

Les youtubeurs célèbres s'engagent contre le changement climatique

15 novembre 2018 / Alexandre-Reza Kokabi (Reporterre)



Lancée un mois après « Il est encore temps », « On est prêt » est la nouvelle campagne initiée par des youtubeurs pour agir contre les changements climatiques et environnementaux. En relevant des défis quotidiens pendant 30 jours, les vidéastes cherchent à montrer la voie à leurs communautés.

Au fil des trente prochains jours, 62 vidéastes web exploreront des manières de vivre et de consommer respectueuses du climat et de l'environnement. Dans la bande, **Norman** et **Enjoy Phoenix** sont les têtes d'affiche : ils pèsent respectivement 11 millions et 3,5 millions d'abonnés sur YouTube. Leurs chaînes représentent des moyens de diffusion de masse. À partir de ce jeudi 15 novembre, ils relèvent des défis quotidiens, articulés autour de la réduction des déchets, de la sobriété énergétique et d'une alimentation plus saine et locale.

*« Évidemment, changer nos habitudes quotidiennes ne suffit pas à résoudre le problème de fond, mais ça permet au moins de retrouver du pouvoir vis-à-vis d'un défi climatique et environnemental qui semble nous dépasser, explique Elliot Lepers, co-initiateur de la campagne « On est prêt » et fondateur de l'application **90jours**. Avec “On est prêt”, nous montrons qu'il est possible d'agir, nous créons des passerelles entre les solutions individuelles et les interpellations aux politiques et aux industriels, aux niveaux local et national. »*

Pensé en complément de **la campagne « Il est encore temps »** — lancée le mois dernier sur les réseaux sociaux —, le mouvement « On est prêt » est incarné par des vidéastes plus célèbres et aux convictions écologiques *a priori* moins fortes. Mais pas que : ces vedettes seront épaulées par **Le Professeur Feuillage**, **Nicolas Meyrieux** ou encore **L'Effet Chimpanzé**, accoutumés aux enjeux écologiques.

« Ces différences entre les créateurs, leur pluralisme, ont un avantage immense : nous pouvons toucher plein de publics différents, estime Elliot Lepers. Nous avons besoin d'une diversité importante de porte-paroles pour incarner un récit collectif dans lequel tout le monde peut s'inscrire, à savoir la lutte contre les changements climatiques et environnementaux. Sur ces sujets, c'est l'occasion de faire monter en compétence toute une génération de créateurs qui sont, de fait, les personnes les plus écoutées par les moins de trente ans. »

« Avec de l'autodérision, je vais tenter de changer mon rapport à la consommation »

Tristan, de L'Effet Chimpanzé, joue auprès de ses collègues un rôle de conseiller référent sur le véganisme et les conséquences de l'élevage sur l'environnement. À ses yeux, *On est prêt* constitue un moyen efficace de réduire la fracture culturelle entre les sciences du climat et les populations : « *Les youtubeurs sont un peu le grand frère et la grande sœur qu'on a l'habitude de voir, d'écouter et qui, mine de rien, nous inspirent, pense-t-il. Rassemblés, ils pèsent des millions d'individus. Ça rendra le message très percutant.* »

L'humoriste **Swann Périssé** et ses 300.000 abonnés sont aussi de l'aventure. Elle souhaite, à travers ce défi, « *aller plus loin qu'émouvoir ou faire rire ma communauté, utiliser un peu de mon influence pour porter un message, avance la stand-upeuse. Pendant un mois, je vais éviter les supermarchés, soutenir les circuits courts, aller vers le zéro déchet... Je suis un peu la bobo ridicule : avec de l'autodérision, je vais tenter de changer mon rapport à la consommation, en faire des stories rigolotes et partager un peu tout ce qui me passe par la tête. Et puis, je vais certainement m'apercevoir que ce n'est pas si compliqué, et continuer d'être influencée par ces changements !* » souhaite-t-elle.

Placement de produits, vidéos « *à tout va* » dans l'avion... Tristan, de L'Effet Chimpanzé, espère que cette expérience invitera ses collègues à repenser certaines de leurs pratiques : « *En leur donnant l'occasion d'adopter publiquement des habitudes écolos, ces personnes vont être forcées de suivre, par la suite, un principe de cohérence. À terme, leurs chaînes deviendront peut-être de moins en moins consuméristes, et de plus en plus responsables par rapport à tout ça.* »

Dès aujourd'hui, les premiers récits vidéo de ces défis vont pouvoir être visionnés par les abonnés aux différentes chaînes. Vont-ils, à leur tour, s'en emparer ?

Lire aussi : [Ces youtubeurs qui parlent d'écologie au plus grand nombre](#)

Source : Alexandre-Reza Kokabi pour *Reporterre*

Photos : captures de la vidéo « On est prêt » sur [Youtube](#)

- Emplacement : Accueil > Info >
- Adresse de cet article : <https://reporterre.net/Les-youtubeurs-celebres-s-engagent-contre-le-changement-climatique>