

Comment communiquer *How to communicate*

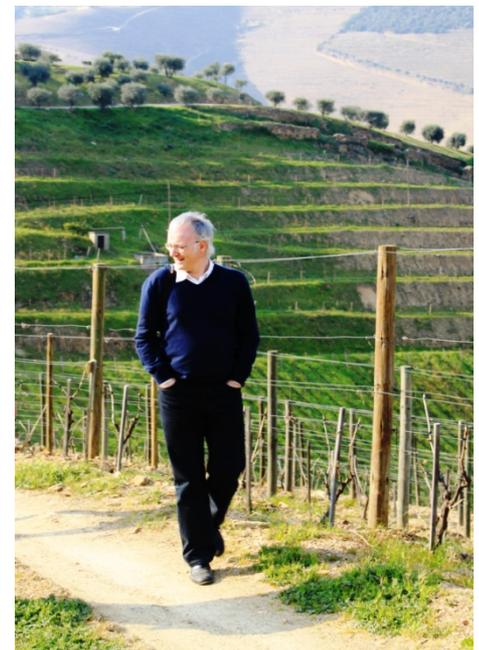
Stratégies de Réduction des Intrants
Viticoles

Strategies for reducing Vineyard Input

Joël ROCHARD (1) et Antonio GRACA (2)

(1) IFV France

(2) SOGRAPE/ADVID Portugal



Information presse

Exposition aux pesticides et maladie de Parkinson : le lien confirmé chez les agriculteurs français

Une équipe de chercheurs de l'unité Inserm « Neuroépidémiologie » et de l'UPMC montre que l'exposition aux pesticides double quasiment le risque de survenue de la maladie de Parkinson parmi les agriculteurs. Ce risque augmente avec le nombre d'années d'exposition et, chez les hommes, est principalement lié à l'usage d'insecticides, notamment de type organochloré. Ces résultats, qui posent également la question du rôle d'une contamination résiduelle de la population générale par ces pesticides, sont publiés en ligne dans *Annals of Neurology*.

La maladie de Parkinson est la deuxième maladie neuro-dégénérative la plus fréquente, après la maladie d'Alzheimer. On admet que, dans la plupart des cas, elle trouve son origine dans une combinaison de facteurs de risque génétiques et environnementaux.

Parmi les facteurs d'environnement suspectés, des études épidémiologiques ont montré une association entre la survenue de la maladie de Parkinson et une exposition professionnelle aux pesticides. Toutefois, aucune famille de pesticides n'a pu être spécifiquement mise en cause et le rôle du niveau d'exposition n'a pas été étudié (relation dose-effet).

Amende requise contre le viticulteur bio qui dit non aux pesticides

Le Monde

Le Monde.fr | 24.02.2014 à 07h50 • Mis à jour le 24.02.2014 à 22h50 |

Par Audrey Garric

Abonnez-vous à partir de 1€ Réagir Classer Partager

Recommander Partager 10 572 personnes le recommandent.



Un vignoble bio peut-il être forcé d'utiliser des pesticides pour lutter contre une maladie mortelle de la vigne ? C'est la question épineuse à laquelle s'est heurté Emmanuel Giboulot, qui exploite 10 hectares en biodynamie sur la côte de Beaune et la haute-côte de Nuits, en Bourgogne.

PRESSE GRAND PUBLIC

infos.wwf.fr/pollution.html?jsessionid=719285A0844E0A2A2A059039818D6CEC



90% DES COURS D'EAU EN FRANCE CONTIENNENT DES TRACES DE PESTICIDES...

Aujourd'hui, l'utilisation de produits phytosanitaires en agriculture mais également l'intensification des élevages constituent une menace pour la qualité de l'eau en France. A travers l'eau, c'est donc notre santé et celle des écosystèmes aquatiques qui sont menacés avec des phénomènes d'eutrophisation (communément appelé « algues vertes »).

Industriels, agriculteurs et consommateurs avons donc tous un rôle à jouer pour préserver nos ressources en eau.

LE ROLE DES PESTICIDES DANS LA SURMORTALITE DES ABELLES

Accueil La surmortalité Le rôle des pesticides La place de l'expertise Ressources



LA PLACE ET LE ROLE DES PESTICIDES DANS LA SURMORTALITE

Environnement

- Pêche en eaux profo...
- Le scandale de l'amia...



