

Guide

SENSIBILISER

Le débat politique

En Suisse, la démocratie semi-directe est un canal majeur pour mettre l'écologie sur la place publique. Ces dernières années, des initiatives populaires ont permis d'animer de larges débats sur les organismes génétiquement modifiés, l'agriculture biologique, les énergies renouvelables, les infrastructures de transports, la fiscalité écologique, la traversée des Alpes.

La prochaine votation susceptible de mobiliser l'écologie pourrait être les grosses voitures. Les jeunes Verts ont déposé à la chancellerie de Berne l'« Initiative pour des véhicules préservant l'environnement ». Ce texte interdit la mise en circulation de véhicules trop polluants ou trop dangereux et limite la vitesse de ceux qui sont déjà sur les routes. Sont concernés les véhicules qui émettent plus de 250 g de dioxyde de carbone (CO₂)/km ou plus de 2,5 mg de particules fines/km ou dont le poids à vide dépasse 2,2 tonnes. Les véhicules professionnels ne sont pas concernés.



Pour ces jeunes, tout a commencé en plaçant sur les gros 4x4 des autocollants invitant leur propriétaire à aller faire un tour sur un site internet didactique et accueillant pour comprendre pourquoi leur véhicule est polluant et dangereux. La joyeuse bande a écoulé 100 000 autocollants.

Les demandes pour participer à l'apposition de ces autocollants ont été telles qu'ils se sont mis à rêver de voir ces engins déclarés hors-jeu. La récolte de signatures démarrera en avril. Sur les 100 000 paraphes à récolter, ils ont des promesses de 40 000. Nul doute que la campagne sera rafraîchissante et même ébouriffante, la moyenne d'âge des initiants ne dépassant pas la trentaine.

www.mobilitehumaine.ch

Vivre ensemble - 6,5 milliards d'Hommes

Dans le monde, plus de sept enfants sur dix fréquentent l'école primaire. C'est plus qu'à aucune autre période de l'histoire. Mais les inégalités sont grandes entre les pays.

Plus d'informations sur www.mobilitehumaine.ch

Le nombre de 6,5 milliards d'humains a été franchi en 2005, c'est 6 milliards de plus qu'en 1950. Jamais la population n'a augmenté aussi rapidement. Pourtant, depuis les années 1970, à mesure que les femmes acquièrent de l'instruction et des droits sociaux, la fécondité baisse et la croissance démographique mondiale ralentit. Si cette tendance persiste, la population peut se stabiliser à 9 milliards d'individus en 2050. Aujourd'hui, 97 % des 2,2 milliards de jeunes habitants dans les pays en développement. Cette jeunesse peut être un grand atout pour l'économie de ces pays si ils reçoivent les provisions de base à l'éducation, au logement (100 à 150 millions d'habitants vivent dans la rue), de propagation du SIDA et de vulnérabilité aux conflits armés.

Des images plein la vue

Yann Arthus-Bertrand multiplie les actions pour éveiller à la crise écologique avec ses photos prises du ciel. « Le développement durable, pourquoi ? » est une exposition pédagogique composée de 22 posters sur les grands enjeux environnementaux et sociaux du monde mise à disposition gratuitement de toutes les écoles de France. Elle devrait toucher 10 millions d'écoliers français.

« Vivants » est une exposition spectaculaire dédiée à la vie sur Terre composée de 93 photographies d'animaux et de nature associées à 64 panneaux sur l'impact des activités de l'homme. Présentée pour la première fois dans le site du bois de Boulogne en juin, cette exposition parcourt depuis le monde.

www.goodplanet.org

Célébrer la durabilité

La Fête du développement durable à Genève est le plus grand événement de sensibilisation en Suisse romande et pour la France voisine. Depuis 2002, chaque deuxième week-end de juin, 15 000 personnes viennent peupler ce monde idéal où la mobilité est douce, la cui-

sine bio et équitable, les concerts engagés et les associations aussi fortes que les entreprises.

Événement gratuit pour les visiteurs et les exposants, il constitue un moment unique de partage et de ressourcement pour les convaincus et de découvertes et d'ouverture pour les curieux. A la fin de la dernière édition, 47% des personnes sondées ont déclaré avoir l'intention de changer leur comportement suite à leur visite.

