



Mai 2012

Bilan Carbone[®] des Campagnes Présidentielles

Analyse et bilan final par B&L évolution

A large, stylized butterfly graphic in a teal color, positioned in the lower right quadrant of the page. It is partially overlapping the 'Contact Presse' text and the contact information below.

Contact Presse

*Adeline Carrié
09 81 49 72 59*

presse@bl-evolution.com

Durant plus d'un mois, nous avons calculé jour après jour, meeting après meeting, le Bilan Carbone® des candidats. Cette expérience (éprouvante !) fut riche d'enseignements. La campagne présidentielle s'achève et il est temps d'en tirer le bilan... carbone.

Le Baromètre Carbone

Le périmètre

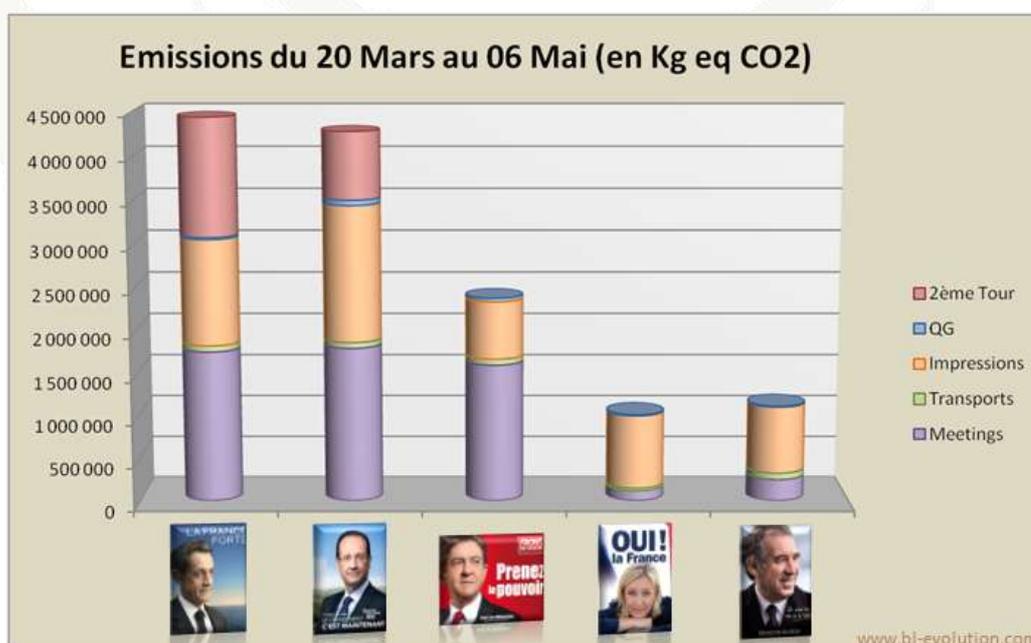
Pour effectuer le Bilan Carbone® des campagnes présidentielles, nous avons pris en compte 4 postes d'émissions :

- les émissions liées aux impressions de tracts et affiches
- les émissions liées au QG de campagne et à l'équipe de permanents qui anime la campagne
- les émissions liées aux déplacements des candidats et de leurs équipes
- les émissions liées aux différents meetings tenus par les candidats

Nous nous sommes restreints à l'analyse des **émissions des cinq candidats dépassant les 5% d'intention de vote** au premier tour des élections, d'après les sondages.

Ce choix nous a permis d'éviter un biais important : les candidats qui ne dépassent pas les 5% voient la participation financière de l'Etat à leur campagne réduite à l'enveloppe budgétaire distribuée à tous les candidats – environ 800 000€, contre 8 millions € remboursés aux candidats dépassant les 5% - ce qui limite fortement leurs possibilités d'action. Ainsi, ayant moins de liberté d'action, leur campagne est nécessairement plus modeste en termes de rassemblement, de déplacements et de communication et, de fait, moins consommatrice de Gaz à Effet de Serre (GES). Pour éviter une comparaison hasardeuse entre ces candidats et les cinq premiers, nous avons pris le parti de ne pas afficher leurs émissions.

Les résultats



Nous suivre :

Facebook : www.facebook.com/BL.evolution

Twitter : @bl_evolution

Sans grande surprise, les candidats présents au second tour ont un Bilan Carbone® plus conséquent. De manière plus générale, ce sont les candidats ayant rassemblé un plus grand nombre de militants lors de leur meeting qui sont en tête.

Nous avons rapidement pu constater que les deux postes principaux étaient liés aux **impressions** et aux **meetings**. C'est donc sur ces postes qu'il faut se concentrer si l'on souhaite réduire son empreinte carbone. Par ailleurs, on remarque un fait intéressant : le poste *meetings* est celui qui affiche la plus grande variabilité d'un candidat à l'autre.

