

SENSIBILISER AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Dans l'imaginaire collectif, le militant écologiste ressemble souvent à une harpie en robe de bure prête à tout pour faire revenir le brave citoyen à l'âge de pierre. Ledit citoyen a vite fait d'assimiler « *respect de l'environnement* » à « *privation* » : de sa machine à laver, de son eau chaude et pire, de sa voiture. Jeunes militants pour l'environnement, vous avez donc bien du chemin à parcourir pour faire entendre votre voix auprès de vos camarades, de l'administration de votre fac... Voici quelques conseils pour convaincre sans être rébarbatif, à utiliser aussi bien dans une discussion informelle au coin du comptoir que pour une action de sensibilisation.



LE CHANGEMENT CLIMATIQUE C'EST GRAVE

L'automobiliste ne lâchera pas son 4x4, ni la coquette son bain à moins que vous ne leur donniez une très bonne raison. En général, les arguments « *fin du monde* » et « *destruction de la planète* » sont assez convaincants, à condition de bien s'y prendre : être simple mais précis, toucher sans faire mal, alerter sans alarmer. Un exercice d'équilibriste pour lequel voici quelques pistes.

Être simple mais précis

Ce n'est, précisément, pas si simple, surtout avec un problème aussi complexe que le changement climatique. Évitez de noyer votre interlocuteur dans un galimatias scientifique, allez aux informations essentielles : le changement climatique est principalement dû aux rejets de CO₂ émis par l'activité humaine et, pour les réduire, nous devons faire des économies d'énergie. Pour être plus impactant, utilisez des chiffres et des images fortes. « *Un particulier émet neuf tonnes de CO₂ par an* », « *Un aller-retour en avion Paris - New York épuise votre quota d'émission de CO₂ pour un an* »...

Trouvez des moyens ludiques de transmettre l'information : quiz de connaissances avec, à la clé, des ampoules basse consommation ou des objets fonctionnant à l'énergie solaire à gagner ; jeux sur les labels « *verts* » ou la reconnaissance des fruits et légumes de saison... Calculer l'empreinte écologique peut être éga-

lement une approche amusante : elle permet de mesurer nos impacts sur l'environnement en fonction de nos habitudes de vie. Le résultat se compte en nombre de planètes : « *Si tout le monde faisait comme vous, on aurait besoin de cinq planètes.* » (www.wwf.fr)

Toucher sans faire mal

Aussi sensibles qu'ils soient aux sécheresses et famines qui menacent l'Afrique, peu de gens acceptent de changer durablement leurs habitudes quand cela ne menace pas directement leur confort personnel. Montrez-leur ce que le réchauffement climatique changera concrètement pour eux : d'ici 20 à 30 ans, les épisodes caniculaires comme celui de 2003 deviendront de plus en plus fréquents, impliquant la disparition de certaines activités traditionnelles et la réapparition de maladies parasitaires éradiquées en Occident comme le paludisme.

Alerter sans alarmer

Le grand public évolue très vite de « *Changement climatique ? Quel changement climatique ?* » à « *On va tous mourir !* » : étrangement, la volonté d'agir est, dans les deux cas, la même... inexistante. Pourquoi agir si le réchauffement climatique est un mythe ? Pourquoi agir si la Terre est d'ores et déjà condamnée ?

Il faut donc trouver un juste milieu : ne pas minimiser la situation sans pour autant tomber dans un scénario à la *Armageddon*. Tenez-vous en aux certitudes du *Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat* (GIEC, voir le chapitre *Climat*) : le réchauffe-

ment climatique est une réalité, il est le fait de l'Homme, et il aura certainement des impacts importants sur notre environnement dans un avenir proche. Évitez par contre de dire que le cyclone Katerina est une conséquence directe du changement climatique car si cela est supputé, il n'existe aucune preuve formelle.

Autre point important : toujours donner la certitude qu'il existe des portes de sortie. Mettez en avant le fait que les actions que nous menons aujourd'hui comptent pour le futur. « *En réduisant dès maintenant nos émissions, nous pouvons contenir la hausse des températures en deça de 2°. Si l'on ne fait rien, elle pourrait grimper au-dessus de 5°, soit un décalage identique à celui qui nous fit passer de l'ère glaciaire aux températures que nous connaissons aujourd'hui.* » (voir le chapitre Climat) Cela vaut d'autant plus si votre public est composé d'étudiants qui ont encore tout l'avenir devant eux... et pas encore trop de mauvaises habitudes.

À ce stade de la conversation, votre interlocuteur a, sauf récalcitrant notoire, compris qu'il y a péril en la demeure. C'est le moment de lui expliquer comment mettre sa personne au service du sauvetage de la planète. Attention, l'animal peut encore prendre peur...

LES ÉCO-GESTES C'EST BIEN

Aussi efficace que soit votre discours sur les dangers du réchauffement climatique, si vous n'évoquez pas les moyens de lutter contre, personne n'ira chercher de lui-même. Voilà quelques-unes des objections classiques que vous

rencontrerez au cours de cette partie de votre exposé... Et les moyens d'y répondre.

Objection n°1 : « Je ne vois pas comment prendre une douche plutôt qu'un bain peut changer le sort de la planète. »

Cette plainte tient généralement à deux sentiments : 1) un petit brin d'égoïsme qui donne l'impression qu'on est le seul à faire quelque chose pendant que le reste de l'humanité se tourne les pouces en attendant le déluge, 2) un complexe d'impuissance face à un problème qui met en jeu des forces qui nous dépassent.

