

2050 #18

Développement Durable, Médias et Publicité

En **2050**, les deux-tiers des ours polaires auront disparu si la fonte de la banquise continue sur à rythme actuel. La moitié des stations de ski auront fermé d'ici **2050** si l'atmosphère continue à se réchauffer de la sorte. Si l'évolution actuelle se poursuit, le secteur des transports devrait multiplier par 2,3 ses émissions de CO2 à l'horizon **2050**. Pour stabiliser la concentration atmosphérique de CO2, 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 : US Geological Survey, AIE, GIEC, IFEN, Nature, Greenpeace, OMS, OCDE, Rapport Stern...



C'est au tour du citoyen

Selon les sondages, les citoyens des pays riches sont désormais tous concernés par le réchauffement climatique et souhaitent massivement acheter responsable. La force de l'intentionnalité d'achat vert fait la une des médias, même aux Etats-Unis où Tiller LLC affirme que 49% des

“ donner une carte à tout citoyen s'engageant à diminuer ses émissions de CO2 au quotidien.”

américains ont une “green résolution” pour la nouvelle année et que 31 % d'entre eux de sentent coupables vis-à-vis de l'environnement. Nuançons cette prophétie. La compensation carbone annoncée comme un vent de folie aux Etats-Unis n'a généré en fait que 91 millions de dollars en 2007, et même si elle quadruple d'ici 5 ans tel que le prédit Ecosystem Marketplace, elle restera encore en deçà du marché du peanut butter.

Pour le moment, le profil de l'éco-citoyen est loin d'être le “monsieur et madame tout le monde” des sondages, selon l'IFEN le profil de notre consomm'acteur français est “trentenaire diplômé(e) sans enfant propriétaire de son logement et de catégorie socio-professionnelle supérieure” et “40-50 ans avec enfants habitant une maison individuelle”. D'ailleurs, l'éco-citoyen est-il dans un pays riche ? L'étude internationale de HSBC “Climate Confidence Index”

montre que les citoyens qui affirment faire des efforts sont avant tout dans les pays en développement. Les derniers motivés sondés sont les Anglais, sans doute une expression de leur pessimisme, seulement 6% d'entre eux croient à la possibilité d'arrêter le réchauffement climatique, contre 45% des Indiens. Bref, tous les pays et tous les citoyens ne réaliseront pas l'oracle de l'eco-Delphes. Pour preuve ici en France, le détergent vert le plus génial ne dépasse pas 1% de parts de marché, même chose pour le commerce équitable. Alors que faire ? Eco-étiquetage des produits ? TVA eco-variable ? Quotas individuels ? Marché carbone pour kids ? Au Japon, l'idée de départ de la campagne Team Minus 6% était bonne : donner une carte à tout citoyen s'engageant à diminuer ses émissions de CO2 au quotidien (slogan : 1 personne, 1 jour, 1 kg de CO2 en moins). Suite à quoi les commerçants se sont mis à remettre des avantages commerciaux pour les détenteurs de la carte. La lutte dans la tête du Japonais entre le neurone consommateur et le neurone citoyen a eu le mérite de démarrer !



Al Gore a dit à Bali “There is not path unless you make it”

Quoi de neuf ?

International

▶ Ken Livingstone veut réduire le CO2 de 60% d'ici 2025 à Londres ! et lance un énorme programme auprès des entreprises (raout le 31 janvier) prêtes à jouer le jeu et à être accompagnées par un “carbon mentor” (campagne Green500)

▶ Le C3D (Collège des directeurs développement durable) organisera son forum annuel à Bruxelles en juillet 2008 et y rencontrera des homologues européens.

▶ L'analyse et le palmarès des pays bons et mauvais élèves côté émissions de GES a été publié par Germanwatch.

ONG

▶ Cécile Ducrot-Lochard devient la super adjointe de Dominique Royer à la direction des partenariats entreprises du WWF.

