

Changement climatique, santé et communication : comment sensibiliser la population ?

Introduction

A la veille de la Conférence des Nations unies sur les changements climatiques à Paris (COP21), fondement de beaucoup d'espoirs et d'attentes, les pressions sur les décideurs et les experts sont fortes. La COP21 a pour but d'établir un nouvel accord international sur le climat. Les participants au sommet devront ainsi formuler des objectifs précis et initier enfin le grand mouvement pour un meilleur environnement. La France et l'Allemagne sont à ce propos des ambassadeurs de grande qualité. Le dialogue constant et maintenu des chercheurs des deux nationalités a permis de lancer des initiatives et de créer un forum rassemblant de nombreux experts scientifiques. Le Centre Virchow-Villermé de santé publique Paris-Berlin, qui se situe dans ce schéma, travaille sur les questions de climat et plus particulièrement sur les liens entre climat et santé publique. En effet, l'examen de ces liens met en exergue des questions d'actualité. Devons-nous exprimer nos doutes sur les liens entre changement climatique et santé ? Faut-il, au contraire, avoir un discours militant ? Comment savoir où se situent la science et la santé publique par rapport au besoin que nous avons de communiquer sur ces enjeux ? Le Centre Virchow-Villermé a donc invité des médecins, des épidémiologistes, des étudiants et des spécialistes en sciences de l'information et de la communication afin d'aborder ces enjeux. Le co-directeur du Centre Virchow-Villermé, Antoine Flahault, accompagné de Stefan Kern, conseiller aux affaires scientifiques de l'ambassade allemande, a ouvert la conférence. La première partie de la conférence a été dédiée aux liens entre santé publique et changement climatique. La seconde partie de la conférence, centrée sur les enjeux de la communication de la science aux décideurs politiques a permis de présenter plusieurs projets et de discuter le rôle des MOOCs dans ce processus de transmission. Enfin, la troisième partie de la conférence a été tournée vers l'information et la communication envers le grand public.

Chaque partie de la conférence a donné lieu à des discussions générales. Les ateliers en fin de journée ont amené les participants à s'interroger sur les questions de la sensibilisation et des acteurs du changement climatique

Conférence

Partie 1 : Le changement climatique et la santé, quels liens ?

Impact du changement climatique sur la santé : une introduction

Antoine Flahault, Professeur de santé publique, Université Sorbonne Paris Cité (USPC)

Les liens entre changement climatique et santé, bien qu'intuitifs ne sont pas évidents à démontrer. Certains événements peuvent néanmoins, si ce n'est en fournir la preuve, au moins les rendre tangibles. C'est ce qu'Antoine Flahault a expliqué lors de cette introduction aux liens entre changement climatique et santé. Par exemple, les vagues de chaleur comme la canicule de 2003 ou les événements extrêmes tels que les inondations sont en relation avec la santé comme avec le changement climatique. Les inondations peuvent être provoquées par la montée des eaux et elles sont en lien avec l'augmentation de la mortalité et des blessures, par exemple par noyade. Certains liens peuvent sembler plus directs, comme l'augmentation de la température facilitant la pullulation de moustiques vecteurs de maladies : l'anophèle qui transmet le paludisme a été trouvé dans des régions auparavant trop froides. D'autres effets sont plus indirects comme l'effet de la pollution atmosphérique sur la nutrition, les migrations ou la santé mentale.

Antoine Flahault a aussi rappelé que, comme il a été démontré au 19^{ème} siècle par Louis René Villermé, le facteur le plus important de la santé est le niveau de revenu. Une augmentation du niveau de vie entraîne une amélioration de la santé. Et c'est là que se situe la plus importante preuve des liens entre changement climatique et santé : le changement climatique va vraisemblablement faire diminuer la qualité de vie et l'hygiène, durcissant les conditions de travail dans certaines zones du globe. La grande injustice du changement climatique réside justement dans ce raisonnement car les plus grands pollueurs et émetteurs de gaz à effet de serre ne seront pas les premiers à être touchés, ni les plus sévèrement atteints.

Changement climatique et maladies infectieuses

Valérie Louis, Chercheur, Institute of Public Health, Université d'Heidelberg

Il existe trois paramètres importants montrant le lien entre changement climatique et maladies infectieuses : la température, les précipitations et l'humidité. Ces trois paramètres sont modifiés par le changement climatique. Dans sa présentation, Valérie Louis a explicité l'influence de ces trois paramètres sur la propagation des maladies infectieuses.

