

Compensation carbone : payer plus pour sauver la planète ?

➤ par le professeur et chercheur Paul Chiambaretto

CE PROFESSEUR À LA MONTPELLIER BUSINESS SCHOOL ET CHERCHEUR ASSOCIÉ À L'ÉCOLE POLYTECHNIQUE, SPÉCIALISTE DU TRANSPORT AÉRIEN, INTERVIENT DANS DE NOMBREUSES INSTITUTIONS COMME L'ENS CACHAN, L'ENAC ET CENTRALE LYON.

A quelques semaines de la COP21 qui se tiendra à Paris, les différents acteurs du transport aérien s'interrogent sur les moyens de limiter l'impact environnemental de ce secteur. Selon l'Atag, le transport aérien serait responsable de 2 à 3 % des émissions de CO₂ à travers le monde, et nombreuses sont les initiatives mises en place par l'IATA ou l'OACI pour les limiter, en dépit d'une forte croissance du nombre de vols et de passagers.

DES COMPAGNIES AÉRIENNES AUX PASSAGERS.

L'enjeu est important pour les compagnies aériennes puisque leur image environnementale devient un critère de choix de plus en plus important pour les passagers (Hagmann et Al., 2015). La difficulté pour les transporteurs aériens est donc de maintenir un certain niveau de rentabilité tout en essayant de protéger l'environnement (Forsyth, 2011). De nombreuses pistes sont envisagées, parmi lesquelles on retrouve le développement d'avions plus économes en carburant, l'amélioration du taux de remplissage, l'optimisation des procédures d'approche ou de roulage au sol, le recours aux biocarburants, etc. (Macintosh & Wallace, 2009 ; Miyoshi & Mason, 2009). Mais les compagnies cherchent de plus en plus

à transférer une partie de leurs responsabilités sur les passagers en développant des programmes de compensation carbone.

PAYER POUR COMPENSER SES ÉMISSIONS DE CARBONE.

Les programmes de compensation carbone sont des programmes à travers lesquels les passagers d'une compagnie paient de manière volontaire un supplément qui sera investi par la compagnie dans un projet ou dans une association à but environnemental en vue de compenser les émissions en carbone émises au cours du vol (McLennan et Al., 2014). Alors que de plus en plus de compagnies mettent en place de tels programmes, moins de 30 % des passagers en connaissent l'existence et moins de 3 % y participent (Hagmann et Al., 2015 ; McLennan et Al., 2014).

Qui sont donc ces rares passagers prêts à payer plus pour sauver la planète ? Il s'agit d'abord de passagers ayant une forte conscience environnementale et qui considèrent que neutraliser leurs émissions de carbone est une obligation morale vis-à-vis des générations futures (Brouwer et Al., 2008). Ce sont par ailleurs des passagers plutôt jeunes et issus des pays occidentaux, où les problèmes environnementaux sont plus fortement médiatisés (McLennan et Al., 2014).

Mais d'autres facteurs doivent être pris en compte. On observe ainsi que plus un vol est long, plus les passagers sont prêts à payer un montant élevé pour compenser la plus grande quantité de carbone émise (Lu & Shon, 2012). De même, plus les passagers ont une vision claire de l'utilité de leur donation, plus ils seront prêts à donner un montant élevé (Choi & Ritchie, 2014).

VERS PLUS DE COMPENSATION CARBONE : UN CERCLE VERTUEUX ?

Mais avec moins de 3 % de passagers participant à ces programmes, la compensation carbone a du mal à décoller. L'enjeu est crucial car plus le nombre de participants est élevé, plus celui de passagers souhaitant y participer augmente (Araghi et Al., 2014). Comment donc augmenter la participation ? Liu et Al. (2015) mettent en évidence l'importance des labels et la nécessité pour les compagnies de s'associer avec des ONG ayant une forte



réputation pour émettre un signal crédible. Par ailleurs, ils montrent que les passagers sont sensibles à l'image qu'ils donnent d'eux-mêmes en participant. Une communication positive mettant en avant leur engagement pour la planète aurait ainsi un fort impact sur le taux de participation.

Afin de limiter l'impact des émissions de carbone du transport aérien, il semble donc important de rappeler aux passagers qu'eux aussi ont un rôle important à jouer pour sauver la planète. ■

Références

- Araghi Y, Kroesen M, Molin E, Van Wee B, 2014. Do social norms regarding carbon offsetting affect individual preferences towards this policy ? Results from a stated choice experiment. *Transportation Research Part D : Transport and Environment*, 26: 42-46.
- Brouwer R, Brander L, Beukering PV, 2008. A convenient truth : air travel passengers willingness to pay to offset their CO₂ emissions. *Climatic Change*, 90(3): 299-313.
- Choi AS, Ritchie BW, 2014. Willingness to pay for flying carbon neutral in Australia : an exploratory study of offsetter profiles. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(8): 1 236-1 256.
- Forsyth P, 2011. Environmental and financial sustainability of air transport : Are they incompatible ? *Journal of Air Transport Management*, 17(1): 27-32.
- Hagmann C, Semeljn J, Vellenga DB, 2015. Exploring the green image of airlines : Passenger perceptions and airline choice. *Journal of Air Transport Management*, 43: 37-45.
- Liu L, Chen R, He F, 2015. How to promote purchase of carbon offset products : Labeling vs. calculation ? *Journal of Business Research*, 68(5): 942-948.
- Lu J-L, Shon ZY, 2012. Exploring airline passengers willingness to pay for carbon offsets. *Transportation Research Part D : Transport and Environment*, 17(2): 124-128.
- Macintosh A, Wallace L, 2009. International aviation emissions to 2025 : Can emissions be stabilised without restricting demand ? *Energy Policy*, 37(1): 264-273.
- McLennan CJ, Becken S, Batty R, So KKF, 2014. Voluntary carbon offsetting : Who does it ? *Tourism Management*, 45: 194-198.
- Miyoshi C, Mason KJ, 2009. The carbon emissions of selected airlines and aircraft types in three geographic markets. *Journal of Air Transport Management*, 15(3): 138-147.