

# 2050 #16

Développement Durable, Médias et Publicité

Pour stabiliser la concentration atmosphérique de CO<sub>2</sub>, il faut qu'en **2050** les niveaux d'émissions mondiales de carbone soient ramenés à 70% du niveau de 1990. | En cas de réchauffement climatique, jusqu'à 37% des espèces animales et végétales actuelles disparaîtraient d'ici **2050**. | La demande d'énergie va doubler voire tripler d'ici **2050**. Si nous ne faisons rien, il nous coûtera plusieurs points à plusieurs dizaines de points de PIB en **2050** par rapport à une croissance «normale». | Les bouleversements climatiques pourraient, d'ici **2050**, jeter sur les routes quelques 150 millions de «réfugiés du climat» fuyant la montée du niveau de la mer, ou quittant des terres devenues stériles. | En **2050**, il est probable qu'au moins une personne sur quatre vivra dans un pays affecté par des pénuries d'eau douce chroniques ou récurrentes. | La canicule de l'été 2003 pourrait devenir habituelle à l'horizon **2050**. | En **2050**, 60% de l'humanité sera exposée au paludisme, contre 45% aujourd'hui. | En **2050**, le débit moyen des rivières baissera de 10% à 30% en Europe, au sud de l'Afrique et au Moyen Orient. | Au rythme actuel, 40% de la forêt amazonienne aura disparu en **2050**. | Une augmentation des températures de 1°C d'ici **2050** entraînerait une baisse de 60% du nombre de domaines skiables européens. | On estime que la population mondiale pourrait passer de 6,5 milliards aujourd'hui à 9,1 milliards en **2050**. L'essentiel de cette croissance se concentrera dans des pays en développement, où la population passera de 5,3 milliards à 7,8 milliards.

Sources : GIEC, IFEN, Nature, Greenpeace, OMS, OCDE, Rapport Stern,...



## 1000 candidates, 20 gagnantes

Le Grenelle de l'environnement tient pour le moment ses promesses : il est un lieu de proposition. Pas moins de 1000 sont déjà répertoriées, et une vingtaine sera choisie et mise en œuvre.

Seraient déjà dans le tuyau : une réforme du Conseil Economique et Social qui se verrait accoler un troisième adjectif : Environnemental ; un projet pour la qualité de l'air qui bousculera très légèrement l'industrie chimique ; l'amélioration de la performance énergétique des bâtiments ; une taxe sur le carburant pour financer un plan d'investissement dans les énergies renouvelables

(et qui devra être acceptée par des citoyens très dépendants de leur voiture) ; de nouveaux indicateurs du PIB intégrant l'impact environnemental et sociétal de la richesse (le WWF pousse son « empreinte écologique » comme méthode de mesure) ; des limites à l'agriculture intensive ; l'extension de la « triple bottom line » (le rapport social et environnemental) à toutes les entreprises, etc.

Pour l'heure l'échange est dynamique et le collège des ONG a une bonne place dans les débats. Le Ministre Jean-Louis Borloo a lui-même contribué à ce climat coopératif, ayant par exemple invité les ONG à dîner cet été. Les aspects financiers prédomineront au moment de la sélection des propositions, ce qui accroîtra certainement le rôle des collèges des entreprises et de l'Etat. La fiscalité, les

outils financiers, les crédits d'impôts sont d'ores et déjà fortement évoqués. Cependant des couacs demeurent, comme l'absence de médecins dans le Groupe « Instaurer un environnement respectueux de la santé » ! Parmi les trois sujets « tabous », le nucléaire, les OGM et les incinérateurs, l'un d'eux avance, les cultures d'OGM en plein champ (on espère que José Bové ne sera pas en prison et sera là pour s'en réjouir).

Au final, les grands médias seront conviés mi-octobre à relayer le scoop des propositions et si l'une devait concerner la formation au développement durable, il serait souhaitable qu'ils en soient les premiers bénéficiaires pour garantir une information post-Grenelle de qualité.