▶ La Fondation Nicolas Hulot va lancer le “Pacte Ecologique Entreprise” pour engager les entreprises dans des actions concrètes et reçoit par ailleurs une excellente note par la Fondation Prometheus sur sa gouvernance.

▶ Huile de Palme et déforestation : Greenpeace et les Amis de la Terre alertent sur leur lien et l'inefficacité des accords volontaires.

Cinéma

▶ *La 11ème heure* ne sort finalement pas au cinéma en France ! Seulement en VOD. Le bide fait aux Etats-Unis n'a pas du aider. On sait maintenant la prise de conscience façon électrochoc, cela ne marche pas auprès du grand public.

▶ Les droits du livre *Ecolocash* d'Alice Audouin (rédactrice de 2050) ont été vendus pour une adaptation au cinéma. Les aventures d'Emilie, fausse écolo opportuniste qui se prend les pieds dans le tapis du développement durable, vont donner lieu à une comédie.

> www.ecolocash.com.

▶ La nature entre dans le scénario comme Hollywood rentre dans la problématique du réchauffement climatique, une tendance magistralement expliquée par l'éminent et passionnant Jean-Michel Valantin dans *Ecologie et gouvernance mondiale*, éd. Autrement. Hollywood a organisé récemment son premier événement de prise de conscience sur ses process

> www.hollywoodgoesgreen.com.

▶ *Vanishing the Bees*, un documentaire américain dédié au CCD (Colony Collapse Disorder) est en cours de tournage, il devrait être le prochain “Inconvient Truth” et est soutenu par Xavier Llongueras.

Le site Ecolo-info.com lance une nouvelle version fin janvier !

Actualités

- ▶ Après *NeoPlanet*, voici le nouveau gratuit "qui rend citoyen" *Toogezer*, paru en décembre. Le deuxième numéro sortira en février à 200 000 exemplaires avec un contenu à la fois "droits humains" et environnement. Rappelons l'existence de l'excellente revue *Altermondes*, qui conjugue également ces deux grands enjeux.
- ▶ *Passage au vert*, la nouvelle émission quotidienne d'Ushuaïa, fait un départ remarqué, grâce à la bonne qualité des reportages et la pêche de l'animatrice Christine Oberdorff.
- ▶ France 3 devrait lancer une émission sur les gestes écologiques avec Laurent Artufel
- ▶ Le tandem super dynamique Elisabeth Laville - Marie Balmain a lancé en ligne "l'agence d'information positive sur le développement durable", Mescoursespourlaplanete.com.
- ▶ MSN a mis en ligne La Chaîne Verte (lachaîneverte.fr.msn.com), précisons que ce n'est pas une chaîne mais un site, qui donne une information généraliste et des conseils pratiques. Associée à rue89.com, elle lance un concours de reportage multimédia (clôture 28 février) sur l'environnement.
- ▶ La BBC recrute pour une prochaine émission sur les modes de vie durables des volontaires qui accepteront de ne rien acheter pendant six mois (hormis nourriture hygiène et santé).
- ▶ Daniel Richard président du WWF prend la direction de Radio Nova. Deviendra-t-elle la radio qui parle le plus d'environnement ?
- ▶ Une étude conduite par l'Ina en octobre 2007 a montré l'évolution de la part de l'environnement dans un JT : 5,5% au premier semestre 2007, contre 5% en 2006 (et 3% en 1996). Raison de la mini hausse : les conférences internationales sur le climat et les catastrophes naturelles. On peut être sûr que ça augmente encore cette année vu les catas prévues...
- ▶ *Actu-Environnement* passe le cap des 100 000 abonnés à sa lettre d'information hebdomadaire et revient le média professionnel sur l'environnement leader français.

Edition

- ▶ *L'or Africain*, de Gilles Labarthe, Editions Agone. Essentiel et déprimant.
- ▶ *Signons la Paix avec la Terre*, UNESCO/Albin Michel. Sous la direction Jérôme Bindé, donc forcément profond et intelligent.
- ▶ *As the world burns, 50 simple things you can do to stay in denial*, de Derrick Jensen & Stephanie McMillan, Seven Stories Press. Génial !

