

COMMUNICATIONS, DÉVELOPPEMENT DURABLE ET « MONDE D'APRÈS »

Gilles Berhault*, président du Comité21 et du comité d'orientation du Club France développement durable

Le développement durable a accompagné le virage du siècle, créateur et accélérateur de communautés d'action, générateur d'enthousiasme, souvent initiateur de compétences et de créativité, mais aussi très souvent surfant sur les peurs voire les leçons de morale.

En une dizaine d'années, la société s'est totalement transformée. Période foisonnante et passionnante comme tout début de métamorphose dans sa phase de déconstruction créative. Ce fut aussi une période de pédagogie sur les grands enjeux : pollution, qualité de l'air, biodiversité, précarités et inégalités, dérèglement climatique, lutte pour les ressources, financiarisation, problèmes sanitaires...

La prise de conscience de la destruction d'une partie du capital environnemental et culturel interpelle sur la responsabilité, induit une culpabilisation vis-à-vis des générations futures et aussi un ton écologiste « bien pensant », souvent porté par les communicants. Cette approche a eu aussi un effet assez dramatique – ce que Bettina Laville appelle la « cristallisation des bons et des méchants » –, dressant les communautés les unes contre les autres, à la recherche de boucs émissaires : « c'est la faute aux politiques... aux entreprises... aux collectivités... aux 4 x 4... ».

La cristallisation des bons et des méchants

Ces modèles interrogent la société sur les leaders d'opinion, trop souvent modèles sociétaux du prêt-à-penser, dont les médias sont friands. Le corollaire est aussi une simplification de la représentation et du rôle de l'être humain. Au nom de la croissance, médias, communicants et politiques définissent assez souvent le citoyen exclusivement comme

un consommateur, niant sa liberté de pensée et d'expression, sa capacité d'imagination et sa créativité, entamant les fondamentaux de la confiance.

Naguère, l'humanité était en évolution lente, se transformant, se réinventant au fur et à mesure des contraintes climatiques, sanitaires, démographiques, technologiques, économiques, culturelles ou religieuses... Pour la première fois, elle prend pleinement conscience de l'urgence et s'inquiète de sa finitude et des risques d'extinction, au croisement du climat, de la démographie, des modes de vie non viables : le dérèglement climatique renforce les précarités, augmente les maladies et notamment les épidémies, renforce les difficultés de partage des ressources et d'abord de l'eau.

“Faire pleinement contribuer la communication au développement durable en structurant et encourageant les communautés et les échanges dans une approche positive.”

La communication a d'évidence un rôle majeur à jouer – à condition de faire sa métamorphose – si elle s'inscrit résolument dans la vision d'un avenir positif. Car il est nécessaire de mettre en œuvre de profondes mutations économiques, des changements de comportements, une vraie rupture culturelle entre biens communs et nouvelle projection collective.

Nouveaux mythes, nouveaux imaginaires

Ce fut le fil rouge de la douzième université d'été de la communication pour le développement durable organisée récemment à Bordeaux par ACIDD : *Nouveaux mythes, nouveaux imaginaires pour le développement durable?* Comment dépasser les discours culpabilisants vers une réelle implication dans l'action de l'ensemble de la société, vers un changement de paradigmes? L'enjeu est bien la réconciliation avec l'avenir, la capacité de croire à une meilleure qualité de vie partagée en devenir. L'approche développée par l'ACIDD'Lab² autour de l'idée « *Comment imaginer et faire vivre le monde d'après* », se veut une nouvelle façon de faire pleinement contribuer la communication au développement durable en structurant et encourageant les communautés et les échanges dans une approche positive. Car le *développement durable* connaît un déclin de présence médiatique, les forces de transformations de la société sont émiettées, l'ambiance générale est à la déprime.

“Les plus jeunes se vivent pour la première fois comme une génération mondialisée, évoluant en synchronie dans un champ culturel partagé, un même univers d'images et de communication.”

La question n'est plus de culpabiliser et de faire peur, mais d'engager à l'action, de réenchanter création et créativité³, de donner à chacun la capacité de s'exprimer et de créer. C'est ainsi aussi que se pose la question du collectif, notamment chez les plus jeunes, qui se vivent pour la première fois comme une génération mondialisée, évoluant en synchronie dans un champ culturel partagé, un même univers d'images et de communication : vidéos, musique, vêtement, nourriture, lectures, jeux, sports. Il s'agit de « faire émerger de nouvelles représentations pour des sociétés à prospérité renouvelée⁴ ». Cette réconciliation de l'imaginaire et du développement durable est une opportunité pour attirer les jeunes talents aux métiers de la communication.

Décembre 2015, la COP21

En décembre 2015 aura lieu à Paris la COP21, une conférence mondiale sur le climat, dont François Hollande a dit que son échec signifierait qu'elle serait la dernière conférence mondiale sur le sujet. Ce serait dramatique, tant l'urgence de la lutte contre les changements climatiques s'impose à chaque nouveau rapport du GIEC, tant la coopération s'avère nécessaire à court terme et à toutes les échelles de territoires, pour trouver toutes les solutions bas carbone et d'adaptation⁵.

“Cette réconciliation de l'imaginaire et du développement durable est une opportunité pour attirer les jeunes talents aux métiers de la communication.”

À la veille de cette COP21, l'Acidd'Lab a cherché à définir ce « monde d'après » qui peut nous donner l'envie de le rêver... et de le vivre. Notre démarche est en train de se mettre en « mouvement multi-acteurs », cinq pistes de propositions sont à découvrir et à débattre⁶. L'une d'elle a été de commencer la rédaction du *Référentiel du monde d'après* : valeurs, comportements, économie, entreprises, travail... L'imaginaire du « monde d'après » – prospérité, bien-être, écologie, partage – s'articule autour de mots, d'images, de sens et de valeurs. « Cette mutation vers une économie qualitative du bien-être (Amartya Sen) et de la prospérité (Tim Jackson), cette métamorphose (Edgar Morin) sont déjà à l'œuvre, de façon incrémentale, transitionnelle et surtout réaliste⁷ ». Et nous ne sommes pas à l'abri de réussir! ■

Le mot communication dans le *Référentiel du monde d'après*

Monde d'avant	Monde d'après
Information	Dialogue
Voix de son maître	Conversation
Kit	Process
Cible	Prosommateur/producteur
Unidirectionnel	Peer to Peer
Push	Pull
Blah Blah	Écoute
Mégaphone	Neurone
Secret	Ouvert

* Président de l'association Communication et information pour le développement durable (ACIDD), conseiller développement durable, Institut Mines Télécom. www.gillesberhault.com Twitter : @gillesberhault.

1 www.communicationdeveloppementdurable.com

2 ACIDD'Lab : 15 experts et scientifiques d'univers très différents ont collaboré pendant quelques jours, sous le pilotage et avec la contribution des prospectivistes Carine Dartiguepeyrou et Caroline Gervais

3 *Propriétaire ou artiste? Manifeste pour une écologie de l'être*. Gilles Berhault. (éd. de l'Aube. Novembre 2013).

4 Carine Dartiguepeyrou, prospectiviste.

www.carinedartiguepeyrou.com

5-6 www.communicationdeveloppementdurable.com/aciddlab

7 Georges Ribière, responsable mission prospective du Comité 21. www.comite21.org