L'augmentation de la température, due aux gaz à effet de serre, provoque une accélération des phénomènes biologiques, tels que le développement de bactéries. Les cycles de transmission des maladies sont plus rapides.

Les changements des précipitations et de l'humidité modifient le cycle des saisons sèches et humides dans les zones tropicales. Les vecteurs migrent ainsi dans de nouvelles zones et prolifèrent pendant des périodes plus longues, augmentant la durée des périodes à risque. Ces trois paramètres s'ajoutent aux paramètres humains liés à la globalisation et à l'urbanisation intensive. Les voyages transcontinentaux permettent aux vecteurs d'être transportés de façon quasi-immédiate et la concentration de personnes dans les villes accélère exponentiellement la propagation des épidémies. Malgré la mise en place de moyens de contrôle accrus, le grand défi du contrôle des vecteurs de transmission semble prendre des dimensions gargantuesques. La surveillance épidémiologique et entomologique, la recherche de nouvelles molécules médicales ainsi que la prévention par vaccination font partie des meilleures armes à notre disposition. Reste à savoir si elles seront suffisantes.

Systèmes alimentaires et co-bénéfices pour la santé et l'environnement

Stéphanie Schütte, Post-doctorante en santé publique, Centre Virchow-Villermé, USPC

Stéphanie Schütte, qui travaille sur les liens entre changement climatique et alimentation, a décrit comment les changements dans nos habitudes alimentaires pouvaient impacter notre environnement. Elle a utilisé comme exemple les produits d'origine animale et plus particulièrement la viande de bœuf. Cette dernière a un impact environnemental très élevé puisqu'elle est le premier émetteur de gaz à effet de serre. Or, une alimentation très riche en viande de bœuf est mauvaise pour la santé. En s'appuyant sur de nombreuses études, Stéphanie Schütte a ainsi démontré que l'alimentation était un exemple concret du lien existant entre santé et changement climatique.

Elle a conclu qu'une solution durable amenant un changement dans nos habitudes alimentaires pourrait conduire à une réduction des émissions de gaz à effet de serre en même temps qu'il améliorerait la santé en réduisant certaines maladies cardiovasculaires : « ce qui est bon pour le climat est donc bon pour la santé ».

Projet « ClimCom » Volet santé publique

Glenn Verner, Etudiante et stagiaire en santé publique, Centre Virchow-Villermé, USPC

La santé est un argument permettant de lier le changement climatique à tous ses acteurs : les Etats, les décideurs politiques, les entreprises et le grand public. C'est dans ce cadre que se situe le projet ClimCom, qui comporte trois volets. Le premier volet en santé publique a été présenté par Glenn Verner. Son but est de mettre en place une base de données sur les articles traitant de la santé et du changement climatique pour les chercheurs et les décideurs.

Pour cela, elle a étudié l'occurrence du terme de « santé » lié au changement climatique. Elle a ainsi mis en valeur que très peu d'articles ont été publiés avant 2007, date de la publication du rapport du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC). Après la COP15 à Copenhague, le nombre d'articles a aussi connu une nette augmentation.

Discussion générale

Animée par Patrick Zylberman, Professeur d'histoire de la santé, Centre Virchow-Villermé, USPC

La discussion concluant la partie 1 s'est concentrée autour de trois thèmes. La question de l'augmentation des maladies infectieuses a été réouverte par une intervention sur la découverte d'un megavirus dans les glaces arctiques. L'intervenant a expliqué à quel point la dissémination de bactéries ou de virus résistants à des environnements extrêmes et très particuliers menaçait directement les systèmes contemporains de santé. Valérie Louis a répondu que bien que la plupart de ces systèmes soient prêts à y répondre, les pays les moins développés risquaient de ne pas pouvoir y faire face.. Encore une fois, les pays les moins émetteurs seront les plus durement touchés. Mais l'idée que les pays les moins polluants vont subir la plus grande partie des conséquences du changement climatique est incomplète. Certes, ils en ressentiront les conséquences les premiers, mais à plus long terme, tous les pays seront touchés. Il va devenir crucial de réfléchir à différentes échelles, au niveau global puis au regard de contextes et de régions particuliers.

La pertinence des arguments présentés avec l'évolution des pays en développement a été questionnée. En effet, l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) a publié une série de conseils potentiellement capables de réduire de 40% les émissions de gaz à effet de serre. Mais cet objectif n'est réalisable que dans les pays riches. Ce problème se relie à celui de l'alimentation. Est-il nécessaire de changer l'alimentation dans les pays en développement comme l'Inde ?

