

Le développement durable, entre remise en cause et affirmation

UN DOSSIER RÉALISÉ PAR
GRÉGORIE TESNIER

Il faut parfois se méfier de Wikipedia: l'encyclopédie collaborative en ligne ne dit pas toujours toute la vérité! Par exemple, quand elle traite du développement durable. Elle présente d'emblée cette notion comme «une nouvelle conception de l'intérêt public, appliquée à la croissance économique et reconsidérée à l'échelle mondiale, afin de prendre en compte les aspects environnementaux et sociaux d'une planète globalisée». Rien de plus vrai, sauf à s'arrêter un moment sur l'adjectif «nouveau». Nouveau, le développement durable l'est au regard du temps long qui dicte la conduite des grands mouvements de transformation des sociétés. Nouveau, il ne l'est plus tellement si l'on observe la vitesse ahurissante qui conduit désormais l'économie mondiale des chemins les plus porteurs de belles promesses de croissance vers les pentes les plus désespérantes de désillusions, des conjonctures les plus favorables à celles les plus catastrophiques. Le temps court dicte

aujourd'hui le rythme des politiques économiques. Dans cette perspective, le développement durable est remis en cause dans son appellation même, figée dans sa définition à la fin des années 1980, et qui impose de penser l'environnement, l'économie et le social en considérant les besoins des générations présentes, sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs.

LES MÉFAITS DU GREENWASHING
On parle, en 2012, d'efficacité énergétique, de *cleantech*, de technologies vertes. Mais moins de développement durable. «Je n'utilise plus ce terme dans les brochures de présentation de mon entreprise depuis deux ans», lance Laurent Isoard, directeur général de Signa-Terre, une entreprise genevoise spécialisée dans la rénovation énergétique d'immeubles et dans les conseils pour réaliser des économies d'énergie. «Le *greenwashing* – les tentatives de certaines entreprises pour apparaître faussement socialement et écologiquement responsables aux yeux du grand public – est passé par là, fragilisant un

concept rendu plus vague et discutable», précise-t-il encore. Il est rejoint dans ce constat par Jérôme Christen, coordinateur romand de l'Agence des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique (AEE), qui trouve l'expression «développement durable» peu concrète.

«LES ACTEURS D'UNE PENSÉE ET DE COMPORTEMENTS DURABLES ONT ADOPTÉ UNE POSTURE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE PARTICULIÈREMENT RÉALISTE.»

Pour Sylvain Perret, chargé de la coordination et du développement de la formation continue à l'Institut des sciences de l'environnement (ISE), à l'Université de Genève, et coordinateur du *Certificate of advanced studies* (CAS) en développement durable, savoir communiquer efficace-

ment à propos des avantages du développement durable est devenu «une grande question, sans réponse globale encore trouvée». Il explique: «Le problème majeur est de faire passer un concept à la fois très simple et très complexe, tant sur le plan théorique que pratique. Sur le plan théorique, il y a une définition qui fait toujours référence, celle du rapport Brundtland (le rapport Brundtland est une publication rédigée en 1987 par la Commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'Organisation des Nations unies – *ndlr*). Cette définition est très consensuelle, mais elle s'interprète de façons différentes selon les acteurs, les intérêts en jeu et le contexte. Du coup, la communication est très difficile et implique un choix et une posture éditoriale. En outre, la vulgarisation des problématiques est compliquée, car c'est dans la complexité que les questions de développement durable se posent».

UN DISCOURS ANCRÉ DANS LA RÉALITÉ ÉCONOMIQUE
Olivier Brüggemann, directeur d'ecoLive, entreprise de conseil

en management environnemental et en écologie d'entreprise, ajoute à cette analyse la nécessaire sincérité qui doit sous-tendre la communication des entreprises et des institutions. «On assiste encore beaucoup trop à des effets d'annonce, à l'image de certaines entreprises qui, ces dernières années, ont promis leur future neutralité climatique sans jamais offrir de suites concrètes à leurs propos.» On retrouve ici à l'œuvre le *greenwashing* et ses méfaits. «Il vaut beaucoup mieux parler des actions que l'on a déjà réalisées, plutôt que de promesses qui sont davantage sujettes à la critique.» Marc Münster, membre de la direction de *sanu future learning SA*, institution spécialisée en conseil et en formation sur le développement durable, ne trouve pas, pour sa part, que la communication à propos des responsabilités sociales, économiques et environnementales de tout un chacun soit plus difficile à mettre en œuvre aujourd'hui qu'hier. Il faut être davantage précis, il en convient. Plus terre à terre. Mais cette nécessaire adaptation

