

ÉDITORIAL par Susana Jourdan et Jacques Mirenowicz

Alerte à la duperie écologique !

3

L'être humain a besoin d'être rassuré sur son sort. C'est sur ce terreau de tous temps fertile que prospère aujourd'hui un phénomène qui mine la cause écologique : le Greenwashing. Cette pratique, qui consiste à dire plutôt qu'à faire, à prétendre plutôt qu'à accomplir, à afficher plutôt qu'à prouver par les actes, à déclarer sa flamme à l'écologie plutôt qu'à épouser sa cause, à parler de la maison qui brûle tout en étant le premier à regarder ailleurs est plus que jamais aux avant-postes des stratégies d'image et de communication.

Si le Greenwashing enfle tant en ce moment, c'est qu'il doit répondre à une profonde attente. A l'espoir que tout ira bien. Que les craintes à propos du climat qui se détraque, par exemple, s'estomperont, voire s'évanouiront d'elles-mêmes. La thèse que le péril est réel, immense, imminent, se heurte à cette hypothèse rivale aussi coriace que tenace malgré les démentis permanents : pas de panique, tout finira par s'arranger d'une quelconque manière. Grâce à la science, au génie humain, à l'inventivité qu'exacerbe la concurrence qui règne entre les agents économiques.

Fondamentalement, le Greenwashing – en bon français, la duperie écologique – vise à persuader qu'il n'est pas besoin de changer les pratiques collectives. Et s'il fait tant florès depuis quelque temps dans les déclarations d'intention des politiques et dans les discours des chefs d'entreprise, pourtant usuels boucs émissaires de la vindicte écologique, c'est certainement parce qu'il fait écho à une profonde aspiration du grand public, qui voudrait pouvoir être rassuré à bon compte.

La manière dont l'écotourisme, par exemple, semble faire l'unanimité alors qu'il occulte le problème environnemental numéro un du tourisme, soit le déplacement vers les destinations « vertes » souvent à l'autre bout du monde, est absolument remarquable. De même que la façon dont une version contreproductive de la compensation volontaire triomphe pour le plus grand bonheur des banques d'affaires (voir page 64). Sans parler, bien sûr, des habituelles postures sur le développement durable ou les énergies renouvelables, dont le seul but est de faire croire – à tort – qu'on s'occupe sérieusement du problème.

Une ligne de front sépare ceux qui ne demandent qu'à succomber à cette désormais omniprésente duperie de ceux qui la refusent. Les premiers sont encore très majoritaires, mais les seconds sont loin d'avoir abandonné la partie. Pour preuve les initiatives majeures de tourisme lent et de proximité, qui prennent leur essor (voir le dossier page 14), les analyses de Jean-Christophe Hadorn sur le solaire photovoltaïque sans cesse écarté en France et en Suisse (voir son interview page 9) et les actions que LaRevueDurable soutient, voire initie : lutte contre le charbon à Fribourg (page 7) et contre les émissions de gaz à effet de serre d'une manière générale avec Le climat entre nos mains (page 70).

Avec cette initiative sur le climat, toute l'équipe de LaRevueDurable s'engage et se mobilise au-delà du « seul » journalisme et de l'édition. Son espoir est que ses lecteurs – et bien d'autres ! – y trouvent une aide et une incitation pour parvenir, eux aussi, à saisir ce problème à bras-le-corps dans tous les registres de leur vie quotidienne, tant privée que professionnelle.

Une publication de CERIN Sàrl

Rue de Lausanne 23, 1700 Fribourg, Suisse

Tél. : + 41 (0)26 321 37 11

Fax : + 41 (0)26 321 37 12

www.larevedurable.com

Directeur de la publication :

Jacques Mirenowicz

Rédacteurs responsables :

Susana Jourdan et Jacques Mirenowicz

Tél. : + 41 (0)26 321 37 10

Mise en page, iconographie et maquette

de couverture : Jean-Christophe Froidevaux

Photo couverture : Robyn Mackenzie/Dreamstime

Illustrations : Tom Tirabosco

Correction : Anne Perrenoud

Ont également participé à ce numéro :

Dominique Hartmann, Valérie Kottmann, Jan Rosset, Nicolas Rousson et Morgane Vergères

Projet Le climat entre nos mains :

Nathalie Tissières

Tél. : + 41 (0)26 321 37 11

Communication, marketing et publicité :

Hélène Gaillard et Jan Rosset

Tél. : + 41 (0)26 321 37 11

Abonnements : Fabienne Mazenauer

Tél. : + 41 (0)26 321 37 11

Tirage : 13 000 exemplaires

Maquette : Nicolas Peter et Marc Dubois

Impression : Atar Roto Presse SA,

rue des Sablières 13, 1214 Vernier

Papier : 100 % recyclé, blanchi sans chlore

Commission paritaire : 1009 N 08170

Avec le soutien de la Banque Franck,

Galland & Cie SA et de l'association

Les amis de LaRevueDurable