



MINISTÈRE DE L'ÉCOLOGIE, DE L'ÉNERGIE  
DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE L'AMÉNAGEMENT DE TERRITOIRE

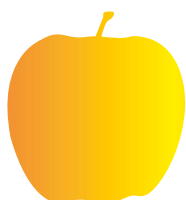
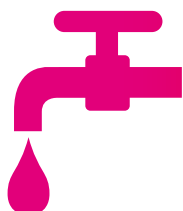
**PASSEZ AU DURABLE** 

**ÇA MARCHE !**

**DOSSIER DE PRESSE**

**7<sup>ÈME</sup> SEMAINE DU  
DEVELOPPEMENT  
DURABLE**

**DU 1<sup>ER</sup> AU 7 AVRIL 2009**



**CONTACT PRESSE**

Service de presse ministère : 01 40 81 78 90 - [marina.louvet@developpement-durable.gouv.fr](mailto:marina.louvet@developpement-durable.gouv.fr)

Agence DRC, Dominique RACLE : 01 44 53 90 41 - [dominiqueracle@wanadoo.fr](mailto:dominiqueracle@wanadoo.fr)

Nathalie ROBERT : 06 81 45 70 08 - [nathalieroberth@free.fr](mailto:nathalieroberth@free.fr)

# 7<sup>ème</sup> semaine du développement durable, la consommation durable à l'honneur

## Partie I : La consommation durable est l'affaire de tous !

- Un enjeu fort du Grenelle Environnement
- Les consommateurs passent au durable

## Partie II : Près de 3000 manifestations à découvrir

- Des initiatives dans toutes les régions
- Quelques exemples partout en France
- Des rencontres à ne pas manquer

## Partie III : Comment consommer durable au quotidien ?

## Partie IV : Les entreprises s'engagent en faveur du développement durable : signature de 4 nouvelles conventions professionnelles

- Convention d'engagement volontaire des acteurs de conception, réalisation et maintenance des infrastructures routières, voirie et espace public urbain
- Convention d'engagement volontaire pour l'affichage environnemental et sanitaire des produits de construction
- Convention d'engagement volontaire du secteur médicament
- Convention d'engagement du Groupe La Poste

## Partie V : Les actions de sensibilisation à la consommation durable

- Les écolabels à la une de la Semaine du développement durable
- Vinz et Lou : les enfants, acteurs du développement durable
- La Maison des gestes et du Développement durable
- La station de métro Sèvres Babylone se met au vert
- Le concours Jeunes Créatifs

## ANNEXES

- Les partenaires de la 7<sup>ème</sup> semaine du développement durable
- Remerciements
- Les organismes signataires des 4 conventions signées le 25 mars 2009

# La consommation durable est l'affaire de tous !

« **Le développement de la consommation durable est une priorité forte du Grenelle Environnement.** Le passage à une croissance verte ne peut en effet s'envisager sans de nouveaux modes de production et de consommation plus durables, qui permettent l'essor d'une économie plus sobre et plus économe en énergie et en ressources naturelles. Atteindre cet objectif repose sur l'engagement de tous, Etat, entreprises, collectivités locales et consommateurs » soulignent Jean-Louis Borloo, Ministre d'Etat, Ministre de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, et Chantal Jouanno, Secrétaire d'Etat chargée de l'Ecologie.

## UN ENJEU FORT DU GRENELLE ENVIRONNEMENT

**L'une des réussites du Grenelle Environnement est d'avoir permis l'émergence de nouveaux modes de consommation en rendant l'offre de produits respectueux de l'environnement plus accessible, plus visible et plus crédible.** Avantages fiscaux, économies d'énergie... le Grenelle s'invite déjà dans notre quotidien et change peu à peu nos habitudes de consommation :

### **Des voitures plus propres grâce au bonus écologique**

La mise en œuvre, il y a un an, du bonus écologique a favorisé une forte hausse des achats de véhicules peu émetteurs de CO<sub>2</sub>. **En 2008, les ventes de ces véhicules ont ainsi augmenté de 50% et représenté près de 1 million de véhicules immatriculés.**

### **L'éco-prêt à taux zéro pour la rénovation thermique des logements**

Avec l'augmentation des prix du fioul de plus de 15 % par an en moyenne sur les trois dernières années et la volatilité sans précédent du prix du baril de pétrole, les ménages consacrent aujourd'hui en moyenne plus de 7 % de leur budget à leurs dépenses en énergie (soit 1140 € par habitant et par an)

Afin de rendre le logement plus économe en énergie, plus confortable et moins émetteur de gaz à effet de serre, le mi-

nistère du Développement durable a lancé **l'éco-prêt à taux zéro** qui permet de financer les travaux d'économies d'énergie et leurs éventuels frais induits.

Son cumul avec le crédit d'impôt développement durable jusqu'à la fin 2010, et les prêts bonifiés à 1,9 % pour les bailleurs sociaux vont permettre le lancement d'**un chantier massif de rénovation thermique des logements.** Grâce à ces mesures, la facture énergétique pour un logement social sera réduite d'environ 250 € par an et par ménage alors qu'elle a augmenté de 160 € ces cinq dernières années.

### **Des gains d'énergie avec les ampoules « basse consommation »**

Le Grenelle Environnement a prévu d'interdire, à compter de 2010, la commercialisation des ampoules à incandescence. Une ampoule basse consommation consomme en effet **4 à 5 fois moins d'énergie** qu'une ampoule à incandescence et a une durée de vie 6 à 10 fois plus longue. Au total, **le coût d'une ampoule basse consommation est 3 à 4 fois moins élevé.** L'acquisition d'une « lampe basse consommation » par un ménage lui procure **un gain net qui peut aller jusqu'à plusieurs dizaines d'euros** sur la durée de vie de l'ampoule.

### Une offre de produits durables plus encadrée avec la réforme du Bureau de vérification de la publicité (BVP)

Cette politique d'incitation à l'achat de produits durables et responsables s'accompagne d'une grande vigilance quant à la qualité de l'offre proposée aux consommateurs. En avril 2008, l'Etat a ainsi procédé à une réforme du **Bureau de vérification de la publicité** devenu aujourd'hui ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité). Cette nouvelle entité, à laquelle les ONG prennent part, exerce un contrôle rigoureux des publicités faisant référence à l'environnement et au développement durable, et dispose désormais d'outils et de procédures plus performants pour lutter contre des messages publicitaires discutables voire mensongers.

### L'Etat, consommateur durable

Parallèlement, l'Etat montre l'exemple en privilégiant lui aussi la consommation durable. La circulaire du 3 décembre 2008 sur l'Etat exemplaire comporte des engagements forts sur la rénovation thermique des bâtiments ou bien encore sur la politique d'achats durable de l'administration.

Aujourd'hui le processus engagé lors du Grenelle Environnement se poursuit : réflexion autour de l'extension du bonus écologique à d'autres familles de produits, étiquetage carbone des produits, affichage du contenu CO<sub>2</sub> sur les produits à partir de 2011, soutien au niveau européen d'une baisse de TVA sur les produits écolabellisés...

L'actualisation en cours de la Stratégie nationale de développement durable (SNDD), dont l'objectif est de donner un cadre général aux politiques publiques pour les quatre années à venir afin de favoriser le développement durable, aura également pour objectif de promouvoir des modes de consommation durables.

## LES CONSOMMATEURS PASSENT AU DURABLE

Nos habitudes de consommation ont un impact direct sur les problématiques de développement durable. **Adopter une consommation responsable, c'est agir au quotidien pour le développement durable** : réduire les émissions de gaz à effet de serre, protéger la biodiversité, favoriser des conditions de travail respectueuses des salariés... Et cela coûte même moins cher !

### Faire des économies en consommant durable :

Les exemples sont nombreux : les éco-recharges produisent moins de déchets et sont généralement moins chères à l'achat, les ampoules basse consommation durent 8 fois plus longtemps que les ampoules à incandescence, les produits issus de l'agriculture locale sont souvent moins chers que ceux cultivés hors saison et permettent aussi de réduire les émissions de gaz à effet de serre. Bref consommer durable c'est rentable !

Les études de l'ADEME soulignent également que des choix plus écologiques conduisent à des gains financiers et écologiques. Une étude menée en 2007 sur 150 produits de consommation courante montre que l'on peut réduire de moitié ses déchets tout en économisant environ 50 euros par personne et par mois... Alors n'attendez plus, passez au durable !

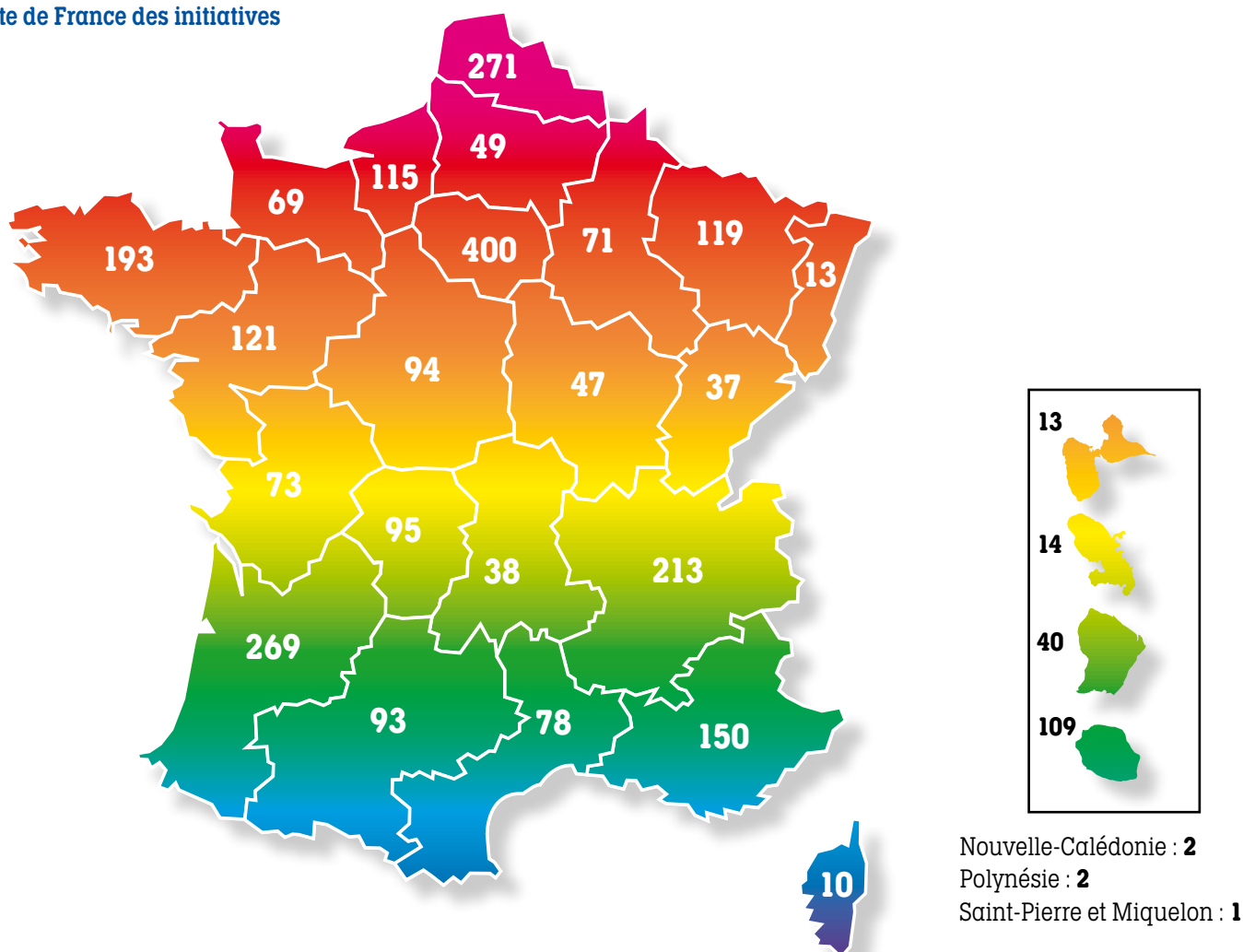
# Près de 3000 manifestations à découvrir

(Chiffre arrêté au 24 mars)

Près de 3000 manifestations sont organisées cette année dans toute la France. Ce succès démontre l'intérêt croissant des citoyens, des entreprises, des associations, des établissements scolaires, et des collectivités locales pour le développement durable.

## DES INITIATIVES DANS TOUTES LES RÉGIONS

Carte de France des initiatives



L'ensemble des initiatives ainsi que les contacts des organisateurs sont disponibles sur le site : <http://www.semainedudeveloppementdurable.gouv.fr/>

## QUELQUES EXEMPLES PARTOUT EN FRANCE

**Aéroports de Paris (ADP)** propose au grand public une visite des stations de mesure air/eau/bruit de son laboratoire de Roissy Charles de Gaulle le 2 avril et installe des espaces commerce équitable dans les halls d'Orly et de Roissy.

Du 1<sup>er</sup> au 7 avril, **Asnières (92)** propose de découvrir dans le hall de la mairie un « village » d'associations de commerce équitable ainsi qu'un **supermarché imaginaire** grande nature. Trois animateurs proposeront au grand public de faire un bilan des courses effectuées : qui aura adapté ses achats à une consommation durable ?