Attention : l'édition 2007 quitte la traditionnelle plaine de Plainpalais pour s'installer dans la verdure du jardin botanique !

Exposition itinérante

C'est un drôle d'oiseau, cet Itex, camion qui roule au biocarburant et se transforme en un clin d'œil en caverne d'Ali Baba. Il transporte une minicentrale électrique, une miniéolienne, une sono solaire, un vélo générateur, un cuiseur solaire, bref, toute une exposition sur les énergies renouvelables et les économies d'énergie. « Nous faisons de l'alphabétisation dans le domaine de l'énergie », résume Cédric Carles, écodesigner et créateur d'Itex.



IteX sillonne la France et la Suisse romande, de la campagne vaudoise au cœur de Paris dans des écoles et au gré des invitations à des festivals. Praticiens des énergies renouvelables, ses trois animateurs adaptent leurs explications à tous les publics, élèves ou enseignants, dans des cadres scolaires ou festifs.

www.ader.ch/expo/

L'art au service de l'enseignement

Cela fait plusieurs années que le plasticien et graphiste Jorgen Rasmussen emprunte diverses voies artistiques pour parler des déchets. Sa source d'inspiration, ce sont des images trop courantes dans les pays du tiers-monde : celles de fouilleurs de poubelles. Son exposition itinérante « Ordures = vie » invite le spectateur à littéralement mettre le nez dans des bennes à ordures où les attendent des messages qui invitent à la réflexion.

L'artiste danois s'est associé à l'enseignante Fanny Reymond Robyr pour créer une mallette pédagogique faite de vidéos, photos et témoignages qui servent de supports à des exercices pour des classes. Le ton général n'est pas « Il faut faire ci, il faut faire ça », mais incite au débat et aux expériences de terrain. Et puisque



le thème est universel et que le contenu de la mallette provient de trois continents, chaque enfant se sent concerné. Le kit est distribué dans les écoles des cantons romands, sauf Fribourg et le Valais.

www.ideamobile.org

Agence de communication engagée

Déclic, agitateur de solidarité est né d'un constat : le discours militant n'est pas toujours audible pour le grand public. Créée en 1995, cette association sans but lucratif a pour mission de traduire les messages que les acteurs de la solidarité et de l'écologie veulent transmettre afin de mieux toucher leur public cible. Grâce à Déclic, Max Havelaar, Les Amis de la Terre et Greenpeace ont décuplé l'impact de leur communication.

www.declicsolidarite.org

Télé verte

Une télé pour éduquer, faire rêver et aller vers un développement plus humain et plus durable. Depuis le 1^{er} novembre, « Gaïa network, la chaîne de la Terre » est la première chaîne de télévision écologique en français. Pour l'instant, Gaïa met en ligne huit heures de programmation tous les quinze jours.

www.gaia-network.com

Shopping

Une excellente adresse pour acquérir documentaires, films, livres et même expos prêtes à monter est l'agence Comme Vous Voulez, à Asnières-sur-Seine. Son catalogue invite à découvrir neuf expositions sur le développement durable, bien d'autres sur la faune et la flore, plus de 60 DVD et des dizaines de jeux sur des thèmes tels que le changement climatique, les transports ou le commerce équitable.

www.comvv.fr

Orienté vers les rapports Nord-Sud, l'association Orcades est une autre adresse précieuse pour obtenir du matériel de sensibilisation. Ici encore, jeux, livres et DVD sont présentés. Ils sont destinés aussi bien aux écoles qu'au grand public.

www.orcades.org

« Les controverses nucléaires » et « Le sacrifice » de Wladimir Tchertkoff, « Les pirates du vivant » et « Le soja de la faim » de Marie-Monique Robin sont les premiers DVD d'Alerte verte. Ce nouveau label est l'initiative de Nicolas Guignard, militant écologiste et organisateur du Festival du film vert d'Orbe. Afin de ne pas en rester à la diffusion d'information à sens unique, le site internet du label offre un lieu d'échange où chacun peut s'exprimer et se documenter plus précisément sur les différents sujets abordés.

www.alerte-verte.com

CONVAINCRE

Voir pour croire

Le décalage entre le plaisir immédiat que procurent certains comportements et leurs effets néfastes à long terme est un obstacle fondamental à la prise en compte de problèmes dans la population. Le fait de mettre dans les paquets de cigarettes des photos choquantes de poumons et de dents ravagés par le tabac aide les fumeurs à faire le lien entre l'acte de fumer et les dégâts qu'il provoque. La mesure, qui existe au Canada et au Brésil depuis quelques années, est obligatoire en Belgique depuis le 1^{er} décembre.