Actualité > Société > Environnement

Pesticides: les raisins de la colère

Par Vincent Olivier, publié le 05/12/2008 à 15:25

Décelés en quantités parfois importantes dans les grappes, les produits phytosanitaires sont aussi présents dans tous les fruits et légumes. Le débat sur les risques rebondit en Europe, où la France, premier utilisateur, fait figure de mauvais élève.

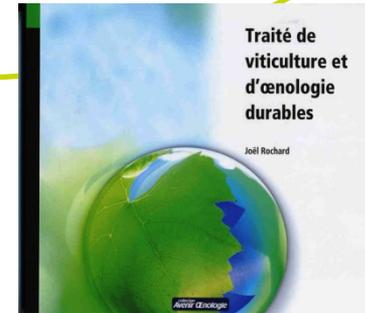
Toute l'actualité à la une

- 17h38 Remaniement: Matignon annonce la démission de Jean-Marc Ayrault et de son
- 17h31 Municipales: le FN obtient sa plus grande mairie dans un arrondissement de Marseille
- 17h30 Centrafrique: la Croix rouge fait état de violences à Bangui
- 17h27 Victoire d'Erdogan aux municipales: "Une personnalification extrême du pouvoir"

Extrait de l'avant propos de l'ouvrage « traité de viticulture et d'œnologie durables » 2005

L'histoire de l'humanité, associée au développement des sciences, s'inscrivait jusqu'à présent dans un contexte expansionniste. Toute avancée scientifique offrait de nouvelles perspectives de développement, qui semblaient sans limite. Force est de constater maintenant que les capacités d'adaptation de notre planète ne sont pas infinies. Ainsi, au delà des impacts locaux, nos terroirs et chacun d'entre nous, seront demain soumis à un effet de boomerang planétaire, directement lié à l'effet cumulatif de nos comportements individuels .

La vigne et le vin s'intègrent dans ce contexte sociétal évolutif. Après avoir bénéficié des avancées scientifiques et technologiques, l'heure est maintenant aux interrogations aux doutes et parfois aux peurs ou aux psychoses suscitées par la modernité. A l'image d'un pendule, cette évolution, autrefois teintée d'un scientisme parfois excessif, a laissé la place à un scepticisme, souvent empreint d'un passéisme nostalgique. Le sensible reprend ses droits, souvent de manière démesurée, sur l'esprit cartésien.

