

MODULE 4

Les outils du développement durable

Martin YELKOUNI, Ph. D.

Introduction

L'atteinte des objectifs du développement durable passe par l'utilisation adéquate d'un certain nombre d'outils d'ordre technique, politique ou socioéconomique. L'objectif de ce module est donc de discuter de certains de ces outils et de mettre en exergue leur rôle dans le processus du développement durable. Quelques outils ont été déjà abordés dans le module 1 de ce guide didactique.

Le présent module se décline en trois séquences. La première met en relief les outils économiques, en raison de la nécessité de financer les activités et les actions en faveur du développement durable. La deuxième séquence concerne des outils techniques, indispensables pour bien mener les activités. Quant à la troisième, elle a trait à la sensibilisation et à la communication sur l'environnement et le développement durable.

SÉQUENCE 1

Les outils économiques

Le rôle de l'économie est de plus en plus indispensable à l'atteinte des objectifs du développement durable. Tous les secteurs clés comportent un volet économique, dans lequel divers outils peuvent être utilisés. Dans notre cas, nous estimons que la question du financement est essentielle. À cela s'ajoute la question de l'économie verte, qui prend de l'importance dans la mise en œuvre du développement durable, après Rio+20.

1 Le financement du développement durable

Le financement des activités d'un pays suppose la création de richesse. Il s'agit de la croissance économique, qui est la variation positive de la production nationale de biens et de services sur une période donnée. La croissance économique se mesure par le produit intérieur brut (PIB), qui est aujourd'hui l'indicateur usuel pour l'appréhender.

Le financement du développement durable est tributaire de la croissance économique. On peut supposer qu'en période de crise, les financements seront moins disponibles qu'en période de forte croissance. Cependant, le financement du développement durable est aussi une question de volonté politique et d'engagement au niveau national et international.

Le financement public

Le financement public du développement durable relève en général des organisations internationales et des gouvernements nationaux. Il a donc une dimension internationale et nationale.

À l'échelon international, des organisations comme le Fonds monétaire international (FMI) ou la Banque mondiale sont des partenaires clés du développement.

Pour l'atteinte des objectifs de développement durable (ODD), le FMI (2015, p. 1) envisage :

1. de relever l'accès des pays en développement aux ressources du FMI, ce qui leur permettrait de mieux faire face à leurs besoins de financement de la balance des paiements tandis qu'ils cherchent à accélérer leur croissance ;
2. d'accroître l'aide à l'établissement de diagnostics et d'intensifier le renforcement des capacités pour les pays qui cherchent à augmenter leur investissement pour réduire leur déficit d'infrastructures ;
3. de mettre davantage l'accent sur l'équité, l'inclusion et l'équilibre des genres dans les travaux opérationnels, en s'inspirant de l'analyse en cours et des travaux d'autres institutions ;
4. de mettre davantage l'accent sur les pays fragiles et les pays touchés par des conflits ;
5. d'intensifier de manière sélective le renforcement des capacités dans les domaines de la mobilisation des recettes, de la taxation de l'énergie et du développement des marchés financiers.

Dans le domaine de l'environnement, l'aide publique au développement est un levier indispensable, en particulier pour les biens publics régionaux et mondiaux. En plus de la Banque mondiale et du FMI, il ne faut pas négliger les institutions régionales comme la Banque africaine de développement (BAD).

Dans le domaine des changements climatiques, la communauté internationale s'engage toujours sur des promesses de financement. Ainsi, en 2010, à la Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques, les pays développés s'engageaient à mobiliser ensemble 100 milliards de dollars par an à l'horizon 2020 pour pourvoir aux besoins des pays en développement. En 2015, l'Accord de Paris a fixé un nouveau plancher de 100 milliards de dollars par an à mobiliser avant 2025.

Cependant, il existe divers fonds que les pays peuvent mobiliser pour des actions :

- Le Fonds pour l'environnement mondial (FEM) est un organisme dédié à la coopération internationale pour financer des initiatives engagées dans la lutte contre les principales menaces sur l'environnement : la dégradation de la biodiversité, les changements climatiques, la dégradation des eaux internationales, l'appauvrissement de la couche d'ozone, la dégradation des sols et les polluants

organiques persistants (POP). Le FEM compte 175 gouvernements membres et travaille en partenariat avec le secteur privé, les organismes non gouvernementaux (ONG) ainsi que les organisations internationales pour traiter des enjeux environnementaux au niveau mondial, tout en soutenant les initiatives de développement durable au niveau national.

- Le Fonds français pour l'environnement mondial (FFEM) est un fonds public bilatéral que le gouvernement français a créé en 1994 à la suite du Sommet de Rio. Son objectif est de favoriser la protection de l'environnement mondial par des projets de développement durable dans les pays en développement ou en transition. Les domaines prioritaires sont la biodiversité, les changements climatiques, la protection des eaux internationales, la dégradation des sols ainsi que la lutte contre les POP.

Les projets doivent mettre en œuvre les grandes orientations de la Convention sur la diversité biologique : la préservation de la biodiversité ; la gestion durable des ressources naturelles ; la valorisation de la biodiversité comme atout au développement économique et social.

Les deux axes prioritaires sont l'implication des populations locales et l'intégration de la biodiversité dans les démarches de développement.

