

Texte :

Les industriels cherchent à recycler des produits qui ne devraient même pas exister : les objets à usage unique. En réalité, même triés, une grande partie d'entre eux ne sont pas recyclés. Les industriels cherchent à faire croire que grâce au recyclage ce type de consommation peut devenir soutenable. C'est un mensonge.

L'enfumage*, c'est lorsque le recyclage, son objectif ou son discours dissimule quelque chose que l'on ne veut pas montrer au public. C'est par exemple lorsqu'un écran de fumée dissimule le fait que le jetable représente une consommation de ressources et une production de déchets énormes. Il sert en plus de justification et d'alibi* au jetable. On fait passer le recyclage pour ce qu'il n'est pas lorsque l'on dresse le portrait d'une économie circulaire*idéale sur le modèle du cycle biologique. C'est une image fausse. L'économie circulaire du recyclage comprend des pertes, des dégradations de matériaux, des consommations d'eau et d'énergie inhérentes aux procédés utilisés. Tout cela fait qu'un recyclage à l'infini n'est pas possible.

En plus, les industriels cherchent à noyer le poisson à travers des engagements volontaires. Le simple fait d'annoncer des intentions se substitue parfois au fait d'agir. Certaines marques n'hésitent pas à reformuler des intentions et des objectifs chaque année sans faire la moindre analyse de leur progression. Ces entreprises passent leur temps à communiquer sur des objectifs de plus en plus ambitieux sans communiquer sur leurs résultats. C'est un problème. Et d'autant plus quand leurs stratégies d'influence retardent le fait que des réglementations contraignantes se mettent en place.

Le recyclage peut d'abord être instrumentalisé à des fins de marketing. Il sert alors d'argument de vente pour nous pousser à acheter plus, à renouveler plus fréquemment nos achats. C'est par exemple le cas lorsque des marques offrent des bons d'achats en échange de vêtements rapportés pour du recyclage.

Le recyclage devient l'instrument des lobbies pour éviter des réglementations contraignantes qui s'attaqueraient au jetable. Cette vision enjolivée du recyclage découle des campagnes de communication qui mettent systématiquement en avant le geste de tri sans évoquer les limites du recyclage. Cela crée une image fausse du recyclage dans l'esprit du grand public, à savoir qu'il constitue la solution au problème des déchets et des ressources. Le public pense que s'il est aussi souvent

mis en avant par les campagnes de sensibilisation, c'est qu'il est suffisamment efficace pour prendre à bras le corps cette problématique. Or, ce n'est pas le cas. Le recyclage est indispensable mais insuffisant.

Il ne faut pas que la communication sur le recyclage devienne une contre incitation à la prévention. Les connotations positives sur le recyclage l'emportent sur le fait de ne pas surconsommer ou gaspiller. En effet, par association d'idées positives faite avec le recyclage, un individu peut être amené à surconsommer d'une ressource qui lui est offerte dès lors qu'il sait qu'il y a une possibilité de recyclage.

La crise sanitaire permet d'illustrer certaines limites du recyclage. Si plusieurs centres de tri ont fermé leurs portes temporairement, c'est avant tout car il y a encore beaucoup de main d'œuvre qui manipule les déchets. Le tri n'est pas entièrement automatisé, ils ont fermé par mesure de protection du personnel.

La crise sanitaire illustre à quel point le recyclage est dépendant du cours des matières premières vierges et à quel point celui-ci est volatile*. Si ce cours* chute, il devient beaucoup plus difficile de trouver des débouchés* pour les matières recyclées.

Flore Berlingen, *Recyclage le grand enfumage*.2021

Vocabulaire :

- Enfumage : le fait de donner de fausses informations ou indications.
- Economie circulaire : c'est un nouveau modèle économique qui cible la gestion efficace des ressources et limite l'impact environnemental.
- Alibi : excuse, justification.
- Cours : changement, transformation, évolution.
- Débouchés : issues.
- Volatile : fragile.



A.U : 2021 / 2022

Epreuve de Français (1^{er} semestre)

Nom : Prénom :

Classe : 1^{ère} année

Salle : Place : Matricule :

I/Compréhension : (10 pts)

1) L'auteur considère le recyclage comme un enfumage. Explicitez cette idée.
(2,5 pts)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) Pour quelles raisons le recyclage est instrumentalisé par les lobbies ?
(2,5 pts)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3) Montrez comment les campagnes de communication sont au service des industriels. (2,5 pts)

.....

.....

.....

.....

.....

NE RIEN ECRIRE ICI

4) Pourquoi le secteur du recyclage demeure-t-il fragile ? (2,5pts)

II/Essai : (10 points)

Pensez-vous que les médias contemporains soient toujours au service de l'opinion publique ?