trouve sa source dans le niveau de connaissances plus élevé du public qui, malgré le «bruit médiatique» perturbant, diffus et contradictoire dénoncé par Laurent Isoard, arrive à séparer le bon grain de l'ivraie. La crise est aussi passée par là, précipitant le développement durable vers une nouvelle maturité. Même si Martial Bujard, directeur de l'Agence Minergie romande, observe avec justesse que la Suisse a été jusque-là assez épargnée et que les effets du ralentissement économique mondial commencent aujourd'hui seulement à produire des effets plus sévères sur les entreprises, les acteurs du conseil en efficacité énergétique ou en responsabilité sociale ont d'ores et déjà dû se préparer à tenir des propos différents face à l'opinion publique. Il ne s'agit plus de proférer quelques discours incantatoires ou de formuler des vœux pieux, mais bel et bien d'expliquer de manière pragmatique à la population et aux entreprises l'intérêt matériel, humain et financier qu'il y a à adopter une démarche de long terme quant à l'utilisation de toutes les ressources.



POUR TOUS TRAVAUX DE VITRERIE, MIROITERIE, ENCADREMENTS ET STORES FAITES APPEL A NOS PROFESSIONNELS

NOS PROFESSIONNELS :

A l'As du Carreau, Stanga Francis - Atelverre Imperatori SA - Baldacci SA - Bativer SA - Berndt Pierre - BG Stores, A. Bottiglieri - Bichet Patrick, Vitrerie & Stores Sàrl - BK Verre SA - Blatter Entreprise - Brenn Jacques SA - Burgener JP SA - Cloux Alain SA - Constantin Sàrl - Derigo SA - Despland Herve - DPS Stores Sàrl - Dragon Francis SA - Gemmet Joseph - Golay Bernard - Hoeltschi Patrick Concept Verre - Lamelcolor Genève SA - Loretta SA - Margairaz & Fils SA - Pierre Rosso Encadrement - Pasqual Stefano SA, Vitrerie - Pierre et Josette Stefano - Raymond Stefano SA - Sunnystore Fenétrier SA - Verre Déco Sàrl - Vitrerie d'Onex, Ricci M. & R. SA

La liste de nos membres figure sur www.vitriers.ch

Secrétariat : 98, rue de Saint-Jean - CP 5278 - 1211 Genève 11 - T 022 715 32 11 - F 022 715 32 19 - e-mail : vitriers@fer-ge.ch

DES AVANTAGES COMMERCIAUX À LA CLÉ

Terminés les sermons ou les mots culpabilisateurs, place aux arguments sonnants et trébuchants: «Nous ne sommes pas là pour jeter de l'argent par les fenêtres. Nous inscrivons nos convictions dans une réalité économique», souligne Laurent Isoard. «Développer une stratégie globale de durabilité pour l'entreprise apporte des économies de temps et d'argent», surenchérit Olivier Brüggemann. «Ce qui me surprend souvent, c'est le nombre encore élevé de sources de gaspillage dans les entreprises privées et les organisations publiques. Combien d'achats ne correspondent-ils pas vraiment aux réels besoins? Combien de bâtiments et d'installations techniques sont-ils extrêmement voraces en énergie? Combien de déplacements inutiles sont-ils encore effectués, impliquant des pertes de temps et d'argent, mais aussi des impacts environnementaux négatifs?»

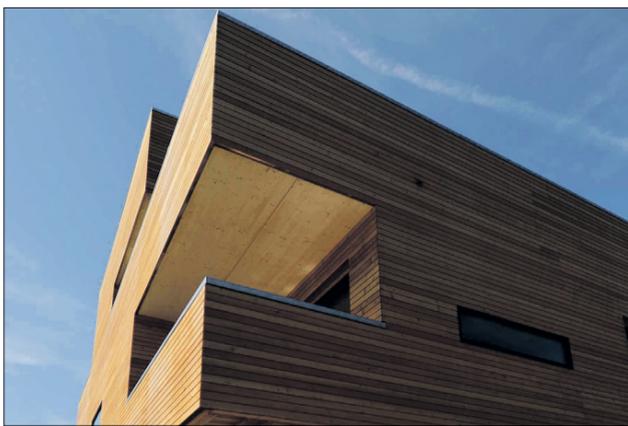
Marc Münster, lui, se réjouit: «La crise va en quelque sorte renforcer le développement durable. On quitte le domaine des bonnes actions et l'époque des interventions symboliques pour entrer dans l'ère des décisions réfléchies. Les questions de gestion intégrée et d'achats durables font désormais partie de nos cours, démontrant par leur présence le désir de nombreuses organisations d'ancrer définitivement dans leurs pratiques quotidiennes le respect des responsabilités sociales et environnementales qui sont les leurs. Ce changement de mentalité ne constitue pas un acte gratuit, il y a des avantages concurrentiels et commerciaux à la clé. Les clients et les partenaires commerciaux sont demandeurs de ces nouvelles garanties. Vendre plus facilement un produit ou remporter un appel d'offres passe désormais souvent par un comportement social et écologique exemplaire». Mémes propos chez Olivier Brüggemann: «La crise n'affecte que peu l'intérêt pour le développement durable, notamment par le fait que les entreprises considèrent que leur engagement dans cette démarche devient un enjeu stratégique et que nous répondons alors à leurs besoins».