**Bercy Village (Paris)** accueille les enfants le 1<sup>er</sup> avril pour une grande chasse au trésor sur le thème des animaux et de la biodiversité. Les samedi 4 et dimanche 5 avril, de 14h à 17h, petits et grands pourront participer à des ateliers : « Découverte de la biodiversité » par les Petits Débrouillards, « Cycle de l'eau à Paris » et « La Seine » par Eau de Paris. Sans oublier le spectacle déambulatoire tout public : « La Porteuse d'eau » par la compagnie Schpouki Rolls.

**La Mairie de La Souterraine (Limousin)** fête tout au long de la semaine les « 10 ans du tri sélectif » avec la présentation, le 1<sup>er</sup> avril, de son premier container de recyclage enterré au sein de la cité HLM du Puycharraud. Le village éco-citoyen, installé en centre ville, accueillera les projets des BTS Design, le carnaval MJC « Les rois du recyclage » (le 3/04) et une exposition « mieux consommer, mieux jeter » (6/04). Samedi 4 avril, à l'occasion du marché, commerçants et supermarchés distribueront des sacs recyclables.

**L'agglomération havraise** organise, mardi 7 avril, la visite d'une opération de réhabilitation à performance énergétique d'un immeuble collectif ancien. L'objectif est de diviser par 4 la consommation d'énergie.

**Le Festiv'Al Terre Native (Lille)** se tient le 4 avril et a pour objectif de sensibiliser le public à des modes de vie et de consommation plus responsables, grâce à des animations et à des projections de courts métrages suivies de conférences-débats.

**La jardinerie « Plaisirs verts » à Sévrier (Rhône-Alpes)** est entièrement dédiée à la biodiversité. Du 1<sup>er</sup> au 5 avril et sur plus de 3600 m<sup>2</sup>, Plaisirs Verts proposera une exposition valorisant les producteurs locaux (alimentation, biodiversité, achats responsables) et des visites commentées de cette jardinerie nouvelle génération.

**La communauté d'agglomération Tour(s)plus** organise le 4 avril, la 3<sup>ème</sup> édition du Forum du Développement Durable. Un village du développement durable, situé dans le jardin de la Préfecture, regroupera 30 stands (associations, collectivités, entreprises) sur toutes les thématiques du développement durable (énergies, déchets, eau, habitat, transports, alimentation...), et permettra au grand public de s'informer sur les comportements éco-responsables. Le film « La 11<sup>ème</sup> heure » de Leonardo Di Caprio sera projeté sur le même site.

**L'Institut National des Sciences Appliquées (INSA) de Strasbourg** traitera chaque jour un thème en relation avec la consommation durable :

- Lundi 30 mars : alimentation biologique et locale. Avec dégustation de gâteaux et jus de fruits bios puis projection du film We feed the World ;
- Mardi 31 mars : animations sur le thème des vêtements, cosmétiques et produits d'entretien respectueux de l'environnement ;
- Mercredi 1<sup>er</sup> avril : Atelier vélo et promotion d'un site de covoiturage ;
- Jeudi 2 avril : dégustation de café équitable
- Vendredi 3 avril : exposition sur le thème des déchets et sensibilisation au tri.

**La mairie de Bordeaux** programme durant toute la semaine une série d'animations construites en partenariat avec le monde associatif pour mobiliser autour de la « consommation ». Une « maison éco-citoyenne » se déplacera dans tous les quartiers afin de sensibiliser les habitants au développement durable. L'accent sera également mis sur les économies d'énergie : la ville relance ainsi ses actions autour de la thermographie aérienne avec l'instauration de permanences info-énergie dans toutes les mairies de quartier.

## DES RENCONTRES À NE PAS MANQUER



### Semaine du Développement Durable : cycle exceptionnel de débats à la Fnac

Dans le cadre de la Semaine du Développement Durable, la Fnac organise tout au long du mois d'avril, un cycle exceptionnel de débats, en partenariat avec le Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire (MEEDDAT) et l'association WWF. Ces événements se dérouleront à la Fnac Montparnasse (Paris) et dans 11 magasins Fnac de province (détails ci-dessous).

#### RENCONTRES FNAC MONTPARNASSE (Paris) - 17H30 (136 rue de Rennes, 75006 Paris)

• MARDI 31 MARS :

#### **Le Grenelle de l'environnement répond-il à l'urgence écologique?**

En présence d'[Hervé Kempf](#) pour « Pour sauver la planète, sortez du capitalisme » et « Comment les riches détruisent la planète » (Seuil),

[Daniel Cohn-Bendit](#) pour « Que Faire ? » (Hachette Littératures),

[Michèle Pappalardo](#) (Commissaire générale au développement durable),

[Serge Orru](#) (Directeur Général du WWF-France).

• MERCREDI 1<sup>er</sup> AVRIL :

#### **Le consommateur responsable : quels réels pouvoirs ?**

En présence de [Corinne Lepage](#) pour « Vivre autrement » (Ed. Grasset),

[Christine Cros](#) (représentante de l'ADEME),

[Jacques Olivier Barthes](#) (Directeur de communication du WWF-France),

[Elisabeth Laville](#) pour « La vie en vert » (Pearson éditions).

• JEUDI 2 AVRIL :

#### **Dérèglement climatique : peut-on encore agir ?**

En présence d'[Alain Grandjean](#) pour « C'est maintenant ! 3 ans pour sauver le monde » (Seuil),

[Jean-Pierre Tabet](#) (expert national auprès du Directeur exécutif de la Stratégie et de la Recherche à l'ADEME),

[Yves Cochet](#) pour « Antimanuel d'écologie » (éd. Bréal),

[Michel Jarraud](#) (Secrétaire général de l'Organisation Météorologique Mondiale),

[Jean-Stéphane Devisse](#) (Directeur Adjoint des Programmes du WWF-France).

• VENDREDI 3 AVRIL :

#### **L'économie numérique peut-elle « sauver la planète » ?**

En présence de [Gilles Berhault](#) pour « Développement durable 2.0 » (ed. de l'Aube),

[Fabrice Flippo](#) pour « Ecologie des fractures numériques » (Hermès),

[Marc Mossé](#) (Microsoft France),

[Bettina Laville](#) (Conseiller d'Etat).

• LUNDI 6 AVRIL :

#### **L'environnement nuit-il gravement à la santé ?**

En présence de [Fabrice Nicolino](#) pour « Pesticides » (Hachette Pluriel Référence),

[Catherine Mir](#) (de la direction générale de la prévention des risques),

[André Cicolella](#) (Président du Réseau Environnement Santé).

**RENCONTRES DANS LES MAGASINS FNAC DE PROVINCE**

- du 7 au 30 avril -

- MARDI 7 AVRIL à 17H30 – FNAC NANTES :  
**Quel modèle de développement pour demain?**  
En présence de [Frédéric Denhez](#) pour « Quelle France en 2030 ? » (Armand Colin),  
[Frédéric Karpyta](#) pour « La face cachée du commerce équitable » (Bourin éditeur),  
[Anne Dhoquois](#) pour « Un développement durable autrement » (Autrement).
- MERCREDI 8 AVRIL à 17H30 – FNAC TOULON:  
**Nous réconcilier avec la Terre**  
En présence de [Paul Mathis](#) pour « Quel avenir pour les biocarburants ? » (ed. Le Pommier),  
[Hervé René Martin et Claire Cavazza](#) pour « Nous réconcilier avec la Terre » (ed. Flammarion).
- VENDREDI 10 AVRIL à 17H30 – FNAC LILLE :  
**Les biotechnologies sont-elles une solution pour demain?**  
En présence de [Frédéric Denhez](#) pour « Quelle France en 2030 ? » (Armand Colin),  
[Marie Monique Robin](#) pour le livre et le film « Le monde selon Monsanto » (ARTE éditions / La Découverte).
- VENDREDI 10 AVRIL à 17H30 – FNAC LYON :  
**Peut-on sauver la planète?**  
En présence de [Paul Mathis](#) pour « Quel avenir pour les biocarburants ? » (ed. Le Pommier),  
[Yves Cochet](#) pour « Anti manuel de l'écologie » (Bréal) (sous réserve),  
[Aurélien Boutaud](#) pour « L'empreinte écologique » (La Découverte).
- SAMEDI 11 AVRIL à 16H – FNAC MARSEILLE :  
**Comment nourrir la planète demain?**  
En présence de [Frédéric Denhez](#) pour « Quelle France en 2030 ? » (Armand Colin),  
[Sylvie Brunel](#) pour « Nourrir le monde : vaincre la faim » (Larousse),  
[Sylvain Allemand](#) pour « Le commerce équitable » (ed. Cavalier Bleu).
- JEUDI 16 AVRIL à 17H30 – FNAC NICE :  
**Comment nous réconcilier avec la planète ?**  
En présence d'[Hervé René Martin et Claire Cavazza](#) pour « Nous réconcilier avec la Terre » (ed. Flammarion),  
[André Aschieri](#) pour « Silence, on intoxique ! » (La Découverte) (sous réserve).

- MERCREDI 22 AVRIL à 17H30 – FNAC STRASBOURG :  
**Un combat pour l'écologie**  
En présence de [Jean Marie Pelt](#) pour « C'est vert et ça marche » (Fayard) et « Le nouveau tour du monde d'un écologiste » (Lgf).
- JEUDI 23 AVRIL à 17H30 – FNAC MONTPELLIER :  
**Quel temps fera t-il demain?**  
En présence d'[Alain Grandjean](#) pour « C'est maintenant ! 3 ans pour sauver le monde » (sous réserve),  
[Hervé Le Treut](#) pour « L'Effet de serre : Allons-nous changer le climat ? » (ed. Flammarion).
- JEUDI 23 AVRIL à 17H30 – FNAC RENNES :  
**Faut-il changer nos comportements ?**  
En présence de [Corinne Lepage](#) pour « Vivre autrement » (Ed. Grasset) (sous réserve),  
[Frédéric Karpyta](#) pour « La face cachée du commerce équitable » (Bourin éditeur),  
[Frédéric Denhez](#) pour « Quelle France en 2030 ? » (Armand Colin).
- VENDREDI 24 AVRIL à 17h30 – FNAC DIJON :  
**Y a-t-il des alternatives au nucléaire?**  
En présence de Michel Hubert-Jamard pour « La troisième révolution énergétique » (Plon),  
[Corinne Lepage](#) pour « Vivre autrement » (Ed Grasset) (sous réserve),  
[Yves Cochet](#) pour « Anti manuel de l'écologie » (Bréal).
- JEUDI 30 AVRIL à 17H30 – FNAC GRENOBLE :  
**Pour nourrir le monde Faut-il sortir du capitalisme ?**  
En présence d'[Hervé Kempf](#) pour « Pour sauver la planète, sortez du capitalisme » et « Comment les riches détruisent la planète » (Seuil),  
[Sylvie Brunel](#) pour « Nourrir le monde : vaincre la faim » (Larousse).

Contact presse WWF-France : Pierre Chasseray  
01 55 25 84 61 / 06 87 92 32 68 - pch@wwf.fr

Contacts presse Fnac : Marie-Antoinette Gallimard  
01 55 21 54 45 - Marie-antoinette.gallimard@fnac.tm.fr  
Charlotte Sarboraria - 01 55 21 59 25  
charlotte.sarboraria@fnac.tm.fr

Contact MEEDDAT : Dominique Racle  
01 44 53 90 41 - dominiqueracle@wanadoo.fr



## Ateliers « Nature et Découvertes »

### Nature & Découvertes est heureux de s'associer à la Semaine du développement durable

Nature & Découvertes, qui s'engage tout au long de l'année, ne pouvait manquer de participer à cette 7e semaine du développement durable. À cette occasion, curieux et passionnés sont invités à prendre part à de nombreuses activités concoctées par Nature & Découvertes.

#### Au programme :

#### Ateliers dans les 70 magasins Nature & Découvertes

##### Art de la débrouille !

Transformons de façon créative et ingénieuse nos déchets du quotidien !

Mercredi 1er avril dans tous les magasins Nature & Découvertes, avec les parents, en partenariat avec l'association Débrouille Cie.

#### Quelques exemples de sorties en France

- **Visite d'une maison bioclimatique en bois**  
Visite d'une construction bioclimatique récente en Haute-Savoie et échange autour des solutions choisies avec le propriétaire. Un goûter bio sera offert.  
Étaux (74), 14h30-17h30, par Traces et Découvertes.
- **Découverte de l'énergie renouvelable autour du parc éolien du Lomont**  
Randonnée nature sur chemin facile avec visite d'un parc éolien comprenant 15 grandes éoliennes, mis en service en 2008.  
Vyt-les-Belvoir (25), 9h30-12h, 5 km, dénivelé de 150 m, par Michel Cottet.
- **Les produits ménagers bio**  
Découvrez des recettes faciles et amusantes à réaliser et fabriquez vos "propres" produits ménagers.  
Villeurbanne (69), 14h-16h, par Oikos, la maison, son environnement.

### Les rendez-vous Nature & Découvertes sur le salon Planète Durable.

Nature & Découvertes participe au Salon Planète Durable du 2 au 5 avril à la Porte de Versailles et propose aux visiteurs 24 rendez-vous adaptés à leurs envies. Une attention toute particulière sera portée au public familial avec une offre nouvelle d'animations et de spectacles Z'A Nous la Terre, déclinaisons de la fête annuelle Nature & Découvertes dédiée aux enfants et à l'environnement.

