

Le si commode Pavillon bleu

Fabrice Nicolino, le 29 juin 2022, paru dans charliehebdo.fr

Le Pavillon bleu, c'est nébuleux. Très. Et c'est bidon. Très.

La plage, c'est trop génial !

L'association Pavillon bleu naît en 1985 sous le régime de la loi 1901, officiellement à but non lucratif. En échange d'un label payant, les plages et les ports de plaisance peuvent hisser un joli drapeau bleu, présenté comme une garantie d'excellence écologique. Mais soyons plus précis : le Pavillon bleu, selon ses propres termes, est « *un label de qualité environnementale exemplaire* ». Les offices de tourisme en font des tonnes et vantent à qui mieux mieux l'impeccable engagement des élus locaux en faveur de la biodiversité et de la protection des mers. En quelques années, cela devient un must : en 2022, 419 plages et 117 ports de plaisance sont ainsi labellisés. Et des milliers un peu partout dans le monde. C'est une affaire qui marche.



En accordant ce label, Teragir – à l'origine du Pavillon –, a fait un beau cadeau à l'industrie touristique, avec laquelle elle est en lien direct. Les documents de l'association sentent la propagande publicitaire. Surtout pas un mot sur le caca, ce qui ferait fuir le sponsor. Or tout est là, dans le caca. Le Pavillon bleu ne fait aucune analyse par lui-même, et se contente de celles, obligatoires, menées par les agences régionales de santé (ARS). Qui elles-mêmes s'appuient sur une directive européenne dite 2006/7/CE. On ne cherche dans l'eau de baignade, au bord de la mer, que deux bactéries fécales, celles qui donnent la diarrhée : *Escherichia coli* et les entérocoques. Tant que l'eau n'en contient pas trop, sa qualité peut être jugée excellente. Et on lève alors le formidable étendard touristique qu'est le Pavillon bleu. Ne soyons pas si dur : il faut également des poubelles non loin de la plage.

Attention, c'est vachement écolo. Visiblement adepte du storytelling – l'art de raconter de belles histoires –, Teragir n'évoque jamais la crise écologique globale. Seules comptent les actions individuelles : il faut laver les vêtements à 30 °C, réduire la taille des pièces jointes aux e-mails, et comme nous faisons tous « *partie de la solution* », le but est clair : « *simplement être heureuses et heureux, ensemble* ». On a connu plus ferme.

Charlie a adressé en janvier un mail à son service de com. Pas de réponse. Un autre en février, idem. Que demandait-on ? Exactement ceci : « *Je cherche un renseignement précis concernant la nature des analyses d'eau sur lesquelles se base le label Pavillon bleu. [...] Pouvez-vous me dresser la liste exacte de ces analyses ?* » Mais enfin, le 9 mars, Mme Florence Josset accepte le contact et envoie un lien Internet, qui se révèle tortueux. Le 13 mars, Charlie repart au combat, et demande la liste des partenaires et le budget de Teragir. Mme Josset répond le 21 d'une curieuse manière, estimant normal que Charlie lui en dise un peu plus sur ses projets. Le 25, Charlie conclut ce bel échange par : « *Je vous avoue ne pas bien comprendre. Dois-je considérer que vous ne pouvez - ou voulez - répondre à mes questions ? Cordialement.* »

Depuis, Mme Josset s'est reprise. Dont acte. Mais les questions demeurent. Et notamment à propos de M. Rodolphe Dugon, patron de Teragir, patron de la société Espace Harmonie, patron de la société FRAN AM E, pour Française d'aménagements pour l'environnement, et secrétaire général pendant sept ans du syndicat PROMU, pour PROfessionnels du Mobilier Urbain.

Espace Harmonie se présente comme « *la société d'aménagement et de mobilier urbain dont l'approche sociétale et environnementale de proximité offre aux citoyens une meilleure qualité d'usage par la fonction, l'implantation et la gestion de ses équipements. Elle conçoit et réalise des solutions innovantes de confort, de sécurité, de propreté et d'hygiène pour aménager le bien-être des espaces publics et privés afin de favoriser le lien social et humain comme acteur de la ville durable* ». Le gras est d'origine. Quant à FRAN AM E, son activité principale déclarée est : « *La conception, la diffusion, l'achat et la vente de produits et services liés à l'environnement. L'achat et la vente de tous matériaux de construction et de travaux publics, l'exploitation de tous services liés au bâtiment, au terrassement, aux fondations et à l'assainissement, la construction, l'aménagement, la pose, la réparation, l'entretien et la démolition de tout ouvrage de toute nature.* »

Autrement exprimé, M. Dugon attribue avec sa casquette Teragir un Pavillon bleu garant d'une belle saison touristique à des communes avec lesquelles il peut contracter pour la construction et l'installation d'un mobilier urbain, y compris sur les plages. Un conflit d'intérêts ? Ça y ressemble furieusement. Interrogée sur la question, Mme Josset répond avec magnanimité que Rodolphe Dugon est 100 % bénévole et qu'il « *n'est décisionnaire et ne vote pas, et ce dans aucun Jury du Pavillon Bleu, ni d'autres programmes de Teragir. Par ailleurs, Rodolphe Dugon n'a jamais eu accès et n'a même jamais fait la demande d'accès aux données personnelles et aux fichiers contact de Teragir ou des différents lauréats du Pavillon Bleu, pour effectuer un quelconque démarchage commercial pour son entreprise* ».

Reste la question qui tue, ou presque : que contient vraiment l'eau des baignades en mer ? •