Il a été ajouté qu'en plus des bénéfices individuels que peut apporter un changement dans notre alimentation, d'autres bénéfices collectifs pouvaient être mis en valeur. L'évolution des modalités de production de viande permettrait de réduire la pollution de l'air et de l'eau et pourrait ainsi avoir des bénéfices économiques. Il serait donc intéressant de mettre en valeur ces autres arguments qui pourraient avoir un impact dans le domaine privé et entrepreneurial.

La dernière intervention a porté sur la question des interactions. Nous devons nous intéresser aux effets évaluatifs et synergiques des différents changements attendus et les conséquences qu'ils vont avoir les uns sur les autres. Les grands dérèglements climatiques, la biodiversité, l'impact alimentaire sont des effets différents mais liés car nous dépendons de chacun d'eux. Une question inévitable est donc celle de la sixième extinction. En effet, la rapidité de la disparition des espèces animales et végétales est alarmante. C'est la première fois depuis la dernière extinction de masse du Crétacé que les espèces disparaissent à un rythme aussi rapide. Aujourd'hui, l'homme pourrait faire partie des espèces vouées à s'éteindre. Cette question scientifique à forte portée est néanmoins difficile à traduire sur le plan de la communication. Les scientifiques savent ce qu'il faudrait faire mais pas comment. Il est difficile de communiquer les résultats à la population et donc de trouver une solution clé.

Partie 2 : Comment communiquer la science aux décideurs ?

Communiquer la science à la population d'étude : présentation des projets NutriClim et Hope

Raïssa Sorgo, Assistante de recherche, Institute of Public Health, Université d'Heidelberg

Frédéric Neuendorf, Doctorant en sciences politiques, Institute of Public Health, Université d'Heidelberg

Raïssa Sorgho et Frédéric Neuendorf ont présenté leurs projets NutriClim et Hope. Le projet NutriClim, mené par Raïssa Sorgho, cherche à étudier le lien entre la nutrition et le changement climatique sur les enfants de moins de 5 ans. Après une courte présentation de ses recherches, Raïssa Sorgho s'est focalisée sur les obstacles qu'elle a rencontrés lors de son étude de terrain. La majorité d'entre eux concerne la communication avec la population d'étude.

Le projet HOPE présenté par Frédéric Neuendorf se concentre en premier lieu sur la communication du changement climatique aux ménages et sur la manière de les inclure dans la politique. La stratégie du projet par ce biais est de créer une demande afin d'obliger les décideurs politiques de tenir compte de l'argument de la santé.

Pour arriver à ce résultat, il faut donc parvenir à établir une stratégie de communication claire et fiable. Le problème du lien entre changement climatique et santé est qu'il est récent et parfois flou. Il est nécessaire d'établir un lien très clair entre les deux, pour créer un discours non scientifique et accessible sur un sujet très scientifique. C'est la première fois qu'une telle problématique se pose car c'est la première fois que des études scientifiques révèlent l'importance de tous les acteurs, sans quoi le ralentissement du changement climatique est impossible.

Le projet HOPE se concentre donc sur trois niveaux : le niveau international avec les organisations non-gouvernementales et internationales, le niveau national et le niveau régional avec les ménages et le grand

public. La création de la demande pour des résultats permettrait la formulation de recommandations politiques prometteuses.

Former les décideurs par le MOOC

Rainer Sauerborn, Professeur invité au Centre Virchow-Villermé, USPC et directeur de l'Institute of Public Health, Université d'Heidelberg

Rainer Sauerborn a commencé sa présentation par une phrase alarmante : le manque d'utilisation de l'information au sujet du changement climatique peut être mortel. Le professeur Sauerborn s'est donc axé sur deux moyens innovants et efficaces de former et d'informer les décideurs. Le GIEC, un groupe d'expert intergouvernemental sur le changement climatique, concentre ainsi ses efforts pour distiller le savoir aux décideurs politiques. Prenant exemple sur l'histoire de la prévention du tabagisme, ce groupe utilise les résultats scientifiques pour protéger le climat et la population.

La seconde approche innovante pouvant être utilisée pour communiquer sur le lien entre changement climatique et santé est le Massive open online course (MOOC). Ces cours en ligne gratuits sont accessibles à tous, et sont des objets de communication fiables à large portée. Le MOOC a pour but d'être visionné par les décideurs politiques afin de leur permettre de s'informer sur ce sujet. Le principal avantage du MOOC est sa disponibilité, à tout moment et en tout lieu. C'est un moyen de communication souple et flexible, et de fait adapté aux besoins des décideurs politiques.