D'AUTRES PRIORITÉS

L'aggiornamento politique et communicationnel opéré par les acteurs de la durabilité et décrit par le responsable du sanu future learning SA et les patrons de Signa-Terre et d'ecoLive était absolument indispensable pour eux, au risque de perdre le contact avec une population et des institutions privées et publiques devenues davantage préoccupées par d'autres problématiques. «D'autres priorités que nos thèmes de prédilection émergent en effet avec l'apparition des difficultés conjoncturelles», convient Martial Bujard. «Il est vrai que, durant les temps de crise économique, l'intérêt de la population pour les questions environnementales n'est plus aussi grand. L'emploi, et c'est compréhensible, devient une inquiétude majeure», pense aussi Sylvain Perret. Il poursuit: «Au niveau politique, le discours de crise est davantage axé sur la

croissance économique. Or, cette croissance devrait être compatible avec un développement durable. Ce n'est que trop rarement le cas. Le leitmotiv *business as usual* prend encore le dessus». Martial Bujard n'est pas aussi pessimiste. Il fait confiance au Conseil fédéral, qui «a admis que les énergies renouvelables doivent jouer un grand rôle à l'avenir». De plus, si Laurent Isoard soutient que l'engagement politique en Suisse en faveur du développement durable n'est pas encore assez fort, d'autres notent, à l'image d'Olivier Brüggemann, qu'au sein des partis, les enjeux énergétiques actuels sont désormais une priorité. «Pratiquement chaque famille politique a intégré dans son cadre de réflexion des aspects propres à ces problématiques.» Jérôme Christen assure également que «les autorités publiques continueront à exiger des garanties de non-gaspillage des ressources et d'économies d'énergie dans le domaine du patrimoine bâti, par exemple». Il mentionne en outre les «nouveaux emplois verts» mis en avant dans la lutte contre le chômage et qui maintiennent les enjeux environnementaux sur le devant de la scène, même en temps de crise. Il fait remarquer surtout qu'aujourd'hui, le citoyen possède un a priori positif par rapport aux questions de long terme et au choix de la planète que nous souhaitons laisser aux générations futures.

«Il existe toujours certains groupes qui utilisent des qualificatifs injurieux ou méprisants pour décrire les tenants d'une démarche durable, caricaturant ces derniers en post-soixante-huitards attardés ou en doux rêveurs. Mais la charge de la



LE LABEL MINERGIE est largement soutenu par le monde économique et par les autorités publiques.

preuve leur incombe désormais: non seulement le grand public a compris l'importance des intérêts en jeu, au-delà de tout dogmatisme, mais encore les acteurs d'une pensée et de comportements durables ont adopté une posture économique et sociale particulièrement réaliste.» Olivier Brüggemann confirme ce constat. Il est persuadé que l'on a assisté à un grand changement dans l'acceptation des principes du développement durable par le plus grand nombre au tournant des années 2006 et 2007. «Ce virage s'est surtout remarqué dans les entreprises, car la

sensibilité sur ces sujets y était alors souvent faible. Aujourd'hui, il est normal de parler d'écologie et de responsabilité sociétale en milieu professionnel.» En ce qui concerne la population, Olivier Brüggemann observe qu'avec la crise financière et les diverses remises en question de notre modèle économique liées au tumulte provoqué par les soubresauts du secteur bancaire, de nombreuses personnes voient changer leur rapport à l'argent et à la consommation. Elles cherchent davantage de sens à leur activité professionnelle. «De plus, plusieurs des

dernières votations ont montré à quel point la société civile, en Suisse, dispose d'une bonne maturité et d'une haute responsabilité par rapport à son territoire, à l'utilisation des ressources et aux impacts environnementaux. Il est important que les entreprises comprennent bien ce message et parviennent à transcrire cela dans leur politique, leur management et leur action quotidienne. C'est en cela que la qualité suisse gardera son avance sur le marché international.»