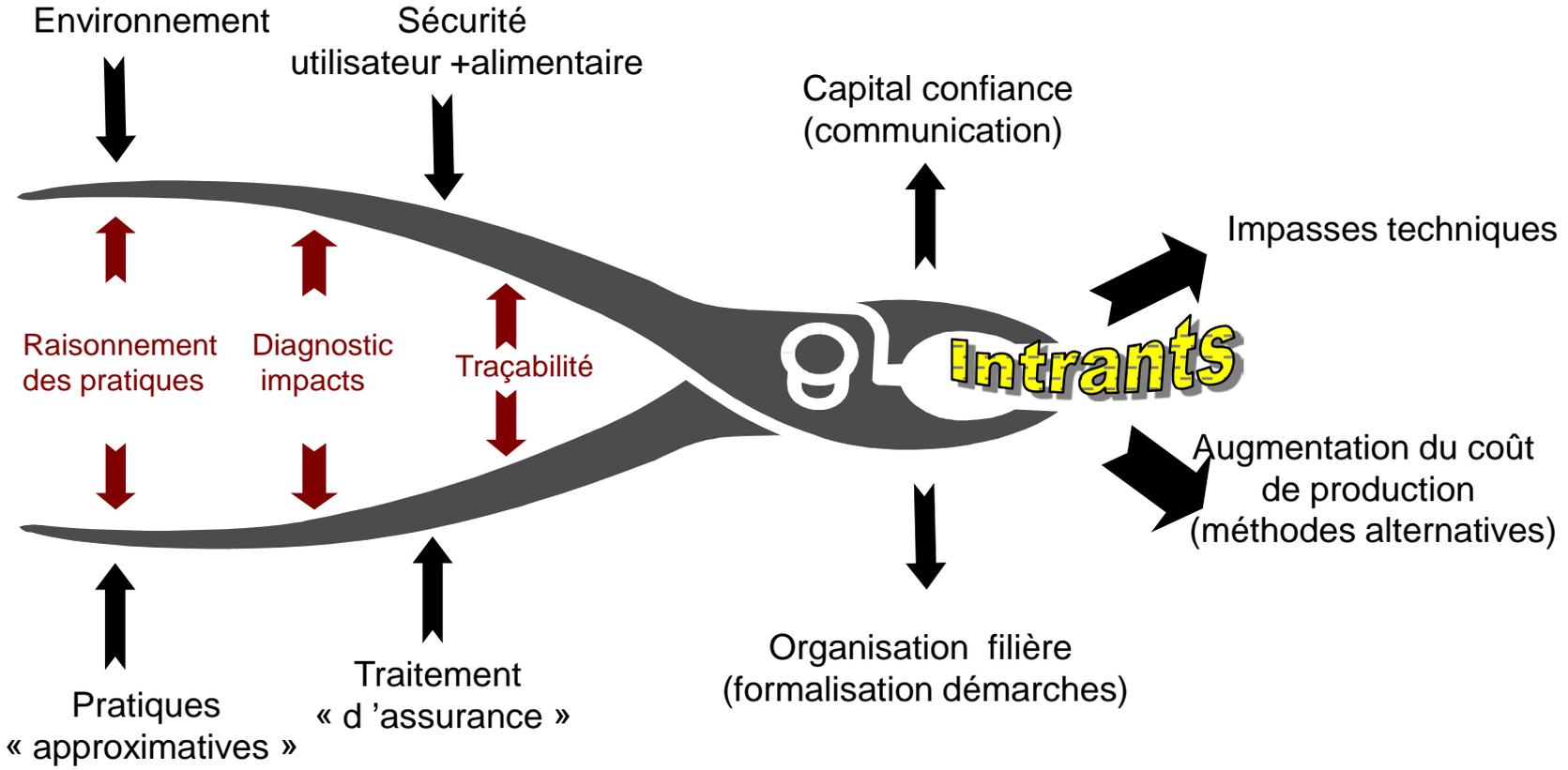


Citation

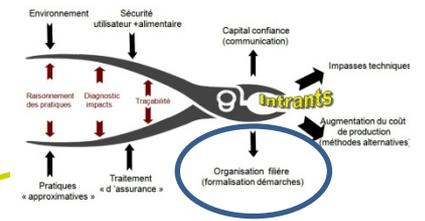
« aujourd'hui, toutes les catégories qui avaient été soumises à l'élite éclairée, travailleurs et colonisés, femmes et enfants, se sont révoltées et refusent d'appeler moderne un monde qui ne reconnaît pas à la fois leur expérience particulière et leurs accès à l'universel. De sorte que ceux qui s'identifient à la raison apparaissent désormais comme les défenseurs d'un pouvoir arbitraire.(...) »

Alain TOURAINÉ, Critique de la modernité, 1992, Editions Fayard

ENJEUX DES INTRANTS EN VITICULTURE

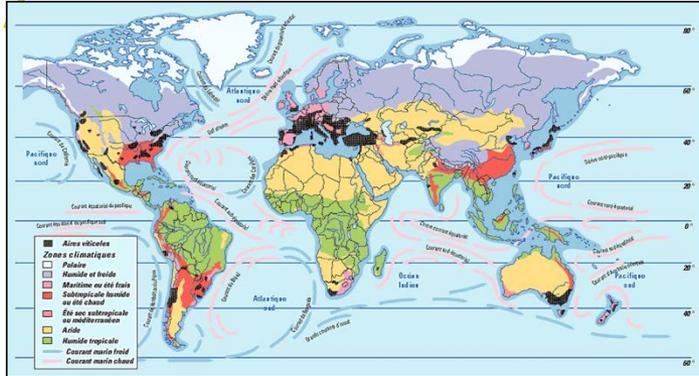
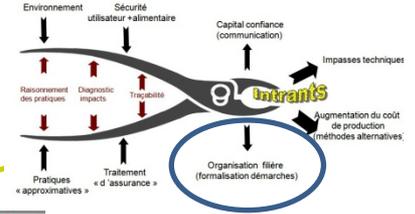