### Pour suivre en direct le Grenelle de l'Environnement

- ▶ MEDAD : [www.legrenelle-environnement.fr](http://www.legrenelle-environnement.fr)
- ▶ L'Alliance pour la Planète : [legrenelle.lalliance.fr](http://legrenelle.lalliance.fr)
- ▶ Les Verts : [legrenelleenvironnement.fr](http://legrenelleenvironnement.fr) (le suivi du grenelle est piloté par Michèle Rivasi)
- ▶ Les anti-Grenelle : [www.contre-grenelle.org](http://www.contre-grenelle.org) (avec l'incontournable Paul Ariès comme chef de file)

Pas d'adresse spécifique pour le MEDEF pourtant si dominant dans le collège entreprises, ni du groupe de suivi du Grenelle de l'Environnement du Sénat.

Le Japon peut réduire ses émissions de CO2 de 70% d'ici 2050 ! c'est démontré par le sérieux rapport de 2050 Japan Low-Carbon Society

## Agenda de rentrée ( France )



"la géométrie enseignée aux mésanges"(2003) © olivier leroi

En septembre, commencez par rattraper l'été perdu par un tour dans le Lubéron à l'**Université d'été de la Communication pour le développement durable** (voir détail page Dioxyde de pub), puis rendez vous à Paris pour l'expo « **Bêtes et Hommes** » (La Villette 12 sept-20 janv) qui vous offrira le regard d'artistes sur le rapport homme-animal, surtout n'y loupez pas les œuvres d'Olivier Leroi, le meilleur artiste français du sujet. Prenez ensuite au salon **EcoBuilding** (Paris, 18-20 sept) de bonnes idées pour rétrécir votre logement sur le plan énergétique. Faites un break dans le bricolage pour l'**Ethical Fashion Show** (Paris, 11-14 oct), le rendez-vous incontournable de la mode éthique. Il fera ensuite assez chaud pour porter vos nouvelles tongs design à base de tapis souris recyclé au **Festival du Vent** en Corse (31 oct-4 nov), mais évitez le partenaire officiel Aircorsica, privilégiez la solution le train + bateau pour fêter l'écologie. Economisez encore du CO2 et retrouvez vos

héros américains à Paris à la **TBLI** (15-16 nov) : Albert Appelton qui a sauvé la légendaire eau non filtrée bue par les New-yorkais, Jim Marston, l'homme qui a « verdi » l'achat de TXU, le professeur Sethi qui a recalé les poupées toxiques fabriquées en Chine. N'y ratez pas non plus Odilon Audouin le super héros de la lutte anti-blanchiment (tiens c'est le même nom que la rédactrice de 2050 !). Fin novembre, inaugurez votre nouvelle construction verte grâce aux journées **portes ouvertes du CLER** (20-21 nov) : Offrez un café commerce équitable à vos visiteurs dans votre salon 0% COV. Ensuite... c'est le moment de préparer Noël ! Prévoyez vos cadeaux eco-culturels : le livre « Réfugiés climatiques » du collectif Argos (éditions InFolio, sortie le 8 novembre) et le rap « Sauvons la Planète » du groupe Assassin.

Bonne rentrée !

Cape Farewell repart pour la quatrième fois au Groenland avec à bord vingt artistes, musiciens et auteurs !

## Quoi de neuf dans les médias ?



### > GRAND PUBLIC

**NeoPlanet**, le premier gratuit sur le développement durable, sera diffusé chez Virgin, Krys, Nature et Découvertes, etc. à 300 000 exemplaires dès la deuxième quinzaine d'octobre (n° daté novembre), c'est un bimestriel dont la rédaction est assurée par Yolaine de la Bigne, la grande et drôle chroniqueuse. Le financement est publicitaire. [www.neoplanet.eu](http://www.neoplanet.eu) • **TF1** aura une émission hebdo et familiale sur les écogestes dès la rentrée (c'est plus rapide que le projet de portail DD)

• En Italie **www.ambiente.tv** est une nouvelle chaîne thématique grand public sur le DD sur Internet  
 • L'émission télévisuelle canadienne **Eco house** montre comment un citoyen peut aisément construire une maison écologique • Aux Etats-Unis, **NBC Universal** lance « Green is Universal ».