Projet « ClimCom » Volet sciences politiques

Corinne Kowalski, Chargée de coordination internationale et scientifique, Centre Virchow-Villermé, USPC

Le second volet de ClimCom, présenté par Corinne Kowalski, concerne les sciences politiques. En étudiant les bases de données de législation européenne, Corinne Kowalski a montré que plus de 4000 publications concernent le climat et la santé. Or ces politiques nationales et européennes ont un rôle important dans la diffusion du lien entre changement climatique et santé. C'est par ces politiques que se font les évolutions législatives. Au fil du temps, l'occurrence des termes de santé et changement climatique a augmenté dans les actes législatifs de l'Union Européenne, notamment dans les règlements et autres actes contraignants. La santé est donc invoquée et prise en compte. De nouveau, le problème se situe dans la communication et la mise en œuvre de ces mesures.

Discussion générale

Animée par Patrick Zylberman, Professeur d'histoire de la santé, Centre Virchow-Villermé, USPC

Le principal défi est de proposer une stratégie de communication viable et efficace aux décideurs. La discussion suivant ces présentations s'est axée sur cette difficulté. La plupart des structures de recherche ne fournissent qu'un très petit budget pour la communication. Il a donc été suggéré de faire appel à des structures de communication privées.

Le principal problème auquel les chercheurs sont confrontés est la peur de communiquer de manière trop simple et donc de perdre la véracité scientifique. Le danger associé serait l'utilisation simpliste d'une idée scientifique pour des fins stratégiques et commerciales.

Il faut aussi différencier la communication avec les politiques de la communication avec le grand public. Ce sont les chercheurs eux-mêmes qui doivent s'adresser au grand public (en général via les médias). C'est pour cela que le message doit être automatiquement simplifié afin d'être à la portée de tout le monde, même si cette action de simplification comporte des risques. L'enjeu est différent pour les politiques.

L'attitude du grand public et des politiques vis-à-vis du changement climatique ne peut pas être expliquée uniquement par un manque de communication. Le schéma de base, un diagnostic menant à une connaissance scientifique menant à son tour à la participation des politiques et de la population ne fonctionne pas dans ce cas (défi adaptatif). Les croyances individuelles et collectives sont des éléments fondamentaux d'explication. C'est pourquoi la santé est un argument levier intéressant : elle constitue un sujet émotionnel et pas seulement scientifique.

Un autre souci auquel nous sommes confrontés est le manque de temps. En 1960, le problème de l'excès de consommation de sel a été soulevé, mais ce n'est que 40 ans plus tard que le grand public a enfin pris conscience de ce danger. Nous ne pouvons pas attendre 40 ans avant de commencer à établir des stratégies de protection du climat. Il faut cependant rester positif : le changement climatique est un problème de plus grande ampleur que le problème du sel, et la société a beaucoup évolué. Le corps, la médecine et

la santé sont des sujets très exposés. Nous devons donc comprendre ce qui a changé dans les comportements sociaux et agir en conséquence. Un travail sociologique et historique est donc nécessaire.

Partie 3 : Comment informer et faire participer le grand public ?

Changement climatique et santé : vers une communication performative ?

Anneliese Depoux, Post-doctorante en sciences de l'information et de la communication, Centre Virchow-Villermé, USPC

La communication performative vise à informer et à favoriser l'action. L'impact de la communication pour la protection de l'environnement comprend trois stades : être sensibilisé, se sentir impliqué et s'engager (dans la sphère privée et éventuellement publique). Cette chaîne performative peut s'appuyer sur différents moyens de communication : les médias papiers, les réseaux sociaux ou les actions dites « de proximité ». Si l'impact du changement climatique sur la santé était majoritairement médiatisé lors des phénomènes climatiques extrêmes, cette tendance semble s'infléchir à l'approche de la COP21. Le spectre du traitement du changement climatique s'élargit. Un article paru en 2012 atteste que le choix de présenter le changement climatique comme un problème de santé publique permet de susciter l'engagement, la participation et l'action du grand public (Myers, Nisbet, Maibach, & Leiserowitz, 2012). A Paris, de nombreuses actions sont mises en œuvre pour susciter l'engagement citoyen en amont de la COP21. Pour l'instant, l'approche de la santé n'occupe qu'une place mineure dans ces manifestations.

