti**

Attaché de Presse  
Centre de Presse de Monaco  
4, rue de Iris

Tel: 377 93 15 22 22  
Fax: 377 93 15 22 15  
E-mail: presse@monaco.mc

**TURKEY  
TURQUIE**

**Ms Songul Yildiz**

Urban Planner  
Ministry of Environment  
Foreign Relations Department  
Eskisehir Yolu 8 km,  
Bilkent Kavsagi 06530  
06100 Ankara  
Turkey

Tel: 90 312 2879963/4216  
Fax: 90 312 2853739  
E-mail: songuly@mailcity.com

**TUNISIA  
TUNISIE**

**M. Fethi Debbabi**

Chargé de Mission et de la Presse  
au Cabinet du Ministre de l'Environnement  
et de l'Aménagement du Territoire  
Ministère de l'Environnement et  
de l'Aménagement du Territoire  
Centre Urbain Nord 1004  
Menzah, Tunis  
Tunisie

Tel: 216 1 704000 / 707433  
Fax: 216 1 702431

**REGIONAL ACTIVITY CENTRES OF THE  
MEDITERRANEAN ACTION PLAN  
CENTRES D'ACTIVITES REGIONALES  
DU PLAN D'ACTION POUR LA  
MEDITERRANEE**

**REGIONAL ACTIVITY CENTRE FOR  
THE BLUE PLAN (RAC/BP)  
CENTRE D'ACTIVITES REGIONALES  
DU PLAN BLEU (CAR/PB)**

**M. Christian Muller**

Responsable pour l'Administration et de la  
Communication  
Plan Bleu pour la Méditerranée  
15 rue Ludwig Van Beethoven  
Sophia Antipolis  
06560 Valbonne  
France

Tel: 33 4 92387136

Fax: 33 4 92387131

E-mail: christian.muller@planbleu.org

**REGIONAL ACTIVITY CENTRE FOR  
THE PRIORITY ACTIONS  
PROGRAMME (RAC/PAP)  
CENTRE D'ACTIVITES REGIONALES  
DU PROGRAMME D' ACTIONS  
PRIORITAIRES (CAR/PAP)**

**Ms Ljiljana Prebanda**

Admin and Information Officer  
PAP/Regional Activity Centre  
11 Kraj Sv. Ivana  
21000 Split  
Croatia

Tel: 385 21343499 / 591 171

Fax: 385 21 361677

E-mail: ljiljana.prebanda@ppa.tel.hr

**REGIONAL ACTIVITY CENTRE FOR  
SPECIALLY PROTECTED AREAS  
(RAC/SPA)  
CENTRE D'ACTIVITES REGIONALES  
POUR LES AIRES SPECIALEMENT  
PROTEGEES (CAR/ASP)**

**M. Marco Barbieri**

Expert

Centre des activités régionales pour les  
Aires spécialement protégées (CAR/ASP)  
Boulevard de l'Environnement  
B.P. 337  
1080 Tunis La Charguia  
Tunisie

Tel: 216 1 795760

Fax: 216 1 797349

E-mail: car-asp@rac-spa.org.tn

**REGIONAL MARINE POLLUTION  
EMERGENCY RESPONSE CENTRE  
FOR THE MEDITERRANEAN SEA  
CENTRE REGIONAL MEDITERRANEEN  
POUR L'INTERVENTION D'URGENCE  
CONTRE LA POLLUTION MARINE  
ACCIDENTELLE**

**Mr Roberto Patruno**

Director

REMPEC

Manoel Island, GZR 03

Malta

Tel: 35 6 337296-8

Fax: 35 6 339951

E-mail: rempecdirector@waldonet.net.mt

**REGIONAL ACTIVITY CENTRE/CLEANER  
PRODUCTION (RAC/CP)  
CENTRE D'ACTIVITES REGIONALES  
POUR UNE PRODUCTION PROPRE (CAR/PI)**

**Mr Victor Macià**

Director

Cleaner Production/Regional Activity Centre  
(CP/RAC)

Travessera de Gràcia 56

08006 Barcelona

Spain

Tel: 34 93 4147090

Fax: 34 93 4144582

E-mail: prodneta@cipn.es



**UNITED NATIONS ENVIRONMENT  
PROGRAMME (UNEP)  
COORDINATING UNIT FOR THE  
MEDITERRANEAN ACTION PLAN**

**Mr Lucien Chabason**

Coordinator  
Tel: 30 1 7273101  
E-mail: chabason@unepmap.gr

**Mr Arab Hoballah**

Deputy Coordinator  
Tel: 301 7273126  
E-mail: hoballah@unepmap.gr

**Mr Ibrahim Dharat**

Senior Programme Officer  
Tel: 301 7273102  
E-mail : idharat@unepmap.gr

**Mr S.F. Civili**

Coordinator MEDPOL Programme  
Tel: 301 7273106  
E-mail:fscivili@unepmap.gr

**Mr Adnan Aksel**

Computer Operations Officer  
Tel: 301 7273107  
E-mail : aaksel@unepmap.gr

**Ms Athina Davaki**

Librarian  
Tel: 301 7273118  
E-mail: adavaki@unepmap.gr

**Ms Haris Pissala-Petrou**

Senior Information / Conference Assistant  
Tel : 301 7273119  
E-mail: hpissala@unepmap.gr

Coordinating Unit for the Mediterranean  
Action Plan  
48, Vassileos Konstantinou Avenue  
P. O. Box 18019  
116 10 Athens  
Greece

Tel: 30 1 7273100  
Fax: 30 1 7253196-7  
E-mail: unepmedu@unepmap.gr

**Mr Gerard Pierrat**

Journalist, Editor MED WAVES  
9, Ferekydou str  
Athens  
Greece

Tel: 301 7521488  
E-mail : pierragr@ath.forthnet.gr

**Mr Kevin Grose**

Manager  
Information Support Programme  
Climate Change Secretariat (UNFCCC)  
P.O Box 260 124  
D-53153 Bonn  
Germany

Tel: 49 228 815 1528  
Fax: 49 228 815 1995  
E-mail: kgrose@unfccc.de

**Ms Andriana Ierodiakonou-Berlind**

Journalist  
c/o Anatolia College  
P.O Box 21021  
Pylea ,Thessaloniki  
Greece  
Tel: 031-341276

**M. Vincent Jacques le Seigneur**

Conseiller au Cabinet  
de Mme la Ministre de l'Aménagement  
du territoire et de l'Environnement  
20, av. de Segur  
75007 Paris  
France

Tel: 33 1 42191046  
Fax: 33 1 42191122  
E-mail:  
vincent.jacques-le-seigneur@environnement.gouv.fr