#### Au programme

##### Pour les experts

- **Des cafés-conso**, en partenariat avec [mescoursespourlaplanete.com](http://mescoursespourlaplanete.com) : défrichage d'un sujet de consommation en présence d'experts ou d'ONG. Ces séquences d'1 heure sont suivies d'un temps de parole et d'échange avec le public. À l'ouverture et avant la fermeture du salon, des tables rondes accompagnées d'un café ou apéritif offert au public.
- **Des rencontres et témoignages d'experts** : rendez-vous avec des experts et auteurs sur leurs sujets de prédilection. Intervention de 30 minutes maximum suivie d'un échange avec le public, précédée ou suivie d'une dédicace sur la librairie Nature & Découvertes

##### Pour les familles

- **Des spectacles et animations Z'A Nous la Terre** : des spectacles, des contes, des marionnettes pour des moments drôles et pas sérieux où petits et grands apprennent ensemble à agir pour limiter le réchauffement climatique, trier leurs déchets, préserver l'eau au quotidien...
- **Animations dans les allées du salon** : clowns et comédiens déambulent dans le salon pour sensibiliser les passants et promouvoir les spectacles.

Informations et inscriptions sur [www.natureetdecouvertes.com](http://www.natureetdecouvertes.com).

#### Contact Presse

Bureau [emmapom.com](http://emmapom.com)  
Emmanuelle Pometan  
01 42 01 46 96  
[emma@emmapom.com](mailto:emma@emmapom.com)



## Salon Planète durable : 2 au 5 avril, Paris

**Planète Durable est le salon de la consommation durable. Il aura lieu du 2 au 5 avril 2009 à Paris - Porte de Versailles et sera ouvert au grand public tous les jours de 10h à 19h.** Événement national, Planète Durable présentera les produits et services ayant une réelle plus value environnementale et/ou sociale. Un programme de conférences animées par Nature et Découvertes permettra aux petits et aux grands de se familiariser de manière ludique à une consommation qui intègre les enjeux du Développement Durable.

Le ministère du Développement durable y sera représenté sur le stand ADEME et pourra vous renseigner sur toutes les questions que vous vous posez sur votre consommation.

De plus, un « parcours Grenelle » permettra aux visiteurs du salon de découvrir les produits et services répondant concrètement aux engagements du Grenelle. Les enfants pourront s'amuser et apprendre en découvrant et participant à des spectacles tel que « Tigrella, la sorcière de la déchetterie »... Pour les parents, une maison écologique sera décorée avec des éléments de déco éco-conçus et permettra aussi de mieux appréhender, grâce à un village original, les possibilités d'améliorer les performances énergétiques de la maison. Mais ce n'est pas tout, il sera possible d'essayer des véhicules hybrides révolutionnaires ou encore de découvrir l'étonnante Green Kitchen dont l'électroménager « intelligent et interconnecté » économise l'eau et l'énergie en utilisant par exemple la chaleur récupérée par la hotte pour créer l'énergie nécessaire au fonctionnement de réfrigérateur.

Bien évidemment, le salon innovera dans sa présentation car un designer en assumera toute l'éco-conception et un bilan carbone permettra de connaître les économies de CO<sub>2</sub> réalisées.

Un conseil : utilisez les transports en commun pour vous y rendre !

Vous trouverez toutes les informations sur le salon Planète Durable sur [www.planete-durable.com](http://www.planete-durable.com)

---

# **Comment consommer durable au quotidien ?**

---



# ALIMENTATION

### Quelques manifestations sur ce thème :

**Création d'un verger pédagogique à Longjumeau (91) pour préserver la biodiversité et transmettre les savoirs de la taille fruitière ; production de miel.**

**Visite d'un jardin « bio » réalisé par des élèves de 6<sup>ème</sup> qui proposent leurs semis à la vente, exposition pour expliquer l'intérêt d'une agriculture sans pesticides - collège Serge Barranx à Montfort en Chalosse (40)**

**L**e concept de l'**alimentation durable** est basé sur une alimentation diversifiée, équilibrée et accessible à tous. Répondant aux besoins nutritionnels humains, cette alimentation est produite par des **modèles agricoles qui préservent l'environnement**, le climat, les sols, l'eau, la biodiversité naturelle et domestique, tout comme le bien-être des animaux d'élevage. Elle s'appuie aussi sur des modes de production agricole durables, préservant ainsi emplois agricoles, revenus équitables pour les producteurs et développement local.

## COMMENT AGIR ?

**Je privilégie les produits certifiés Agriculture biologique (AB) ou issus du commerce équitable** afin de favoriser les modes de productions les plus respectueux de l'environnement et des conditions sociales.

L'objectif du commerce équitable est notamment d'assurer une plus juste rémunération du travail des producteurs et artisans les plus défavorisés, et de garantir le respect des droits fondamentaux de la personne.

L'agriculture biologique constitue quant à elle un mode de production

soucieux du respect des équilibres naturels (absence pesticides, d'engrais chimiques, d'OGM...) dont les exigences sont définies dans la réglementation européenne sur l'agriculture biologique.

### **Je choisis les produits de saisons**

Ils sont plus savoureux, moins chers, et ne nécessitent pas de longs transports ou de serres chauffantes, coûteux en énergie. En consommant en fonction des saisons, j'achète local et je soutiens donc un développement économique durable du territoire. Je participe aussi à la préservation de la biodiversité en

relançant la demande pour des variétés oubliées.

### **Je respecte l'équilibre alimentaire**

Je suis les conseils du Plan National Nutrition Santé 2006 - 2010, qui recommande d'augmenter la consommation de fruits et légumes, ainsi que celle de féculents et légumineuses, et de diminuer les graisses. La lutte contre le cholestérol, l'obésité et les autres dérèglements liés à nos modes de vie constituent un objectif de santé publique mais aussi un enjeu financier, social et éducatif.

## Mesures retenues à l'issue du Grenelle Environnement

- Tripler la part de l'agriculture biologique, pour atteindre 6 % de la surface agricole utile en 2010.
- Introduire au moins un repas par semaine issu de l'agriculture biologique dans les cantines publiques.
- Atteindre 20 % de produits bio dans la restauration collective d'ici 2012.



# ACHATS COURANTS

### Manifestation sur ce thème :

Marché commerce équitable et inauguration  
de la carte des sites locaux de vente à la ferme -  
La Motte Servolex (73)

**T**ous les produits de consommation ont des impacts sur l'environnement. Tout produit a en effet besoin de matières premières et d'énergie pour être fabriqué. Tout produit doit être emballé et transporté. Mais il est possible de limiter ces impacts en se souciant de l'origine des produits et de la façon dont ils sont fabriqués, en les utilisant mieux et en veillant à leur réutilisation ou à leur recyclage.

## COMMENT AGIR ?

### Je choisis les produits écolabellisés

Deux écolabels sont reconnus en France : l'écolabel français (marque NF Environnement) et l'écolabel européen. Les produits écolabellisés m'assurent la double garantie « qualité et environnement » ; ils minimisent leurs impacts sur l'environnement, tout au long de leur cycle de vie (fabrication, utilisation, fin de vie).

### Pour mes achats quotidiens, j'opte pour le cabas

Un geste simple et symbolique : se

servir d'un cabas réutilisable plutôt que de sacs jetables. En quelques années, nous avons été nombreux à adopter ce petit geste... mais il reste encore plusieurs milliards de sacs jetables utilisés chaque année : alors généralisons l'utilisation de cabas, à la fois pratiques, réutilisables et moins polluants.

### A chaque rayon, des produits plus écologiques

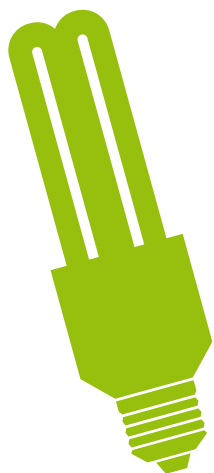
Entre deux produits comparables, je choisis celui qui présente le moins d'emballages.

Je privilégie les éco-recharges pour

les produits d'entretien, les produits d'hygiène ou les cosmétiques ainsi que certains produits alimentaires. Je choisis des produits rechargeables, réutilisables ou concentrés. Je m'oriente également vers les produits en vrac ou au détail. En fonction de ma consommation, je préfère les contenances les plus grandes, aux produits en dose unique ou en portion individuelle.

## Mesures retenues à l'issue du Grenelle Environnement

- Rendre plus favorables les actes et achats éco-responsables
- Développer les écolabels



# ÉNERGIE

### Quelques manifestations sur ce thème :

Présentation au public d'une centrale photovoltaïque  
- Entreprise A3M à Beaupuy (31)

Installation d'une éolienne reliée à une pompe  
et d'un système d'éclairage à partir d'un panneau  
photovoltaïque - Lycée professionnel des Plaines  
du Nord à Grande-Synthe (59)

**L**es équipements électriques de la maison consomment jusqu'au tiers de l'énergie utilisée par les ménages. C'est un poste important qu'il est facile de réduire : d'une part, lors de ses choix d'achat, d'autre part par ses comportements d'utilisation. L'électroménager (réfrigérateur, congélateur, lave-linge, lave-vaisselle...) et l'éclairage peuvent être plus ou moins gourmands, de même pour le matériel hi-fi (chaîne, téléviseurs, magnétoscopes, ordinateurs), qui, mal choisis ou mal utilisés, peuvent se révéler sources de dépenses énergétiques inutiles et coûteuses.

## COMMENT AGIR ?

### Je sélectionne les produits les moins consommateurs en énergie

Avant d'acheter un lave-linge ou un réfrigérateur par exemple, je vérifie sa consommation avec l'aide de l'étiquette énergie qui classe les produits de A à G. Je choisis de préférence un équipement de catégorie A+ ou A++ qui me garantit une moindre consommation d'énergie.

### Je ne laisse pas mes équipements en veille

Si je laisse ma télévision, mon magnéscope, mon lecteur DVD ou encore ma chaîne Hi-Fi en veille, ils peuvent finir par consommer davantage en temps cumulés qu'allumés. Je pense à me procurer des multiprises munies d'un interrupteur qui me permet de brancher plusieurs appareils ensemble et de les éteindre tous en même temps.

### Je remplace mes lampes à incandescence par des lampes basse consommation

Les lampes basse consommation consomment 4 à 5 fois moins et durent 6 à 10 fois plus longtemps que les ampoules classiques et les halogènes. Elles sont aussi porteuses d'une étiquette énergie, classées entre A et B tandis que les lampes classiques se situent entre E et G. Autre avantage, les lampes basse consommation sont en plus recyclables en quasi-totalité, ce qui permet d'économiser les matières premières et de préserver l'environnement.

## Mesures retenues à l'issue du Grenelle Environnement

- Appliquer l'étiquette énergie à l'ensemble des produits gros consommateurs d'énergie
- Soutenir le retrait au niveau communautaire des ampoules à incandescence d'ici 2010



# DÉCHETS

### Quelques manifestations sur ce thème :

Exposition et parcours-jeu dans les écoles sur la production, le recyclage et la prévention des déchets, et jeu-concours auprès des usagers des déchetteries locales - Agglo Grand Dax (40)

Chantier de nettoyage avec tri des déchets abandonnés dans la nature - Collège Public du Pilat, Bourg-Argental (42)

«Fête du tri» à Perpignan le 4 avril 2009 avec animations (66)

**L**a quantité de nos déchets augmente : elle a doublé en quarante ans. Chacun de nous produit actuellement près de 350 kg de déchets par an.

Même si, depuis plus de 10 ans, nous avons appris progressivement à trier nos déchets, à séparer les matières aisément recyclables, il reste toujours des déchets qu'il faut incinérer ou stocker. Le coût de la collecte, de l'incinération et du stockage est lourd et augmentera tant que les volumes de déchets ne diminueront pas plus significativement et que les normes de qualité environnementale et sanitaire des installations de traitement se durciront. De plus, dans de nombreux cas, les installations de traitement arrivent à saturation. Il est difficile de créer de nouvelles usines d'incinération et de nouveaux sites de stockage.

L'enjeu est donc aujourd'hui de réduire la quantité et la nocivité de nos déchets et ce sont nos choix au moment de l'achat d'un produit et la manière dont nous l'utilisons qui nous permettront d'atteindre en grande partie cet objectif.

## COMMENT AGIR ?

### Pour réduire mes déchets, je trie mes achats.

Je privilégie les produits sans emballages superflus, ceux qui ont une longue durée de vie et qui sont réparables, ceux qui sont concentrés ou réutilisables... Je choisis aussi les produits qui ont des impacts moindres sur l'environnement et qui me sont signalés par l'écolabel français (NF environnement) et l'écolabel européen.

### J'utilise mieux pour jeter moins

Pour le papier par exemple, je limite ma consommation au bureau comme à la maison. J'utilise les justes doses pour les produits ménagers et je prends soin des biens que je possède et les répare pour allonger leur durée de vie.

### Je prolonge la vie des objets

Avant de jeter un objet, je me demande si il est réparable ou réutilisable. Et je pense aussi à donner ce qui peut encore servir aux associations caritatives (Emmaüs, le réseau Envie,

ou aux Recycleries & Ressourceries), à mon entourage, aux bibliothèques et écoles, aux vide-greniers, dépôts-vente et sites Internet de ventes d'occasion.