Les ressorts médiatiques de l'engagement citoyen sur les problématiques environnementales

Clément Mabi, Post-doctorant en sciences de l'information et de la communication, GIS démocratie

Les GIS (Groupements d'intérêt scientifique) créent un espace de collaboration entre chercheurs intéressés par un même objet de recherche. Cette structure permet aux scientifiques de dépasser les limites interdisciplinaires, en l'occurrence pour l'étude de la démocratie et des mécanismes de participation. Clément Mabi s'intéresse tout particulièrement aux controverses, et à la légitimité des décisions prises en matière d'environnement. Les controverses environnementales comportant des aspects de santé publique sont de plus en plus nombreuses. L'information du grand public se révèle délicate en raison d'un déficit de confiance – les niveaux de connaissance hétérogènes ne constituent pas un problème majeur. L'hypothèse développée par Clément Mabi est la suivante : les individus discutent du changement climatique sur l'espace numérique, dans un espace à la fois public et privé. Ces modes conversationnels incitent à produire et diffuser des contre-expertises, et peuvent faire évoluer les relations de pouvoir. Ces nouvelles modalités d'engagement et d'information basées sur davantage de transparence constituent une formidable opportunité pour discuter collectivement de niveaux de risque acceptables, et réfléchir à des solutions sociétales.

La sensibilisation dite « de proximité » : une pratique courante dans les pays du Sud

Estelle Duluc, Coordinatrice de projet, CEPED international

Le Niger doit élaborer des stratégies de communication de proximité pour recenser sa population (environ 17 000 personnes). Pour obtenir des données, l'enjeu est de convaincre chaque ménage de répondre à un questionnaire de manière sincère et exhaustive. Des sous-groupes ont été créés pour développer des stratégies distinctes : par exemple, la population urbaine, la population rurale, la jeunesse ou la population en situation de handicap. Pour convaincre une population, il faut avant tout la connaître : la population rurale est ainsi dispersée, parfois nomade, peu alphabétisée, respecte des autorités coutumières et religieuses, utilise des langues locales, et est susceptible d'opposer une résistance aux enquêteurs (la finalité de l'enquête est difficile à entrevoir). Pour établir une relation de confiance, il est important de mobiliser des agents communautaires. Ces relais présents sur l'ensemble du territoire peuvent sensibiliser les populations. Ce travail de proximité est incontournable dans le contexte nigérien, car le message ne peut être apporté directement ni par les médias de masse, ni par des interprètes extérieurs. Ce dialogue permet également d'éviter l'incompréhension. Cette approche comporte toutefois deux types de contraintes : le temps qu'elle requiert, et les éventuels problèmes de motivation des agents relais.

Projet « ClimCom » Volet sciences de l'information et de la communication

Sophie Puig, Chargée de communication et coordination scientifique, Centre Virchow-Villermé, USPC

Ce volet du projet ClimCom vise à caractériser le discours sur le lien entre changement climatique et santé dans les médias, et à dégager des stratégies de dialogue. Le travail d'analyse a porté sur les archives du Monde. Ce journal a été choisi pour sa relative neutralité politique et son écho auprès des autorités dirigeantes et de la population. Les résultats révèlent que la santé est un angle peu utilisé pour aborder le changement climatique. Le nombre de publications a cependant augmenté depuis le début des années

2000, et cette régularité est parfois interrompue par des événements climatiques extrêmes ou des mises à l'agenda politique. Le changement climatique est abordé dans les rubriques environnement, philosophie, éthique, société et global : la science et la santé sont les grands absents de la liste. La médiatisation de l'impact sanitaire du changement climatique devrait identifier des indicateurs et des messages permettant à chacun de pouvoir mesurer son propre impact – tous les lecteurs ne sont pas nécessairement intéressés par la dimension scientifique du problème. La vulgarisation des connaissances scientifiques est un enjeu crucial : les chercheurs sont réticents à simplifier leur propos, et les journalistes traitent l'information selon leurs propres logiques professionnelles et économiques. Ce partage d'informations permettrait pourtant d'agir pour limiter le changement climatique : par la promotion d'initiatives d'une part, et par la multiplication des acteurs impliqués de l'autre.

Discussion générale

Animée par Patrick Zylberman, Professeur d'histoire de la santé, Centre Virchow-Villermé, USPC

Il est possible d'activer divers leviers pour informer le grand public sur les liens entre changement climatique et santé. Ces leviers doivent être choisis en fonction du contexte, et s'adapter aux populations concernées. Pour cela, le travail de proximité et la mobilisation d'agents communautaires peuvent s'avérer indispensables. Lorsque la presse constitue une source importante d'information, il est nécessaire de construire le problème différemment, et de diffuser des messages plus mobilisateurs. Il est également envisageable d'employer des personnalités publiques et charismatiques pour rassembler autour de cet enjeu. Ces initiatives ne peuvent être envisagées qu'au regard de l'actualité politique et climatique, qui influence beaucoup la visibilité du problème climatique. Deux problèmes ont été soulevés durant la discussion. Premièrement, il est nécessaire de trouver une raison motrice pour impulser un changement : renoncer à son confort et à ses habitudes ne va pas de soi. D'autre part, les moyens investis pour communiquer et agir sur ce problème de santé publique sont pour l'instant insuffisants.