### > PROFESSIONNEL

Une nouvelle lettre trimestrielle B2B **Empreinte Ecologique** est proposée depuis juillet par le WWF, conçue

et rédigée par l'as de l'empreinte écologique Thierry Thouvenot • Le magazine **Planet Libre** va paraître à la rentrée, conçu et piloté par Pierre Robin et Laurent de Gaulle, l'angle est orienté sur l'entreprise et propose de « comprendre le développement durable par ses réalisations ».

### Etude comparée

Une étude américaine publiée dans *Fairness and Accuracy in Reporting* magazine démontre une différence de taille entre deux pays dans le traitement médiatique du réchauffement climatique. Là où les médias anglais foncent, les médias américains freinent l'info sur l'urgence du problème et les efforts internationaux existants, pire, entretiennent le doute et évoquent un « débat non résolu ». Le meilleur exemple, le rapport Stern, qui a été passé sous silence aux Etats-Unis. Pourtant c'est bien aux Etats-Unis qu'existe la meilleure initiative de décryptage des « négationnistes du réchauffement climatique », le site [www.mesmogblog.com](http://www.mesmogblog.com). La France ferait bien d'en faire un consacré à Claude Allègre.

### E-paper

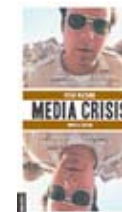
Le 12 septembre Les Echos lancent leur quotidien sur le « Reader », le fameux support qui permet de lire l'encre électronique. En attendant l'ecobilan complet, c'est zéro papier.

Scoop, Treehugger a été acheté par Discovery Channel

## Media Crisis

Le livre incontournable d'analyse des médias de Peter Watkins publié en 2003 et réédité (et réactualisé) en 2007 a été sélectionné pour le « prix du pamphlet » organisé par les éditions Anabet. Auteur de documentaires et spécialiste incontournable des MMAV (Mass Media AudioVisuels), Peter Watkins s'alarme des influences que les MMAV ont sur l'homme et range la menace à un niveau au moins égal au réchauffement climatique. Bien au-delà de l'analyse des sujets traités dans les journaux télévisés,

Peter Watkins insiste sur la forme et dénonce le Monoforme aujourd'hui présent dans 95% des contenus d'info des MMAV. Le Monoforme (une combinaison propre de durée, espace, structure, rythme) implique une baisse de concentration, une perte du rapport à l'histoire et accélère le besoin de changement. du téléspectateur. Pas cool ! A noter en France : un conseil de presse est en projet.



**CleanMedia** | Un media sur le développement durable qui se développe durablement.

### LaRevueDurable



- Slogan :** « Etre ou ne pas être Kyoto-compatible »  
**Activité :** LaRevueDurable est la première revue de vulgarisation francophone sur tout ce qui touche à l'écologie et au développement durable. Cinq numéros par an. Revue indépendante. Existe depuis 4 ans.  
**Objectif :** Encourager le plus possible à passer de la critique dénonciatrice à la proposition concrète, du défaitisme à la responsabilité, de l'indifférence à l'engagement.  
**Contenu :** L'actualité internationale de l'écologie et du développement durable : débats, manifestations, nouveautés éditoriales, campagnes, des interviews de personnalités engagées...  
**Siège :** Lausanne  
**Distribution :** En kiosque en France et en Belgique. Egalement accessible par abonnement depuis n'importe quel point du globe.  
**Revenus :** Le mécénat des « amis de LaRevueDurable » et les abonnements  
**Equipe :** Susana Jourdan, Jacques Mirenowicz, Hélène Gaillard...  
**Actualité :** « Etre ou ne pas être Kyoto-compatible » est un projet d'action citoyenne, visant 100 000 petits guides (en papier recyclé) et un site Internet de calcul carbone. Sur les 162 000 euros recherchés pour le projet, il reste encore 40 365 euros à trouver (chers abonnés de 2050 : ne voudriez pas donner un coup de main aux Suisses ?)  
**Site :** [www.larevuedurable.com](http://www.larevuedurable.com)