### Je jette mieux en triant

Je peux donner une seconde vie au déchet en respectant les consignes de tri. Je fais donc entrer dans mes habitudes la collecte sélective, qui permet de fournir aux industriels «recycleurs» des matières premières de qualité et d'augmenter la quantité de matières recyclées.

## Mesures retenues à l'issue du Grenelle Environnement

- Engager un travail pour accroître la prévention (durée de vie, recyclabilité, réparabilité...) y compris pour les emballages
- Réduction de la production d'ordures ménagères et assimilées
- Augmenter le recyclage



# HABITAT

### Quelques manifestations sur ce thème :

Visite de bâtiments HQE : Bibliothèque universitaire de Reims (51)

Construction d'une éco-cabane par un artiste peintre - Lille (59)

Visite et inauguration d'un bâtiment scolaire passif à énergie positive - Beynat (19)

**L**e secteur du bâtiment représente en France 43 % de l'énergie totale consommée chaque année. Les pratiques et les choix de chacun ont un réel impact : économies d'eau et d'énergie, développement des énergies renouvelables, emploi de matériaux naturels, réduction de l'utilisation des produits contenant des composés organiques volatils ou des substances toxiques (aménagement, entretien...).

## COMMENT AGIR ?

### Je choisis mon logement

Que je sois locataire ou acheteur, le DPE (diagnostic de performance énergétique) me permet de mieux connaître mon logement. Réalisé par des professionnels certifiés, il me permet d'estimer la consommation d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre de mon logement, et de cibler les travaux les plus efficaces pour économiser l'énergie.

### Je ventile mon logement et nettoie les bouches d'aération

La pollution de l'air à l'intérieur des logements peut être supérieure à celle présente à l'extérieur. J'utilise avec modération les produits d'entretien et autres aérosols, en respectant les dosages

indiqués et aérant les pièces pendant et après le traitement. Autant de règles de salubrité qui diminuent les allergènes et l'accumulation de substances nocives. Entretien son habitat, c'est aussi contribuer à maintenir un environnement sain.

### J'isole mon logement

L'isolation thermique me permet à la fois de réduire mes consommations d'énergie de chauffage et de climatisation, et d'accroître mon confort. L'isolation est également bénéfique pour l'environnement car, en réduisant les consommations, elle permet de préserver les ressources énergétiques et de limiter les émissions de gaz à effet de serre. Lors de vos travaux, pensez aussi à améliorer l'isolation acoustique pour lutter contre le bruit, celui des autres et le vôtre.

### Je mise sur les énergies renouvelables

Bâtir ou aménager des maisons moins dépendantes des énergies fossiles, c'est possible : la pompe à chaleur, le chauffage à bois, les panneaux solaires, ... sont autant d'équipements disponibles aujourd'hui et qui s'avèrent des investissements rentables à terme. Ils réduisent les émissions de gaz à effet de serre mais aussi ma consommation et donc mes factures.

**Que ce soit pour bâtir ou rénover mon logement, pour l'isoler ou l'équiper en énergies renouvelables, je me renseigne car des aides importantes existent : par exemple, l'éco-prêt à taux zéro ou le crédit d'impôt développement durable, qui peuvent être cumulables pendant les deux prochaines années.**

## Mesures retenues à l'issue du Grenelle Environnement

- Énergies renouvelables : développer les différentes filières (hydraulique, éolien, biomasse, géothermie, photovoltaïque, solaire) avec pour objectif plus de 20 % d'énergies renouvelables dans la consommation finale d'énergie d'ici 2020
- Généraliser en 2020 les logements neufs à énergie positive ou passive
- Améliorer la qualité de l'air intérieur : étiquetage obligatoire des matériaux de construction et de décoration sur leur contenu en polluants volatils

## Comment consommer durable au quotidien ? 7



# RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES

### Manifestation sur ce thème :

Sensibilisation des agents aux économies d'énergie et à la consommation durable : Direction régionale de l'Équipement, de l'Aménagement et du Logement (DREAL) de Haute-Normandie, Direction départementale de l'Équipement et de l'Agriculture des Pays-de Loire (DDEA 49), AXA...

**D**ans votre entreprise (ou dans votre administration), vous pouvez aussi agir en faveur de l'environnement. Au-delà de leurs obligations réglementaires, les entreprises sont de plus en plus nombreuses à adopter une démarche de responsabilité sociétale, dite RSE. Il s'agit d'identifier les impacts sociaux et environnementaux de l'activité de l'entreprise et de mettre en œuvre des actions pour les éviter ou les limiter tout en assurant la compétitivité économique. Bien souvent, la RSE permet d'envisager le métier sous un nouveau regard et pourquoi pas d'innover et trouver de nouveaux marchés.

## COMMENT AGIR ?

### J'achète des écoproduits

Je demande au service achat de mon entreprise de commander à ses fournisseurs des produits plus respectueux de l'environnement. Quelques exemples : du matériel informatique performant mais économe en énergie, des lampes basse consommation, un mobilier de bureaux éco-conçu ou éco-labellisé, des produits d'entretien et de nettoyage écolabellisés, des vêtements de travail issus de filière responsable, ou encore des voitures « propres » pour la flotte d'entreprises.

### J'adopte les bonnes pratiques

Je discute avec mon encadrement pour faire évoluer les pratiques au travail, par exemple en organisant le co-voiturage dans l'entreprise ou en favorisant l'utilisation des transports en commun. D'autres initiatives peuvent être prises comme l'amélioration de la collecte sélective des déchets (poubelle spécifique pour recycler le papier, boîte pour collecter les piles, réceptacle pour collecter les toners d'encre) ou encore la préférence pour les visioconférences.

### Je mobilise mon équipe

L'environnement et la solidarité sont de bons sujets pour donner de la cohésion

à mon équipe. La sensibilisation peut prendre des formes variées qui vont de l'information sur les écogestes, lesquels permettent au quotidien de faire des économies (imprimer en recto/verso, éteindre la lumière, etc.) jusqu'à l'organisation d'événements autour de l'installation d'un distributeur de boissons contenant des produits équitables et « bio » ou l'organisation d'un repas de Noël « équitable », de week-end d'entreprise éco-touristiques. Le comité d'entreprise peut jouer un rôle en faveur des bonnes pratiques dans l'entreprise.

## Mesures retenues à l'issue du Grenelle Environnement

- Rendre plus favorables les actes et achats éco-responsables
- Intégrer le développement durable dans les instances de dialogue et de négociation de l'entreprise ou de leurs établissements

### Quelques manifestations sur ce thème :

Découverte de véhicules Prototypes et Urban Concept qui réalisent respectivement 573 Km et 228 Km avec 1 litre d'essence - Association de l'école d'ingénierie aéronautique IPSA Le Kremlin-Bicêtre (94)

Salon de la mobilité durable pour découvrir les moyens alternatifs à la voiture (transport en commun, deux roues, pédibus, co-voiturage...) - Association Coteaux 21 (31)



## TRANSPORT

**L**es transports sont le premier secteur émetteur de gaz à effet de serre en France, avec plus du quart des volumes. Mais les résidus de combustion dégradent aussi notre santé : irritations du système respiratoire (oxydes d'azote), risques de cancers. Ajoutons à cela le bruit, puisque les transports terrestres sont responsables de 80 % des nuisances sonores !

Au niveau collectif, le Plan de Déplacements Urbains (PDU) vise à rendre compatibles besoins de déplacement et préservation de l'environnement et de la santé. Avec quelques axes majeurs : diminution du trafic routier, développement des alternatives, gestion des flux de marchandises. Mais tout cela doit s'accompagner de modifications des comportements individuels.

## COMMENT AGIR ?

**Je donne la priorité aux transports en commun pour nos déplacements,** notamment en milieu urbain.

Les trajets en voiture en centre ville sont devenus un problème majeur : l'automobile n'est pas le mode de déplacement le plus efficace pour circuler en ville. Les transports en commun sont économiquement plus intéressants, le coût annuel d'une voiture particulière étant 20 fois supérieur à celui lié à l'utilisation des transports en commun. Écologiquement, la comparaison est sans appel : les autobus émettent 2 fois moins de CO<sub>2</sub> que la voiture tandis que le tramway, 100 % électrique, ne rejette aucun gaz dans l'atmosphère urbain et consomme 10 fois moins d'énergie qu'une voiture particulière.

### Je privilégie les modes de déplacements doux

Par réflexe, nous choisissons souvent la voiture pour aller faire nos courses, même pour transporter des choses légères, et même si la distance est courte. Que ce soit pour aller faire mes achats ou pendant mes loisirs, je privilégie la marche ou le vélo, qui sont en plus bénéfiques pour ma santé.

### Je conduis autrement

Quand je ne peux pas me passer de voiture, je mets en pratique les règles d'éco-conduite : une conduite souple, sans accélération brutale, et une utilisation minimale de la climatisation, permettent d'économiser jusqu'à 20% de carburant. Et surtout, je me déplace le plus possible à plusieurs : le covoiturage peut être idéal pour se rendre à des manifestations, ou pour les départs en vacances.

### Je choisis un véhicule limitant son impact sur l'environnement

C'est un acte à la fois économe et citoyen qui contribue à l'effort collectif de diminution des émissions de gaz à effet de serre. L'étiquette « consommation et émissions de CO<sub>2</sub> », obligatoirement apposée sur le véhicule, renseigne sur les émissions de CO<sub>2</sub>/km. Je bénéficie du bonus écologique si ma voiture n'émet pas plus de 130 g de CO<sub>2</sub>/km.

### Je fais en sorte que mes enfants aussi se déplacent autrement

La majorité des enfants - de 60 à 80 % - vont à l'école accompagnés en voiture. Pour limiter ces petits trajets, association de parents, écoles, mairies et agglomérations ont lancé des Plans de déplacements d'établissement scolaire (PDES). De très nombreux établissements ont mis en place des autobus pédestres ou des vélobus : un groupe d'enfants, encadré par des parents bénévoles, se rend à l'école à pied ou à vélo !

## Mesures retenues à l'issue du Grenelle Environnement

- Diminution de 20 % des émissions de CO<sub>2</sub> dans le secteur des transports d'ici 12 ans
- Priorité au rail, aux transports en commun et aux voies navigables
- Lignes de bus et de tramway : 1500 km supplémentaires d'ici 10 ans
- Développement du co-voiturage et de l'auto-partage
- Définition d'un programme d'éco-conduite national
- Donner un avantage aux véhicules peu émetteurs de CO<sub>2</sub> avec un système de bonus/malus
- Lignes à Grande Vitesse : 2 000 km supplémentaires d'ici 2020
- Création d'autoroutes ferroviaires : 50 % du trafic camion de transit transféré d'ici 2020



### Manifestation sur ce thème :

Balades à la découverte du territoire, de ses richesses environnementales et de ses initiatives durables - Parc de Figuerolles à Martigues (13), Cévennes écotourisme (48), Communauté de communes des isles du marais poitevin (85)

**D**u fait de sa croissance rapide, le tourisme exerce des pressions croissantes sur les destinations et leur environnement naturel, culturel et socio-économique.

Le tourisme durable vise à respecter, préserver et contribuer à mettre en valeur les ressources naturelles, culturelles et sociales du territoire d'accueil.

Le tourisme équitable vise une juste rétribution des acteurs locaux, pour leur permettre de vivre dignement et de préserver le patrimoine culturel et naturel régional. Le voyageur responsable est au centre de cette démarche basée sur le partenariat, la transparence et une plus juste rémunération des services dont il bénéficie.

## COMMENT AGIR ?

### Je ne rapporte pas de plantes ou d'animaux

Il s'agit peut-être d'une espèce menacée et rapporter un souvenir de vacances peut contribuer à leur disparition. Je fais également attention à ne pas introduire lors de mon arrivée d'éléments végétaux ou animaux qui puissent constituer un danger pour la biodiversité locale.

### Je respecte l'environnement en vacances comme à la maison

En randonnée, je prévois un sac-poubelle pour les déchets ; en bord de mer ou près d'une rivière, je ne jette rien dans l'eau. Autant d'attentions qui préservent les

espaces naturels et les espèces qui y vivent. Des loisirs propres, avec un minimum de motorisation, contribuent par ailleurs à lutter contre le changement climatique et respectent la biodiversité.

### Je privilégie le train pour mes voyages longue distance

Sur de longues distances, le train est le champion de l'efficacité énergétique et environnementale. Quand je ne peux pas prendre le train et que je voyage en avion, je peux compenser mes émissions de CO<sub>2</sub> en soutenant financièrement des projets de lutte contre le changement climatique, portés par des associations ou des ONG.

### Je pratique le tourisme solidaire

À deux pas ou à l'autre bout du monde, pourquoi ne pas partir à la découverte de régions peu touristiques mais riches en cultures et en traditions ? De plus en plus de réseaux proposent des séjours en milieu rural. Les revenus tirés de ces activités sont envisagés comme un complément de ressources, pour un mode d'accueil et d'échanges plus authentiques. Par ailleurs, faut-il encore le rappeler ? le respect de la dignité humaine reste un incontournable... continuez à lutter contre le tourisme sexuel et toutes autres formes d'avilissements de la personne humaine.