ORGANISATION FILIERE HISTORIQUE



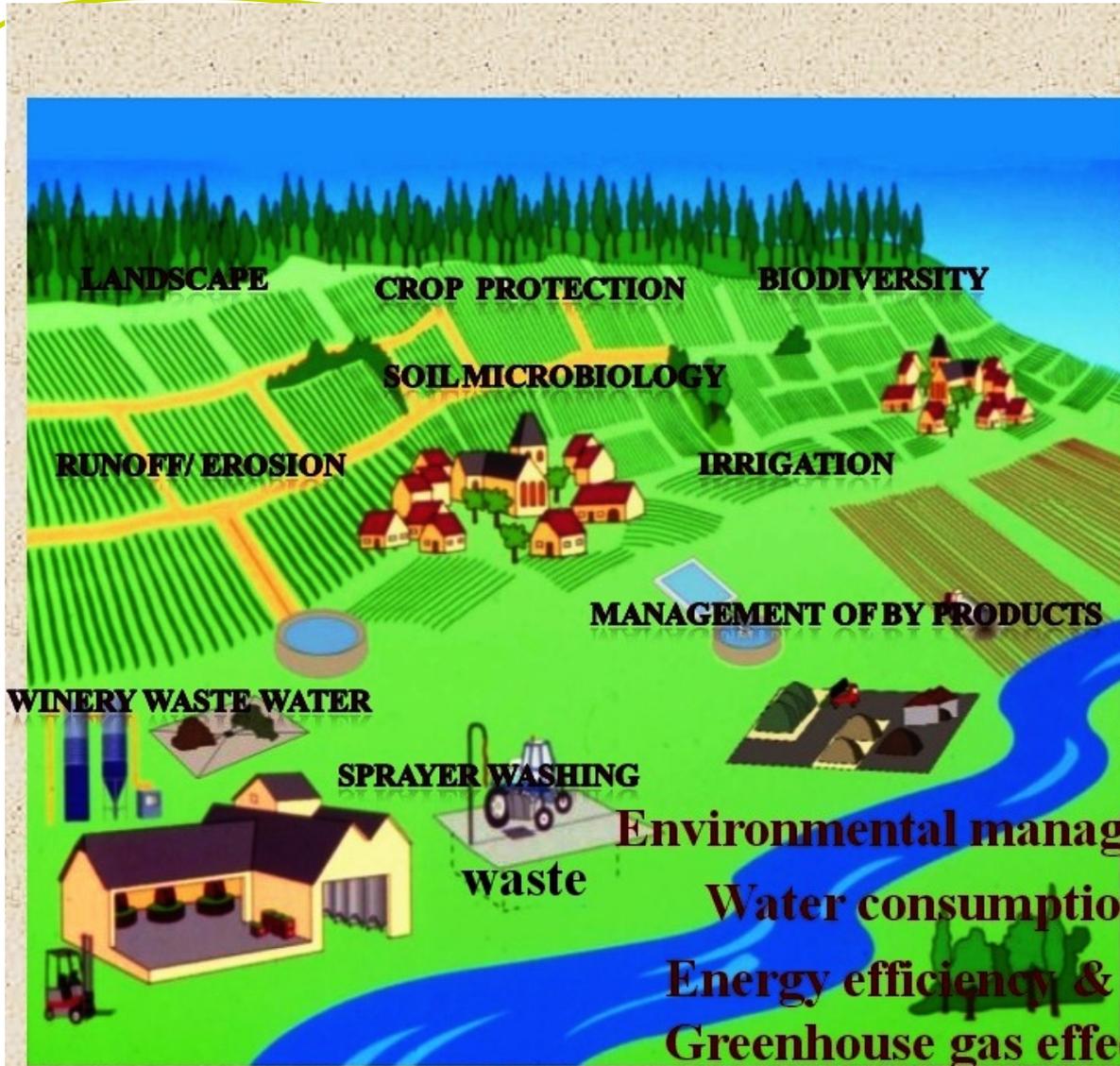
- 1942 : Naissance de la théorie de l'écosystème (R.L. Lindemant)
- 1944 : concept de lutte intégrée (W.E. Ripper)
- 1959 : Concept d'unité intégrée (V.M. Stern et coll.)
 les populations de plante et d'animaux incluant l'homme et l'environnement non vivant constitue une unité intégrée à l'écosystème
- 1992 : Conférence de Rio I et II (développement durable)
- 1993 : Directive de l'OILB. Guide d'orientation des démarches régionales production intégrée
- 1999 : Directive OILB. Définition des modalités d'agrément des démarches production intégrée régionale
- 2008 : Résolution OIV vitiviniculture durable