Pourquoi les États doivent-ils trouver des ressources publiques propres pour financer leur développement durable ? Plusieurs raisons existent :

- arriver à financer leur propre développement sans toujours dépendre de l'extérieur ;
- lutter contre la pauvreté et les inégalités en investissant dans la gestion des ressources naturelles ;
- assurer la fourniture de biens et de services publics que les marchés évitent de fournir ou fournissent en quantité insuffisante.

La mobilisation d'un financement public interne pour l'environnement nécessite donc la mise en place d'une fiscalité environnementale dédiée, ce qui suppose de revoir la taille de l'assiette fiscale et d'améliorer l'administration des impôts et taxes.

La fiscalité environnementale est un instrument qui vise à prendre en compte, dans les coûts supportés par les acteurs économiques (entreprises, ménages, secteur public), le coût des dommages environnementaux causés par leurs activités.

Les taxes environnementales peuvent être distinguées en fonction de la problématique environnementale à laquelle elles s'appliquent : la consommation de ressources (ressources biotiques, ressources en eau, matières premières énergétiques et minérales), les changements climatiques (émissions de gaz à effet de serre), les pollutions (pollution de l'air et de l'eau et gestion des déchets).

Par exemple le Bénin a instauré, dans sa politique nationale de gestion des déchets urbains, la taxe d'enlèvement des ordures (TEO), qui varie :

- entre 500 et 8 000 francs CFA pour les occupants d'immeubles à des fins d'habitation ;
- entre 2 000 et 50 000 francs CFA pour les occupants d'immeubles à des fins d'activité commerciale, industrielle et professionnelle.

En Afrique centrale, les différents pays sont riches en ressources naturelles renouvelables et non renouvelables. Dans ce cas, la fiscalité des industries extractives doit tenir des impacts à court, moyen et long terme. On peut donc imaginer qu'une part des gains soit conservée et investie au service des générations futures, comme dans les fonds souverains.

En somme, l'État doit être le moteur du financement de l'environnement à travers des politiques budgétaires appropriées.

Le financement privé

Le développement d'un pays est lié au dynamisme du secteur privé, car le public ne peut pas supporter à lui seul tous les investissements indispensables à la croissance économique. Les ressources privées sont donc des moteurs de croissance et de création d'emplois. Même si, de nos jours, le secteur privé est sensibilisé à la cause de l'environnement, son niveau d'investissement dans ce domaine reste faible.

Les gouvernements nationaux se doivent d'inciter les banques privées et les assurances à contribuer au développement durable par l'octroi de crédits sur des projets innovants. L'accès des ménages et des entreprises au crédit est en soi un problème en Afrique, où les taux d'intérêt sont élevés. Or les banques ont une responsabilité dans le financement du développement durable. En effet, elles peuvent jouer un rôle en amont des projets d'investissement de leurs clients (particuliers ou entreprises). Les investissements dans l'éco-innovation sont souvent coûteux ; en général, les banques préfèrent financer des projets dont la rentabilité est réalisable à court terme.

Ainsi, pour stimuler un financement privé interne, les pouvoirs publics devraient mettre en place des politiques pour encourager les investissements de long terme dans le domaine de l'environnement. Pour ce faire, selon les Nations Unies (2015), il faudrait :

- assurer un meilleur accès aux services financiers aux ménages et aux microentreprises ;
- promouvoir les prêts pour les petites et moyennes entreprises ;
- développer des marchés financiers pour les investissements à long terme ;
- améliorer la réglementation pour une meilleure gouvernance dans le système financier.

Il existe cependant des organismes et des fonds privés très actifs dans le domaine de l'environnement, qui mobilisent des ressources financières non négligeables dans des domaines spécifiques comme la conservation des ressources naturelles. On peut citer, entre autres, l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN), la Fondation pour la nature et l'homme et la fondation MAVA.

Le financement mixte

Les besoins de financement du développement durable sont considérables, en particulier dans une période de crise économique. Il faudrait donc envisager des financements mixtes combinant des capitaux privés et publics. Cela implique la mise en place de partenariats innovants pour financer le développement durable.

Dans bien des cas, lorsqu'on parle de financement mixte, le partenariat public-privé est évoqué. Or, il existe différentes formes de partenariats, combinant les gouvernants, la société civile, les institutions privées à but lucratif, les banques de développement, etc.

S'il est bien conçu, le financement mixte permet aux gouvernements d'utiliser des fonds publics pour lever des capitaux privés. Il existe aussi un avantage à ce mode de financement : partager les risques et les rendements. L'État peut donc jouer son rôle régalien sur le plan social, environnemental et économique, au nom de l'intérêt général.

2 L'économie verte

La notion d'économie verte a été un des points saillants des débats à la Conférence des Nations Unies sur le développement durable (Rio+20)⁴. Le développement durable n'est possible qu'en prenant des trajectoires de croissance économique respectueuses de l'environnement. C'est ainsi que l'économie verte est considérée comme un outil de développement durable.

Définitions

Plusieurs termes sont utilisés dans le cadre de ce concept, allant de l'économie verte aux emplois verts.

Une première définition à mettre en relief est celle du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE, 2011a) : « une économie qui améliore le bien-être humain et l'équité sociale tout en réduisant de façon significative les risques environnementaux et les pénuries écologiques ». Sous sa forme la plus simple, l'économie verte se caractérise par un faible taux d'émission de carbone, l'utilisation rationnelle des ressources et l'inclusion sociale.

