



LES TARTUFES DE L'ÉCOLOGIE

DÉCROISSANCE • En 1999, la Journée sans achat, dont la neuvième édition a lieu demain, était lancée en France par «Les Casseurs de pub». Ces activistes, éditeurs du mensuel «La Décroissance», dénoncent aujourd'hui une nouvelle espèce en pleine prolifération: les écotartufes.

SOPHIE DIVRY*

Un écotartufe se réclame de l'écologie tout en ayant un mode de vie de super-riche. Nicolas Hulot, animateur de télévision, créateur de l'émission «Ushuaïa» depuis le début des années 1990, pour ses quatre émissions annuelles, est rémunéré 30 000 euros par mois. Le Prince Albert de Monaco s'emploie désormais à faire la morale au bon peuple. Florent Pagny se taxe d'écologie alors qu'il est un évadé fiscal, comme Charles Aznavour, lui aussi auteur de chansons «vertes». François Lemarchand est à la tête d'une fortune de 60 millions d'euros et veut nous faire croire que les magasins «Nature et Découvertes» servent plus l'écologie que son business. Liliane Bettencourt, François Pinault, Jean-Claude Decaux, premières fortunes françaises, financent des associations écologiques, plantent des arbres, parlent de développement durable. Ils passent leur temps en avion, possèdent plusieurs maisons et de nombreux véhicules. Le slogan des sportifs de l'UC-PA (Union nationale des centres sportifs de plein air, ndlr) est «la planète est votre terrain de jeu». Cette formule pourrait être celle des écotartufes.

Voilà une des failles des écotartufes: ils ne veulent pas tant sauver leur planète que leurs privilèges et le système qui les a fait riches. En somme: oui, il faut protéger l'environnement, mais aussi la peinture de mon hélicoptère, ce qui est plus important encore.

L'économie de croissance ne supporte pas l'écologie

Qui les écotartufes fréquentent-ils? Ceux qui veulent nous faire des leçons d'écologie ne sont pas des artisans, des petits commerçants ou des ouvriers, des Smicards ou des paysans. Dans le comité de soutien du «pacte écologique» de Nicolas Hulot, à côté du chanteur Pascal Obispo et du cinéaste Luc Besson, on trouve aussi Thomas Chaudron, président national du Centre national des jeunes dirigeants d'entreprises, Henri Lachmann, président du Conseil de surveillance de Schneider Electric, Nicolas Mérimond, directeur général de la Caisse nationale des caisses d'épargne, Geoffroy Roux de Bézieux, président de CroissancePlus et, cerise sur le gâteau, le milliardaire François Pinault, président du groupe Pinault-Printemps-Redoute et amateur d'art contemporain à Venise.

«Protéger l'environnement, mais aussi la peinture de mon hélicoptère»

Les écotartufes travaillent avec ceux qui polluent le plus sur la Terre. Sur le site de la Fondation Nicolas Hulot, apparaissent ses partenaires fondateurs: TF1 – ceux qui préparent les cerveaux à acheter Coca-Cola –; L'Oréal, première fortune de France; les Hôtel Ibis, où les droits des travailleurs sont largement écrasés et enfin EDF, qui vit du développement de l'électricité, en particulier du nucléaire.

D'autres entreprises vont s'associer à Nicolas Hulot et faire un don: les autoroutes du Sud de la France, Bouygues Telecom, Valoplast (industrie des plastiques), Apple, Décathlon, les ciment Lafarge, Tetra Pak, et plusieurs entreprises de bâtiment et travaux publics.

Toute l'industrie ancienne et nouvelle se retrouve ainsi chez Hulot. Elle sait qu'elle n'y risque rien. Ces entreprises en ressortent avec une image d'écolo et une pastille verte qu'elles mettront sur leur prochain rapport pour l'assemblée générale des actionnaires.

La touche finale: ne pas faire de politique

Les médias sont eux-mêmes financés par la publicité qui provient des grands groupes capitalistes mondiaux. Ils ne voient en cela pas de contradictions avec leur mission démocratique d'information. Comment pourraient-ils questionner Nicolas Hulot sur sa dépendance face à ces multinationales?

Quelle est la méthode de l'écotartufe? En 1972, Edouard Pestel, membre du Club de Rome, disait: «L'arrêt de la croissance économique est la condition nécessaire et préalable pour toute protection efficace de l'environnement.» Les écotartufes, eux, sont contre la décroissance. Ils reprennent le discours du développement durable. Ils font du *greenwashing*, terme anglais qu'on pourrait traduire par «blanchiment vert», ou «grande lessive verte». C'est-à-dire une opération pour repeindre en vert le capitalisme de papa, à grand coup d'opération de communication.

L'économie de croissance ne supporte pas l'écologie, elle se fonde sur le pillage de la nature. Néanmoins, ce capitalisme débridé va prendre en compte certaines critiques superficielles, en terme de rejet de CO2 ou de dépenses d'électricité.