Ateliers

Groupe de réflexion 1 : animé par Valérie Louis, Institute of Public Health, Université d'Heidelberg

Ce premier groupe de réflexion s'était vu attribuer sept questions :

- Qu'est-ce qu'on entend par sensibilisation ?
- Quelles sont les difficultés pour sensibiliser le grand public à la question du changement climatique et de la santé ?
- Quels sont les acteurs importants pour la sensibilisation ?
- Pourquoi les acteurs n'arrivent pas à communiquer entre eux ?
- Quelles sont les solutions et pistes d'actions ?
- Pensez-vous que le terme changement climatique est efficace pour la sensibilisation aux conséquences sur la santé ?
- Comment la coopération franco-allemande pourrait contribuer à sensibiliser sur cette question ?

L'atelier regroupait en majorité des professionnels de la recherche issus de disciplines variées : les sciences de l'information et de la communication, le droit, la santé publique, l'épidémiologie, la médecine, et les sciences politiques. Les participants ont rarement exprimé des oppositions divergentes, et ont essayé de dresser un inventaire des défis à relever, ainsi que des solutions possibles. Le fait que la majorité d'entre eux appartiennent au secteur de la recherche est probablement un facteur d'explication.

La discussion a débuté par un brainstorming d'une dizaine de minutes visant à définir le terme de sensibilisation. La sensibilisation est associée à l'éducation, l'information du public, la communication, la prévention et le marketing (pour la présentation des dispositifs innovants). L'objectif de la sensibilisation est un changement des comportements. Cela repose sur un message qui doit rendre les destinataires réceptifs. Le canal privilégié est généralement celui des médias. Une distinction importante doit être faite entre la pédagogie et la sensibilisation : la pédagogie s'adresse aux enfants (« pedes » en grec), alors que la sensibilisation vise des individus adultes et responsables.

S'il est difficile de sensibiliser le grand public aux impacts néfastes du changement climatique sur la santé, c'est que ce sujet est particulièrement complexe. Il n'existe pas de message simple pouvant être largement diffusé – les scientifiques sont en partie responsables de ce déficit de vulgarisation. L'effort demandé au public est important : il s'agit de bouleverser des habitudes, et de renoncer à certaines formes de confort. De plus, les bénéfices attendus ne sont envisageables qu'à long terme, et de manière collective : chacun aimerait être récompensé pour ses efforts, et voir son voisin se plier aux mêmes exigences. Le manque de visibilité des conséquences de nos actions individuelles est une difficulté majeure. Il apparaît également que

les mauvais comportements sont davantage montrés du doigt que les efforts ne sont récompensés. Il faudrait donc multiplier les incitations et les récompenses. Le fait que les plus riches ne montrent pas l'exemple (il est possible de payer pour polluer, alors que cela n'engage aucune forme de réparation) ne facilite pas l'engouement du plus grand nombre. Enfin, il est difficile (même pour les personnes informées) de connaître l'impact de chacune de nos actions sur le changement climatique. Par exemple, réduire sa consommation de viande permet d'émettre moins de CO₂. Pour autant, la culture de légumes est très consommatrice d'eau : elle doit parfois être limitée dans des zones arides.

Les acteurs du changement climatique sont multiples, puisque chacun de nous est concerné. Pour que le public se sente impliqué, il n'est pas suffisant qu'il s'envisage comme acteur : il faut également qu'il soit bénéficiaire. Les Etats doivent impulser le changement des comportements, et montrer l'exemple. Ce n'est pas le cas, puisqu'un grand nombre de services publics (et notamment le système de santé) sont très consommateurs de carbone. Les Etats sont des acteurs lointains, et les multinationales sont en réalité plus à même de transformer les comportements des populations. Le problème réside dans l'opposition entre la logique de croissance des entreprises et l'objectif de protection de la nature.