Pour l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), l'enjeu concerne la croissance économique dans ses pays membres. Ainsi, pour elle, « la croissance verte consiste à favoriser la croissance économique et le développement tout en veillant à ce que les actifs naturels continuent de fournir les ressources et les services environnementaux sur lesquels repose notre bien-être. Pour ce faire, elle doit catalyser l'investissement et l'innovation qui étayeront une croissance durable et créeront de nouvelles opportunités économiques » (OCDE, 2012).

4. Cette conférence dite de Rio+20 s'est tenue du 20 au 22 juin 2012 à Rio de Janeiro, au Brésil.

Un autre terme employé est celui d'*emplois verts*, que plusieurs organisations comme le Bureau international du travail mettent en relief. Selon Les Verts (2014), les emplois verts recouvrent toute activité professionnelle qui contribue à protéger l'environnement et à lutter contre le changement climatique parce qu'elle économise de l'énergie et des matières premières, encourage les énergies renouvelables, réduit les déchets et la pollution ou protège la biodiversité et les écosystèmes.

De manière générale, les pays d'Afrique ont adopté la définition du PNUE pour la mise en œuvre de leurs stratégies d'économie verte.

La mise en œuvre de l'économie verte

La mise en œuvre de l'économie verte est un processus. Le guide pratique de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF, 2015) pour l'intégration des stratégies de l'économie verte dans les politiques de développement propose cinq étapes principales :

- le choix des secteurs ;
- l'identification des options d'intervention : la formulation des politiques ;
- l'évaluation des options d'intervention ;
- l'élaboration d'une stratégie et d'un plan d'action ;
- la mise en œuvre de la stratégie, le suivi et l'évaluation des progrès.

Ces cinq étapes contribuent à une analyse transversale de l'élaboration et de l'évaluation des politiques et des investissements de l'économie verte.

Les secteurs clés de l'économie verte en Afrique

L'Afrique est un continent où les opportunités sont réelles pour une transition vers une économie verte. Des stratégies existent ou sont en cours d'élaboration. Les principaux secteurs clés sont la forêt, l'agriculture, l'eau, la pêche, l'élevage, l'énergie, les mines, la sylviculture, les déchets, le transport, l'assainissement, le tourisme et la construction. Il y a toutefois un secteur qui doit être prioritaire et transversal à tous les autres : l'éducation. Le développement durable ne sera possible qu'en passant par des formations appropriées à tous les niveaux de l'éducation, pour un changement des comportements.

Il faudrait aussi que les États africains investissent davantage pour la préservation du capital naturel indispensable pour le développement durable du continent.

CAS DU SÉNÉGAL

Le Sénégal est un pays dont les résultats économiques sont influencés par ses ressources naturelles. Comme beaucoup de pays africains, les défis majeurs pour le développement sont la lutte contre la pauvreté, le chômage et la dégradation générale de l'environnement. L'économie verte est une opportunité pour lever certaines de ces contraintes. Les secteurs clés pour la mise en œuvre d'une économie verte sont au nombre de six : l'agriculture, la pêche, la forêt, les ressources en eau, les énergies renouvelables et l'efficacité énergétique, et la gestion des déchets (PNUE, 2014a).

CAS DU BURKINA FASO

Le développement du Burkina Faso est confronté à plusieurs défis, notamment la gestion durable des ressources naturelles dans un contexte de sécheresse, l'enclavement (l'absence d'accès direct à la mer) et l'accès à l'énergie. Ainsi, pour ce pays, la mise en œuvre d'une économie verte s'appuie sur six secteurs prioritaires : l'agriculture, l'élevage, la sylviculture, les ressources en eau, l'énergie et l'exploitation minière (PNUE, 2014b).

3 L'économie circulaire

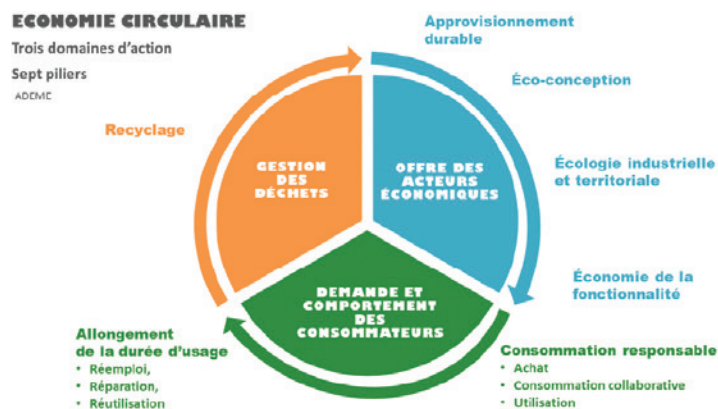
La notion d'économie circulaire est née des limites de l'économie actuelle, qui est linéaire. Depuis la révolution industrielle, le modèle de production et de consommation repose sur des ressources naturelles abondantes, et sur un schéma d'utilisation linéaire : **on extrait des matières premières > on produit des biens et services > on consomme ces biens et services > on se débarrasse des déchets**. Ce modèle conduit inexorablement à l'épuisement des ressources naturelles.