ORGANISATION FILIERE : De NOMBREUSES APPROCHES



Coop Anne de Joyeuse

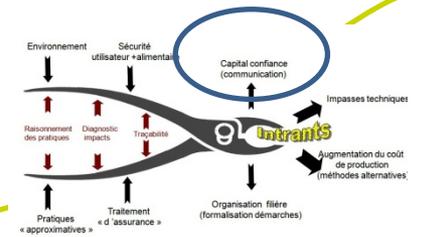
Il existent 448 labels environnementaux dans le monde
<http://www.ecolabelindex.com/ecolabels/>



1100 km
 Strasbourg
 Paris 154 km
 Rome
 25,8 millions de km³
 2,6 % d'eau douce des glaciers et banques
 2,6 millions de km³
 0,27 % d'eau potable utilisable
 Seule une infime part de la quantité totale d'eau sur terre peut être utilisée par l'homme.

Support de biodiversité (arbres, haies, mouturiers)
 Limitation du ruissellement et de l'érosion
 Filtration naturelle des eaux
 Ampère orange
 Trappe
 Pneu à air
 Manteau
 Mousse
 Capteur
 Réseau de buses
 Suppression des mauvaises herbes
 Cotonniers
 Herbe à Ratier
 Cigales

COMMUNICATION PATRIMONIALE et ESTHETIQUE



Paysage du DOURO

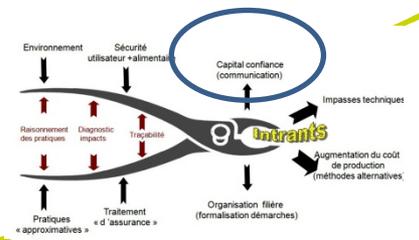


Beaumes de Venise



Lavaux

COMMUNICATION PATRIMONIALE et ESTHETIQUE



Curico Chili



Paarl Afrique du Sud

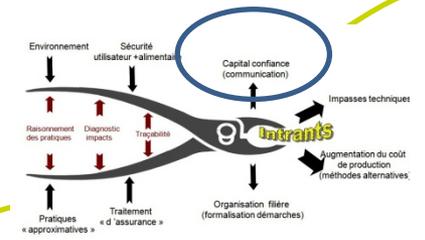


Sonoma Californie



Barolo Italie

COMMUNICATION ECOLOGIQUE



Wachau Autriche



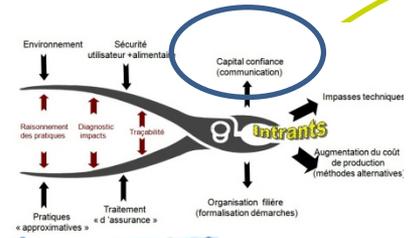
Bento Gonçalves Bresil



Barossa Valle Australie

Lavaux

COMMUNICATION ECOLOGIQUE



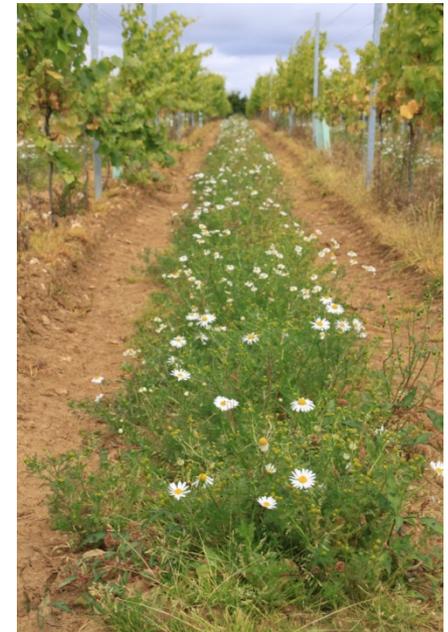
Yverdon Suisse



Rioja Espagne

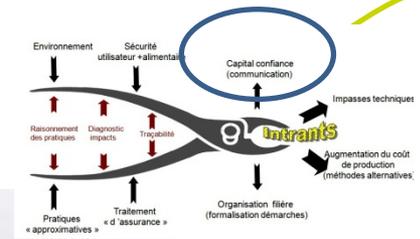


Ontario Canada



Kent Angleterre 12

COMMUNICATION CAVES ECOLOGIQUES



Gramona Penedes Espagne



Cheval Blanc Saint Emillion



Antinori Toscane

CONCLUSION



UNEP futerra COMMUNICATIONS CONSULTANTS

COMMUNICATING SUSTAINABILITY

How to produce effective public campaigns

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME

Myths and Facts

Key points

Myths:

