

ÉDITORIAL par Susana Jourdan et Jacques Mirenowicz

Pour une année mondiale du CO₂

Depuis vingt ans, les initiatives se multiplient pour que des populations de plus en plus nombreuses bénéficient d'eau potable et de services d'assainissement. Et alors que trois millions de personnes meurent chaque année de maladies liées à l'eau, l'intérêt pour cet enjeu se renforce. Un plan décidé à Johannesburg doit ainsi diminuer de moitié, d'ici à 2015, le nombre de ceux qui n'ont pas accès à l'eau potable (page 63).

Mieux, le Comité des Nations unies pour les droits économiques, culturels et sociaux vient de déclarer que l'accès à l'eau est un droit humain. Les 145 pays signataires de la Charte internationale sur les droits économiques, culturels et sociaux doivent désormais assurer l'accès à l'eau potable de manière «équitable et sans discrimination». Enfin, les Nations unies consacrent cette année 2003 à l'eau douce (page 5).

Naturellement, cette attention n'est pas innocente: l'eau représente un vaste et juteux marché, comme l'atteste la présence au Sommet de la Terre, à Johannesburg, des multinationales du secteur. La délégation britannique était conduite par un Premier ministre accompagné du directeur de Thames Water. Et les multinationales françaises Suez et Vivendi Environnement avaient bien sûr fait le déplacement. Ainsi, lorsque l'Union européenne propose, au nom de la solidarité internationale, son aide au développement via l'initiative «Water for Life», nul doute que les multinationales de ces deux pays sauront profiter de cet élan de générosité.

Plus jeune, le marché de l'air promet lui aussi d'être florissant. En fixant des normes, bien des pays rendent obligatoires les pots catalytiques et les filtres de dépollution. Et ils seront de plus en plus nombreux à imposer de telles normes pour le plus grand bonheur des entreprises du secteur et, plus encore, des populations. Rien qu'en Inde, la pollution de l'air met chaque année prématurément fin à la vie de deux millions de personnes. Toutefois, le dossier de ce numéro révèle aussi que le marché est impuissant dans un domaine où le besoin d'agir est crucial: les émissions du principal gaz à effet de serre, le dioxyde de carbone (CO₂).

Jusqu'à présent, les voitures «écologiques» (hybrides, électriques, à gaz) font un flop. Seules «marchent» les voitures toujours plus grosses, plus puissantes et climatisées. Or, leur conduite brûle toujours plus de carburant et les émissions de CO₂ suivent à la hausse. Pour maîtriser le CO₂, il n'existe ni catalyseur ou filtre à vendre, ni station d'épuration ou infrastructures d'adduction à construire. Les solutions seraient plutôt de réduire le trafic et les routes et, dans le secteur aérien, de taxer le kérosène et de vendre moins de vacances à l'autre bout du monde à des prix ridicules. Autant de limitations du droit à la mobilité et au commerce totalement contraire aux préceptes économiques en vigueur.

Or, pendant que l'argent coule à flot pour les voitures et les avions, générant un accroissement de l'effet de serre aux conséquences peut-être incontrôlables, la crise du marché du café mène des millions de paysans à la famine. Dans ce numéro (page 65), Nestor Osorio fait des propositions pour rééquilibrer le marché de cette denrée d'une façon qui soit acceptable pour les paysans du Sud. Les gouvernements européens qui, à Johannesburg, ont su soigner les intérêts de leurs entreprises du secteur de l'eau sauront-ils amener les multinationales du café à participer à ce plan de sauvetage? Il en va de leur crédibilité.

Ce numéro a bénéficié du soutien financier de la Banque Franck SA en Suisse (Johnson Financial Group), ainsi que du Service santé et environnement de l'Office fédéral de la santé publique. Nous les remercions tous deux vivement.

3 ÉDITORIAL

4 BRÈVES

5 COUP DE PROJECTEUR

2003, Année internationale de l'eau douce
LRD

6 RENCONTRE

CORINNE LEPAGE
Marées noires, OGM, pesticides:
«il faut être lucide pour éviter le pire»

11 DOSSIER

Qualité de l'air: comment lutter
contre la pollution

61 DÉBAT

Réactions après le Sommet
de Johannesburg (suite)
YVELINE NICOLAS et THÉRÈSE SNOY

65 POINT DE VUE

Pour sortir de la crise, les acteurs
du marché du café doivent coopérer
NÉSTOR OSORIO

68 LIVRES

70 CAMPAGNES

Une publication de CERIN Sàrl

Centre d'étude sur la recherche et l'innovation
Rue de Lausanne 91, 1700 Fribourg, Suisse
Tél: +41 26 321 37 10, Fax: +41 26 321 37 12
www.cerin.ch

Rédacteurs responsables:

Susana Jourdan et Jacques Mirenowicz

Abonnements et publicité: Susana Jourdan

Tirage: 8000 exemplaires

Maquette: Nicolas Peter et Marc Dubois

Mise en page: Marc Dubois, MDVR, Lausanne

Illustrations: Nicolas Peter

Photo de couverture: Jean-Luc Cramatte

Correction: Anne Perrenoud

Impression: Atar Roto Presse SA, Genève

Papier: 100% cellulose, blanchi sans chlore