Définition

Le principe clé de l'économie circulaire est d'éviter le gaspillage des ressources et l'impact environnemental. Pour Laurent et Le Cacheux (2015), l'économie circulaire vise des prélèvements limités des ressources, l'utilisation d'énergies renouvelables et la minimisation des déchets. Selon l'ADEME (2013, p. 4), l'économie circulaire est un « système économique d'échange et de production qui, à tous les stades du cycle de vie des produits (biens et services), vise à augmenter l'efficacité de l'utilisation des ressources et à diminuer l'impact sur l'environnement tout en développant le bien-être des individus ».

Le fonctionnement de l'économie circulaire

Nous reprenons ici les principes énoncés par l'ADEME. Ainsi, l'économie circulaire repose sur trois domaines d'action et sept piliers, comme le montre le schéma ci-dessous.



Source : ADEME (2013).

Les trois domaines d'action concernent :

- l'offre des acteurs économiques ;
- la demande et le comportement des consommateurs ;
- la gestion des déchets.

Chacun de ces domaines comprend un ou plusieurs piliers.

L'offre des acteurs économiques comporte jusqu'à quatre piliers :

- **l'approvisionnement durable**, qui concerne le mode d'exploitation ou d'extraction des ressources, en limitant les rebuts d'exploitation et l'impact sur l'environnement ;
- **l'écoconception**, qui vise à prendre en compte l'ensemble du cycle de vie en minimisant les impacts environnementaux ;
- **l'écologie industrielle et territoriale**, qui constitue un mode d'organisation interentreprises par des échanges de flux ou une mutualisation des besoins ;
- **l'économie de la fonctionnalité**, qui privilégie l'usage à la possession, et tend à vendre des services liés aux produits plutôt que les produits eux-mêmes.

La demande et le comportement des consommateurs s'appuient sur deux piliers :

- **la consommation responsable**, qui doit conduire l'acheteur à effectuer son choix en prenant en compte les impacts environnementaux à toutes les étapes du cycle de vie du produit ;
- **l'allongement de la durée d'usage** par le consommateur, qui doit le conduire à la réparation, à la revente ou au don et au réemploi.

Quant à la gestion des déchets, elle repose sur **le recyclage**, qui vise à utiliser les matières premières issues de déchets.

Ainsi, l'économie circulaire s'inscrit dans une démarche de développement durable. Elle a pour objectif de passer d'un modèle de réduction des impacts environnementaux à un modèle de création de valeur positive sur les plans social, économique et environnemental.

SÉQUENCE 2

Les outils techniques

1 L'analyse du cycle de vie

Définition

L'analyse du cycle de vie (ACV) est une méthode normalisée qui permet de mesurer les effets quantifiables de produits ou de services sur l'environnement.

Pour la norme ISO 14040, l'ACV est une « compilation et évaluation des intrants, des extrants et des impacts environnementaux potentiels d'un système de produits au cours de son cycle de vie ».

À quoi sert l'analyse du cycle de vie ?

L'ACV est un outil d'aide à la décision. Ses résultats peuvent être utilisés pour des besoins d'écoconception, d'affichage environnemental ou encore d'orientation des politiques publiques.

L'ACV a pour objectif de présenter une vision globale des impacts générés par les produits (biens, services ou procédés), déclinée selon différentes simulations : pour les politiques industrielles, il s'agit de choix de conception et d'amélioration de produits, de choix de procédés, etc. ; pour les politiques publiques, de choix de filières de valorisation ou de critères d'écolabellisation des produits.

Les étapes de l'analyse du cycle de vie

L'analyse du cycle de vie s'articule autour de quatre étapes, selon les normes ISO 14040 et 14044 :

Étape 1 : Définir les objectifs et du champ de l'étude

Cette étape permet de déterminer quels sont les objectifs de l'ACV, en précisant l'application qui en sera faite : écoconception, comparaison ou déclaration environnementale.

La cible de l'étude (interne ou externe à l'entreprise) est précisée à ce stade, ainsi que la manière dont seront divulgués les résultats (pour des affirmations comparatives par exemple). Le champ de l'étude doit par ailleurs préciser les fonctions du produit étudié, l'unité fonctionnelle choisie (voir ci-dessous), les frontières du système étudié et les limites de l'étude.

Étape 2 : Inventorier le cycle de vie

Cette étape consiste à dresser l'inventaire des flux de matières et d'énergie entrants et sortants, associés aux étapes du cycle de vie rapporté à l'unité fonctionnelle retenue. L'inventaire est donc une comptabilité analytique des flux.

On collecte ainsi des facteurs d'activité (la consommation, en kilowatts ; la distance parcourue, en kilomètres ; les quantités transportées, en tonnes) et des facteurs d'émission (de gaz, en grammes d'oxydes d'azote ; de phosphate dans l'eau, en grammes).

Étape 3 : Évaluer les impacts

À partir des flux de matières et d'énergie recensés, on évalue les impacts potentiels, qui peuvent être des dommages.

Étape 4 : Interpréter les résultats obtenus en fonction des objectifs retenus

Cette étape, qui découle des trois précédentes, permet de valider que les résultats obtenus répondent aux objectifs de l'étude.

Ainsi, l'ACV est un outil d'aide à la décision. Elle peut être utilisée à des fins de communication ou pour conduire des politiques industrielles (« écoconception » de produits) ou publiques.

