

Nécessaire pédagogie

Au terme d'une enquête de plusieurs mois, des chercheurs de la Chaire Pégase, dirigée par Paul Chiambaretto, viennent de rendre public un très intéressant rapport. Intitulé *Les Français et l'impact environnemental du transport aérien : entre mythes et réalités*, le travail de recherche est parti d'une intuition exacerbée par le phénomène scandinave du *flygskam* ou « honte de prendre l'avion ».



« Alors que le transport aérien a un impact en termes d'émissions de CO₂ relativement limité (entre 2 et 3 % selon le consensus des scientifiques) et réalise des progrès pour réduire son empreinte environnementale, il fait l'objet d'une polémique sur son impact en matière d'émissions carbone », soulignent les auteurs qui, sur la base de « cette situation paradoxale », ont donc cherché à disséquer « de plus près la perception des Français de l'impact environnemental du transport aérien ».

Le résultat de cette enquête à laquelle un échantillon national représentatif de nos concitoyens a participé souligne plus que jamais la nécessaire mobilisation de tous les acteurs de la chaîne du transport aérien. Et pour cause : plus de 80 % des interrogés pensent que l'aérien

pollue plus que les activités liées à Internet et celles du textile et de l'habillement, alors que les émissions de CO₂ de ces deux secteurs sont deux fois, voire quatre à cinq fois supérieures.

Pire, « les Français ont généralement une connaissance modérée des mesures mises en place pour réduire l'empreinte environnementale du transport aérien. Ainsi, plus de 70 % des répondants surestiment la consommation des nouvelles générations d'avions ». A la lumière de ces réponses, il apparaît très clairement que le *flygskam* est le résultat d'une méconnaissance de la contribution du secteur aérien aux émissions totales de CO₂ et des efforts mis en place par le secteur pour réduire ses émissions.

Bref, un gros travail de pédagogie attend donc les différents acteurs concernés. Mais pas seulement. Il faudra aussi que le secteur soit « exemplaire dans la réduction de son empreinte environnementale en poursuivant sa démarche et en adoptant des objectifs encore plus ambitieux ». A condition que « l'ensemble des acteurs coopèrent entre eux » et que « de nouveaux business models soient adoptés », conclut le rapport réalisé par sept chercheurs, dont Paul Chiambaretto.