

Text 27 - Proposition de traduction

Depuis que la Cuyahoga, le répugnant cours d'eau qui arrose Cleveland, a pris feu spontanément il y a une trentaine d'années, les Américains clament haut et fort à travers les sondages qu'ils sont plus verts que les Verts. Bénéficiant d'un large soutien au sein de la population, des agences fédérales comme l'Environmental Protection Agency (Agence de Protection de l'Environnement) et de grands projets fédéraux comme le projet Superfund (Superfonds) n'ont cessé d'utiliser avec pugnacité lois et tribunaux pour contraindre les entreprises et les individus pollueurs à procéder à un grand nettoyage. Les résultats ont été spectaculaires. En Amérique, en effet, l'eau et l'air sont aujourd'hui incomparablement plus purs qu'ils ne l'étaient il y a une trentaine d'années.

Pourtant, les Américains ont beau dire qu'ils veulent un environnement plus propre, ils se montrent souvent réticents à en payer le prix. Des entreprises ont découvert que, contrairement aux Scandinaves ou aux Allemands, les Américains refusent de payer ne serait-ce qu'un infime supplément pour faire l'expérience d'innovations telles que l'électricité provenant d'énergies renouvelables, les matières plastiques biodégradables ou l'essence plus propre. Et ils ne dépenseront pas un sou de plus pour s'acheter des aliments « bio », cultivés sans produits chimiques ni trucages génétiques. Les vives protestations enregistrées en Europe au sujet des produits génétiquement modifiés ne trouvent (à cet égard) aucun écho aux États-Unis : les Américains préfèrent les aliments bon marché.

C'est là le cœur même du dilemme que rencontrent, en Amérique, aussi bien les Verts que les candidats à la présidence. Les Américains tiennent beaucoup aux progrès accomplis par le gouvernement en matière d'écologie, mais ils pensent à leur portefeuille d'abord.

The Economist, September 28th 2000