2 L'évaluation environnementale

L'évaluation environnementale (EE) est un concept qui a beaucoup évolué depuis son apparition. Elle devient de plus en plus une pratique obligatoire dans les pays aux termes de lois et de réglementations nationales et internationales.

Définition et objectif

Selon André, Delisle et Revéret (2010), l'évaluation environnementale est un ensemble de processus qui vise la prise en compte de l'environnement dans la planification ou le développement d'opérations de projets, de plans, de programmes ou de politiques.

L'EE a pour objectif de réaliser le développement tout en assurant la protection de l'environnement et la conservation des milieux de vie. Elle vise donc à :

- améliorer la décision par une prise en compte explicite et sélective des considérations environnementales ;
- fournir une base solide pour la gestion des conséquences sur l'environnement des actions d'aménagement ;
- permettre aux citoyens de s'exprimer sur les modifications prévisibles de leur cadre de vie ;
- favoriser l'intégration des objectifs fondamentaux que sont la protection de l'environnement et le développement durable.

La nature et de l'évaluation environnementale et ses outils

L'EE est un outil de planification pour le promoteur, de participation pour le public, de prévention et de prise de décision pour les décideurs (gouvernement, bailleurs de fonds), qui s'opérationnalise dans des processus. Elle permet ainsi d'assurer la durabilité des projets et de ses objectifs, de planifier des améliorations propres à éliminer les effets néfastes et de prévenir les mesures de réparation coûteuses.

On distingue deux types d'outils d'EE : des outils prospectifs de gestion préventive et anticipative ; des outils de contrôle et de gestion.

Les **outils prospectifs** servent à l'évaluation environnementale stratégique (EES) et à l'étude d'impact environnemental et social (EIES). L'EES se définit comme un processus d'évaluation et d'examen des politiques, plans et programmes ou d'autres initiatives en amont des projets. L'EIES est **une procédure préventive et anticipative** destinée à garantir que les intérêts de la protection de l'environnement sont pleinement pris en compte lors de l'élaboration d'un projet ou d'une activité. Elle étudie les effets raisonnablement prévisibles sur l'environnement d'un projet ou d'une activité de développement. Elle concerne aussi bien les effets bénéfiques que néfastes ou adverses.

Parmi les **outils de contrôle et de gestion**, on peut citer, entre autres, le plan de gestion environnemental et social (PGES), l'audit environnemental, le système de management environnemental et l'écolabel. Par exemple, le PGES est un plan d'action ou un système qui définit comment, quand, par qui et où intégrer les mesures d'atténuation environnementale et de contrôle dans toute la mise en œuvre d'un projet. Quant à l'audit environnemental, il désigne l'examen interne, systématique, périodique et objectif des pratiques de gestion de l'environnement au sein d'une organisation.

Le processus global de l'étude d'impact environnemental et social

L'EIES est l'outil le plus utilisé et le mieux formalisé sur le plan du processus et de la méthodologie. Même si elle n'a pas encore fait l'objet d'une approche formalisée, elle est de plus en plus utilisée, notamment en ce qui concerne l'élaboration des plans des programmes de développement.

La consultation du public et des parties prenantes ainsi que la coordination interinstitutionnelle sont importantes à toutes les étapes du processus d'EIES. La finalité de l'EIES est la délivrance (ou la non-délivrance) d'un certificat de conformité environnementale par le décideur afin d'autoriser (ou de refuser) la réalisation d'un projet.

SÉQUENCE 3

Les outils de sensibilisation et de communication

L'atteinte des objectifs du développement durable passe par un changement des comportements de tous les acteurs, à tous les niveaux. Nous abordons ici trois notions complémentaires : l'éducation environnementale, la communication et le marketing social.

1 L'éducation environnementale

Plusieurs termes sont utilisés pour désigner l'éducation environnementale : l'éducation environnementale au développement durable (EEDD), l'éducation au développement durable (EDD), ou encore l'éducation relative à l'environnement (ErE).

Définition

Pour Goffin (1993 ; 1999), l'*éducation relative à l'environnement* consiste à systématiser l'apprentissage de compétences (démarche) pour influencer sur les comportements individuels et collectifs en matière d'environnement (résultats), dans un but de développement global des personnes et des sociétés (finalité). Selon Sauvé (1996), l'ErE concerne « la relation des personnes et des groupes sociaux à leur milieu de vie proche comme à l'environnement global ».

On peut retenir que l'éducation environnementale est un ensemble de modes éducatifs qui ont pour objet de promouvoir des comportements **individuels** et **collectifs**, susceptibles de favoriser un rapport harmonieux entre les hommes et leurs milieux de vie.

Au niveau international, l'UNESCO parle d'*éducation au développement durable*. Elle stipule que cette forme d'éducation donne aux apprenants les moyens de prendre des décisions en connaissance de cause et d'entreprendre des actions responsables en vue de l'intégrité environnementale, de la viabilité économique et d'une société juste pour les générations présentes et à venir, et ce dans le respect de la diversité culturelle.

L'EDD permet ainsi de relever les défis mondiaux actuels et futurs et de bâtir des sociétés plus durables et plus résistantes.