Gouvernance de l'info sur l'environnement

Dans le rapport d'étape de la mission Lepage (confiée par JL Borloo) du 4 janvier, le droit à l'information environnementale fait l'objet d'une attention particulière. Plusieurs éléments de progrès sont identifiés : l'accès aux données, la limite du secret industriel et secret défense, la protection des lanceurs d'alerte, l'extension de la liberté d'expression en matière environnementale, le renforcement de l'information des consommateurs et la sanction pénale de la rétention d'information environnementale (notamment au travers la création

d'un délit de rétention d'information en matière environnementale). Enfin le dernier point concerne la déontologie de l'information, avec des objectifs de gouvernance forts.



CLEANMEDIA

Un média sur le développement durable qui se développe durablement.

" Le site internet novethic.fr "

- Slogan :** "Le média expert du développement durable"
- Activité :** Depuis 2001, Novethic.fr est le site de référence sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) et l'Investissement Socialement Responsable (ISR).
- Objectif :** Faire comprendre ces thématiques et leurs enjeux, en connaître les acteurs, anticiper les évolutions...
- Contenu :** Des articles d'analyse renouvelés quotidiennement, des contenus pédagogiques, une information détaillée et comparative sur tous les fonds ISR du marché français et un guide des formations au développement durable.
- Siège :** 56, Rue de Lille - 75007 PARIS
- Audience :** Plus de 100 000 visiteurs en moyenne par mois.
- Diffusion :** 33 000 abonnés à Novethic'info, la newsletter de Novethic.fr
- Revenus :** Novethic est une filiale de la Caisse des dépôts et reçoit à ce titre une subvention annuelle. Elle vend par ailleurs ses publications professionnelles sur la RSE et l'ISR et ses études.
- Equipe :** Rédaction composée de journalistes, sous le pilotage de Véronique Smée et Anne-Catherine Husson-Traoré.
- Actualité :** Novethic vient de lancer un site anglophone novethic.com pour mieux faire connaître ses études à l'international
- Site :** www.novethic.fr et www.novethic.com

Actions d'envergure et modestie personnelle, c'est ce qui caractérise Jacques Rocher, "héros 2007" du magazine Ekwo !

Eco-blanchiment (greenwashing), le retour de bâton?

Il n'y a pas qu'en France avec la campagne de l'Alliance pour la planète puis le Grenelle de l'environnement que le greenwashing déclenche de vives réactions. Le mouvement est devenu international. Non seulement les ONG, mais aussi les professionnels du marketing et *le premier site d'éducation des consommateurs sur le greenwashing*

même de lobbyistes se mobilisent. Sur le site www.worstlobby.eu qui désigne chaque année le pire lobbyiste de l'année auprès de l'Union Européenne, une nouvelle catégorie est apparue pour 2007 "le pire Eco-blanchiment de l'UE", désignant entre autres les publicités "vertes" d'Airbus et de Shell.

Aux Etats-Unis, l'Enviromedia Greenwashing Index initié par Enviromedia Social marketing est le premier site d'éducation des consommateurs sur le greenwashing et de collecte d'exemples de greenwashing (mais aussi de bonnes pratiques) envoyés par les consommateurs. Cela chauffe là-bas, où le syndicat des travailleurs de l'acier (United SteelWorkers) accuse Dupont de greenwashing ! La fameuse Federal Trade Commission s'y colle et veut réformer ses "Green Guides". Au Canada TerraChoice Environmental Marketing a donné son verdict : sur 1018 produits de consommation utilisant un argument écologique, 99% sont coupables de greenwashing !

6 types de greenwashing sont répertoriés d'après les 1753 promesses environnementales déclinées sur ces produits : le camouflage, l'absence de preuve, l'imprécision (avec les adjectifs "naturels", "sans produit chimique" ou encore "eco-conscient"), et plus rare, la pratique de la non pertinence (affirmer "sans CFC" alors que ce gaz est interdit), du mensonge...

