
**Nominé pour le Public Eye Swiss Award 2008
par Greenpeace Suisse:**

Union Pétrolière (UP)

Siège social:	Zürich
Branche:	Association de l'industrie pétrolière suisse
Chiffre d'affaires / Bénéfice net:	non lucratif (chiffre d'affaires 2006 du secteur pétrolier : 17 milliards CHF)
Directeur:	Rolf Hartl
Appartient à:	29 entreprises affiliées
Collaborateurs:	11 (2006)

En bref

Les combustibles fossiles s'avèrent les principaux responsables du réchauffement climatique. Malgré tout, l'Union pétrolière suisse a mené une vaste campagne publicitaire érigée sur l'incohérent slogan « Chauffer au mazout ; pour une meilleure protection climatique ». Cette campagne induit délibérément les consommateurs en erreur, ainsi que les politiciens, qui trop souvent donnent suite aux recommandations du lobby pétrolier. La Commission pour la loyauté dans la publicité a toutefois dénoncé le cynisme de cette stratégie de communication. Certes, ce verdict n'enraye pas l'immense influence du secteur pétrolier sur la politique climatique suisse. Mais cette petite victoire peut générer de nouvelles idées pour les prochaines initiatives visant à responsabiliser les pollueurs, tant sur le plan suisse que planétaire.

Un comportement irresponsable

Dans un rapport publié en février 2007, les experts du GIEC (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat) ont conclu sur la base d'évidences irréfutables que les activités humaines étaient responsables des changements climatiques, et ce essentiellement à cause de la combustion des sources d'énergie fossiles comme le pétrole et le charbon. Ce dernier ne constitue qu'un problème d'ordre secondaire en Suisse car ici il n'y a pas de centrales électriques à charbon. Un mois après la parution de ce rapport, l'Union pétrolière a mené une contre-offensive pour s'assurer le soutien des politiciens et des clients, ainsi que pour redorer son image et celle de ses membres, dont des entreprises et des distributeurs comme Migros et Shell. Par l'intermédiaire de l'agence de publicité Lesch+Frei, le lobby de l'industrie pétrolière suisse a diffusé pendant 2 mois dans l'ensemble de la presse suisse une grande annonce avec l'absurde slogan « Chauffer au mazout ; pour une meilleure protection climatique ». Le message publicitaire soutient que le gain d'efficacité des nouveaux chauffages à mazout, associé à des mesures additionnelles comme les capteurs solaires et l'isolation thermique, réduirait les émissions de CO2 et contribuerait à la protection du climat.

Greenpeace Suisse a soumis une plainte à la Commission pour la loyauté dans la publicité, institution d'autocontrôle des entreprises de publicité. L'ONG dénonce le détournement par l'Union pétrolière de la problématique climatique à ses propres fins, ainsi que la manipulation délibérée des consommateurs et des

politiciens alors que le pétrole s'avère incontestablement le combustible le plus nocif pour le climat après le charbon. Greenpeace attaque aussi l'argument du gain d'efficacité, qui vaut également pour les produits concurrents. Bien que les mesures additionnelles telles que les capteurs solaires et l'isolation contribuent à la protection du climat, elles ne doivent pas être associées à la promotion du chauffage à mazout.

Dans sa justification de 15 pages, l'Union pétrolière omet d'évoquer ces principales accusations. Ce manquement pourrait avoir incité la Commission pour la loyauté dans la publicité à approuver la plainte le 6 novembre et à sommer l'Union pétrolière de s'abstenir de faire de la publicité mensongère dans l'avenir.

Conséquences

Avec ses campagnes commerciales et ses initiatives politiques, l'Union pétrolière continue de saboter une politique climatique suisse responsable. La circulation routière représente la plus inquiétante des atteintes au climat, car les émissions de CO₂ qui en résulte ne cessent d'augmenter. En 2002, l'Union pétrolière a lancé le « centime climatique » comme une alternative directe à la taxe incitative sur le CO₂. Le Conseil fédéral a approuvé cette proposition en 2005, bien qu'elle ne renverse pas la tendance. Si une partie des revenus générés par le centime climatique financera des projets marginaux pour le climat en Suisse, la majeure partie des recettes sera affectée à l'achat de certificats d'émission étrangers, afin de couvrir la majorité de la réduction de CO₂ à laquelle la Suisse s'est engagée en vertu d'accords internationaux. Ce n'est pas la première fois que le lobby du combustible fossile réussit un tel coup au niveau politique et législatif. Par conséquent, les pays industrialisés perdent tout leur crédit dans la protection du climat, puisque leurs émissions de CO₂ augmentent quotidiennement.

Situation actuelle et revendications

Fort de ce petit succès, Greenpeace persévère sur cette voie. L'ONG étudie les possibilités de reconduire des actions en justice contre ceux qui portent atteintes au climat et cherche les moyens d'établir un précédent légal pour un 'droit à être protégé contre les changements climatiques dus à l'homme'. De plus, Greenpeace demande à l'Union pétrolière de ne plus s'opposer aux mesures pour la protection du climat qui s'accompagne d'une réduction de la consommation de pétrole. Le nouveau parlement suisse doit prendre ses distances avec les projets de « protection du climat » proposés par le lobby pétrolier et se soustraire à son influence. Comme les pays alpins sont particulièrement menacés par les changements climatiques, la Suisse a un intérêt vital à ce que les émissions de CO₂ diminuent dans le monde. Mais la Suisse ne peut pas exiger des autres qu'ils passent à l'action sans se fixer elle-même des objectifs ambitieux en matière de protection du climat et les atteindre.

Pour plus d'informations:

- www.greenpeace.ch/fr/campagnes/energie/energie-news-singe-fr/archive/2007/may/article/plainte-de-greenpeace-contre-union-petroliere-1/
- www.erdoel.ch
- www.lauterkeit.ch