Objectifs et axes prioritaires

L'éducation à l'environnement ou au développement durable se fixe trois objectifs :

- **le savoir** : les connaissances permettent de comprendre la complexité des relations entre les êtres vivants et leur environnement ;
- **le savoir-faire** : l'éducation à l'environnement développe la curiosité, la capacité à observer, comprendre, penser, imaginer et agir ;
- **le savoir-être** : l'éducation à l'environnement vise à responsabiliser ; elle nous engage individuellement et collectivement à développer des attitudes de respect vis-à-vis de soi-même et d'autrui, de son environnement et de la société.

Pour l'UNESCO⁵, quatre axes sont essentiels pour la mise en œuvre d'une politique d'éducation environnementale :

- la promotion et l'amélioration de l'éducation de base ;
- la réorientation des programmes d'éducation existants dans l'optique du développement durable ;
- l'information et la sensibilisation des publics à la notion de durabilité ;
- la formation de la population active.

La mise en place d'une politique d'éducation environnement nécessite la coopération entre plusieurs institutions : le ministère de l'Éducation, le ministère responsable de l'environnement, les ONG, les associations, etc.

Exemples

Une mise en pratique de l'éducation environnementale au niveau scolaire est la littérature de jeunesse, qui constitue un outil indispensable pour éduquer les enfants au développement durable. Elle permet aux jeunes générations d'accéder aux savoir-faire, savoir-être, savoir-devenir et savoir-vivre ensemble.

Ainsi, la littérature de jeunesse est un outil utilisé dans l'enseignement. Elle est destinée aux enfants de 3 à 17 ans, pour construire et influencer leur développement, leur identité et leur vision du monde. Elle accomplit également le devoir de rendre l'enfant heureux pour sa construction et son épanouissement personnels.

Nous trouvons aujourd'hui une littérature de jeunesse foisonnante, de qualité, soucieuse de transmettre aux élèves, dès le plus jeune âge, des valeurs citoyennes.

5. On trouvera un complément d'information dans UNESCO, Éducation au développement durable, <<http://fr.unesco.org/themes/%C3%A9ducation-au-d%C3%A9veloppement-durable>>.

De plus de plus, les villes deviennent des laboratoires pratiques d'éducation à l'environnement pour les citoyens de tous les âges. La métropole de Lyon, en France, a mis en place toute une série d'actions concrètes pour sensibiliser sa population au développement durable⁶.

2 La communication

Dans l'atteinte des objectifs du développement durable, la communication est un volet essentiel.

Définition

La communication, d'une manière générale, est l'ensemble des techniques et des moyens qui servent à se présenter soi-même, son activité, ses produits ou les services que l'on propose. Communiquer a plusieurs objectifs :

- transmettre des informations ;
- améliorer son image ;
- accroître sa notoriété ;
- multiplier les contacts avec des clients potentiels.

Ainsi, pour communiquer efficacement, il faut utiliser plusieurs outils :

- les médias : la télévision, la radio, la presse écrite, Internet ;
- l'organisation d'événements : journées portes ouvertes, festivals, conférences.

Les stratégies de communication

Plusieurs stratégies sont indispensables pour bien communiquer :

Stratégie n° 1 : Choisir sa cible

Que vous soyez un étudiant, un chercheur, une association ou une entreprise, votre objectif de communication et les moyens d'y parvenir ne seront pas les mêmes.

Définir son objectif :

- Est-ce que je souhaite transmettre des connaissances ? Vendre des produits ? Créer un débat dans la société ?
- À qui s'adresse mon message ? Tranche d'âge, catégorie socioprofessionnelle, dimension géographique (locale, nationale, internationale).

6. Voir Grand Lyon, Éducation à l'environnement, <<https://www.grandlyon.com/services/education-a-l-environnement.html>>.

Stratégie n° 2 : Choisir son média

Le média, comme son nom l'indique, est un intermédiaire entre celui qui détient l'information et celui à qui elle s'adresse. Il est donc essentiel de bien choisir votre média en fonction de votre cible (locale, globale) et de vos objectifs.

Exemple : lutter contre le braconnage

- Dans une zone précise du Cameroun : utiliser une radio communautaire en langue locale.
- Sensibiliser les consommateurs asiatiques et européens : utiliser un média international.

Stratégie n° 3 : Élaborer le contenu

Une fois que vous avez défini votre cible et votre média en fonction de vos objectifs, il faut passer à la phase rédactionnelle. Deux choses importantes :

La nécessité de hiérarchiser l'information

Répondre aux questions clés, selon la méthode QQQQCCP en français (Qui? Quoi? Où? Quand? Comment? Combien? Pourquoi?) ou des 5 W en anglais (*Who? What? Where? When? Why?*). Les réponses à ces questions déterminent les contours du sujet que vous souhaitez traiter.

Ensuite, vous hiérarchisez l'importance des questions en fonction de votre objectif, de votre cible et du média utilisé. Cette méthode enseignée dans toutes les écoles de journalisme est expliquée sur de nombreux sites Internet gratuits.

Les spécificités de l'information environnementale

Dans le domaine de l'environnement, les sujets sont complexes et ont des implications nombreuses.

Exemple 1 : Changement climatique = Énergie + Habitat + Transport + Alimentation + ...

Exemple 2 : Agriculture = Déforestation, pauvreté, migrations, économie...