S'inspirant de cette avancée pour sensibiliser à la pollution chimique en Europe, le WWF réalise depuis 2003 des tests sanguins. Les 155 premières personnes testées au hasard au Royaume-Uni présentaient toutes dans leur sang un cocktail de composés toxiques. Au Parlement européen, 47 volontaires de 17 pays se sont prêtés à l'exercice. Les parlementaires présentent en moyenne 41 produits chimiques dans leur sang, dont certains à de très fortes concentrations. Les quatorze ministres de l'Environnement ont également joué le jeu. Et c'est ainsi que l'on a trouvé du DDT dans les veines de l'ex-commissaire à l'Environnement Margot Wallström. Un pesticide interdit en Europe depuis trente ans.

Largement reprise dans les médias, l'expérience démontre que la pollution chimique touche tout le monde dans toute l'Europe. La discussion sur la directive Reach, qui doit



juguler cette pollution, n'en a été que plus animée. Le 13 décembre, le Parlement européen a voté cette directive. Le WWF aurait dû appliquer la même stratégie aux lobbyistes de l'industrie chimique qui sont parvenus à l'édulcorer.

<http://detox.panda.org/>

Mesurer pour réduire

Se donner des objectifs ambitieux, mais réalistes, et s'évaluer régulièrement par rapport à ces objectifs est une stratégie avérée pour changer les comportements.

Dans le domaine de l'énergie, les compteurs intelligents sont à la mode. L'Etat d'Ottawa a voté une loi qui oblige à en installer, d'ici 2010, chez tous les consommateurs d'électricité. Ces appareils transmettent des informations détaillées à l'entreprise électrique qui envoie au client un rapport détaillé de sa consommation de courant. Le client peut aussi consulter en ligne sa consommation en temps réel et les coûts liés. Il peut ainsi visualiser ce qui arrive à sa facture s'il remplace ses ampoules incandescentes par des ampoules fluorescentes compactes.

En avril 2006, Elliot Morley, ministre britannique du Changement climatique et de l'énergie, a annoncé le début de la première expérience de « smart metering » au Royaume-

Uni. L'une des plus grandes entreprises électriques du pays, EDF, a installé des compteurs d'électricité et de gaz dans 3000 ménages.

Ses clients peuvent consulter leur consommation sur l'écran de l'appareil et reçoivent des factures très précises avec les postes qui consomment le plus de gaz et d'électricité et des conseils pour les réduire. Les autorités britanniques estiment qu'avec cette information, chaque ménage pourrait réduire jusqu'à 10 % sa consommation. L'étude pilote coûtera 5 millions de livres (7,6 millions d'euros). Etendre la mesure à tout le pays coûterait de 5 à 8 milliards de livres (de 7,6 à 12 milliards d'euros).

Les autorités flamandes espèrent faire reculer de 30 % la production de déchets non triés par ménage en introduisant une facturation des ordures au kilo ramassé et en fournissant les chiffres de la production moyenne de déchets dans la commune et, à titre comparatif, la région.

S'ENGAGER

Les êtres humains ont plein de défauts qui les empêchent de s'attaquer à la racine des périls écologiques. Mais, disent les psychologues, ils ont une tendance à se tenir à leurs décisions et à se comporter conformément à ce qu'ils ont décidé. Une bonne partie de l'enjeu consiste donc à parvenir à leur faire prendre les bonnes résolutions. Voici quelques exemples.

