

Ecrit par le 22 juillet 2024

logo pour leur commune, via une consultation publique. Cette démarche est loin d'être anecdotique ou anodine. Elle fait la démonstration que partager le pouvoir c'est peut-être pas si compliqué que cela, et qu'il s'agit, aujourd'hui, d'une vraie nécessité démocratique.

Dans une période où l'on s'accorde à penser que les élus, une fois leur mandat en poche sont peu enclin à laisser la place à la contradiction ou partager leurs pouvoirs, beaucoup d'édiles font la démonstration inverse. Si à Bollène on consulte pour choisir un logo, on met aussi en place, comme dans d'autres villes, des budgets participatifs. Certes ils restent encore modestes, mais une dynamique est enclenchée et il sera difficile de faire machine arrière.

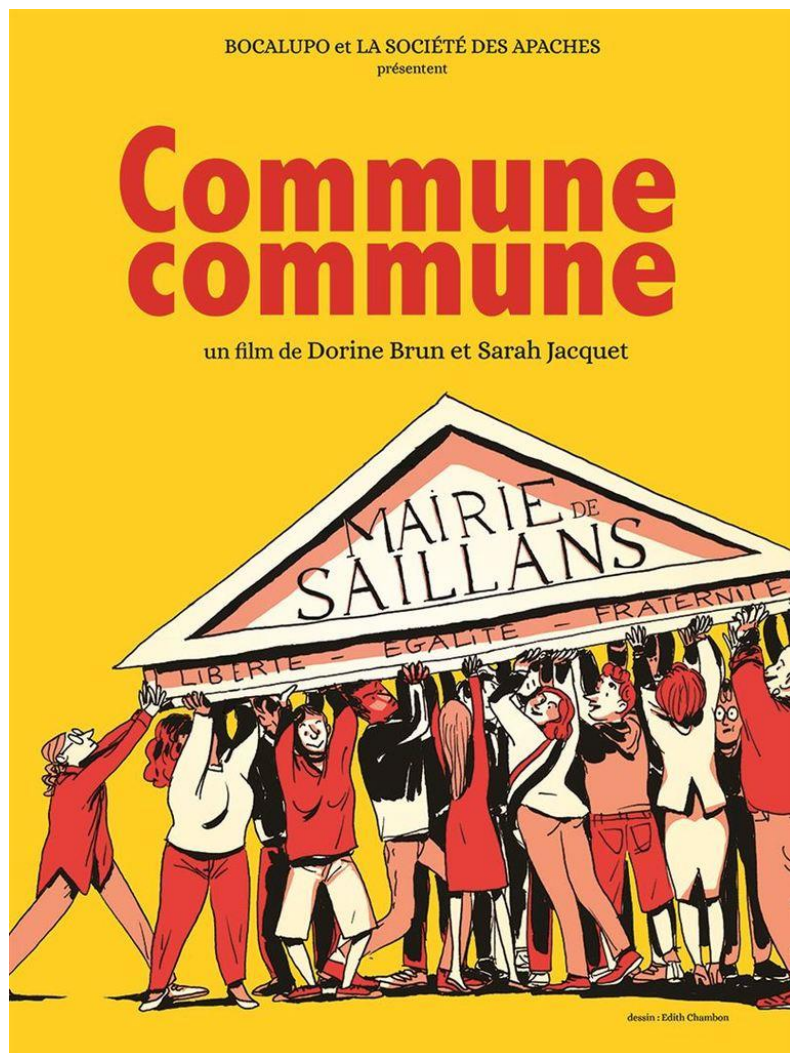
L'avantage de la méthode c'est qu'on ne pourra pas incriminer les élus sur le choix effectué !

[A Cavaillon, où l'on veut réaménager une place, aujourd'hui utilisée comme parking, on invite les habitants à s'exprimer et à se déterminer.](#) Et ici, le choix proposé n'est pas anodin, puisqu'il s'agit de choisir au fond qu'elle place (c'est le cas de le dire) sera accordée à la voiture. Sujet, pour une commune, ô combien sensible. L'avantage de la méthode c'est qu'on ne pourra pas incriminer les élus sur le choix effectué ! Mais, de là à considérer que le peuple pense forcément juste il y a un pas que la raison ne nous autorise pas à franchir. On tombe facilement dans le populisme et ses travers.