Le problème est de taille, 90% des participants à la Conférence des Nations Unis sur le réchauffement climatique de Bali estimaient que les entreprises pratiquent le greenwashing !

Quel est le vrai problème du greenwashing ? C'est que comme le montre le sondage Ipsos BVP 2007, lorsque l'on demande aux Français s'ils croient un argument environnemental d'une publicité... 61 % répondent oui. Les négos post-Grenelle vont-elles régler le problème ? La réforme du BVP est en cours avec deux projets, la création d'une part d'un Conseil paritaire de la Publicité avec des ONG à bord qui aura pour mission de participer à l'élaboration des règles déontologiques, alerter et évaluer les pratiques du BVP, et de l'autre d'un Jury de l'Ethique Publicitaire chargé de traiter des plaintes. Le BVP a décidé de renforcer sa méthodologie et son reporting. A suivre !

- > www.ecologo.org
- > www.greenwashingindex.com

Matussiere Forest lance le papier CityGreen 100% recyclé.

Collectif AdWiser : utile aux agences

Déjà 15 agences de publicité, d'événementiel et de marketing services s'initient ou se perfectionnent en matière de développer durable avec le cabinet Des Enjeux & Des Hommes qui a créé une offre de formation spécifique pour les agences avec le Collectif AdWiser. La dirigeante de ce cabinet de formation, Agnès Rambaud-Paquin (photo), est l'une des fondatrices du Collectif AdWiser.



Le Collectif AdWiser a également publié début décembre dernier "Vers une communication responsable". Ce document très synthétique et gratuit apporte : une analyse des raisons du retard du secteur, un panorama des principaux impacts, une première analyse des attentes

des parties prenantes, une définition de la communication responsable et enfin des pistes pour s'engager en tant qu'agence (téléchargeable sur le blog du Collectif). En 2008, le collectif publiera un livre dédié à cette thématique aux éditions Eyrolles.

- > www.adwiser-blog.com

Brèves

► L'Union Des Annonceurs (UDA) a lancé sa "Charte d'engagement des annonceurs pour une communication responsable" le 4 décembre, signée par plus de 20 grands annonceurs. Un départ ambitieux du à un désir de progrès, à la persévérance de Dominique Candelier et à l'aide d'Ethicity.

- > www.uda.fr

► 15 janvier : conférence de presse de lancement d'Ecopublicité, le logiciel élaboré en partenariat avec PwC-Ecobilan et Havas Media France avec le soutien de l'ADEME et LVMH. Ecopublicité est un outil permet de mesurer quantitativement l'impact environnemental d'une campagne publicitaire du point de vue de sa production et sa diffusion.

- > www.ecopublicite.com

► EDF Energy passe actuellement un spot publicitaire sans l'avoir tourné, à partir d'images existantes, réalisé par Euro RSCG, réduisant ainsi son empreinte environnementale.

► Prochaine conférence de presse du collectif des déboulonneurs : le 23 janvier à 14h30 à la mairie du 13ème arrondissement.

Erratum, la campagne pour Timberland (diox de pub, 2050 N°17) a été menée par Arnold.

Histoire d'un passage de l'ISR à la RSE



Geneviève Ferone,

Directrice du développement durable,
Groupe Veolia Environnement

Tu as démarré ton poste il y a quelques jours seulement, alors heureuse ?

C'est un très beau poste, dans une entreprise vraiment internationale, et je vais vraiment pouvoir m'attaquer à des problèmes d'envergure, comme tu le sais les métiers de Veolia sont au cœur de tous les enjeux, la propreté, les transports, l'efficacité énergétique, l'eau.

Tu es la fondatrice d'Arèse, qui est ensuite devenue Vigeo. Faisons un petit point sur ton parcours.