## Du côté des agences



Aux Etats-Unis, le **Sustainable Advertising Partnership** vient d'être créé par l'Institute for Sustainable Communication et vise à intégrer la problématique carbone dans le choix des moyens de communication. Rien que pour la publicité dans la presse écrite, l'enjeu est de taille : en 2005 les annonceurs américains ont généré 250 000 pages de pubs dans plus de 50 000 publications. Reste à décider si la solution passe par une simple mesure de compensation, des solutions de substitution ou encore par une pression sur les médias pour qu'ils réduisent leur empreinte carbone.

- En France, l'**AACC Marketing Services** est la première entité de l'AACC a annoncer un plan d'action en faveur du développement durable, avec notamment de la formation en partenariat avec AdWiser et l'ADEME
- Les agences françaises **Jump, Young & Rubicam, DraftFCB** et **Havas Media France** (éditeur de 2050) sont engagées dans un bilan carbone (avec l'ADEME ou

Carbone 4). Jump a d'ores et déjà annoncé une neutralité carbone et un objectif de réduction de ses émissions de 20% d'ici 2012.

- Le **Groupe Havas** (maison mère d'Havas Media France, éditeur de 2050) a annoncé un plan de compensation carbone et un objectif de réduction carbone de 20% d'ici 2009.
- Quatre agences américaines, Crispin Porter & Bogusky, Bartie Bogle Hegarty, the Martin Agency et Y&R participent à l'appel d'offres pour l'Alliance for **Climate Protection** d'Al Gore. C'est un signe clair de début d'indépendance du milieu publicitaire américain vis-à-vis de ses clients voituriers et pétroliers.
- L'**AACC** est le nouveau partenaire de l'Université d'été de la communication pour le développement durable, Pierre Siquier y interviendra.

### AdWiser

L'asso AdWiser pour l'intégration du développement durable dans le secteur de la communication a une rentrée chargée : Formations d'agences, publication d'une étude sur les enjeux du développement durable, propositions pour le Grenelle de l'Environnement, etc. Quatre de ses membres interviendront à l'Université d'été de la communication pour le développement durable (6-7sept, Buoux) et Agnès Rambaud-Paquin interviendra à la rencontre Novethic du 18 septembre sur la mobilisation RSE des salariés. [www.adwiser-blog.com](http://www.adwiser-blog.com).

Le manuel incontournable arrive ! Le Guide de l'eco-communication, ADEME, éditions Eyrolles, sort le 27 septembre

## Sois BBR et tais-toi

Selon la délégation du Sénat aux droits des femmes et l'égalité des chances, « des atteintes persistantes à la dignité de la personne humaine et des représentations stéréotypées » caractérisent le traitement de la femme dans la publicité. Elle pointe du doigt le porno chic, le culte de la minceur excessive et les rôles stéréotypés et le contrôle insuffisant du BVP. Le BVP lui a publié le taux de représentation des types extra-européens dans les publicités : il a doublé, passant de 3 à 6%, un chiffre encore insuffisant, on souhaite que les actions de Stéphane Pocrain (DraftFCB) aideront à le monter.

► Le rapport est disponible à la librairie du Sénat.

## Grenelle de l'Environnement

La « publicité responsable » est l'un des thèmes du groupe 6 « Promouvoir des modes de développement écologiques favorables à la compétitivité et à l'emploi ». Pour le moment le groupe avance plus vite sur d'autres thèmes que la pub. La présence de Patrick Viveret, Basile Gueorguevsky et Eric Guillon dans le groupe conduira certainement à des propositions malgré l'absence des pilotes des campagnes de l'Alliance pour la Planète sur la pub et un collège entreprises favorable à la publicité.

