

Campagne « gore » pour réduire les émissions de CO2 : t'es pas d'accord ? T'es mort !

Author : Jeanne Smits

Categories : [Divers Jeanne smits](#)

Date : 1 octobre 2010

Au début, je n'y ai pas cru. Le site 1010global.org vient de mettre en ligne une vidéo pour inciter tout le monde à réduire ses émissions de gaz carbonique pour éviter le réchauffement climatique. Cela s'appelle « No pressure » (« On ne vous met pas la pression »). Plusieurs saynètes présentent une prof, un directeur, un coach... devant ses élèves, employés ou jeunes sportifs. Qui est d'accord pour réduire ses émissions carbone de 10 % à partir du 10.10.10 (10 octobre) ? La plupart des mains se lèvent. Qui n'est pas d'accord ? – On ne vous met pas la pression, c'est votre choix. 2, 3 mains levées.

Alors la prof, le directeur, le coach... sort son petit boîtier à bouton rouge. Appuie. Les récalcitrants... explosent. Et les autres se retrouvent couverts de sang et de boyaux. T'es pas d'accord ? T'es mort. Déjà...

On peut visionner le film (cliquez sur « Mini Movie ») sur le site anglophone. Personnellement, je ne vous le recommande pas. C'est immonde. Vomitif. A ne pas laisser à la portée des enfants. Si le réalisateur Richard Curtis (*4 mariages et un enterrement*, *Blackadder* et bien d'autres) cherchait à montrer à quel point l'obligation de se soumettre au dogme du réchauffement climatique est dictatoriale, tyrannique, se revêtant de fausse bienveillance et prête à faire taire toute opposition par n'importe quel moyen, c'est réussi. Hélas, il me semble bien que ce ne soit pas le cas.

L'idée, à l'évidence, était de faire parler de la campagne. Et certes le *buzz* est installé. Mais loin de promouvoir les engagements « pour la planète », une telle idée devrait agir comme un puissant réveil des consciences. Ils ne s'affichent plus seulement fous, mais dangereux.

D'autant qu'il n'échappera à personne qu'en éliminant, tels des kamikazes islamistes, quelque 10 % des personnages apparaissant dans chaque saynète, on réduit du même coup de quasiment autant les émetteur de CO₂. Je dis « quasiment » parce que ce sont, à l'évidence, les plus gros consommateurs qui partent les premiers. Et pourquoi pas ? Ne dit-on pas que le monde est trop peuplé et que le plus grand danger pour la planète, c'est l'homme ?

J'en étais cependant à croire que tout cela était franchement trop gros pour être vrai, lorsque j'ai essayé d'en savoir un peu plus sur 10:10 global.

Cela a commencé il y a un an, au Royaume-Uni. On n'y compte plus les signataires qui se sont engagés : personnes privées ou organisations publiques, entreprises et associations, célébrités et anonymes. Ils s'engagent à respecter 10 « tenets » (en réalité, des commandements) pour répondre aux exigences de la campagne. De Microsoft au WWF, des services de santé britanniques à Adidas, vous en trouverez d'autres [ici](#).

*Yann Arthus-Bertrand chez Luc Chatel
pour présenter 10:10 global.*

La France aussi a son [site](#), et de nombreux participants : des particuliers (quelque 4 500 à l'heure qu'il est), mais aussi : L'Oréal, Danone, le Club Marbeuf, Bolloré, La Voix du Nord, Nice Matin, Dassault systèmes, Kindy, Sony, Canon, Capgemini, Effia, Aviva, Neuflyze, Cortal Consors, Prisma Presse. Côté institutionnel, de nombreuses villes, dont Lille, Bordeaux, Le Mans, Douai, Lyon, Cannes, des conseils généraux (Alpes-Maritimes, Deux-Sèvres, Gers...), des écoles. Et l'Education nationale, bien sûr, qui confie la bonne gestion de la campagne à la Ligue de l'enseignement.

Question : approuvent-ils la nouvelle campagne vidéo de 10:10 global ? Parce que cela donnerait furieusement à penser !

Via [MercatorNet](#), site australien qui a immédiatement diffusé cette info, en la commentant de manière très lucide.

Dernière minute : le clip a été retiré du site, explications et lien vers les reprises 100 % identiques sur youtube [ici](#).

© [leblogdejeannesmits](#).