Les recommandations énoncées pour limiter l'impact du changement climatique sur la santé ciblent en premier lieu les services publics, qui devraient réduire leur empreinte carbone pour montrer l'exemple. Par ailleurs, il est important de construire des messages simples, et de proposer des solutions applicables par les populations. Des politiques d'incitation (avec des systèmes de bonus et malus) sont envisageables. Les politiques urbaines devraient également favoriser la réduction des émissions de CO₂, en matière de transport et d'habitat. De même, des prix prohibitifs pourraient être imposés à des gestes très consommateurs de carbone : le prix des billets d'avion devrait par exemple être supérieur à celui des billets de train pour une même destination. Il ressort de cet échange que la majorité des solutions pensées relèvent des Etats, et non des individus.

L'emploi du terme changement climatique pour sensibiliser aux conséquences sur la santé comporte des avantages comme des inconvénients. Les participants ont choisi de comparer deux expressions : celle de changement climatique et celle de dérèglement environnemental. Le terme de changement est neutre, voire à connotation positive, ce qui n'incite pas à réagir. De plus, il fait écho à un événement lointain. En revanche, il présente l'avantage d'être mesurable. Le terme de dérèglement insiste davantage sur la dimension problématique du changement, faisant écho à un organisme malade. Il semble également plus actuel. Les effets du dérèglement sont toutefois très flous, ce qui pose un problème de visibilité. Il est difficile de choisir un terme pour désigner ce phénomène car ce n'est pas un problème mono-variable.

Pour finir, la discussion engagée sur la contribution de la coopération franco-allemande a abouti sur une volonté de partager mutuellement les bonnes pratiques en matière environnementale.

Groupe de réflexion 2 : animé par Karl-William Sherlaw, Centre Virchow-Villermé, USPC

Ce second groupe de discussion s'est penché sur trois questions :

- Qu'est-ce que la sensibilisation ?
- Quelles sont les difficultés auxquelles nous avons affaire quand il s'agit de sensibiliser ?
- Qui sont les acteurs de la sensibilisation ?

Cet atelier regroupait des participants d'horizons divers : des spécialistes en communication, des étudiants en santé publique et des professeurs de matières scientifiques. Il a été intéressant de constater une certaine opposition dans les points de vue concernant la sensibilisation. Alors que les professionnels de la communication s'attachaient à décrire une sensibilisation venant des citoyens, les chercheurs et professeurs semblaient accorder une plus grande importance à une action provenant des Etats. L'ordre de priorité semblait être inversé. Dans le premier cas, l'initiative doit provenir des citoyens. Ce sont donc ces derniers qui doivent être sensibilisés en priorité, par des initiatives de masse. Une fois sensibilisés, les citoyens vont créer une demande à laquelle les hommes politiques devront répondre. Dans le second cas, ce sont les Etats qui doivent mettre en place des infrastructures ou des moyens facilitant la préservation de l'environnement. Une fois ces initiatives mises en place, les citoyens vont d'eux-mêmes modifier leur comportement.

Le même raisonnement a été suivi au sujet des entreprises. Ici aussi deux points de vue ont divergé. Le premier point de vue reprenait le premier raisonnement expliqué ci-dessus : les citoyens créent eux-mêmes la demande à laquelle l'entreprise doit s'adapter. La priorité est donc d'informer et de sensibiliser les citoyens. Le second cas est là aussi inversé : en sensibilisant les entreprises, les clients vont s'habituer à un marché présentant des produits respectueux de l'environnement et donc adapter leurs habitudes.

Pour savoir quel point de vue est le plus adapté à la question du climat, le groupe de réflexion a recherché les différents aspects de la sensibilisation. Là aussi, deux points de vue se sont opposés. La sensibilisation peut en effet être décrite comme une action paternaliste, unilatérale, un transfert d'information et de motivation permettant à la population de comprendre une idée. Cette motivation sera par la suite, dans le meilleur schéma, transformée en engagement et en action. Mais la sensibilisation a aussi un aspect émotionnel. C'est une information transmise par des outils émotionnels, suscitant un intérêt personnel. Elle doit par-dessus tout être adaptée au groupe auquel elle s'adresse. Ce dernier point est d'ailleurs l'un des seuls qui a soulevé un consensus général. Tous les participants à l'atelier ont convenu que pour sensibiliser à une idée, il fallait d'abord établir des groupes cibles et créer des messages adaptés. Si le groupe cible est constitué de dirigeants politiques, le message devra être transmis différemment d'un groupe constitué d'étudiants. Les participants ont ainsi reconnu l'importance des sciences de la communication et de la sociologie pour établir ces groupes cibles et les messages adaptés.