## Argument écologique ?

Les Verts Australiens ont porté plainte contre Saab pour « information erronée concernant ses émissions de gaz à effet de serre » autrement dit greenwashing. Ce n'est pas tant le slogan publicitaire « Grrrrreen ! » mais « Every Saab is green » qui n'a pas été digéré. Il est fondé sur une offre de compensation (reboisement) pour l'achat d'un véhicule. Or la compensation ne réduit pas les émissions de CO2 qui en plus dans le cas d'une Saab, ne sont pas celles d'une Smart.



Wolswagen prévoit également une offre de compensation carbone. On espère que sa publicité aura saisi les remarques sur la concurrence.

## Dodo l'enfant (Mac) do

63 enfants âgés entre 3 et 5 ans ont goûté des frites et des Nuggets emballées avec puis sans la marque McDonald's. Les enfants étaient 6 fois plus susceptibles de préférer les Nuggets présentés dans l'emballage McDonald's et 3 fois plus pour les frites (étude parue en août)

## Les ONG et la Bourse, une rencontre prochaine ?



### Stéphane Voisin

Head of Sustainable & Responsible Investment  
Cheuvreux,  
Credit Agricole



### Max Keiser

Fondateur de  
Karmabanque

**2050 – Max et Stéphane, vous êtes des financiers et connaissez parfaitement les entreprises cotées sous l'angle du développement durable. Tout d'abord, quelle est votre réaction à la crise financière de cet été ?**

**Stéphane :** Les crises sont des corrections quasi inévitables du marché, le risque le plus important de mon point de vue, c'est qu'elles ont tendance à restreindre la hiérarchie des priorités et que les enjeux de développement durable n'ont pas encore atteint un niveau tel qu'ils en sortiraient indemnes. Le danger, si cette crise s'aggravait, c'est que les investisseurs et les sociétés les

passent par dessus bord pour sauver les meubles...

**Max :** Les Allemands ont su créer de la fausse monnaie pendant la guerre et cela a beaucoup énervé les Anglais, où est la différence avec ces garanties reposant sur du vent, ce sont des faux titres ! Qui ont en plus été bien notés par les agences de rating ! C'est le monde à l'envers, alors que les financiers font de la magie avec zéro risque à court terme, les ONG continuent de penser que la place est imprenable.

### Les enjeux sociaux et environnementaux défendus par les ONG ont-ils leur place à la Bourse ?

**Stéphane :** Aujourd'hui les campagnes d'ONG n'ont pas d'influence sur le cours d'une entreprise cotée. Mais les enjeux sociaux et environnementaux pour lesquelles elles mènent ces campagnes commencent à influencer les entreprises et donc à terme le cours de bourse. Le changement climatique, la contrainte carbone ou encore les enjeux de santé publique vont modifier la valeur des entreprises. L'ISR sert à évaluer précisément cela. Mon job consiste à conseiller de grands investisseurs institutionnels qui tiennent d'ores et déjà compte de ces critères-là dans leur propre politique d'investissement de long terme. Pour que des critères comptent sur un marché, il faut qu'ils comptent pour ceux qui y investissent.

**Max :** Les ONG boudent les marchés donc ne peuvent l'influencer, elles ont

tort, car le marché boursier est bien le seul lieu où les entreprises sont vulnérables. Les ONG visent le risque image de l'entreprise, mais seul le risque financier compte. Si les ONG lançaient un boycott des produits d'une entreprise cotée conduisant à une baisse de ses ventes et donc de son cours de bourse, cela ferait beaucoup de bien à la multinationale en question. Elle changerait ses habitudes pour reconquérir ses clients, rachèterait ses stocks ce qui lui éviterait de les investir ailleurs de façon irresponsable, bref, elle assainirait la situation. Et cette chute créerait un enrichissement énorme pour les ONG. Prenons Coca-Cola, c'est une entreprise très vulnérable car elle dépend directement de ses consommateurs, une baisse de 5% de ses ventes peut la déstabiliser financièrement. Elle est capitalisée 120 milliards. Une chute de 50% représente 60 milliards de dollars, or il ne faut que 40 milliards pour résoudre le problème de la faim dans le monde. Avec l'aide des hedge funds....