On retrouve à chaque fois les trois piliers du développement durable : social, économique, environnemental.

Stratégie n° 4 : Choisir les intervenants

Dans tous les sujets environnementaux, il faut faire preuve de beaucoup de pédagogie.

Exemple 1 : Pour expliquer en quoi une solution locale répond à un enjeu global, donnez la parole aux acteurs locaux en mettant le sujet en perspective.

Exemple 2 : Pour expliquer les implications d'un sujet aussi large que les changements climatiques, donnez la parole à un expert.

3 Le marketing social

Le changement de nos comportements est un des grands enjeux pour l'atteinte des ODD. Le marketing social est un des outils utilisés à cette fin.

Définition

Le marketing social est un outil essentiel pour réaliser des campagnes de prévention ou de changement de comportement, notamment en tout ce qui touche l'environnement, mais aussi pour communiquer en temps de crise, pour réagir à des catastrophes naturelles, comme un tremblement de terre, ou à des désastres écologiques, comme le déversement accidentel de pétrole brut dans un écosystème.

Les différentes formes de marketing

Le *marketing commercial* permet à une entreprise privée de vendre ou de louer ses produits ou ses services pour réaliser des profits, alors que le *marketing social* est plutôt utilisé par des gouvernements, des ONG ou des organismes sans but lucratif (OSBL) pour informer le public, modifier des comportements ou réaliser des campagnes de prévention pour le mieux-être de la société, d'où l'utilisation du terme *publicité ou communication sociétale*. Il existe aussi une forme de marketing où l'entreprise commerciale adopte une cause sociale : c'est ce qu'on appelle le *marketing de la cause* ou les *valeurs partagées*.

La stratégie marketing

Si les objectifs du commercial et du sociétal diffèrent, les techniques utilisées sont cependant fort semblables, pour ne pas dire identiques. Dans un cas comme dans l'autre, on élabore d'abord la stratégie marketing qui comprend l'analyse de la situation et un tableau des forces, faiblesses, opportunités et menaces (FFOM).

Puis, on identifie le groupe cible primaire, composé des gens à qui on souhaite communiquer les messages de l'annonceur en priorité. Il peut y avoir plus d'un groupe, que l'on complète ensuite par des cibles secondaires. Il est très important de cibler des groupes précis par leur géolocalisation, leur âge ou d'autres attributs qui les rendent sensibles aux messages. On n'aborde pas de la même façon des jeunes de 15 à 24 ans et des adultes de 65 ans et plus, comme on ne s'adresse pas à des gens qui n'ont pas eu la chance d'aller à l'école et d'apprendre à lire comme on le ferait à des universitaires. D'où l'importance de faire du microciblage en fonction de ces aspects sociodémographiques, mais aussi en fonction des intérêts des gens ou de leur comportement psychographique. On doit aussi tenir compte des aspects culturels. Plus on est précis dans l'élaboration des cibles, plus les messages de l'annonceur seront efficaces.

Une fois les cibles connues, on peut développer les *objectifs de communication*. Ces objectifs qualitatifs correspondent aux arguments à prendre en compte dans les messages qui seront proposés dans les médias choisis, en accord avec les habitudes des gens que l'on veut rejoindre : ce qu'ils lisent, ce qu'ils écoutent, ce qu'ils regardent. L'annonceur doit aussi déterminer des *objectifs marketing*. Ces objectifs quantitatifs permettent de juger de l'efficacité de la campagne après sa diffusion. Quand les objectifs marketing sont atteints, voire dépassés, on peut récidiver. *A contrario*, si on échoue au niveau des objectifs quantitatifs, il faudra réévaluer les groupes cibles, les objectifs de communication, les médias choisis ou une combinaison de ces trois éléments.

Dans l'élaboration de la stratégie marketing, il faut aussi créer un *positionnement*, un énoncé qui correspond à ce que l'on veut que les gens ciblés retiennent après avoir été exposés à l'un ou l'autre des messages diffusés. On termine le tout avec un *axe de communication*, qui exprime clairement ce que l'on souhaite ce que le consommateur ou le citoyen fasse après avoir été exposé à la campagne. Dans le cadre d'un message portant sur l'environnement, par exemple, le citoyen devra retenir que plus il rejette de déchets dans la nature ou dans des sites d'enfouissement, plus il émet de dioxyde de carbone (CO₂) et plus il contribue à l'effet de serre. Ce que l'on veut qu'il fasse, c'est participer à la lutte contre les changements climatiques en appliquant les 3RV : Réduction à la source, Réemploi, Recyclage, Valorisation.

La stratégie média

La stratégie média permet d'évaluer les outils les plus efficaces, en fonction du budget disponible, pour atteindre le ou les groupes cibles. Sur le plan du marketing social, sachant que les médias traditionnels coûtent relativement cher, on fait de plus en plus appel aux moyens non traditionnels, comme le marketing de rue ou les réseaux sociaux. Ces derniers sont très populaires auprès des jeunes, qui possèdent souvent un téléphone intelligent devenu pour eux la première source d'information ou le principal outil de recherche.