Commencez par insister sur le fait que tout le monde est mis à contribution pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre. Le kit de sensibilisation de l'ONG Réseau action climat (RAC) contient ainsi une partie « *politiques publiques* ». Il est, en effet, essentiel de montrer qu'État et industriels assument leur part de responsabilité, le premier à travers des politiques globales, les deuxièmes sous les contraintes législatives, mais également sous la pression des consommateurs... comme eux ! Et les ménages émettant, tout de même, la moitié des gaz à effet de serre, il n'y a pas de raison qu'ils soient dispensés de leur petite contribution à la survie de la planète.

Pour éviter que votre interlocuteur ne se sente isolé, utilisez systématiquement le « nous » ou le « on » afin de l'englober dans une communauté de « *citoyens responsables* ». C'est l'impression qu'ont voulu donner l'ADEME et la Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et pour l'Homme avec leur campagne de sensibilisation

« $1 + 1 = 1\ 000\ 000$ ». Idem côté ministère de l'Environnement avec la campagne « *Il n'y a pas de petits gestes quand on est 60 millions à les faire.* »

Enfin, montrez à votre auditoire comment de petits gestes en apparence anodins peuvent se révéler très importants pour la planète : « *Lorsque vous prenez une douche plutôt qu'un bain, vous divisez par quatre votre consommation d'eau chaude* », « *Éteindre ses appareils en veille permet d'économiser autant d'énergie que celle consommée par le réfrigérateur* », « *Les ampoules basse consommation utilisent cinq fois moins d'énergie que des ampoules classiques* », etc.

Objection n°2 : « Et les Chinois... Ils font quoi les milliards de Chinois ? »

Traduction : « *À quoi ça sert que je me prive si les milliards de Chinois polluent sans compter ?* »
Ne niez pas le problème qui est réel : les émissions de CO₂ de la Chine ont, en effet, explosé

en quelques années et risquent encore d'augmenter puisque, en tant que pays en développement, le protocole de Kyoto ne la contraint à aucun objectif de réduction d'ici 2012.

Rappelez cependant que la durée de vie des gaz à effet de serre dans l'atmosphère se compte en décennies et que, aujourd'hui encore, leur forte concentration reste le fait de l'industrialisation de l'Europe de l'Ouest et de l'Amérique du Nord. Les pays développés ont d'ailleurs (pour la plupart) assumé leur responsabilité « *historique* » en acceptant des efforts différenciés lors de la signature du protocole de Kyoto. Il n'est pourtant pas prévu de laisser l'Inde, la Chine ou le Brésil polluer ad vitam eternam. Les négociations sur l'après 2012 portent notamment sur les moyens de les impliquer dans la lutte contre le réchauffement climatique. L'idée serait de laisser leurs rejets augmenter pendant encore quelques années afin de leur permettre de se développer économiquement, puis de leur demander, ensuite, de réduire progressivement ces émissions.





Objection n°3 : « Je ne vais pas commencer à me sentir coupable de prendre ma voiture que j'ai mis cinq ans à payer. »

Personne n'aime qu'on lui reproche de s'adonner à ses petits plaisirs. Un discours affirmant que, qui ne respecte pas à la lettre les éco-gestes se rend coupable de crime de lèse-atmosphère, ne peut donc pas fonctionner. Le secret : flatter les efforts plutôt que de mettre le doigt sur les résistances.

Soumettez une liste de bonnes pratiques en précisant qu'il est très difficile de toutes les adopter du jour au lendemain, mais que plus ils en feront, mieux ce sera. Chacun commencera par faire ce qui le dérange le moins puis, se rendant compte que ce n'est pas si difficile, se décidera de lui-même à aller un peu plus loin.

Adaptez-vous aux impératifs de chacun : vous ne convaincrez pas l'étudiant qui gagne une heure en prenant sa voiture d'y renoncer. Vous pouvez en revanche le persuader de partir en vacances en train plutôt qu'en avion.

Ne lésinez pas sur les piqûres de rappel : quelques jours après une campagne de sensibilisation, tout le monde est tout feu tout flamme. Reste à savoir si cet enthousiasme va tenir sur la durée. À vous de leur rappeler leurs engagements le plus souvent possible : passage en amphi, distribution de tracts, projections...

Objection n°4 : « L'environnement, c'est bien gentil, mais on va quand même pas revenir à l'âge de pierre. »

Parce que l'environnement s'attaque aux industries et à la consommation, beaucoup en

ont déduit qu'« écologie » égal « régression ». Pour l'usager, cela signifie revenir sur le confort moderne qu'il affectionne tant.

Première mission, donc, lui montrer que la plupart des éco-gestes sont en réalité très simples et ne remettent pas forcément en cause son mode de vie : éteindre les appareils électriques quand on ne les utilise pas, se servir de sa machine à laver hors des pics de consommation (matin et début de soirée), se chauffer avec des énergies économiques, utiliser des ampoules basse consommation, acheter de l'électroménager efficace énergétiquement... Mettez en avant le fait que ces recommandations, en plus d'être bonnes pour l'environnement, feront baisser leurs factures : l'argument financier fait toujours son petit effet, surtout face à des étudiants fauchés.

Deuxième mission : prouver aux récalcitrants que loin d'être synonyme de régression, la recherche de solutions économes en énergie est au contraire à l'origine de grandes évolutions technologiques. L'architecture verte a ainsi développé des techniques de chauffage ultra perfectionnées, économiques financièrement et énergétiquement, et surtout beaucoup plus confortables. La recherche de moteurs propres pour les voitures a donné lieu à des innovations spectaculaires...

Prouvez à vos interlocuteurs que, si respecter l'environnement signifie, en effet, faire évoluer ses habitudes de vie, cette évolution peut avoir du bon et leur procurer un confort identique, voire supérieur. En somme, leur montrer que si le sort de la planète est entre leurs mains, ils ne portent pas pour autant le poids du monde sur leurs épaules.