### L'aide des Hedge Funds ?!

**Max –** Pourquoi un hedge fund ne verrait-il pas son intérêt dans une action influençant le cours de bourse à la baisse ? Il devrait faire des partenariats avec les ONG ! Il est indifférent au fait que le cours monte ou descende, seul le profit compte.

### Ca va Stéphane, tu ne t'es pas évanoui ?

**Stéphane –** C'est un scénario fascinant mais irréaliste selon moi. Cela étant l'évolution des comportements des consommateurs est lente mais certaine, et impliquera de nouveaux critères d'achat. Je pense par exemple que cela jouera un rôle vis-à-vis des constructeurs automobiles. Il y a trois types majeurs d'influence sur les entreprises : règlementaire, sectoriel ou sociologique. Des trois c'est bien le dernier, celui des comportements qui est le plus radical.

### Quel est le réel pouvoir des ONG selon vous ?

**Stéphane :** Elles ont moins de pouvoir qu'un politique, qu'un scientifique de renom ou que le journal de 20 heures. Je crois plutôt à leur influence directe, comme la campagne des Amis de la Terre sur le secteur bancaire.

**Max :** Enorme à condition de lever deux obstacles, 1° l'absence de leader charismatique, il leur faut leur Martin Luther King capable d'entraîner les foules et 2° leur idéologie déconnectée du monde actuel, notamment du marché, alors qu'il est ouvert à l'action de tous. L'opinion influence le marché, pourquoi pas celle des ONG ? En attendant leurs comptes en banque alimentent le marché...

[www.maxkeiser.com](http://www.maxkeiser.com)

## Les sites d'achat en ligne

Comment faire ses courses lorsqu'on est un consommateur qui n'a pas de point de vente approprié à proximité? Une solution est de les faire sur des sites spécialisés. Il existe plusieurs sites d'achats en ligne qui proposent une gamme de produits verts. 2050 vous propose sa sélection.

Pour une première approche, des annuaires [www.abcvert.fr](http://www.abcvert.fr), [www.lemarchecitoyen.net](http://www.lemarchecitoyen.net) (organisé par région, très utile et bien fait), [www.consoglobe.com](http://www.consoglobe.com) et [www.ecoboutique.zlio.com](http://www.ecoboutique.zlio.com) (qui a en plus un

comparateur) sont utiles.

A savoir : faire ses courses sur Internet divise par huit les émissions de gaz à effet de serre par rapport aux courses traditionnelles en supermarché (étude Estia pour Telemarket.fr).

Tous les sites ci-dessous possèdent un paiement sécurisé et permettent l'identification facile de la société. De plus tous proposent un droit de rétractation, pour la plupart dans un délai de 7 jours à compter de la livraison.

