

Débat public sur « **L'avenir de la nature** »
Jeudi 26 mars 2009 à l'hôtel Bern, Berne

L'avenir de la nature : Ce qui va changer dans la relation entre l'homme et la nature

Exposé de Nicole Lüdi, chercheuse à l'Institut Gottlieb Duttweiler GDI

Hypothèse de base, mandat

La nature se fait dans la tête des gens. Belle et généreuse, ou hostile et menaçante, robuste ou fragile, d'abord terre sauvage, œuvre créée, jardin enchanté, terrain d'aventures ou source de subsistance : tout cela est lié à la représentation que l'on se fait d'elle. Ces représentations décident de ce que nous percevons comme étant la nature, perception qui est à la base de la valeur que nous lui attribuons – et qui finalement détermine la manière dont nous la traitons. Donc, celui qui peut influencer l'image que nous nous faisons d'elle a une emprise sur son avenir.

Dans « L'avenir de la nature », l'Institut Gottlieb Duttweiler (GDI) étudie, sur mandat de Pro Natura, comment la relation entre l'homme et la nature va évoluer en Europe occidentale au cours des vingt prochaines années.

Méthodologie

L'étude a été réalisée en trois étapes.

1. La première a consisté à réunir les représentations courantes dans diverses disciplines, allant de la psychologie à la sociologie, en passant par les sciences naturelles. On peut les classer en quatre champs thématiques subordonnés.
2. Puis 42 experts des tendances les plus diverses ont débattu sur la manière dont la relation entre l'homme et la nature changera à l'avenir (interviews et ateliers).
3. Les résultats de l'analyse de cet ensemble de représentations ont donné lieu à la formulation d'hypothèses ou théories sur les caractéristiques de la relation future entre l'homme et la nature. Elles ont servi de base à l'élaboration d'options d'actions pour la protection de la nature de demain.

Caractéristiques de la relation en 2029

1^{re} théorie : l'économie reprend les tâches de la protection de l'environnement et de la nature

De plus en plus, l'économie découvre le potentiel des images de la nature : les commercialisations de l'aspiration au naturel, de l'adhésion au concept de durabilité en tant que mode de vie « correct », des peurs liées aux changements naturels, vont fleurir. L'économie va donc reprendre à son compte deux tâches centrales de la protection de la nature : 1. Attirer l'attention : avec des actions publicitaires de grande envergure. 2. Prendre soin de la nature là où cela sert ses intérêts : la nature est devenue partie intégrante de la palette de ses produits.

2° théorie : la concurrence entre les interprétations devient plus forte

La compétition sur qui arrivera le mieux à imposer sa vision dans la tête des gens se fait plus féroce, non seulement parce qu'il y a plus de fournisseurs, mais aussi parce qu'il y a toujours plus de thèmes qui mettent en jeu les images de la nature, même ne se rapportant que de loin à cette dernière. Cette concurrence découle aussi du fait que le monde devient de plus en plus interconnecté, et l'homme en est bien conscient. L'individu ne sait plus que choisir : que doit-il soutenir, l'énergie propre et donc les parcs d'éoliennes, ou la protection du paysage ? Le bioplastique fabriqué à partir de matières premières renouvelables, ou l'alimentation mondiale ?

3° théorie : la nature n'est plus une constante sûre.

Pendant longtemps, la nature a été considérée comme une constante relativement fiable. Cette perception est en train de changer : nous voyons sous nos yeux les glaciers fondre au soleil, les campagnes s'urbaniser et les destinations de vacances actuelles condamnées à disparaître sous les flots dans un proche avenir. En outre, la nature devient de plus en plus modelable, à commencer par la nôtre propre (d'être humain). Pour toutes ces raisons, la nature ne sera à l'avenir plus un point fixe sûr.

4° théorie : la relation entre l'homme et la nature est entachée d'hyperpluralisme

Il y a toujours eu diverses images de la nature dans une société ; ce qui va changer, c'est le nombre de celles-ci qui va exploser. C'est lié avec les trois hypothèses précédentes, mais aussi avec l'importance toujours plus grande d'internet et de la mobilité, qui nous confrontent sans cesse avec de nouvelles facettes de la nature. Une vision unique de la nature deviendra l'exception : suivant la situation et le sujet, celle-ci va osciller entre nostalgie, pragmatisme ou angoisse. Le potentiel de contradiction dans les modes de pensée et les agissements de la société va continuer à grandir.

5° théorie : notre relation avec la nature se développe de manière irrationnelle

La nature qui change toujours plus vite, et l'imbroglio des fournisseurs et des thèmes concurrents, ont pour conséquence avant tout que notre relation avec la nature devient toujours plus impossible à cerner. Pour le laïque, se comporter de manière rationnelle avec la nature est devenu pratiquement impossible. Il n'est plus en mesure de vérifier les nombreuses informations parfois contradictoires. L'individu devient ainsi de plus en plus dépendant d'interprétations toutes faites de la nature – avec comme critère de choix crédibilité et plausibilité. La connaissance « objective » cède la place à la confiance « subjective ».

Options d'action pour la protection de la nature de l'avenir

L'étude conclut avec des réflexions sur les options qui s'ouvrent aux organisations de protection de la nature, pour faire avancer leurs requêtes dans un environnement toujours plus compétitif. Ces possibilités sont au nombre de quatre et tiennent compte de l'augmentation de la complexité dans la relation entre l'homme et la nature.

1. NÜV : certification de « Naturinszenierung-Überwachungs-Verein (Association de surveillance de la mise en scène de la nature) »
2. Best Practice Suisse CH : la Suisse, parc naturel extrême
3. Think Tank « Avenir Nature » : recherche interdisciplinaire de solutions
4. Protection de la nature « fin de série » : avocat de la nature marginale

Portrait :

L'Institut Gottlieb Duttweiler, le plus ancien Think Tank de Suisse, étudie l'évolution de la société et de l'économie.

Nicole Lüdi, chercheuse
Gottlieb Duttweiler Institut
Langhaldenstrasse 21
8803 Rüschlikon
Tel. 044 724 62 43
nicole.luedi@gdi.ch
www.gdi.ch