«NOUS DEVONS D'ABORD CONVAINCRE PAR NOS ACTES»

Tous les acteurs du développement durable interrogés sont d'accord pour dire que la pédagogie et la transmission d'un maximum d'informations claires et compréhensibles vers les uns et les autres restent plus que jamais nécessaires à la bonne marche de leurs activités. Tous conviennent également qu'ils ne communiquent pas suffisamment d'une seule voix. «Évitons qu'un événement seul, comme la catastrophe de Fukushima, soit un facteur de prise de conscience collective! Nous devons vivre en consommant trois à cinq fois moins d'énergie et en gardant la même qualité de vie»,

affirme Laurent Isoard. Pour Martial Bujard, la hausse constante du prix de l'énergie constitue une autre piqûre de rappel pour les citoyens, mais il lance comme une évidence: «Nous devons d'abord convaincre par nos actes et par nos propositions, sans compter sur des arguments extérieurs!» Oui, mais comment convaincre efficacement et... durablement? Sylvain Perret tente de répondre, reprenant pour cela des éléments tirés de sa thèse de doctorat: «Il faut sans doute agir sur plusieurs leviers à la fois, qui visent à modifier nos comportements individuels et collectifs. Ces leviers comportementaux sont les suivants: l'intérêt économique, la contrainte, l'information, les valeurs, les affects, l'environnement physique et matériel, ainsi que la capacité d'imitation. Ces leviers peuvent être actionnés par beaucoup d'acteurs œuvrant en faveur du développement durable, par exemple l'Etat, les médias, des ONG, des associations ou certaines entreprises et organisations privées. Aussi, pour chaque comportement non durable constaté, il faudrait agir sur plusieurs déterminants pour le changer, puisque nous avons le plus souvent affaire à des comportements complexes.» ■

Premier Congrès national des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique

L'année 2012 est l'année internationale des énergies renouvelables. Pour le Conseil fédéral, c'est aussi celle de la stratégie énergétique 2050. La Suisse est appelée à prendre d'importantes mesures en vue de la transition énergétique. C'est dans ce contexte que se déroulera le **16 novembre** prochain au Stade de Suisse, à Berne, le premier Congrès national des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique. A l'invitation de l'organisation faîtière de la branche des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique (AEE), l'ensemble des acteurs concernés se réunira pour discuter avec les milieux politiques, économiques et sociaux des scénarios d'avenir réalisables pour la stratégie énergétique 2050. Le congrès aura pour principaux thèmes «Les énergies renouvelables», «L'efficacité énergétique», «Les réseaux et le stockage» et «Le financement». Pour chacun d'eux seront abordés les nouvelles perspectives, les développements techniques, les approches stratégiques, les besoins sociétaux et les chances sur le marché.

Journée régionale Minergie

Le concept Minergie et ses réalisations peuvent être découverts le **17 novembre** prochain à Fully (VS), avec des possibilités de visiter des maisons Minergie. Des conférences tout public seront également organisées. Informations www.minergie.ch



groupement genevois des métiers du bois

POUR TOUS VOS TRAVAUX DE MENUISERIE, EBENISTERIE ET CHARPENTERIE FAITES APPEL A DES PROFESSIONNELS COMPETENTS

Abrimat Sàrl - Dominique Aebi ébénisterie - François Aebi ébénisterie-menuiserie - AF Agencement SA - Allain SA - Alpina Bois SA - Associés successeurs des Ateliers Casai SA - Barro & Cie SA - Béchaz SA - Christian Bonaldi SA - Bois Bonvard SA - Gérald Bosonnet, Ricardo Parente successeur - Pascal Carluoy Agencements SA - Luc Chavaz - Christo SA - Pierre Crettol SA Menuiserie-agencement - Dasta Charpentes Bois SA - Olivier Davet ébénisterie - DD Charpente Menuiserie Sàrl - Degaudenzi & Cie - Deprez Menuiserie Sàrl - DT Thomasson Sàrl - Duret SA - François Erbeia - EVM Menuiserie - ExpoBat Sàrl - J. Farina SA - René Favre, Christophe Favre, successeur - Fazio & Cie, Jean-Louis Fazio successeur - Guy Fracheboud SA - R. Fragnière SA - Galli Décoration SA - Garin-Davet & Cie SA - Louis Geneve SA - Antonio Geremia - Grizzebene Sàrl Ebénisterie - A. Gros, Fils Andres successeur - Hiltbold SA - HTS-Home Tech Service SA - René Jemmely Sàrl - Rémy Ketterer - Albert Leroux - Ebénisterie Luthi SA - Marti & Lutz - Didier Maurer ébénisterie - Menuiserie Pro - Mottu SA - Norba SA - J.W.Y. Nyffeler, Décoration architecture d'intérieur - Luigi Papa - Laurent Perroud - Bruno Piatti SA - Marziale Pologruto menuiserie-ébénisterie - Prodival SA, succursale de Genève - Racines Carrées, Bruno de Giuli - Malisa Rajic ébénisterie-menuiserie - Hermann Raymond Menuiserie Service - Rodriguez & Alvarez - Georges Rousset SA - R & S Parquets Sàrl - Antonio Sergi Menuisier-ébéniste - Sol Pinto - Tek Cuisines SA

CONSULTEZ LA LISTE DE NOS MEMBRES SUR

www.bois-geneve.ch

secrétariat : rue de Saint-Jean 98 - 1211 Genève 11 - tél. 022 715 32 11 - fax 022 715 32 19