Le Bilan Carbone® des cinq candidats pour la campagne présidentielle est de 13 250 tonnes équivalent CO2, ce qui correspond à 1300 tours du monde en voiture ou la distance équivalente à 67 allers-retours Terre-Lune.



Est-ce beaucoup ? Analyse et mise en contexte

Si l'on s'en tient à ces chiffres, cela représente une quantité certaine d'émissions de GES. Il faut cependant relativiser ces émissions au regard de l'enjeu qu'elles représentent. Les élections présidentielles qui ont lieu une fois tous les 5 ans constituent actuellement l'événement politique le plus rassembleur en France.

Remettons donc ces chiffres en contexte. En rapportant ces 13250 tonnes éqCO2 au nombre d'électeurs – c'est-à-dire près de 50 millions – on obtient **une quantité d'émissions de 250 g équivalent CO2 par électeur. Soit à peine 2 km en voiture chacun ou encore l'équivalent d'un bon morceau de viande.** Ainsi, si chacun de nous consentait à faire un effort exceptionnel en remplaçant un déplacement de 2km en voiture par l'équivalent à pied ou en se privant de viande au cours d'un repas, nous compenserions intégralement les émissions de cette campagne.

Plus éloquent, saviez-vous que durant la même période, du 20 mars au 6 mai, une grande compagnie pétrolière française, **Total connaissait une fuite de gaz sur sa plateforme située en mer du Nord ?** Passée plus ou moins inaperçue dans les médias car éclipsée par l'actualité politique, **cette "petite" fuite** – qui représente un gâchis pur et simple d'énergie fossile – **représente plus de 18 000 tonnes équivalent CO2, soit plus que toutes les émissions liées aux campagnes présidentielles !**

Nous suivre :

Facebook : www.facebook.com/BL.evolution

Twitter : @bl_evolution

Conclusion : Oui, les campagnes présidentielles génèrent une quantité non négligeable de GES et il existe une marge de manœuvre pour le réduire, cependant :

- Les émissions générées dans le but d'exercer notre citoyenneté et de rassembler les individus sont essentielles et nécessaires, contrairement à d'autres qui pourraient/devraient être évitées
- Nous sommes en mesure de jouer notre rôle de citoyen en compensant individuellement les émissions générées au travers de gestes simples au quotidien

Retour sur la prise en main du baromètre

Malgré l'interprétation de certains média, précisons qu'au cours de notre étude les émissions n'ont pas été qualifiées de pollution.

L'intérêt de notre étude était bien d'avoir un ordre de grandeur des émissions liées à cet événement ainsi que d'en identifier les principales sources. Il n'était pas de lancer un regard accusateur sur les candidats, d'autant que le Bilan Carbone® que nous avons réalisé reprend un ensemble d'émissions « indirectes ». Ainsi, lorsque les citoyens se déplacent au meeting d'un candidat, on ne peut pas tenir le candidat pour responsable des émissions liées au déplacement des citoyens, on ne peut que constater que ce meeting a généré un certain nombre d'émissions de GES.

Face aux enjeux du changement climatique et à l'épuisement des énergies fossiles, nous sommes tous impliqués et devons changer ensemble nos comportements. Ce changement est complexe et correspond certainement au plus grand défi que l'humanité ait connu jusqu'à présent. Nous avons besoin de personnes pour nous guider dans ce changement, pour prendre les bonnes décisions. C'est le rôle de nos représentants. **Espérons que le nouveau président prenne la mesure de la tâche qui l'attend et sache positionner la France comme un précurseur de la transition énergétique mondiale.**

Focus sur les différents des postes

Poste meetings

Etat des lieux

Comme nous l'avons indiqué plus haut, ce poste est celui qui a le plus différencié les candidats, chacun ayant utilisé d'une stratégie différente pour communiquer avec les citoyens.

Analyser la campagne sous l'angle du carbone s'est révélé être un nouvel indicateur de l'impact et du rayonnement des réunions publiques des candidats.

Ainsi, durant la campagne pour le premier tour, **77 meetings ont eu lieu** avec une intensité très variable d'un candidat à l'autre (François Hollande : 26 meetings, Nicolas Sarkozy : 21, François Bayrou : 14, Jean-Luc Mélenchon : 11, Marine Le Pen : 5). Ajoutons ensuite 11 meetings entre les deux tours pour Nicolas Sarkozy et 8 pour François Hollande

Si les deux premiers candidats ont sillonné la France de part et d'autre, les stratégies adoptées par les trois autres se démarquent. En effet, Marine Le Pen s'est focalisé sur un petit nombre de meetings, ceux-ci étant toujours situés dans des grandes agglomérations, avec un nombre moyen de 3000 participants par meeting.