## Mesures retenues à l'issue du Grenelle Environnement

- Doubler le réseau de lignes à grande vitesse
- Réduire et prévenir les polluants venant du continent



# EAU

### Quelques manifestations sur ce thème :

Spectacle déambulatoire sur l'eau « O fil de l'eau, Mère... » - Queven (52)

Ballade pour faire connaître les usages de l'eau (puits, lavoirs, abreuvoirs, moulins, rivières), récits par des personnes âgées sur l'eau dans leur jeunesse (rareté, usages disparus et importance dans la vie quotidienne) - Ayen (19)

**S**i l'eau couvre 72 % de la surface de la terre, l'eau douce est une ressource rare. Elle représente en effet moins de 3 % de l'eau de la planète, dont seulement 0,3 % à 1 % est propre à la consommation humaine ! L'eau potable est une ressource rare que chacun d'entre nous peut économiser chaque jour par des gestes simples.

## COMMENT AGIR ?

### Je m'équipe pour économiser l'eau

Il existe des équipements et des appareils ménagers simples et peu coûteux permettant de réaliser d'importantes économies d'eau au quotidien. J'équipe mes robinets de réducteurs de débits, ce qui me fait économiser jusqu'à 40 % d'eau, et j'opte pour des systèmes de chasse d'eau à deux débits, me permettant de réduire le volume d'eau utilisé d'environ 15 litres par jour pour

un foyer de deux personnes. Je choisis les appareils électroménagers (lave-linge, lave-vaisselle) en fonction de leur consommation d'eau et d'énergie.

### Je fais la chasse aux fuites

Un écoulement goutte à goutte peut faire dépenser plus de 3 500 litres d'eau par an. Je fais réparer les robinets et chasses d'eau qui fuient et gaspillent plusieurs dizaines de litres par jour.

### Je préfère les douches aux bains

La douche est plus tonique et hygiénique que les bains et ne consomme que de 50 à 80 litres d'eau contre 150 à 300 litres pour un bain. En prenant des douches plutôt que des bains, j'économise non seulement de l'eau mais aussi l'énergie qu'il faut pour la chauffer.

## Mesures retenues à l'issue du Grenelle Environnement

· Lancer un programme de réduction de fuites dans les réseaux d'alimentation en eau potable

# Les entreprises s'engagent en faveur du développement durable : signature de 4 nouvelles conventions professionnelles

La signature d'une convention permet la constitution d'un socle commun pour les signataires, par lequel ils montrent leur implication et leur engagement dans la mise en œuvre des conclusions du Grenelle Environnement.

Quelques exemples de chartes d'engagement volontaire ou d'initiatives en faveur de la consommation durable :

• **29.01.08** : Signature entre la fédération des entreprises du commerce et de la distribution, et le ministère du développement durable d'une convention de cinq ans pour un commerce responsable et l'amélioration de l'éco-conception

**Engagement** : Généraliser les informations environnementales présentes sur les produits et services, et promouvoir une agriculture durable : augmentation de 15% par an des produits bio dans le total des ventes et réduction de la production de déchets

• **11.03.08** : Engagements d'IKEA pour améliorer son efficacité énergétique globale et réduire ses émissions de gaz à effet de serre

**Engagement** : Réduire les consommations énergétiques et investir dans les énergies du futur

• **02.04.08** : Recylum lance une opération de sensibilisation des entreprises au recyclage

**Engagement** : Améliorer la gestion des déchets

• **03.04.08** : Leclerc lance un ticket de caisse dressant la facture en euros et en CO<sub>2</sub>

**Engagement** : Généraliser les informations environnementales sur les produits et services

• **07.04.08** : Signature d'une charte régionale d'éco-responsabilité des services de l'Etat en région Languedoc-Rousillon

**Engagement** : Définir et mettre en œuvre des politiques de développement durable à l'échelle régionale

• **19.05.08** : Signature d'une convention avec les professionnels de l'immobilier pour l'affichage de la performance énergétique dans les annonces immobilières

**Engagement** : Généraliser les informations environnementales présentes sur les produits et services

• **23.10.2008** : Signature de la convention d'engagements sur la réduction des emballages, le recyclage et l'information

**Engagement** : Objectif de recyclage pour les emballages ménagers: passer de 60% en 2006 à 75% en 2012. Objectif de recyclage pour les déchets des entreprises: passer de 68% à 75% en 2012

• **Le 25 mars 2009**, Jean-Louis Borloo, Ministre de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, Chantal Jouanno, Secrétaire d'Etat chargée de l'Ecologie, et Philippe Van de Maele, président de l'Ademe, signent 4 nouvelles conventions d'engagements :

1. Convention d'engagement volontaire des acteurs de conception, réalisation et maintenance des infrastructures routières, voirie et espace public urbain
2. Convention d'engagement volontaire pour l'affichage environnemental et sanitaire des produits de construction
3. Convention d'engagement volontaire des Entreprises du médicament
4. Convention d'engagement avec le Groupe La Poste



### 1. Convention d'engagement volontaire des acteurs de conception, réalisation et maintenance des infrastructures routières, voirie et espace public urbain

Cette convention est signée par la Fédération nationale des travaux publics (Fntp), le Syndicat professionnel des terrassiers, l'Union des syndicats de l'industrie routière française (Usirf), la Fédération syntec-ingénierie, le ministère de l'Ecologie de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, et l'Assemblée des Départements de France (Adf)

Les entreprises de terrassement et de construction routière et les sociétés d'ingénierie conçoivent, construisent, aménagent et entretiennent les infrastructures routières, les voiries urbaines, les plates-formes de transports collectifs et adaptent les espaces publics urbains.

Dans le cadre de la mise en œuvre des orientations du Grenelle Environnement, à travers leurs organisations professionnelles respectives signataires de la convention d'engagement volontaire, ces entreprises s'engagent à :

#### 1. Préserver les ressources non renouvelables :

- Par le réemploi ou la valorisation de 100% des matériaux naturels excavés sur les chantiers de terrassement (Objectif : amélioration de 10% dès 2012 et 100% à l'horizon 2020)
- Par l'accroissement du recyclage des excédents et déchets de chantier des travaux publics
- Par l'augmentation de la réutilisation des matériaux bitumineux issus de la déconstruction routière (Objectif : 60% en 2012)

#### 2. Préserver la biodiversité et les milieux naturels :

- Par la diffusion de recommandations et de méthodologies, notamment vers les entreprises de terrassement (au plus tard en 2012)

#### 3. Réduire les émissions de gaz à effet de serre et la consommation d'énergie :

- Grâce aux progrès sur les transports, les centrales d'enrobage et les produits routiers (Objectif : réduction de 10% et 6% des émissions de CO<sub>2</sub> dès 2012, respectivement pour les entreprises de construction routière et de terrassement et de 33% à l'horizon 2020)

#### 4. Réduire la consommation d'eau sur les chantiers de terrassement :

- En optimisant les procédures d'arrosage (Objectif : 50% dès 2012)

#### 5. Accroître la performance environnementale des entreprises et des infrastructures :

- En favorisant (dès septembre 2009) la comparaison des solutions environnementales par la création d'un « Eco-comparateur » commun aux entreprises, validé par l'ADEME, portant sur l'énergie consommée, les émissions de gaz à effet de serre, la préservation de la ressource naturelle

#### 6. Améliorer la sécurité des usagers, des riverains et des personnels travaillant sur chantier :

- Par la signature d'une charte de la sécurité routière portant notamment sur les conditions de réalisation des chantiers sous circulation et sur le développement de la coopération technique dans le domaine de l'exploitation de la route, de la gestion des flux et de la télématique routière (premier trimestre 2009)

#### 7. Créer les conditions d'une véritable compétitivité écologique avec tous les acteurs :

- En participant au développement de la recherche et de l'innovation
- En créant les conditions d'un nouveau mode de partenariat technique
- Pour aboutir à une refonte de l'ensemble de la doctrine routière et à la mise en place de nouveaux cadres techniques et normatifs
- En permettant à notre pays de disposer rapidement d'une instance partenariale de référence en matière de conception, de construction, d'entretien et d'exploitation des routes et des infrastructures de transport : **l'Institut Français de la Route et des Infrastructures de Transport**

#### 8. Promouvoir les objectifs de cet acte d'engagement :

- Auprès des partenaires et des acteurs concernés et le décliner localement

#### 9. Suivre et évaluer cet acte d'engagement volontaire.

Pour ce faire, le [Ministère du Développement durable](#) s'engage également :

- A renforcer sa politique d'innovation routière en assurant des expérimentations sur chantiers, à participer à la refonte de la doctrine technique, à assurer la promotion de cette politique auprès des maîtres d'ouvrages et des maîtres d'œuvre, notamment dans le cadre des partenariats techniques.
- A prévoir systématiquement, dès 2010, dans ses marchés de travaux la possibilité de réemploi des matériaux, de leur recyclage ou de la valorisation de déchets, et à ouvrir ses marchés de travaux à de telles variantes.
- A transmettre dans ses appels d'offre de marchés de travaux l'ensemble des informations relatives à la biodiversité et aux continuités écologiques et à inviter les collectivités locales à faire de même.

[SYNTEC-Ingénierie](#) apporte son expertise technique, ses méthodologies en matière de développement durable et soutient la mise en œuvre des objectifs de la convention.

[L'Assemblée des Départements de France \(ADF\)](#) soutient la mise en œuvre des objectifs de la convention et favorise leur déclinaison locale.

Retrouver l'intégralité de la convention en ligne :

**[www.developpement-durable.gouv.fr](http://www.developpement-durable.gouv.fr)**

Voir la présentation des organismes signataires de la convention en Annexe.



## 2. Convention d'engagement volontaire pour l'affichage environnemental et sanitaire des produits de construction

Sous l'égide du ministère de l'Ecologie de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, et en accompagnement des engagements du Grenelle Environnement portant à la fois sur l'amélioration de l'information environnementale et sanitaire des produits de construction et sur celle des performances des bâtiments neufs et existants, les professions et industriels de l'AIMCC (Association des Industries de Produits de Construction) s'engagent aujourd'hui, avec plusieurs de leurs partenaires majeurs publics et privés (ADEME, AFNOR, Association HQE, Association Qualitel et CSTB - Centre Scientifique et Technique du Bâtiment) à :

- Généraliser la mise à disposition des informations environnementales et sanitaires ;
- Améliorer plus particulièrement la qualité des informations sanitaires ;
- Développer leur utilisation au travers d'actions d'information et de formation ainsi que par le développement d'un certain nombre d'outils facilitant l'exploitation de ces informations, au travers d'une Convention d'engagement volontaire.

Expression de la mobilisation forte des signataires, cette convention porte sur quatre domaines :

- Information environnementale et sanitaire,
- Formation des acteurs professionnels,
- Communication
- Amélioration des déclarations environnementales et sanitaires et de leurs usages

Le premier domaine vise essentiellement à planifier l'effort quantitatif des professions et industriels de l'AIMCC pour couvrir le marché de Fiches de Déclaration Environnementales et Sanitaires (FDES), avec l'objectif d'atteindre 90% en 2012.

Le deuxième domaine propose des engagements des signataires pour inciter à l'utilisation des FDES dans les formations liées à la Qualité Environnementale des Bâtiments (QEB).

Le troisième domaine encadre une intensification de l'information sur les FDES et de leur utilisation en s'appuyant entre autres sur la base INIES, la base nationale de référence de présentation des caractéristiques environnementales et sanitaires des produits de construction.

Le quatrième domaine précise les engagements qui visent à améliorer le contenu des FDES en particulier au niveau sanitaire, leur crédibilité au travers du « programme FDE&S » de vérification par tierce partie et à en généraliser l'usage dans les référentiels de certification liés à la qualité environnementale des bâtiments.

Tous ces engagements qui s'étalent jusqu'au 31 décembre 2012 seront évalués annuellement en particulier par les instances de gouvernance de la base INIES.

Cette convention a pour ambition d'entraîner les professionnels de la construction sur la voie du développement durable. Elle facilite une véritable rupture dans les comportements en mettant l'accent sur la mise à disposition de toutes les informations produits nécessaires à la conception et à la réalisation de bâtiments sains et confortables, dont les impacts sur l'environnement soient les plus maîtrisés possible, et sur l'utilisation de celles-ci pour évaluer la qualité environnementale obtenue sur l'ensemble de leur cycle de vie.

Retrouver l'intégralité de la convention en ligne :

**[www.developpement-durable.gouv.fr](http://www.developpement-durable.gouv.fr)**

Voir la présentation des organismes signataires de la convention en Annexe.



### 3. Convention d'engagement volontaire des entreprises du médicament

Depuis près de trois ans, les Entreprises du Médicament (Leem), en liaison étroite avec le Ministère du développement durable, ont engagé un travail collectif pour s'approprier les enjeux de responsabilité sociétale (RSE) sur lesquels elles sont sollicitées (éthique, environnement, social et sociétal). Cette démarche repose sur trois piliers :

- La mise en place d'un « comité RSE » rapportant au Conseil d'Administration du Leem ;
- L'existence d'un dialogue continu et ouvert avec les parties prenantes du secteur, notamment par la création d'un Comité des Parties Prenantes ;
- Le déploiement d'initiatives de progrès sur l'ensemble des enjeux identifiés et dans le contexte du Grenelle Environnement.