La discussion s'est ensuite orientée plus précisément sur le changement climatique. La plupart des participants ont reconnu que l'idée du changement climatique était une idée trop large, dénuée de notion personnelle. Des messages plus ciblés sont nécessaires. La santé est pour cela un argument intéressant même s'il reste insuffisant car trop large. La santé est en effet présente dans presque tous les aspects du changement climatique. Pour créer un message fédérateur, il est important d'analyser le mot « santé » et de trouver des aspects adaptés à chaque groupe défini. Il a été ajouté que les messages trop impératifs pouvaient difficilement fonctionner, même si à long terme, ils sont nécessaires.

Lorsqu'on regarde en effet l'histoire de la santé publique, la plupart des succès ont été obtenus grâce à des législations nationales ou européennes. Toute la question reste donc celle des priorités : à qui doit-on communiquer en premier pour être véritablement efficace ? La principale solution retenue consiste à établir un panel de choix d'actions parmi lesquelles chacun pourrait choisir. De cette façon, les messages sembleraient moins impératifs et plus adaptés à chacun d'entre nous.

En conclusion, sensibiliser, c'est d'abord diffuser des informations capables de toucher les groupes auxquels elles sont destinées. Une fois que les idées sont passées, la mise en place d'actions individuelles ou politiques permettra la réalisation de projets efficaces. Une fois le public sensibilisé, la question environnementale peut devenir un argument marketing. Une demande sera créée, ce qui permettra d'inclure le secteur privé dans la protection de l'environnement.

Les États doivent faciliter les processus d'action individuel en créant des infrastructures, en appuyant sur l'éducation. L'état doit rester le moteur des actions. La complexité des liens entre changement climatique et santé reste l'obstacle principal à la sensibilisation. Il faut créer un discours précis et clair, destiné à un public précis. Il faut prendre exemple sur des réussites (tabagisme, consommation de sel). Le secteur public et le secteur de la santé publique doivent être les moteurs des changements, en facilitant le télétravail et le tri sélectif par exemple. Les politiques d'incitation bonus-malus sont souvent efficaces mais la clé réside probablement dans les politiques d'urbanisation comme par exemple les couloirs à vélo. Le rôle des villes est fondamental.

Synthèse des ateliers

Il ressort de ces deux ateliers menés en parallèle que la manière de travailler en groupe varie en fonction des professions des participants. Les chercheurs priorisent l'engagement de l'Etat comme acteur moteur de la lutte contre le changement climatique, quand d'autres participants parient plutôt sur les initiatives privées. La sensibilisation est entendue comme l'information d'un groupe ou d'une population en vue de modifier un comportement. Le message doit donc être clair, précis et adapté à la cible. Le canal de communication doit également être choisi en fonction du contexte. Il est important d'envisager la sensibilisation comme une démarche d'information d'individus responsables, et de ne pas tomber dans une approche pédagogique paternaliste. Les arguments utilisés peuvent faire appel à la raison comme aux émotions des destinataires. Le risque sanitaire n'est pas neutre émotionnellement, et peut par conséquent mobiliser les individus. Les acteurs doivent être engagés à l'échelle individuelle et collective, qu'il s'agisse de protagonistes publics ou privés. Pour cela, il faut rendre accessible un sujet complexe. En effet, le changement climatique n'est pas un problème unilatéral, la population manque de visibilité en ce qui concerne ses conséquences sur la santé, et cet enjeu n'a de sens qu'à long terme et à l'échelle collective. Si l'on veut mobiliser, il semble indispensable de promouvoir des actions réalisables, d'inciter les comportements vertueux, et de travailler à l'échelle des communes.

Conclusion générale

Le décalage est grand entre la réception par le public de l'information et sa mobilisation. Les scientifiques sont en devoir de construire des messages clairs et simples pour permettre à chacun de réduire son impact sur le changement climatique. Pour que cela soit possible, tous les acteurs doivent être mobilisés : les services publics en premier lieu, les ONG et les associations, le secteur privé et industriel, les universitaires et les enseignants. Une attention particulière doit être portée aux professionnels des médias : ils sont un acteur clé de la sensibilisation. Cette mobilisation doit s'inspirer des « success stories » de la santé publique (la lutte contre l'amincissement de la couche d'ozone, la diminution du tabagisme, de la consommation de sel). La question du financement est déterminante : les initiatives franco-allemandes bénéficient de fonds importants, cette opportunité doit être utilisée.

L'ensemble du travail réalisé au cours de cette journée est une excellente préparation pour le World Health Summit qui se tiendra à Berlin en octobre 2015, et qui permettra de prendre des engagements. La perspective de la COP21 donne également une visibilité nouvelle aux conséquences sanitaires du changement climatique.

Charlotte Lanièce et Liane Huttner