Durant tout le mandat plus de 50% de la population a directement été associé à au moins une décision

Un documentaire « *Commune commune* » réalisé en 2022, par [Dorine Brun](#) et [Sarah Jacquet](#), retrace l'expérience conduite à Saillans dans la Drôme, un village de 1 300 habitants. L'équipe municipale composée de quelques habitants sans étiquette a été élue, en 2014, avec l'idée d'impliquer au maximum les citoyens dans les décisions communales. Des travaux de voirie, à l'éclairage public, en passant par les rythmes scolaires, l'accueil de migrants ou encore la complexe révision du Plan local d'urbanisme (PLU). Ca n'a pas toujours été simple mais durant tout le mandat plus de 50% de la population a directement été associée à au moins une décision. Un bilan plus que positif. Mais l'expérience de Saillans a malheureusement tourné court. L'équipe municipale n'a pas été renouvelée aux élections municipales de 2020. Elle a perdu la mairie de 18 voix. Cependant, l'expérience s'est poursuivie avec la création d'une coopérative citoyenne. Et la voie est maintenant tracée.

Ecrit par le 22 juillet 2024



La votation et la démocratie participative sont des démarches pas toujours faciles à mettre en place. Il faut sans doute encore de la pratique avant d'être généralisée et d'arriver au niveau de nos amis helvètes. C'est pourquoi il faut s'y mettre au plus vite. C'est en faisant qu'on apprend dit le dicton populaire.

[Lire également : "Les Bollénois choisissent le nouveau logo de leur commune"](#)

Ecrit par le 22 juillet 2024

Cavaillon : Koppert change d'image, pas de philosophie



[Le groupe Koppert](#) vient de lancer sa nouvelle image de marque. Le leader mondial néerlandais de la protection biologique des cultures et de la pollinisation naturelle, dont [la filiale française est basée à Cavaillon](#), a donc décidé de changer le logo et l'identité visuelle utilisés depuis 30 ans. Cette nouvelle stratégie de marque ambitionne de renforcer la connexion entre l'entreprise et la nature.

La nature pour inspiration

« Notre mission consiste à contribuer, avec la nature pour partenaire, à la santé de l'homme et de l'environnement, explique Peter Maes, directeur de la stratégie de Koppert. C'est cette philosophie qui a fait de notre entreprise ce qu'elle est aujourd'hui : une organisation solide qui atteint ses objectifs tout en respectant des valeurs fondamentales. Notre nouvelle stratégie de marque reflète cette mission et ces valeurs fondamentales. Elle nous permettra de veiller à ce que les idéaux que nous défendons se reflètent avec cohérence dans notre façon de communiquer. La nature est notre source d'inspiration ; l'origine de toutes nos solutions. C'est pourquoi notre nouvelle identité est étroitement liée à la nature. »

Créé aux Pays-Bas en 1967 par Jan Koppert, le groupe est implanté à Cavaillon depuis 1984. En France, l'entreprise compte 55 collaborateurs dirigés par [Gisèle Broquier](#) et répartis au sein du siège cavare ainsi

Ecrit par le 22 juillet 2024

que [la nouvelle plateforme logistique de Plan d'Orgon](#) et les agences d'Agen, Nantes et Villeneuve l'archevêque dans l'Yonne. En tout, le groupe compte 1 700 personnes dans une trentaine de pays permettant de distribuer des solutions biologiques dans plus de 100 pays à travers le monde comme des [ruches recyclées](#), la lutte contre les insectes en utilisant des prédateurs naturels ou bien encore [des gammes de produits de biocontrôle pour la vigne](#).



L'ancien logo de Koppert imaginé il y a 30 ans maintenant.

Objectif : une agriculture 100% durable

Au départ, Koppert ne comptait que 4 employés. Au fil des années, cette société familiale créée pour faire face à un problème bien précis s'est toutefois transformée en un leader du marché mondial. Pour Martin Koppert, Directeur des activités, il était donc logique que sa stratégie de marque évolue aussi : « Pour rendre notre monde plus durable, nous devons imaginer des processus à la fois sûrs et sains. Notre objectif ultime est de mettre en place une agriculture 100% durable en travaillant main dans la main avec les producteurs et les agriculteurs. Notre nouvelle stratégie de marque nous permettra de véhiculer une image forte sur tous les marchés mondiaux et de confirmer l'inébranlable volonté qu'a Koppert de proposer une gamme complète de solutions biologiques pour un large éventail de cultures. »