

Message de Michèle Pappalardo, Présidente de l'ADEME

En un siècle, les concentrations de gaz à effet de serre dans l'atmosphère ont augmenté de 35 % avec des conséquences aujourd'hui avérées. La température globale de la planète augmente, l'air devient de plus en plus pollué. De plus, les ressources fossiles ne sont pas illimitées. Les actions de maîtrise de l'énergie et de développement des énergies renouvelables prennent donc un caractère d'autant plus urgent.

Les pouvoirs publics nationaux ont engagé depuis quelques années des politiques renforcées de réduction des émissions des gaz à effet de serre, notamment avec la mise en œuvre du Plan Climat présenté par le ministre de l'Écologie et du Développement durable, Serge Lepeltier, voici près d'un an maintenant. Une large panoplie d'instruments, comme les réglementations, la fiscalité, les incitations, les quotas d'émissions et la sensibilisation du grand public comme du public professionnel tentent d'adapter leurs interventions aux différentes cibles responsables des émissions. Le volontarisme de ces politiques est bien évidemment tempéré par l'acceptabilité des mesures mises en œuvre compte tenu de l'écart qui existe encore entre l'ampleur des enjeux à long terme et la prégnance du court terme.

L'action de l'ADEME, dans le domaine de l'énergie, s'inscrit dans le cadre de la politique énergétique nationale, réaffirmée par la loi d'orientation sur l'énergie dont la seconde lecture vient de s'achever au Sénat. En 2005, comme en 2004, la lutte contre le changement climatique constitue le fer de lance de l'action de l'ADEME dans ce domaine. L'ADEME s'est en particulier engagée dans la mise en œuvre de mesures phares du Plan Climat.

La réduction des émissions de gaz à effet de serre passe dès lors par des modifications importantes qui concernent tous les secteurs économiques et pourraient modifier sensiblement nos modes de vie. Les actions à promouvoir ne pourront toutefois être mises en œuvre qu'à condition que tous les acteurs se mobilisent. L'État et l'Administration doivent être exemplaires pour fixer et maintenir le bon cap, vers le « facteur 4 »¹, et intégrer cet enjeu dans toutes les politiques. De leur côté, les entreprises ont beaucoup fourni d'efforts mais ont un avantage économique à continuer à faire des économies. Il faut notamment convaincre les PME et PMI de leur intérêt à travailler dans ce sens. Les collectivités locales font preuve, pour leur part, d'une conscience et d'une implication

croissante dans la lutte contre les émissions de gaz à effet de serre bien que l'effet de ces politiques soit avant tout global plus que local.

Mais rien ne se fera si les citoyens ne sont pas convaincus de l'urgence de la situation. Ils produisent directement 50% des émissions de CO₂ (transports et habitat) mais en général n'en sont pas conscients et, par conséquent, ne se sentent pas encore responsables. Or, leur mobilisation est nécessaire à la fois en tant qu'électeurs, pour faire évoluer les politiques publiques, et en tant que consommateurs, pour réduire leur propre consommation d'énergie et encourager les industriels à proposer des produits énergétiquement efficaces. Ils doivent donc être au centre de notre stratégie de lutte contre le changement climatique. Cependant, il est indispensable de sensibiliser et d'informer les citoyens sur leurs propres responsabilités, non pas de façon culpabilisatrice, mais en faisant prendre conscience des implications de leur choix quotidiens sur les émissions de CO₂, qu'il s'agisse de l'usage de la voiture, du chauffage des logements ou des produits de consommation courante.

C'est dans ce cadre que l'ADEME a lancé, comme le prévoit le Plan Climat, une vaste campagne de communication presse et télévision sur la maîtrise de l'énergie et la lutte contre l'effet de serre « économies d'énergie, faisons vite, ça chauffe ». Un important volet partenarial avec le Club Planète Gagnante, destiné à fédérer dans la durée les actions menées par l'ADEME et ses différents partenaires (entreprises et collectivités), la complète. Le réseau des Espaces Info-Energie (EIE) joue également un rôle prépondérant dans la mise en œuvre de la campagne.

Six mois après le lancement de la campagne, ce concept créatif a rencontré l'adhésion du public, comme ces quelques chiffres de l'année 2004 en témoignent : près de 800 000 contacts dans les EIE, plus de 3 millions de connexions à notre site Internet (www.ademe.fr), une hausse de 40% des ventes de chauffe-eau solaires. Au total, la campagne a été relayée par plus de 1 500 actions.

Aujourd'hui, nous souhaitons aller encore plus loin dans la mobilisation. C'est pourquoi, l'ADEME, en partenariat avec la fondation Nicolas Hulot, lance un défi aux Français, le Défi pour la Terre. Relever le défi, c'est s'engager, individuellement ou collectivement, à mettre en pratique des gestes écocitoyens dans la vie quotidienne. Serez-vous le prochain à nous rejoindre ?