Après mon école de commerce et mon doctorat de droit, j'ai travaillé dans de grandes institutions internationales, comme les Nations-Unies, où je suis intervenue sur des questions d'environnement, énergie, droits de l'homme. Le Sommet de la terre de Rio de 1992 a été un tournant pour moi. A l'époque je travaillais dans un cabinet d'avocats à Los Angeles, j'ai bifurqué vers l'Intelligence Economique pour analyser les premières tendances du développement durable du côté des fonds de pension publics américains, certains d'entre eux réfléchissaient ou intégraient déjà des critères éthiques, environnementaux et sociaux. J'ai compris que cela allait exploser et je suis revenue en Europe, voulant donner aux investisseurs l'accès à ce type d'information extra-financière sur les entreprises européennes. Entre ma volonté de départ et la création d'Arèse, première agence de notation française, il a fallu deux ans pour convaincre ! Une fois créée en 1997, Arèse est allée très vite, en 2002, lorsque mon actionnaire la CDC a nommé Nicole Notat à ma place, nous suivions 200 entreprises, avions créé l'indice ASPI et avions 20 clients institutionnels qui alimentaient par nos données près de 15 fonds ISR.

Et après Arèse ?

En 2002 j'ai dirigé Core Ratings, où j'ai pu concrètement traduire les risques environnementaux et de gouvernance en risques financiers. Puis la fusion

avec BMJ a donné BMJ Ratings, là encore spécialisé en notation extra-financière. J'ai ensuite eu envie de traverser le miroir et aller du côté de l'entreprise, chez Eiffage, où j'ai pris la direction du développement durable. Et me voici chez Veolia Environnement.

Tu vas publier un livre le mois prochain, raconte-nous

Il s'intitule *2030 le krach écologique*, chez Grasset. Je montre comment, si nous ne réagissons pas, nous subissons en 2030 une crise majeure, liée à la convergence de problèmes climatiques, énergétiques, démographiques et de gouvernance. Aujourd'hui nous espérons plus que nous agissons, nous pensons que la technologie ou la décroissance vont nous sauver, pour moi c'est une perte de temps dramatique vu la situation démographique et la faiblesse de la gouvernance actuelles. Le temps perdu n'est pas renouvelable ! Mon livre essaie d'expliquer cela au grand public, de l'alerter sur le déni qui nous caractérise, ce déni est porteur de violence car il est un aveu d'impuissance.

As-tu une vie personnelle exemplaire ?

Non, j'aime trop les voyages pour ça. Jusqu'à mes 17 ans, j'ai vécu en Afrique, et depuis, le voyage me constitue, de toutes les biodiversités, c'est celle des gens qui m'attire le plus ! alors j'essaie de voyager moins

loin et en train. J'ai une maison de campagne en Auvergne que je retape dans des principes écolos, elle va être bioclimatique. Je mange bio autant que possible, je privilégie toujours le commerce équitable, j'opte pour la chimie verte et globalement je ne suis pas une frénétique de la carte bleue, ni une fashion victime. Pour moi une vie exemplaire, c'est celle qui sait se remplir de beauté, de légèreté, de convivialité, de culture. Lorsque je lis ou relis *Les racines du ciel* de Romain Gary, *Le cauchemar climatisé* d'Henry Miller ou encore ce passage du Grand Inquisiteur des *Frères Karamazov*, je suis reliée à une pensée profonde et à une conviction, c'est que oui, c'est bien la beauté qui sauvera le monde.

Si tu pouvais décider d'une mesure ou d'une loi, quelle serait-elle ?

Un quota carbone individuel. Cela peut sembler être de la gouvernance ultime, voire une mesure dictatoriale pour certains, mais pour moi c'est le mode d'emploi d'une vie plus légère et heureuse. Je ne pense pas qu'une vie plus légère en carbone soit contraignante, mais au contraire qu'elle nous libère des contraintes et poids actuels. C'est aujourd'hui que pèse et augmente sans cesse ce conformisme vert, dans les publicités et les discours médiatisés, il faut aussi s'en libérer en passant du discours à l'action.

Small is beautiful?