Nous suivre :

Facebook : www.facebook.com/BL.evolution

Twitter : [@bl_evolution](https://twitter.com/bl_evolution)

François Bayrou s'est voulu plus proche du terrain en organisant des meetings plus nombreux mais plus modeste – en dehors de son meeting parisien, il réunit un peu moins de 2000 personnes à chaque meeting. Enfin, Jean-Luc Mélenchon a gagné en visibilité grâce à ses grands rassemblements en plein air. Bien qu'ayant deux fois moins de meetings à son actif que les deux candidats principaux, il a rassemblé plus de 300 000 citoyens – contre 200 000 pour Nicolas Sarkozy et 225 000 pour François Hollande.

Analyse

Le **poste meetings** est principalement **impacté par les déplacements des citoyens** à ces rassemblements – entre 85 et 90% du total des émissions. Les émissions restantes sont liées à l'énergie utilisée lors du meeting – éclairage, son, chauffage... – aux programmes, drapeaux, affiches et autres goodies distribués durant le meeting, ainsi qu'à l'organisation en tant que telle.

Pistes de réduction

Il est bien évident que l'objectif n'est pas de réduire le nombre de participants. Nous soutenons qu'il est important que chacun puisse entendre et approcher le candidat qui les représente.

Cela étant, il est tout de même **possible de discerner quelques bonnes pratiques** pour diminuer son empreinte carbone sur le poste meetings :

- 🌿 Bien **mailler le territoire** afin de permettre à tous les citoyens de pouvoir assister à un meeting sans devoir parcourir un trop grand nombre de kilomètres
- 🌿 Le choix du lieu est important également : **privilégier les lieux en centre-ville**, qui permettent de venir en train ou en transport en commun plutôt que de prendre la voiture
- 🌿 **Mettre en place des navettes** entre la gare et le lieu du meeting
- 🌿 Proposer des **tarifs préférentiels sur les billets de train** pour inciter les personnes à se déplacer en train. Mettre en place des moyens de transport en commun (bus ou train affrété spécialement), le train ayant un avantage en termes d'émissions par rapport au bus.
- 🌿 Sensibiliser et communiquer sur les possibilités de faire du **covoiturage**. Par exemple, une plateforme de covoiturage présente sur les sites de campagne aurait pu permettre aux militants de se retrouver.
- 🌿 Estimer le nombre de participants et **prévoir une salle aux dimensions adaptées** : en plus de renvoyer une image négative par le manque d'influence, le fait de choisir une salle à capacité d'accueil supérieure au besoin entraîne une dépense énergétique superflue.
- 🌿 Nous avons assisté cette année au retour des **meetings en plein air**. Ne pas utiliser de salle permet de réduire sa facture énergétique, mais aussi de ne pas limiter le nombre de participants
- 🌿 A l'heure des nouvelles technologies, les **retransmissions en direct** de l'ensemble des meetings devrait être systématique afin de limiter les grands déplacements tout permettant l'accès libre aux meetings

Nous suivre :

Facebook : www.facebook.com/BL.evolution

Twitter: @bl_evolution

Poste impressions

Deuxième poste en termes d'émissions, les impressions correspondent à :

- 1 820 tonnes de papier imprimé pour les tracts ou affiches de campagne
- 2 500 tonnes pour les déclarations des 10 candidats

Sur ce poste la première place revient à François Hollande avec un total, de 1 620 tonnes équivalent CO₂, émissions notamment liées à l'impression en 15 millions d'exemplaires du livret de 42 pages présentant ses 60 propositions.

Ressurgit aussi le débat sur **le vote électronique**. La présence de telles machines permettrait de se passer d'une quantité non négligeable de papier. En effet, les bulletins, imprimés au total en 1 200 millions d'exemplaires pour les deux tours représentent 800 tonnes de papier soit une quantité d'émission supplémentaire près de 1 000 tonnes équivalent CO₂ – non comptabilisée ici.

A noter qu'outre l'impression propre des documents, nous avons inclus dans ce poste les déplacements de fret nécessaires pour acheminer les documents à destination. Ces déplacements représentent environ 10% du poste impressions, un peu plus lorsqu'il s'agit de transporter les documents par avion, notamment dans les DOM-TOM.

Le transport des impressions jusqu'aux sièges locaux des partis induisant de nombreux déplacements, il est possible de réduire le poste impressions en imprimant directement sur place. C'est une option privilégiée par certains partis qui fournissent à leurs militants locaux des kits d'impressions (imprimantes...) plutôt que les tracts eux-mêmes. Outre la suppression d'une partie des transports (il en reste nécessairement pour acheminer les tracts jusqu'à leur zone de distribution), cela permet à chaque antenne locale de gérer au mieux son stock en imprimant un minimum de tracts superflus.

L'utilisation de **nouveaux canaux de diffusion et d'information** représente très probablement le meilleur moyen de réduire les émissions de ce poste tout en impactant les électeurs.