Le défi pour la Terre

La Fondation Nicolas Hulot et l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe) ont lancé en mai 2005 un « Défi pour la Terre » aux Français. Ceux qui le relèvent s'engagent à réduire leur impact sur l'environ-

nement grâce à des gestes simples dans leur vie de tous les jours. Plus de 80 % des participants ont promis de trier leurs emballages ou d'éteindre les appareils électriques au lieu de les laisser en veille. Voyager en train a reçu l'adhésion de 48 % des participants.

Les organisateurs ont l'ambition d'atteindre un million d'engagés pour la Terre. Ils étaient près de 630 000 début décembre. Les changements de comportements effectués permettent une économie théorique de plus de 317 500 tonnes de CO₂ par an. En adhérant au défi, des personnalités célèbres jouent le rôle d'ambassadeurs et augmentent l'écho médiatique de cette action. Une version papier existe aussi sous la forme du *Petit livre vert pour la Terre*, qui propose et explique plus de 100 gestes.

Une enquête de la société Ipsos auprès des participants au défi révèle que la majorité de ses adhérents pratiquait déjà les gestes choisis de temps en temps. Le défi consiste donc à décider de les accomplir de façon systématique. Par ailleurs, les résultats du sondage montrent que le défi est pour beaucoup une source d'enrichissement et la satisfaction de voir ses efforts personnels valorisés.

www.defipourlaterre.org



DEFI POUR LA TERRE

**vous avez plus de pouvoir
que vous ne le pensez**

Pas d'avion pour moi merci

En 2002, 190 millions de personnes ont transité par les aéroports britanniques. En 2030, ils seront 500 millions à embarquer sur le moyen de transport le plus polluant qui soit. Lasse de l'immobilisme du gouvernement, une

association offre la possibilité de s'engager librement à éviter l'avion.

Celui qui signe la « promesse en or » s'engage à ne jamais mettre le pied dans un engin volant sauf en cas d'urgence. Celui qui signe la « promesse en argent » s'engage à ne pas faire plus de deux fois un aller-retour sur un vol de courte distance ou plus d'une fois un voyage long-courrier dans l'année. Une fois son engagement signé et envoyé par internet, il reçoit un certificat.

www.flightpledge.org.uk

Les bâtiments à nu

A ce jour, plus d'une centaine de villes européennes ont rejoint la Campagne Display. Les villes participantes permettent de visualiser les performances énergétiques des bâtiments publics en s'inspirant du modèle de l'étiquette des appareils électroménagers. Presque 4400 bâtiments sont labellisés de la sorte.

Cette transparence met la pression sur les autorités communales. Le manuel de la campagne conseille les gestionnaires de l'énergie : « Montrez à votre maire l'étiquette F ou G d'une école de sa commune que vous vous apprêtez à afficher; il vous écouterait davantage quand vous lui demanderez un (petit) budget pour lui faire réaliser de (grandes) économies. Et vous mandatera pour généraliser l'action dans tous vos bâtiments. »

A Lausanne, première ville européenne à s'être engagée dans la campagne, les immeubles qui seront rénovés afficheront leur consommation d'énergie avant et après rénovation, de façon à montrer les bénéfices des travaux d'isolation. Lille a remporté le Prix 2006 de la meilleure communication de tous les participants.

www.display-campaign.org

CRÉER UNE DYNAMIQUE DE GROUPE

Dans le changement de comportement, la dynamique collective est très importante. La société n'est pas composée d'individus atomisés qui choisissent chacun comment se comporter de manière isolée. Les gens n'ap-

prennent pas et ne changent pas tous seuls. Ils évoluent en fonction de leur entourage et de leurs proches. Il est utile de se retrouver entre personnes qui partagent les mêmes idéaux pour évoluer ensemble.