Dans le film *Le Guépard* de Visconti, le Prince Salina, voyant la révolution arriver, a cette phrase devenue célèbre: «Il faut bien que quelque chose change pour que tout reste comme avant». Le développement durable, c'est cela. Tout changer pour que rien ne change. C'est «polluer moins pour polluer plus longtemps», comme le rappelle le politologue et militant Paul Ariès. Les écotartufes, mêmes s'ils s'en défendent, font de la cosmétique. Ils pensent proposer des mesures importantes, mais elles ne remettent pas en cause les intérêts des plus grands pollueurs de la planète.

Le PDG de l'entreprise Renault, Louis Schweitzer, disait: «Le développement durable n'est ni une utopie ni même une contestation, mais la condition de survie de l'économie de marché». Plus récemment, dans une tribune publiée dans le *Figaro* le 27 août 2007 et intitulée «Entrepreneurs, profitons du développement durable!», le président de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris, le directeur général du Groupe HEC (Haute école de commerce, ndlr) et la directrice pédagogique du mastère développement durable à HEC écrivaient: «Le développement durable est désormais une impérieuse nécessité pour notre collectivité, comme pour le reste de la planète. Mais c'est aussi une occasion, inespérée il y a quelques années, de retrouver des sources de compétitivité pour nos entreprises et des opportunités de créations d'emploi: un argument convaincant pour une mobilisation générale!»

Cette logique permet de développer des stratégies estampillées «écologiques» à moindre frais. Le PDG de la multinationale General Electric, qui s'est vu récemment couronné meilleur patron étasunien, veut ainsi marier capitalisme et écologie. Le *Journal du Dimanche* (29 juillet 2007) l'a rencontré: «A peine descendu de son jet privé, calé à l'arrière d'une limousine qui l'emmène



«Les écotartufes – au rangs desquels Nicolas Hulot – ne veulent pas tant sauver leur planète que leurs privilèges et le système qui les a fait riches.» KEYSTONE

ne fin juin au sommet des technologies vertes, le patron de General Electric (GE) déroule son credo: «Green is green!» Pour signifier que jouer l'environnement, c'est aussi jouer le billet vert.» Le PDG Jeffrey Immelt déclare à propos de son engagement écologique: «Je veux qu'il soit bien clair que tout cela est enraciné dans le business. Je ne veux pas que les gens se trompent: je ne suis pas un croisé et je ne fais pas cela comme un passe-temps. Je le fais vraiment parce que j'estime que c'est compatible avec ce qu'un bon PDG doit faire pour diriger une entreprise comme GE, à savoir créer de la croissance.»

Ecologie is business

Pour les écotartufes, l'écologie est finalement un business. Nul besoin de parler de partage ou de sobriété. Dans *Le Nouvel Observateur* du 14 décembre 2006, Nicolas Hulot le dit, ce qui le révolte, «ce n'est pas tant l'attitude de ceux qui roulent en 4x4 ou en berline puissante en ville», mais «ce qui m'indigne, c'est obstination de

l'industrie automobile qui continue à fabriquer des véhicules obsolètes.»

Un écotartufe se reconnaît aussi à son discours anti-politique. A ce titre, le discours de Hulot lors de l'annonce, le 22 janvier 2007, de sa «non-candidature» à l'élection présidentielle, est très intéressant. «Le pacte écologique, déclarait l'animateur de TF1, c'est un désir de réconciliation, un devoir de nous humaniser, d'absoudre le passé pour nous concentrer sur l'avenir. (...) Le pacte écologique, c'est une volonté de cesser de réduire la politique à quelque chose de mesquin et de vulgaire. Cette logique de partis qui s'affrontent plutôt que de se compléter et qui cherchent à s'exclure. Le pacte écologique, c'est l'affirmation de cette lassitude envers un monde politique trop prompt à l'affrontement où la consigne préempte souvent la conscience. Ce monde où l'on s'obstine à exalter nos bas instincts, à dénoncer nos faiblesses, nos incohérences, pour mieux nous diviser, plutôt qu'à faire jaillir et valoriser ce que nous avons de beau et d'utile en nous et de nous rassembler sur ces énergies positives.»

Que dit ce texte? Vous voulez faire de la politique? C'est donner libre cours à vos «bas instincts», c'est renoncer à vos «énergies positives». Bref, nous dit le grand prêtre Hulot, la politique, c'est sale. Rien de très original. Rien de très dangereux non plus pour les détenteurs du pouvoir en place. I

* Journaliste à *La Décroissance*.
¹ *Enjeux-Les Echos*, décembre 2004.

«LA DÉCROISSANCE» EN BREF

Tiré à 60 000 exemplaires, le mensuel *La Décroissance* – *Le journal de la joie de vivre* est édité par l'association «Les Casseurs de pub». S'inscrivant contre le système productiviste et la société de consommation, le journal défend l'idée de la décroissance économique, comme étant «la seule alternative possible au développement de la misère et à la destruction de la planète». *La Décroissance* est distribué en France, en Suisse, en Belgique, en Allemagne et au Canada. www.ladecroissance.net