

CONSOMMATION. Réduire les émissions de CO₂ revient aussi à adopter d'autres modes de vie et manières de s'alimenter au quotidien. Exemples.

« La viande rouge au ban »



QUESTIONS A

Elisabeth Laville
Fondatrice et directrice
d'Utopies, premier cabinet
de conseil en
développement durable créé
en France.

Dans quel secteur est-il urgent de se mobiliser ?

L'alimentation demeure la première source d'impacts environnementaux dans le monde devant les transports. Sept espèces de poissons parmi les dix variétés les plus consommées au monde sont en voie de disparition. Et la production de viande bovine représente 18 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre ; sans compter les problèmes sanitaires qu'elle cause : maladies cardiovasculaires, diabète, etc. Selon le directeur du GIEC [Panel intergouvernemental d'experts sur l'évolution du climat, prix Nobel de la paix 2007, *ndlr*], il faudrait diviser par deux la consommation de viande rouge dans les pays occidentaux. **Comment municipalités et collectivités territoriales peuvent-elles agir ?**

En la matière, la ville de Gand en Belgique a récemment montré l'exemple. La municipalité a supprimé la viande rouge et le poisson un jour par semaine, les jeudis, dans toutes les cantines municipales. De nombreux restaurants ont suivi ! De même, les hôpitaux britanniques ont décidé de réduire les achats de viandes et de produits laitiers tout en augmentant les quantités de fruits et légumes frais. L'année prochaine, nous allons également nous mobiliser contre le gaspillage alimentaire *via* une campa-

gne sur le site « mescourses-pourlaplanete.com ». Par exemple, 40 % de la nourriture achetée pour les enfants dans les cantines scolaires est jeté. Or réduire ces gaspillages permettrait d'investir davantage pour le développement durable.

Les villes doivent-elles changer ?

Paris a perdu les jeux Olympiques de 2012 sur les questions environnementales alors que Londres a mis en place une stratégie pour le climat ambitieuse : stratégie alimentaire, espaces verts, transports écologiques qui s'ajoutent au système de péage urbain... J'aime également citer l'exemple de la station de ski de Corrençon-en-Vercors (Isère). Implantée à 1 100 mètres d'altitude, elle est complètement grillée par le changement climatique !

Mais ses responsables ont décidé de faire évoluer leur modèle économique. Ils ont maintenu les canons à neige désormais réservés aux enfants sur un périmètre limité. À la place du forfait « ski », ils ont mis en place un forfait « activités » gratuit pour les touristes qui ont voyagé en transports en commun. Enfin, l'arrêt du salage des rues a notamment permis de financer des navettes électriques.

Comment fonctionne cette dynamique du changement ?

Lorsqu'un maire ou un chef d'entreprise a envie de bouger, il bouge. On peut appeler ces individus des « défricheurs ». Ils disposent d'un peu de souffle et pensent que cela vaut le coup de prendre des risques. D'autres décideurs leur emboîtent le pas et, à la fin, cet engagement commun se traduit dans une loi qui s'impose à tous.

C'est l'exemple de l'enseigne The Body Shop qui a été pionnière en s'engageant à ne pas commercialiser des cosmétiques testés sur

les animaux. Par la suite, un standard international « cosmétiques sans cruauté » a été mis en place par des associations, enfin une directive européenne a imposé ces standards dans l'Union.

L'opportunité de se différencier par rapport à un concurrent passe très bien auprès des décideurs pour favoriser le changement. Mais après, c'est plus difficile quand il faut concrètement modifier les comportements. C'est pourquoi la stratégie d'afficher ses ambitions bien à l'avance peut être efficace.

Par exemple, le Costa Rica, l'Islande, Monaco, la Norvège et la Nouvelle-Zélande se sont engagés à devenir « climatiquement neutres » d'ici à 2021. Un véritable défi pour les pays les plus touristiques en raison du fort trafic aérien. Mais le fait d'avancer une ambition démesurée instaure une dynamique.

N'y a-t-il pas un risque à trop privilégier le « vert » dans les politiques municipales ?

Lors d'une conférence à laquelle j'avais été invitée par mon père, maire adjoint d'une ville de la région parisienne, une dame a pris la parole pour dire : « *Avant de construire des cantines bio, il faudrait peut-être lutter contre l'insécurité à l'école !* » Ces arguments sont positifs, car ils conduisent à une mise sous pression : si on fait l'un, on va devoir faire l'autre !

Quant au *greenwashing* [procédé marketing qui vise à donner une image écologique, *ndlr*], ce n'est pas un drame, car ces affichages obligent à rendre des comptes. ■

► **PROPOS RECUEILLIS PAR PHILIPPE BOHLINGER**
Elisabeth Laville est notamment l'auteur

d'*Achetons responsable* (Seuil, 2006)

et de *La Vie en vert*

[Pearson Education, 2008].

► Elle a récemment créé le site mescoursespourlaplanete.com

destiné à informer les consommateurs.

« L'alimentation demeure la première source d'impacts environnementaux dans le monde devant les transports »