Des jeunes qui parlent à des jeunes

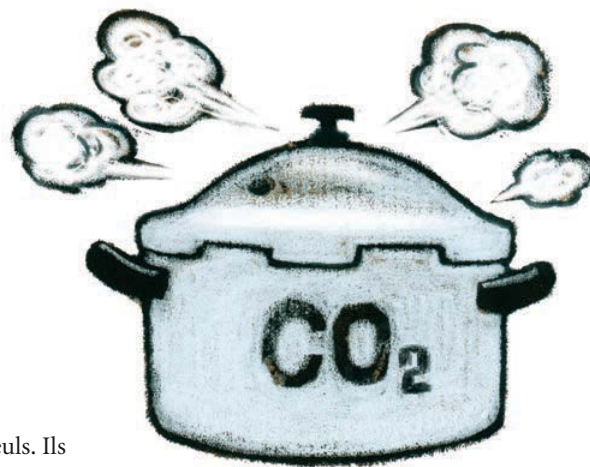
« Faites de votre campus un Campus vert : pour montrer l'exemple aux autres étudiants et faire entendre la voix des jeunes d'aujourd'hui qui, conscients du défi que représente le réchauffement climatique, décident de ne plus attendre les bras croisés. Par notre action et notre mobilisation, nous pouvons démontrer que d'autres choix énergétiques sont possibles ! »

Dix associations d'étudiants de France ont entendu ce cri de ralliement de Greenpeace. Actives dans les universités de Lille, Orsay, Versailles Saint-Quentin, Evry, Angers, Strasbourg, Chambéry, Grenoble, Euromed Marseille et Marseille ISF, ces associations bénéficient d'un suivi et d'un soutien privilégiés de Greenpeace et de l'association Déclic jusqu'en 2007. Grâce au travail des jeunes pour réaliser des économies d'énergie et installer des panneaux solaires, leurs établissements seront des modèles concrets pour les autres campus français.

Les associations pionnières devront ensuite coacher celles qui rejoignent le mouvement. Tout indique qu'elles auront du boulot : dix nouvelles associations sont sur les rangs et 50 dossiers de candidature sont en cours. Déclic anime et coordonne la campagne : elle a créé les outils pédagogiques et incite les associations et fédérations étudiantes à se joindre au défi.

www.greenpeace.org/france/solargeneration/

L'opération Campus vert s'inscrit dans la campagne « Solar Generation » que Greenpeace déploie au niveau mondial. En Suisse, chaque été, plusieurs camps solaires réunissent une vingtaine de jeunes qui se relaient pour installer des panneaux solaires thermiques et/ou photovoltaïques, souvent dans des fermes. Cela dans une ambiance conviviale et solaire bien sûr : cuisine solaire, chauffage solaire de l'eau des douches et soirées autour de feux de camp !



Plus d'une centaine de camps solaires ont eu lieu sur le sol helvétique. En 2005, des jeunes ont mis en service une installation photovoltaïque à Cudrefin. Deux participants ont eu l'idée de créer une vignette solaire. Chaque vignette à 50 francs (33 euros) symbolise la consommation d'électricité d'un ordinateur portable. Les recettes servent à financer de futurs camps solaires.

www.vignettesolaire.ch

Les groupes de parole

Une dizaine de groupes pour la simplicité volontaire se retrouvent régulièrement dans différents lieux de Wallonie et à Bruxelles. Les Amis de la Terre qui y ont lancé la démarche se sont beaucoup inspirés d'un mouvement qui, au Québec, a pignon sur rue. Ces personnes, de huit à douze, cherchent à mieux vivre en consommant moins et en travaillant moins.

Elles se donnent rendez-vous toutes les six semaines environ pour témoigner sur un sujet choisi d'un commun accord. Cela peut être un thème très philo tel que le temps ou l'argent ou très pratique tel que l'alimentation ou la mobilité. Un animateur distribue équitablement la parole pour assurer que tout le monde puisse témoigner.

La règle du jeu est le non-jugement : personne n'a le droit de critiquer ou de dire aux autres ce qu'ils doivent faire. Pour Raymond Gesquière, l'un des initiateurs de la démarche, le rôle de ces groupes est d'apprendre les uns des autres et de ne pas se sentir isolé.

www.amisdelaterre.be

Acheteurs anonymes

Au Québec, le Groupe de simplicité volontaire regroupe 500 adhérents. Il anime une émission radio, organise des ateliers d'introduction et des conférences publiques. Depuis mars 2006, il offre « SOS Simplicité », service d'aide par des conseils aux personnes qui veulent adopter la simplicité volontaire dans leur vie. Il a mis sur pied un groupe spécial de partage pour acheteurs excessifs et/ou compulsifs.

www.gsvq.org