Postes déplacements et QG

Ces deux postes ne représentent pas une part conséquente des émissions des campagnes. Néanmoins, des actions peuvent être mises en place afin de minimiser leur impact :

- 👉 Privilégier les **déplacements en train** ou en voiture (en évitant les sièges vides) plutôt qu'en avion
- 👉 **Limiter le nombre de personnes** présente dans l'équipe qui se déplace
- 👉 Ainsi que toutes les bonnes pratiques liées à l'utilisation de locaux dont vous trouverez de nombreux exemples sur internet.

A noter que ce poste pourrait être plus important si nous avons considéré les émissions relatives à la aux déplacements des média qui suivent en permanence les candidats. La prise en compte de ces déplacements auraient permis d'entrevoir de nouvelles pistes de réduction mais qui portent à interrogation quant à l'utilité de l'ensemble des déplacements des journalistes. Par exemple, on peut se demander : était-il nécessaire que plus d'une quarantaine de véhicules suivent François Hollande le soir de son élection, dans des conditions de sécurité pour le moins précaires ?

Les bonnes pratiques des campagnes

Durant cette campagne, certains candidats ont mis en place – volontairement ou non – des mesures qui ont eu un impact favorable sur leur Bilan Carbone®. Ainsi, nous avons apprécié :

- ✎ les **grands rassemblements publics** de Jean-Luc Mélenchon. Il prouve ainsi qu'il n'est pas indispensable d'avoir un budget conséquent pour toucher un nombre important de citoyens. D'autre part, contrairement aux grands rassemblements parisiens des deux principaux candidats, Jean-Luc Mélenchon a visé un public plus régional en organisant de grands meetings en province.
- ✎ La **réunion publique multi-diffusée** de Nicolas Sarkozy entre les deux tours, permettant à un public large d'assister partout en France au discours du président sortant sans avoir à traverser la France
- ✎ **L'utilisation du train** de François Hollande lors de ses déplacements, permettant de limiter l'impact carbone de ses déplacements propres et d'agir ainsi sur un poste qu'il maîtrise complètement.
- ✎ **L'appropriation des réseaux sociaux** par les candidats et notamment par Marine Le Pen qui répondait aux questions posées par les internautes sur Twitter lors de son meeting à Henin-Beaumont.
- ✎ Le choix fait par François Bayrou d'**utiliser le siège de son parti comme QG de** campagne plutôt que d'investir de nouveaux bâtiments.
- ✎ En matière d'impressions, Jean-Luc Mélenchon est le seul des 10 candidats à avoir fait **imprimer sa déclaration à destination des habitants de la Réunion sur l'île même**. En plus de réduire son bilan carbone – en évitant de transporter en avion les tracts imprimés – cela contribue à développer l'économie locale.

Conclusion

Aujourd'hui, le carbone est partout et nous en sommes complètement dépendants. Nous ne pouvons nous en passer et pourtant les ressources d'énergies fossiles commencent à s'épuiser. Ce qui fut pendant près d'un siècle le moteur de la croissance s'avère aujourd'hui être le responsable de la récession et des crises à répétition comme le montre la forte corrélation entre le PIB mondial et la production de pétrole. Alors plutôt que de se retrouver dans la situation d'un Junky en manque, il est temps d'entamer une cure de désintoxication collective à grande échelle, qui ne se fera pas en un jour, ni même en un an ! Plus nous commençons tôt, moins celle-ci sera difficile à encaisser.

Sur la base des travaux réalisés par l'association [Avenir Climatique](#), [l'Ademe](#) a mis au point le [coach carbone](#) qui permet à chacun de prendre en main son bilan carbone personnel. Le bilan carbone d'un français moyens se divise en 4 grands postes sur lesquels il est possible d'agir :

- Transports : **limiter l'utilisation de transports énergivores** (utilisation raisonnée de la voiture et de l'avion, adopter une conduite plus souple...)
- Alimentation : **préférer des produits locaux et de saison**, ne pas consommer trop de viande rouge...
- Logement : **bien isoler son logement, ne pas trop chauffer** et n'éclairer que lorsque c'est nécessaire...
- Equipement : ne pas succomber aux sirènes de la surconsommation, **prolonger la durée de vie de ces équipements électroniques**

Nous pouvons tous agir au quotidien pour réduire notre empreinte carbone, mais **la première action est de prendre conscience de la nécessité de le faire**. Ainsi, les gestes au quotidien **seront perçus comme des victoires** et non comme des contraintes !

Finalement, se préoccuper de son bilan carbone, permet d'avoir une nouvelle grille de lecture de ses activités et permet d'orienter une prise de décision. Plus qu'un simple bilan de ses émissions c'est une véritable aide à la décision qui permet de **faire des choix plus responsables** sans porter préjudice aux objectifs définis.

Alors, à nous de jouer !