La Convention Leem - Ministère du développement durable résulte d'une démarche exemplaire engagée par les Entreprises du Médicament pour répondre aux enjeux du Grenelle Environnement en définissant des objectifs de progrès de manière concertée avec les parties prenantes.

Elle a pour objectif de favoriser l'attractivité économique de l'investissement pharmaceutique en France, en recherche et production, par une qualité environnementale de l'offre et une intégration pertinente des contraintes économiques et réglementaires.

Cette convention démontre l'engagement et la responsabilité du secteur du médicament qui, dans le cadre d'un partenariat avec les pouvoirs publics, instaure une démarche de progrès environnementale et sociétale.

La Convention comporte [cinq programmes de travail](#) :

- Une politique volontariste de réduction des émissions de gaz à effet de serre et d'amélioration de l'efficacité énergétique du secteur (Bilans Carbone, plans de déplacement collectif, flottes de véhicules éligibles au bonus écologique etc.) ;
- Une volonté d'associer les salariés en les formant, informant et en mettant des guides de bonnes pratiques à

leur disposition sur tous les points susceptibles de progrès environnementaux ;

- Une relation suivie avec les parties prenantes autour des questions de développement durable dans la santé ;
- Une politique de communication responsable (dématérialisation des supports, diffusion de bonnes pratiques, etc.) ;
- Une collaboration public/privé sur les enjeux de développement durable dans la santé (médicaments non utilisés, rejets dans l'eau, biodiversité, éco-conception, référentiel sectoriel, etc.).

Les avancées et les progrès seront mesurés de manière consolidée au travers de treize indicateurs quantitatifs et qualitatifs et feront l'objet d'une réunion annuelle de restitution avec les pouvoirs publics.

Retrouver l'intégralité de la convention en ligne :

[www.developpement-durable.gouv.fr](http://www.developpement-durable.gouv.fr)

Voir la présentation des organismes signataires de la convention en Annexe.



### 4. Convention d'engagement avec le Groupe La Poste

**SIGNATURE DE LA PREMIERE CONVENTION CADRE ETAT-ENTREPRISE ENTRE LE MINISTRE DE L'ÉCOLOGIE, DE L'ÉNERGIE, DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE, L'AGENCE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA MAÎTRISE D'ÉNERGIE ET LE GROUPE LA POSTE**

**Jean Louis Borloo, Ministre de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, Chantal Jouanno, Secrétaire d'État chargée de l'Écologie, Philippe Van de Maele Président de l'agence de l'environnement et de la maîtrise d'énergie, ont signé ce jour la première convention cadre état entreprise avec Jean-Paul Bailly Président du Groupe La Poste portant engagement mutuel dans le cadre du Grenelle Environnement.**

Le Groupe La Poste, de par sa place dans la société française, ses missions de service public et sa présence sur le territoire, se doit d'être exemplaire dans le domaine du développement durable. Ainsi, dès 2003, le Groupe La Poste a mis en place une politique de développement durable. En 2008, il fait du développement durable l'axe stratégique de sa politique d'entreprise « performance et confiance 2008-2012 ».

Aujourd'hui, en s'associant au MEEDDAT et à l'ADEME, le Groupe La Poste prend des engagements forts et réaffirme ainsi sa volonté d'être un acteur responsable au cœur de la société.

Par cette convention signée pour une durée de 3 ans, le Meedat, l'Ademe et La Poste s'engagent à travailler ensemble sur :

#### • Le transport de marchandises et le déplacement du personnel

La Poste s'engage à réduire les émissions de CO<sub>2</sub> liées au transport d'ici à 2012 en optimisant sa logistique, en sensibilisant ses sous-traitants, en étudiant les possibilités de report modal, en poursuivant le développement des modes de transport plus respectueux de l'environnement, en poursuivant la formation à l'éco-conduite de ses collaborateurs, en poursuivant le déploiement de Plans de Déplacements Entreprise (PDE).

#### • La gestion énergétique des bâtiments

Le Groupe La Poste s'engage à anticiper les exigences du Grenelle Environnement en optimisant la consommation

d'énergie dans les bâtiments et en développant le recours aux énergies renouvelables.

#### • Les produits et services responsables

Le Groupe La Poste s'engage à déployer une gestion responsable de la ressource papier pour ses consommations internes en utilisant du papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement. Il s'engage également à promouvoir une utilisation responsable du papier auprès de ses parties prenantes.

Dans son offre de produits et services conçus et commercialisés, le Groupe La Poste s'engage à prendre en compte des critères environnementaux, sociaux et/ou sociétaux. Il s'engage par ailleurs à poursuivre le déploiement de sa politique d'achat responsable.

#### • La gestion des déchets

Dans le cadre du déploiement de sa démarche de gestion des déchets, le Groupe La Poste s'engage à poursuivre sa démarche de réduction à la source, de tri, d'optimisation et de valorisation des déchets générés par ses activités.

#### • La communication et la formation sur les enjeux du développement durable

Le Groupe La Poste s'engage à promouvoir la démarche de développement durable et à sensibiliser en interne comme en externe les parties prenantes aux enjeux du développement durable.

Pour tous ces engagements, le MEEDDAT et l'ADEME apporteront au Groupe La Poste leur soutien en termes d'expertise, de conseil et de formation.

Cette convention sera relayée au niveau régional par ses trois parties. Une évaluation de l'ensemble des actions menées sera réalisée au terme de la convention.

#### Contact Presse Groupe La Poste

Presse écrite : Virginie Gueidier  
01 55 44 22 41 - virginie.gueidier@laposte.fr  
Presse audiovisuelle : Jacques Gourier  
01 55 44 22 43 - jacques.gourier@laposte.fr

Retrouver l'intégralité de la convention en ligne :

**[www.developpement-durable.gouv.fr](http://www.developpement-durable.gouv.fr)**

Voir la fiche partenaire du Groupe La Poste en annexe.

# Les actions de sensibilisation à la consommation durable mises en œuvre par le ministère

## LES ÉCOLABELS À LA UNE DE LA SEMAINE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Pour la première fois, une campagne TV a lieu pour promouvoir les écolabels (NF Environnement et écolabel européen) auprès du grand public. Elle va se dérouler pendant la semaine du développement durable. Un spot télévision passera plus de 20 fois par jour du 28 mars au 7 avril 2009 sur les chaînes TF 1, France 2, France 3, M6, Canal+, ainsi que 15 chaînes thématiques. Au total 664 spots attireront l'attention des consommateurs sur les produits écolabellisés présents sur le marché.

Ce spot pédagogique de 20 secondes met en scène des produits portant des écolabels qui expliquent au consommateur comment reconnaître un produit écolabellisé.

**Consommez des produits écolabellisés  
et passez au durable !**



Deux écolabels sont délivrés en France : la marque NF Environnement et l'écolabel européen. Il s'agit de deux signes d'excellence environnementale construits sur les mêmes principes, ce qui explique pourquoi ils sont promus ensemble à travers cette campagne.



**Les points forts des écolabels sont :**

- une efficacité équivalente à celle des autres produits,
- des critères écologiques portant sur l'ensemble du cycle de vie des produits,
- la garantie de labels soutenus par les pouvoirs publics depuis 1991,
- des cahiers des charges librement consultables et élaborés en concertation avec les parties prenantes : fabricants, distributeurs, associations de protection de l'environnement et de consommateurs,
- un contrôle régulier par un organisme indépendant.

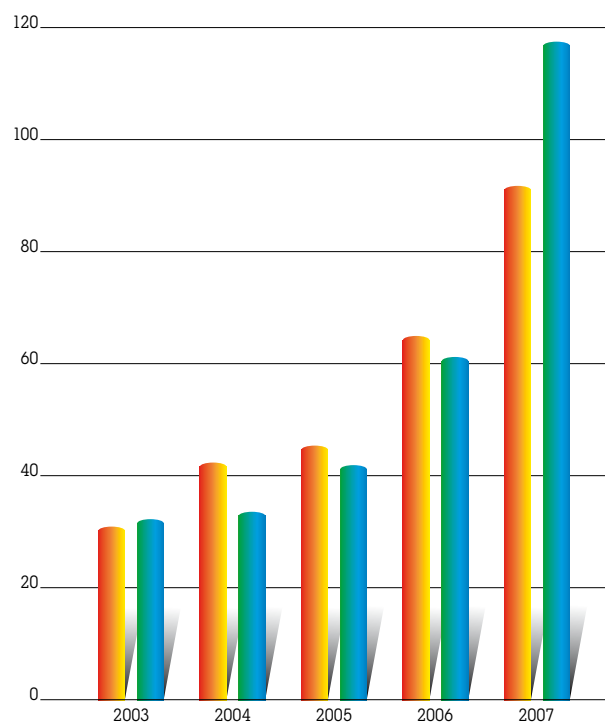
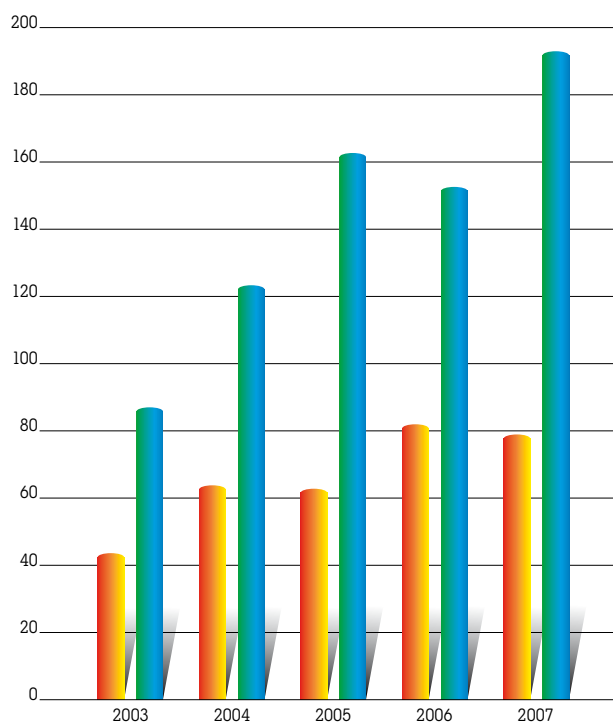
A travers cette campagne, le Ministère du Développement durable veut rappeler que les produits écolabellisés répondent à des critères exigeants et qu'ils participent à l'évolution des modes de production et de consommation.

L'ADEME s'associe largement à cette campagne. Elle est chargée notamment d'élaborer les projets de cahier des charges pour la Marque NF Environnement et de représenter la France lors des discussions menées au niveau communautaire pour définir les critères de l'écolabel européen. Ces deux écolabels couvrent ensemble une cinquantaine de catégories de produits de grande consommation. On peut les trouver par exemple sur des détergents et sur des produits de nettoyage, du linge de maison et de l'habillement, du mobilier, des peintures et vernis, des papiers essuie-tout, des enveloppes et des cahiers... mais aussi sur certains services touristiques comme des hôtels et des campings.

Les écolabels restent encore trop mal connus des Français, alors qu'ils constituent un moyen sûr et simple d'acheter des produits de qualité ayant de faibles impacts sur l'environnement. Le nombre d'entreprise bénéficiant d'une écolabellisation pour certains de leurs produits augmente, ainsi que les chiffres d'affaires générés par la vente de produits écolabellisés. Aujourd'hui en mars 2009, plus de 220 entreprises en France bénéficient de l'écolabellisation de certains de leurs produits, alors qu'elles n'étaient que de 170 en 2007 et à peine de 110 en 2005. La compilation des données économiques concernant les chiffres d'affaires 2008 des produits certifiés n'est pas encore disponible.

### France

- Nombre d'entreprises bénéficiant de la Marque NF Environnement ou de l'Ecolabel européen pour certains de leurs produits
- CA des produits certifiés NF environnement et Ecolabel européen



Nombre d'entreprises bénéficiant de la Marque NF Environnement

CA produits certifiés départ usine (Millions €)

Nombre d'entreprises bénéficiant de l'écolabel européen

CA produits certifiés départ usine (Millions €)

Cette campagne TV est accompagnée par une **campagne « virale »**, portée notamment par les entreprises titulaires d'un écolabel et les distributeurs. Ces acteurs sont invités à mettre en place des actions de promotion des écolabels. Des kits d'information sont mis à leur disposition et le site [www.ecolabels.fr](http://www.ecolabels.fr) mis en ligne par AFNOR Certification a été enrichi de diverses informations à destination des professionnels et des consommateurs. AFNOR certification est habilitée à délivrer la marque NF environnement et l'écolabel européen aux entreprises intéressées, qu'il s'agisse de fabricants ou de distributeurs (pour leurs marques propres).