Stratégie de création

Finalement, quand on sait à qui on s'adresse, quels sont les objectifs de communication et de marketing, le positionnement et l'axe de communication et les médias idéaux pour joindre la ou les cibles, il ne reste plus qu'à s'attaquer à la stratégie de création, c'est-à-dire créer les messages qui les feront réagir. Sur le plan d'un changement de comportement, comme dans n'importe quel type de publicité, il est important de retenir qu'on doit faire passer une seule idée par message (*unique selling proposition* ou USP), que l'on conclut toujours par le slogan, lequel traduit en quelques mots le sens de l'axe de communication. Dans notre exemple sur l'application des 3RV, l'axe de communication pourrait ressembler à ceci :

« Pour sauvegarder l'environnement, je vais télécharger
sur mon téléphone l'APPverte qui me permettra
de savoir quoi faire pour appliquer les 3RV. »

Conclusion

Le développement durable est un processus de long terme. Il concerne tous les pays, développés et en développement. Les enjeux ne sont certes pas les mêmes dans chaque cas, mais la préservation de l'environnement est une nécessité pour tous. Dès lors, il faut concilier le développement économique et la protection de l'environnement. À cet effet, les ODD constituent des trajectoires pour chaque pays.

Pour l'atteinte des 17 ODD, plusieurs outils peuvent être combinés pour plus d'efficacité. Dans ce module, nous avons présenté des outils économiques, techniques, et de sensibilisation et de communication.

Les *outils économiques* concernent le financement du développement durable pour des actions concrètes en faveur de l'environnement. L'économie verte, reconnue comme un outil du développement durable à la conférence de Rio+20, est à promouvoir dans tous les pays. Le continent africain, en raison de ses richesses naturelles, possède un atout pour sa mise en œuvre.

Les *outils techniques* sont ceux qui permettent de contrôler les impacts des activités humaines sur l'environnement. On peut parler de l'évaluation environnementale ou l'analyse du cycle de vie dont la pratique se fait de plus en plus.

Les *outils de sensibilisation et de communication* sont à utiliser pour faire connaître les bonnes actions en matière d'environnement et pour agir sur le changement de comportement favorable au développement durable.

Ces différents outils doivent être utilisés ou pratiqués non pas de manière isolée, mais en les combinant pour une plus grande efficacité dans l'atteinte des ODD.

Bibliographie

ADEME (2013). *Économie circulaire : notions*, fiche technique, Angers.

André, P., C.E. Delisle et J.-P. Revéret (2010). *L'évaluation des impacts sur l'environnement : processus, acteurs et pratique pour un développement durable*, 3^e édition, Montréal, Presses internationales Polytechnique.

Fonds monétaire international (2015). *Financer le développement durable. Grandes orientations et rôle du FMI*, avril, <<https://www.imf.org/external/french/np/pp/2015/041515f.pdf>>.

Goffin, L. (1993), *Comprendre et pratiquer l'environnement*, Éducation à l'environnement- Catalogue-Guide, Médiathèque de la communauté française de Belgique, p. 1-20.

Goffin, L. (1999). L'environnement comme éco-socio-système. In Loriaux, M. *Populations et développements : une approche globale et systémique*. Louvain-la-Neuve / Paris : Academia-Bruylant / L'Harmattan, p. 199-230.

Institut de la Francophonie pour le développement durable (2015). *Économie verte. Guide pratique pour l'intégration des stratégies de l'économie verte dans les politiques de développement*, Québec, IFDD.

Laurent, E. et J. Le Cacheux (2015). *Économie de l'environnement et économie écologique*, Paris, Colin.

Les Verts (2014). *Les emplois verts : une voie d'avenir pour l'Europe*, <https://www.greens-efa.eu/legacy/fileadmin/dam/Documents/Publications/GND/WF_GREENS_GreenJobs_FR.pdf>.

Musgrave, R. (1959). *Theory of Public Finance : A Study in Public Economy*, New York, McGraw-Hill.

Nations Unies (2015). *Rapport du Comité intergouvernemental d'experts sur le financement du développement durable*, New York, Nations Unies.

Organisation de coopération et de développement économiques (2012). *Vers une croissance verte : suivre les progrès. Les indicateurs de l'OCDE*, Études de l'OCDE sur la croissance verte, OCDE, <<http://www.oecd.org/fr/croissance-verte/49526383.pdf>>.

Organisation internationale de la Francophonie (2015). *Le financement du développement durable après 2015 : une contribution de la Francophonie*, Paris, OIF, Direction de la Francophonie économique, <http://www.ifdd.francophonie.org/media/docs/publications/662_Guide_Economie_verte.pdf>.

PNUE (2011a). *Towards a Green Economy : Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication*, UN Publications.

PNUE (2011b). *Vers une économie verte : pour un développement durable et une éradication de la pauvreté. Synthèse à l'intention des décideurs*, Nairobi, PNUE, <https://web.unep.org/greeneconomy/sites/unep.org/greeneconomy/files/field/image/final_ger_french.pdf>.

PNUE (2014a). *Économie verte. Rapport exploratoire – Sénégal*, <http://web.unep.org/greeneconomy/sites/unep.org/greeneconomy/files/publications/final_rapport_exploratoire_senegal.pdf>.

PNUE (2014b). *Rapport exploratoire sur l'économie verte – Burkina Faso*, <www.un-page.org/file/532/download?token=2W3J-21x>.

Sauvé, L. (1996). « Environmental education and sustainable development », *Canadian Journal of Environmental Education*, vol. 1, p. 7-35.