- Any communication is good communication
- Communications cost the Earth
- Human beings are rational

Facts:

- Targeting works
- Debriefing is important
- Media is personal and practical

Myths

Communicating without infrastructure
Good communications can often be successful in persuading people that they have a role to play in sustainable development. But this opportunity will be wasted unless the infrastructure is there for them to make a contribution.

Myth 1: "Any communication is good communication"
It is tempting to think that any communication about sustainable development must be good and worthwhile, in fact, badly planned and misused communications will, at best, not work (wasting time and money), at worst they can have negative consequences.

Through our research we have identified three common mistakes:

- Communicating without supporting policy
- Success is always easier to achieve when policy and communications work together.

Myth 2: "Public education and public policy should be considered and support each other"
Another example of this principle in action is South Africa's Cleanair 2000 Competition. This national communications tool is directly supported by national policy to improve waste management (see page 49). Indeed, the competition has helped to create best waste management and environmental strategies across the whole country.

Myth 3: "Getting your message heard is not always easy, the competition is tough. It is estimated that the average American is exposed to more than 3,000 marketing messages every day."
This is a well-known fact, but it is also a fact that the average American is exposed to more than 3,000 marketing messages every day.

Getting on mainstream marketing for all the winners
Getting your message heard is not always easy, the competition is tough. It is estimated that the average American is exposed to more than 3,000 marketing messages every day. In some areas, have iniquitous, unsafe public transport."

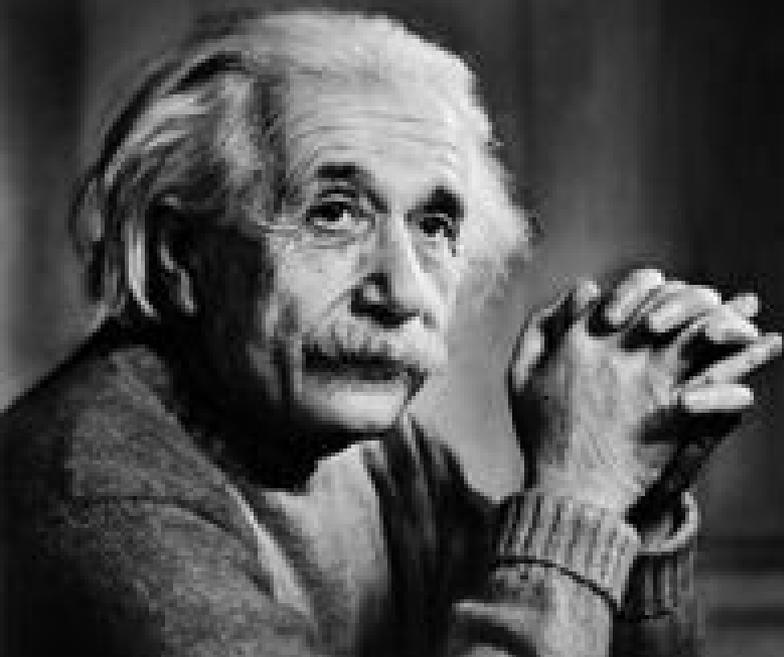
There are particular difficulties for low-income consumers who have fewer household recycling facilities, may not be involved in housing issues and, in some areas, have iniquitous, unsafe public transport."

Getting on mainstream marketing for all the winners
Getting your message heard is not always easy, the competition is tough. It is estimated that the average American is exposed to more than 3,000 marketing messages every day. In some areas, have iniquitous, unsafe public transport."

Getting on mainstream marketing for all the winners
Getting your message heard is not always easy, the competition is tough. It is estimated that the average American is exposed to more than 3,000 marketing messages every day. In some areas, have iniquitous, unsafe public transport."

If you can't explain it **simply**, you don't understand it well enough.

– Albert Einstein



**Si vous ne pouvez pas
l'expliquer simplement,
C'est que vous ne l'avez pas
bien compris**