E En attendant la voiture 100% sans CO2, on s'affaire... avec la vogue des petits véhicules neufs qui jouent la carte d'une moindre consommation d'essence, une tendance confirmée par Volkswagen qui annonce une voiture en 2010

la titanesque Chevy Tahoe est la nouvelle "Green Car of the Year"

émettant 45 gr de CO2 / km ! Aux Etats-Unis, un concours organisé par la X Prize Foundation, spécialisée dans le financement de l'innovation pour résoudre des problèmes techniques, récompensera le gagnant de la course de 2010 (course de présélection en 2009) entre 43 voitures émettant moins de 120 gr de GES /km.

Parmi les participantes se trouve la remarquée et attendue Aptera qui émet seulement 50 gr de GES /km. L'hybride joue également les solutions d'attente, avec des versions plug-in de plus en plus économes en essence, telle la nouvelle version de la Prius de Toyota et la première hybride de Citroën en 2009. Aux Etats-Unis, un véhicule taille XXL (le Small est rejeté, c'est une question culturelle...) ne pose pas de problème de conscience dès lors qu'il est hybride, ainsi la titanesque Chevy Tahoe est la nouvelle "Green Car of the Year" car ...premier pick-up hybride (Porsche sortira aussi son 4X4 hybride en 2009). La voiture à hydrogène de BMW est également

dans les starting blocks mais pose encore le problème des impacts de la production d'hydrogène. Les véhicules 100% électriques (en lice: Groupe Bolloré, Groupe Dassault, Toyota, Nissan, Heuliez...) seront-ils la solution idéale ? Oui si l'électricité qui permet de recharger de la batterie est verte... et si on mettait directement une éolienne sur le toit de la voiture ?

Avec Chauffeur



Ecolimo

Ecolimo est le premier service de chauffeurs de voitures plus écolos que la moyenne aux Etats-Unis. Les prix sont plus élevés que des taxis et le choix du véhicule est à la discrétion du client. A Paris un service comparable s'est lancé, Verture, qui offre des tarifs très intéressants pour des trajets avec une flotte de Prius.

- > www.verture.fr
- > www.eco-limo.com

Style et Responsabilité

Fini le style baba, la responsabilité est au design bobo. La France joue les pionnières ! Veja, NU, Article 23 donnent la tendance avec un sens aigu de l'environnement et du social... et de la mode actuelle. Mais avec A&K, on va encore plus loin. Le futur grand monsieur de la mode responsable sera incontestablement Chris Boston Ambrasse, le fondateur de A&K, responsable de l'association "mode et handicap" et designer extrêmement talentueux. L'idée de ses vêtements ? Donner un style aux handicapés et les non handicapés dans le même temps. Jouant des contraintes du handicap il crée un style qui ferait pâlir un designer japonais, ses vêtements sont d'une ingéniosité et d'une inventivité qui s'adaptent à tout. Le catalogue de K&A n'hésite pas montrer des mannequins sublimes en fauteuil roulant et donne une image toute différente du handicap. Et l'environnement fait également partie du projet ! Allez, on lui donne un coup de main pour la distribution ! Dans la même veine, il existe Habicap, une très belle initiative aussi.

Aux Etats-Unis les spécialistes des vêtements pour la détente ou le sport font également figure de pionniers. Cette année, l'entreprise californienne American Apparel commencera à utiliser du coton organique et local et favorisera ainsi une logique de circuit court moins érogivore. Dans cet Etat,

le Sustainable Cotton Project promeut la culture du coton américaine avec moins de pesticides et compte sur la tendance de la mode vers l'organique. Toujours côte Ouest, Etnies, dirigée par le charismatique Pierre-André Senizergues (ancien champion du monde de skate-board sensible à l'environnement) lance un nouvel étiquetage plus transparent des produits et le "SEED project", une collection de vêtements responsables dont 1% du prix de vente finance des actions citoyennes.

L'artiste Olivier Leroi est actuellement en résidence sur la base Dumont d'Urville en Antarctique, dans le cadre de l'année polaire.