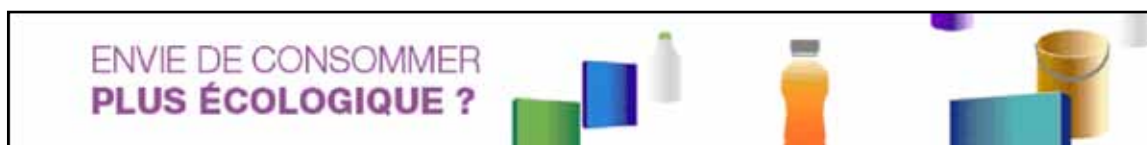
Conçue et réalisée en partenariat avec l'ADEME et l'AFNOR, cette campagne s'appuie sur un dispositif multi-canal qui comprend :

- une campagne de promotion menée par les enseignes de distribution et de bricolage via un kit de communication complet comprenant : affiche, dépliant, stop rayon, leaflet,... Initiée depuis 2008, cette campagne se poursuit tout au long de 2009.
- une campagne de promotion menée par les entreprises titulaires d'un écolabel via un kit de communication complet et personnalisable par chaque titulaire comprenant : affiches, dépliants, kakémonos, bannières web, ... L'objectif ici est double : soutenir les efforts de communication des entreprises titulaires tout en valorisant leur engagement grâce à une promesse forte : « La qualité écologique est à portée de main ». La personnalisation

des outils permet aux entreprises titulaires de s'associer étroitement à la campagne, en assurant en outre une promotion harmonisée de leurs produits ou de leurs services écolabellisés.

- un dispositif de marketing viral destiné à créer le buzz autour des écolabels et à faire en sorte qu'un maximum de personnes les voient et les identifient. S'appuyant sur une démarche participative des internautes (« Faites profiter des écolabels, faites passer ! »), le site internet [www.simplementecolabel.fr](http://www.simplementecolabel.fr), hébergé sur le site [www.ecolabels.fr](http://www.ecolabels.fr), a pour objectif d'informer le grand public de façon simple et ludique sur les écolabels. Des vidéos façon micro-trottoir illustrent ainsi avec humour la complexité à laquelle sont confrontés les consommateurs soucieux de consommer plus responsable. Un jeu en ligne, « l'éco-simplificateur », invite les internautes à tester leurs connaissances des principaux labels ou logos qui peuvent guider une consommation responsable. Enfin, une « boîte à outils » propose un ensemble de petits gestes simples à accomplir pour s'associer à la diffusion des écolabels auprès du plus grand nombre (bannières à télécharger, module de diffusion des vidéos, fonds d'écran, ...).

Les internautes pourront relayer la diffusion d'une bannière animée, renvoyant sur le site d'animation [www.simplementecolabel.com](http://www.simplementecolabel.com)



# VINZ ET LOU : LES ENFANTS, ACTEURS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Dans le cadre de sa politique d'éducation à l'environnement et au développement durable, le ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire a noué, via le Commissariat général au développement durable, un partenariat autour d'un programme court de 13 dessins animés : « Vinz et Lou veillent au grain » produit par la société de production Tralalère.

Lancé pendant la semaine du développement durable, ce programme sensibilise avec humour les 7-12 ans sur l'impact écologique de leurs actions quotidiennes. Les aventures des 2 personnages (Vinz, 12 ans et Lou, 6 ans) entraînent ainsi les enfants à la découverte d'un monde plus durable par un questionnement sur leurs habitudes de consommation, leurs modes de transports, leur utilisation de l'eau et le

tri des déchets. Et peut-être les interrogations des petits entraîneront-elles celles des plus grands...

Dès aujourd'hui, le ministère vous invite à découvrir 2 épisodes en avant première sur son site Internet ([www.developpement-durable.gouv.fr](http://www.developpement-durable.gouv.fr)) et sur le site de la Semaine du développement durable ([www.semainedudeveloppementdurable.gouv.fr](http://www.semainedudeveloppementdurable.gouv.fr)). A l'occasion de la Semaine du développement durable, les épisodes suivants seront diffusés simultanément sur la chaîne M6, dans M6 Kid. En parallèle, l'épisode « Carton rouge », consacré à la réduction des emballages, sera diffusé lui aussi du 1<sup>er</sup> au 7 avril, dans 400 salles des cinémas Pathé et Gaumont, en introduction d'un film pour enfant.



## Faites connaissance avec Vinz et Lou...



### Vinz - 12 ans - 5<sup>ème</sup> B

#### Signes particuliers :

- fan de Tecknotick et du groupe « les Destroy Boys »
- trop fort à l'ordi (c'est lui qui l'dit)
- laisse toujours son ordinateur allumé... et sa console de jeux en veille
- adore le skate

#### Traits de caractère :

- ébouriffé et sympathique
- maladroit, naïf, clown blanc, un rien vantard
- incollable sur tous les sujets à la mode
- privilégie facilité et rapidité, oublie souvent de se poser les bonnes questions
- roule des mécaniques auprès de ses copains et surtout de sa sœur

#### Ses expressions :

- « rooo c'est pas la mort »
- « je gère »

#### Vie sentimentale :

- Il est amoureux de Paola et de Marie, aimerait conclure mais ne sait pas comment s'y prendre (ne conclut jamais).

### Lou - 6 ans - au CP

#### Signes particuliers :

- adôôôôre les Poilonours (des peluches qu'elle ne quitte pas) et les éclairs au chocolat
- se prend pour une grande cuisinière
- préfère les bains aux douches
- championne du tri sélectif

#### Traits de caractère :

- énerve beaucoup son frère (en posant les bonnes questions)
- malicieuse, un peu miss je sais tout et un peu peste

#### Ses expressions :

- « Papaaaa... ! » ,
- « il est cinglé » (son frère)
- « C'est pas parce qu'on est grand qu'on est plus intelligent ! »

#### Vie sentimentale :

- Aux dernières nouvelles essentiellement les Poilonours.



# LA MAISON DES GESTES ET DU DÉVELOPPEMENT DURABLE UN PARTENARIAT DANS LE CADRE DU GRENELLE ENVIRONNEMENT



50 kWh/m par an. A ce titre, une étude thermique sera réalisée et expertisée par le bureau d'étude missionné par l'ADEME dans le cadre du PREBAT (Programme d'Expérimentation et de Recherche sur le BATiment).

Par ailleurs, l'Agence accompagnera cette exposition par la mise à disposition de son dispositif d'outils réponses :

- les guides d'information grand public,
- les sites internet [www.ademe.fr/particuliers](http://www.ademe.fr/particuliers) et [www.faisonsvite.fr](http://www.faisonsvite.fr)
- le réseau des Espaces info-énergie qui sera présent dans certaines villes de la tournée afin de renseigner le grand public sur les solutions énergétiques performantes pour l'habitat. Ce réseau de conseillers informe, toute l'année et gratuitement, les particuliers (liste des espaces info-énergie sur [www.ademe.fr](http://www.ademe.fr) ou au 0810 060 050 - prix d'un appel local).

**C'est pour montrer concrètement au grand public ce qu'il est possible de faire aujourd'hui dans l'habitat que le Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement Durable et de l'Aménagement du Territoire et l'ADEME ont souhaité accompagner le projet de « Maison des gestes et du développement durable ».**

Présentée sous la forme d'une maison de 80 m<sup>2</sup> habitables, cette exposition sera présentée lors du Salon Ever à Monaco (26-29 mars) puis à Nice à partir du 4 avril pendant la Semaine du Développement Durable, avant d'effectuer un tour de France qui s'achèvera en 2011.

L'ambition est de sensibiliser les Français aux gestes du quotidien permettant de s'engager dans un véritable changement de mode de vie. La Maison des gestes et du développement durable a également pour objectif de promouvoir des avancées techniques et industrielles opérationnelles en sensibilisant les professionnels mais aussi le grand public aux solutions innovantes qui existent concrètement aujourd'hui.

Cette opération répond aux objectifs de mobilisation nationale inscrits dans la campagne « Economies d'énergie, faisons vite, ça chauffe ». Cette campagne triennale pilotée par l'ADEME à la demande du MEEDDAT, vise à faciliter la « mutation environnementale de la société française » et à promouvoir les mesures issues du Grenelle Environnement.

L'ADEME a participé, aux côtés des autres partenaires majeur<sup>1</sup>, à la validation de l'ensemble des choix en termes de matériaux constitutifs de la maison. Cette maison a été conçue pour répondre aux objectifs du label Bâtiment Basse Consommation, c'est-à-dire consommer moins de

## L'ADEME en bref

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire et du ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. Elle participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. L'agence met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public et les aide à financer des projets dans cinq domaines (la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit) et à progresser dans leurs démarches de développement durable. [www.ademe.fr](http://www.ademe.fr)  
Relations presse Maison des gestes et du Développement durable - Agence Schilling Communication  
Tél. 05 46 50 15 15 - [www.mamaisonpouragir.com](http://www.mamaisonpouragir.com)

## LA STATION DE MÉTRO SÈVRES-BABYLONE SE MET AU VERT

**La station de métro Sèvres-Babylone (ligne 10) s'habille aux couleurs du développement durable à l'occasion de la Semaine du Développement Durable.**

A compter du 1<sup>er</sup> avril et pour une durée d'un an, l'exposition *Passez au durable, ça marche !* présentera à travers 8 vitrines les thématiques de la consommation durable vues et interprétées de manière artistique. De part et d'autre de chaque vitrine, des panneaux fourniront aux « visiteurs-voyageurs » des informations sur les éco-gestes à adopter au quotidien et rappelleront les engagements du Grenelle Environnement.

Pour la métamorphose de cette station de métro, le ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement Durable

et de l'Aménagement du Territoire a choisi une jeune artiste Montpelliéraine : Bellinda. Autodidacte, cette dernière, a découvert la culture graphique et le pop art à Londres, où elle a vécu 2 ans après des études commerciales. Depuis, elle recycle, découpe, colle et détourne des milliers d'images et de textures qu'elle réalise le plus souvent elle-même.

Bellinda revisite donc à sa manière et dans son univers les thèmes de la consommation durable : l'habitat, l'énergie, les achats quotidiens, la biodiversité, le transport, les loisirs, l'eau et les déchets...

L'exposition *Passez au durable, ça marche !* sera présente à partir du 1<sup>er</sup> avril 2009 à la station de métro Sèvres-Babylone (ligne 10) - 18, rue de Sèvres 75007 Paris.

## LE CONCOURS « JEUNES CRÉATIFS »

Parallèlement à l'appel à projets pour la Semaine du développement durable, s'est ouvert le concours « jeunes créatifs ». Pour la 4<sup>ème</sup> année consécutive, le ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du Territoire a invité les jeunes de 18 à 30 ans, étudiants et diplômés en arts ou en communication visuelle à imaginer un visuel original, sur la thématique de cette année : la consommation durable.

### Les trois lauréats de l'édition 2009



Lauréat 2



Lauréat 1



Lauréat 3

### Les prix du concours:

- Le premier lauréat gagne un voyage éco-responsable et verra son visuel relayé par une campagne Cart'com au niveau national, lors de la Semaine du développement durable (1<sup>er</sup> au 7 avril 2009).
- Le second et le troisième lauréats gagnent un lecteur MP3 solaire, un appareil photo numérique et un chèque cadeau d'une valeur de 100 €.

---

# Annexes

**Les partenaires**

**Remerciements**

**Les signataires des conventions**

---

# Annexes / Fiches partenaires



**Du 1<sup>er</sup> au 7 avril et comme chaque année, l'ADEME est partenaire de la Semaine du Développement Durable. Axée sur « la consommation durable », cette prise de conscience collective est l'une des grandes missions de l'Agence et guide son action au quotidien.**

Dans ce domaine, l'ADEME agit auprès des consommateurs et entreprises et ce, à trois niveaux :

## **Une communication grand public...**

...à travers notamment ses grandes campagnes de prévention des déchets ou de promotion des produits à faible impact sur l'environnement.

Son expertise sur l'information environnementale lui permet d'autre part d'analyser et de veiller au bon usage des arguments environnementaux dans la publicité.

L'ADEME souhaite prochainement mettre en place un observatoire des éco-achats, afin de mieux comprendre leur évolution en regard de facteurs tels que le prix ou l'information consommateur.

## **Un soutien aux démarches d'éco-consommation et d'éco-conception...**

... en effet beaucoup de consommateurs sont prêts à changer leurs habitudes, à condition de pouvoir appuyer leur choix sur une information claire et fiable.

C'est dans ce sens que l'affichage environnemental devient obligatoire en 2011. L'ADEME pilote à l'AFNOR le développement des méthodologies de calcul en impliquant l'ensemble des parties prenantes : professionnels, associations, administration... Un référentiel de bonnes pratiques (BP X

30-323) a été adopté en juillet 2008. Une dizaine de groupes de travail décline ses orientations de manière précise pour chaque grande catégorie de produits (alimentaires, détergents, produits de beauté,...) et devraient le compléter courant 2009. L'affichage environnemental des produits sera complémentaire aux labels d'excellence (éco-label européen, label NF Environnement) ou aux informations portant sur une phase du cycle de vie (étiquette énergie). La logique est toujours la même : faire des impacts environnementaux l'une des caractéristiques du produit. Cette logique pousse les producteurs à améliorer la qualité écologique de leur production et les consommateurs à la vigilance dans ce domaine.

Le soutien de l'ADEME aux entreprises va de l'information, aux aides à la Recherche et au Développement, en passant par la formation et l'aide au diagnostic.

## **Le travail de sensibilisation et d'animation auprès des consommateurs...**

Cette action locale menée sur le terrain est essentielle. Elle fait la force de l'ADEME et en particulier de ses délégations régionales et de ses Espaces Info Energie, véritable réseau de spécialistes présents sur tout le territoire national.

Au-delà de ses actions de fond, l'ADEME anime à sa manière cette semaine du développement durable.

