

Fiche

La protection de l'environnement est aujourd'hui une préoccupation partagée par la plupart des citoyens. Quel peut être le rôle de chacun d'entre nous dans ce domaine ? Comment pouvons-nous agir collectivement ?

I. L'affaire de chacun

- Le citoyen est une personne qui a, vis-à-vis de la collectivité dans laquelle il vit, à la fois des **devoirs** et des **droits** : il doit respecter des règles d'utilité commune, mais il participe à l'élaboration de ces règles. Cette combinaison de droits et de devoirs vaut aussi en matière d'environnement.
- L'environnement est de plus en plus considéré comme un **patrimoine** à protéger, c'est-à-dire comme une forme de droit : droit pour tous de profiter d'un cadre de vie préservé et d'un environnement sain, droit pour les générations futures d'en hériter sans qu'il ait été dégradé. Ce droit s'accompagne donc de responsabilités pour chacun d'entre nous. L'environnement n'est pas uniquement menacé par les abus de quelques personnes, mais par les effets d'un mode de vie et de développement économique dont nous profitons tous.
- Une attitude citoyenne vis-à-vis de l'environnement ne se limite donc pas à réclamer des règles pour le sauvegarder. Elle consiste aussi à modifier ses propres **comportements**. Ainsi, la plupart des règles de protection de l'environnement fixées ces dernières années en France seront-elles sans effet si les citoyens ne prennent pas en charge leur mise en œuvre. C'est le cas de la loi de 1992 sur le traitement des **déchets**, qui prévoit la disparition des décharges actuelles. La nouvelle filière de traitement mise en place, beaucoup plus respectueuse de l'environnement que l'ancienne, exige un tri sélectif des déchets. Ce geste simple (jeter ses ordures dans des poubelles différentes selon leur nature, aller à la déchetterie dans certains cas) incombe aux citoyens : c'est une question de sens civique.
- Il en est de même en matière d'**économies d'énergie**, indispensables en particulier pour lutter contre le changement climatique (effet de serre). Les États signataires du traité appelé **protocole de Kyoto** (dont la France et l'ensemble de l'Europe) ont pris l'engagement de réduire leurs émissions de gaz à effet de serre, mais l'adoption d'un mode de vie moins consommateur en énergie reste, souvent, un choix individuel. Les États multiplient donc les incitations en direction des citoyens (campagnes d'information, avantages fiscaux si l'on s'équipe d'un chauffage moins polluant etc.).

II. L'affaire de tous : le rôle de l'opinion publique

- Agir en citoyen pour le respect de l'environnement, c'est aussi agir **ensemble**. La prise en compte des problèmes écologiques s'est faite, depuis 1960, en grande partie sous la pression de l'opinion publique et d'abord d'associations qui se sont consacrées à la défense de cette cause. Aujourd'hui encore, ces associations sont au centre de débats aussi divers que :
 - le débat international sur les risques de changement du climat sous l'effet des activités humaines et les évolutions nécessaires, dans l'industrie et la production d'énergie, pour les prévenir ;
 - le débat national sur l'utilité et les dangers de l'énergie nucléaire ;
 - les débats locaux, en général à l'échelle de la commune, sur l'aménagement du cadre de vie.
- Mais l'action collective des citoyens ne s'adresse pas seulement aux autorités politiques. De plus en plus, elle passe par les comportements de **consommation**, par l'acte d'achat, pour conduire l'industrie et l'agriculture à prendre davantage en compte les équilibres écologiques dans leur mode de production : acheter en priorité les produits qui ont été fabriqués en dégradant le moins possible l'environnement. Après des campagnes de boycott, cette démarche a pris un caractère moins contestataire : ce sont aujourd'hui les producteurs eux-mêmes, en tout cas en Europe et en Amérique du Nord, qui cherchent à valoriser leurs produits en faisant de la protection de l'environnement un argument de publicité. Tout ne peut cependant pas se passer seulement entre le producteur et le consommateur : l'État doit aussi intervenir en fixant et en faisant respecter des règles qui empêchent la publicité, en ce domaine, d'être mensongère.