WWW	TYPE	LE PLUS	PRODUITS	Nb de PRODUITS	Durée LIVR.
<a href="http://bio-tendance.com">bio-tendance.com</a>	■	bien être	Alim. + Cosm. + Jard.	150+	24h
<a href="http://eco-conseils.com">eco-conseils.com</a>	■ ■	conseil	Cosm.+Maison+Energie	300+	3 à 8j.
<a href="http://ecomadeco.com">ecomadeco.com</a>	■	artisanal	Artisanat + Maison	200+	48h
<a href="http://ekoshop.com">ekoshop.com</a>	■	entreprenant	Constr.+Maison+Jard.	1500	3 à 8j.
<a href="http://idcook.com">idcook.com</a>	■	la technologie	Solaire	27	48h
<a href="http://made-in-ethic.com">made-in-ethic.com</a>	■	éthique	Habillage	100	48h
<a href="http://mademoiselle-bio.com">mademoiselle-bio.com</a>	■	le blog de Mlle Bio	Cosmétique	100	2 à 5j.
<a href="http://terralana.com">terralana.com</a>	■	familial	Habil. + Bébé + Cosm.	1000+	3 à 8j.
<a href="http://toutallantvert.com">toutallantvert.com</a>	■ ■	très pro	Maison+Loisir+Travail	1000	48h
<a href="http://webecologie.com">webecologie.com</a>	■	l'épicerie bio	Alim. + Cosm. + Maison	500+	2 à 5j.
<a href="http://zone-ecolo.com">zone-ecolo.com</a>	■	les offres aux entreprises	Energie + Loisir	100	2j.

■ bio ■ écolo ■ éthique

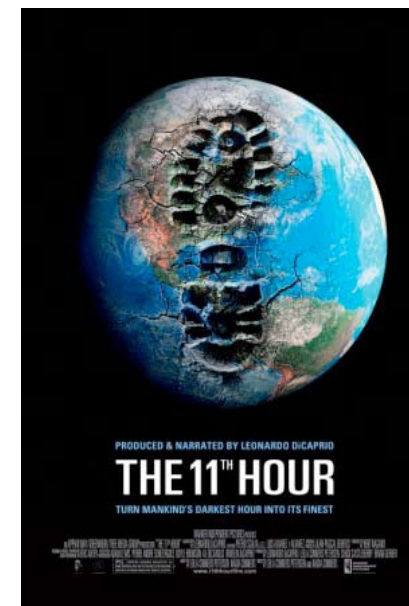
Pour les rétifs à Internet, ils pourront se rendre au Salon Planète Durable, qui aura lieu du 3 au 6 avril porte de Versailles et qui aura le mérite de rassembler en un seul lieu tous les produits responsables.

## Le documentaire comme au cinéma

Il y a ceux qui entrent dans l'arène écolo avec des moyens de production aussi gros que leur nom, Leonardo di Caprio et Luc Besson. Le documentaire produit par Leonardo di Caprio **La 11<sup>ème</sup> heure** garantit images chocs, musique rapide et slogans clairs : « the crisis is real », « the hope is you » sachant que « this is also a leadership issue ». Celui de Luc Besson **Boomerang** est actuellement en tournage et fera le point avec Yann Arthus Bertrand sur « tous les maux qui affectent la terre ».

Et puis il y a celle qui, avec moins de moyens, est dans l'arène depuis plus longtemps et embrasse les sujets de façon moins globalo-apocalyptique, l'anglaise Fanny Armstrong, productrice de **Spanner films**. Elle produit actuellement **Crude**, un documentaire sur la crise du pétrole et le changement climatique, sortie en salles prévue en février 2008. Spanner films est à l'origine de quelques uns des meilleurs documentaires engagés de la dernière décennie comme **McLibel** qui vient d'être classé par le British Film Institute parmi les 10 documentaires ayant changé le monde. Sans budget ou presque, il suit l'affaire « McDonald's Restaurants contre Morris & Steel ». Le film est disponible en DVD ainsi

que **Drowned Out**, l'histoire d'une famille indienne n'ayant pas d'autre alternative que de rester dans sa maison noyée par la montée des eaux causée par le barrage de la rivière Narmada. Cette multiplication de documentaires, dans la lignée d'**Enron : The Smartest Guys in the Room**, **The Corporation**, **Un rêve tchèque**, **Roger and Me**, **The Inconvenient Truth**, et leur diffusion croissante en salles obscures devraient jouer un rôle important dans la prise de conscience des citoyens.



2050 est une publication Havas Media France conçue et rédigée par Alice Audouin, responsable du développement durable. Contact : [alice.audouin@fr.havasmedia.com](mailto:alice.audouin@fr.havasmedia.com)