### **• Nos délégations régionales**

La majorité de nos délégations régionales accompagnent et participent à des manifestations sur le terrain organisées, tout au long de la semaine, par les différents acteurs partenaires de l'Agence (associations, collectivités, entreprises, administrations...).

C'est le cas notamment de la délégation Picardie qui propose le jeudi 2 avril à Amiens un échange sur le thème : « Modes de consommation et environnement : quels impacts, quelles initiatives ? »

De son côté, la délégation Bretagne organise avec la Préfecture, la DIREN et le conseil régional, « les Trophées développement durable » dans le cadre de l'opération «La Bretagne se mobilise», avec un trophée spécifique pour la consommation durable.

[www.tropheesdd-bretagne.org](http://www.tropheesdd-bretagne.org)

- **Salon Planète durable**

(du 2 au 5 avril - Paris Expo Porte de Versailles - Paris)

L'ADEME sera présente pour répondre aux questions du public sur l'éco-consommation et un parcours Grenelle permettra aux visiteurs du salon de découvrir les produits et services répondant concrètement aux engagements du Grenelle.

- **Festival Science frontières**

(du 2 au 5 avril - Palais du Pharo - Marseille)

L'ADEME soutient le 25<sup>e</sup> Festival Science frontières, rendez-vous le plus important de la SDD en région PACA. C'est un lieu de rencontres, d'échanges et de débats sur des thèmes ancrés dans notre actualité. Il réunit des scientifiques, journalistes, artistes, philosophes...

Parce que sa mission première est notamment la sensibilisation du grand public, l'ADEME met à la disposition du consommateur des guides pratiques et une information régulièrement réactualisée.

A lire avant d'agir sur [www.ademe.fr](http://www.ademe.fr), espace particuliers, rubrique « Je consomme » :

- Acheter et consommer mieux
- Des gaz à effet de serre dans mon assiette
- Les déchets des ménages

Mais aussi nos sites de sensibilisation :

- [www.reduisonsnosdechets.fr](http://www.reduisonsnosdechets.fr)
- [www.faisonsvite.fr](http://www.faisonsvite.fr)

### L'ADEME en bref

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire et du ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. Elle participe à la mise en oeuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. L'agence met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public et les aide à financer des projets dans cinq domaines (la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit) et à progresser dans leurs démarches de développement durable. [www.ademe.fr](http://www.ademe.fr)



## Défi écologique, crise économique... pour réinventer notre façon de bouger, tous éco-mobiles avec SNCF !

Se déplacer avec la SNCF, c'est choisir le mode de transport propre par excellence. Mais c'est aussi choisir une entreprise qui travaille à rendre ce mode toujours plus écologique, toujours plus performant et toujours plus attractif. C'est également choisir une entreprise qui, au-delà de son offre en produits et services, modernise son fonctionnement pour le rendre de plus en plus respectueux des critères sociétaux du développement durable : recrutement diversifié, achats responsables, mécénat de solidarité...

**Réponse aux objectifs ambitieux du Grenelle Environnement, solution aux nouveaux enjeux de la mobilité, l'éco-mobilité, c'est une nouvelle mobilité, fluide, de bout-en-bout, accessible et respectueuse de tous.**

### La preuve en actes

**Des solutions de mobilité attractives et fluides pour faire choisir le transport public sobre en énergie chaque fois que cela est possible, c'est :**

- 3 millions de personnes transportées quotidiennement pour moins de 1% des émissions de CO<sub>2</sub> du secteur des transports
- Plus de 700 trains neufs et rénovés en 2009 avec la Région IDF
- Chaque jour 200 000 billets grandes lignes proposés à tarif réduit
- Dans les gares, 500 parkings à vélo et 51 parkings pour recharger les voitures électriques
- 400 gares adaptées aux personnes handicapées et à mobilité réduite

**Des process industriels, un outil de production et des pratiques métiers toujours plus respectueux des critères du DD, c'est :**

- La certification ISO 14001 de nos 40 principaux établissements industriels
- La réduction de 8% la consommation de carburant grâce au développement de l'éco-conduite
- Le dépollution de 200 stations services
- La construction de la première gare solaire à Achères
- Le bilan carbone de la future ligne TGV Rhin Rhône
- Le recyclage de 600 wagons et locomotives par an soit 20 000 tonnes de matériaux recyclables

**Des engagements concrets pour le maintien du lien social et le développement des territoires, c'est :**

- 8 000 nouveaux collaborateurs recrutés en 2009
- 160 000 jeunes sensibilisés chaque année aux risques ferroviaires et au civisme par des cheminots volontaires
- 35 millions d'euros d'achats auprès du secteur protégé
- 135 chantiers d'insertion d'ici fin 2010
- L'aide aux personnes en situation de grande précarité avec les 55 associations partenaires de la SNCF
- 300 projets associatifs soutenus avec la Fondation Solidarité SNCF

Pour en savoir plus : [sncf.com](http://sncf.com)  
Voyages SNCF



**L'un des premiers énergéticiens au niveau mondial, GDF SUEZ souhaite redéfinir le rapport de l'homme à l'énergie pour faire de l'énergie une source de progrès et de développement durable : une énergie accessible au plus grand nombre, plus sûre, mieux consommée, plus respectueuse de l'homme et de son environnement.**

Enjeux énergétiques, cohésion sociale, responsabilité industrielle... GDF SUEZ intègre une démarche de développement durable dans toutes ses activités et fait d'ores et déjà partie des entreprises énergétiques mondiales les plus performantes en matière de responsabilité sociale et environnementale.

Cette année, GDF SUEZ soutient la Semaine du Développement Durable aux côtés du Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du Territoire, afin de sensibiliser le plus grand nombre aux enjeux du développement durable et plus particulièrement à la question de la consommation durable, thème choisi pour la Semaine du Développement Durable 2009. Un thème très important pour le Groupe qui, au-delà de son engagement industriel pour l'environnement, défend avec force les principes sociaux du développement durable à travers des programmes de solidarité envers les plus démunis, de cohésion sociale et de promotion de la diversité

**GDF SUEZ défend un certain nombre de principes-clés, dont découlent les choix énergétiques qui seront fait dans l'avenir :**

- Lutter contre le changement climatique : combiner efficacité énergétique, maîtrise de la demande d'énergie, développement des énergies renouvelables et actions directes sur les secteurs émettant des gaz à effets de serre.
- Exprimer des objectifs en terme de performance énergétique plutôt que de technologies : évaluer justement les émissions de gaz à effet de serre directes ou induites par la consommation énergétique.

Pour tous ses clients, particuliers, professionnels et collectivités locales, cette stratégie se concrétise, par exemple, par des offres énergétiques compétitives, innovantes et respectueuses de l'environnement, où les énergies renouvelables sont présentes. Ces offres comportent aussi un volet économie d'énergie pour participer à la lutte contre le changement climatique et l'épuisement des ressources naturelles.

Pour pouvoir proposer ces offres, GDF SUEZ développe un parc de production électrique diversifié, et faiblement émetteur de CO<sub>2</sub>. En France, le Groupe est le 1<sup>er</sup> acteur dans l'éolien, le 2<sup>ème</sup> acteur dans l'hydraulique, et travaille au développement de technologies performantes pour l'habitat comme les chaudières électrogènes ou les pompes à chaleur gaz. Il est également présent dans la capture et le stockage de CO<sub>2</sub>, qui permettra de limiter demain les émissions de gaz à effet de serre.

GDF SUEZ est présent sur l'ensemble de la chaîne de l'énergie, en électricité et en gaz naturel, de l'amont à l'aval. En inscrivant la croissance responsable au cœur de ses métiers (énergie, services à l'énergie et environnement), il se donne pour mission de relever les grands enjeux : répondre aux besoins en énergie, assurer la sécurité d'approvisionnement, lutter contre les changements climatiques et optimiser l'utilisation des ressources.

Contact Presse :

Tél France : +33 (0)1 57 04 24 35

Tél Belgique : +32 2 510 76 70

E-Mail : [gdfsuezipress@gdfsuez.com](mailto:gdfsuezipress@gdfsuez.com)



## Orange, partenaire de la Semaine du Développement Durable

En tant qu'opérateur global de télécommunications, Orange a un rôle-clé à jouer pour relever le défi du développement durable. Sa démarche repose sur la recherche d'un juste équilibre entre compétitivité économique, progrès social et sociétal, et respect de l'environnement.

En matière de développement durable, Orange s'investit ainsi sur plusieurs axes : permettre à tous d'accéder aux moyens de communication, accompagner les publics sensibles, créer des liens de solidarité, veiller à préserver l'environnement. Dans ce domaine, le Groupe adopte une conduite responsable en s'efforçant de limiter ses propres impacts sur l'environnement (consommations d'énergie, recyclage produits, éco-conception) et en incitant ses clients à adopter les bons réflexes.

### Le développement durable, une priorité pour Orange

En proposant depuis 2005 la facture électronique à tous ses clients, ou en généralisant le recyclage de tous les équipements de télécommunications rapportés en agence, Orange a rapidement intégré l'approche écologique à sa politique commerciale et à sa relation clients.

Le Groupe est par ailleurs le seul opérateur en France à développer, en partenariat avec le WWF, l'affichage écologique de ses produits qui permet de choisir un terminal en fonction de ses performances environnementales.

Aujourd'hui, Orange incite ses clients à conserver plus longtemps le même téléphone mobile afin de limiter les consommations de matières premières, d'énergie, et de réduire les déchets.

Enfin, le Groupe met en place de nombreuses actions concrètes pour le respect de l'environnement dans une démarche de fond impliquant collaborateurs et partenaires (intégration paysagère des antennes-relais, recyclage des poteaux, des téléphones mobiles, des câbles et batteries, etc.)

La participation d'Orange à la Semaine du Développement Durable s'inscrit parfaitement dans la continuité de cette démarche et se traduira par de nouvelles actions de sensibilisation auprès de ses clients (recyclage des mobiles, étiquetage écologique, facture électronique), plus particulièrement relayées dans les boutiques de Paris-Champs Élysées et de Nantes. Par ailleurs, Orange organisera pour la 2e année consécutive une campagne interne intitulée « Avril en vert » afin de promouvoir les gestes écologiques auprès de ses salariés (économie de papier et d'énergie, tri sélectif des déchets, etc.). A cette occasion, une opération de collecte de mobiles usagés sera organisée sur 300 sites d'Orange en France.

Contact presse :

Sébastien Audra : 01 44 44 93 93

sebastien.audra@orange-ftgroup.com

Marylin Daled : 01 55 22 36 56

marylin.daled@orange-ftgroup.com

### A propos d'Orange

Orange est la marque phare de France Télécom, un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde. Elle compte 123 millions de clients, pour l'internet, la télévision et le mobile dans la majorité des pays où le Groupe est présent. En 2008, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 53,5 milliards d'euros. Il comptait plus de 182 millions de clients dans 30 pays à fin 2008, dont 122 millions de clients du mobile et 13 millions de clients ADSL en Europe. Orange est le troisième opérateur mobile et le premier fournisseur d'accès Internet ADSL en Europe et l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales, sous la marque Orange Business Services.

La stratégie du Groupe est fondée sur la convergence et l'innovation. Elle se caractérise par la maîtrise des coûts et vise à faire d'Orange l'opérateur intégré de référence pour les services de télécommunications en Europe. Aujourd'hui, le Groupe reste concentré sur son cœur de métier d'opérateur de réseau, tout en développant ses positions sur des nouvelles activités de croissance. Afin de répondre aux attentes des clients, le Groupe s'efforce de fournir des produits et des services simples et conviviaux, grâce à son modèle de performance durable et responsable qui peut s'adapter aux conditions d'un éco-système en pleine mutation.

France Télécom (NYSE:FTE) est cotée sur Euronext Paris (compartiment A) et sur le New York Stock Exchange.

Pour plus d'informations : [www.orange.com](http://www.orange.com), [www.francetelecom.com](http://www.francetelecom.com), [www.orange-business.com](http://www.orange-business.com)



## **IKEA FRANCE, partenaire du Meeddat et de la Semaine du Développement Durable du 1<sup>er</sup> au 7 avril 2009.**

IKEA France, leader de la distribution spécialisée de produits d'ameublement et de décoration, fortement engagé dans la lutte contre le réchauffement climatique, est partenaire du MEEDDAT pour la Semaine du développement durable pour la 5<sup>ème</sup> année.

**Du 1<sup>er</sup> au 7 avril 2009, dans tous les magasins IKEA** en France, dans la rue et sur Internet, IKEA multiplie les actions de sensibilisation pour adopter durablement les écogestes bons pour la planète.

### **Les gestes qui comptent à être adoptés sans délai**

- **Adopter l'éclairage durable à basse consommation.**  
Pour une ampoule à incandescence usagée rapportée en magasin, une ampoule à économie d'énergie sera offerte avec un nouveau guide de conseils sur les ampoules à économie d'énergie (LBC, LED, halogènes à basse consommation...).
- **Recycler ses ampoules basse consommation :** le samedi 4 avril 2009, Recylum, l'éco-organisme de collecte et de recyclage des LBC animera une activité pédagogique en magasin. En cadeau, un sac Recylum offert.
- **Pour lever les freins liés au mode d'emploi de l'éclairage durable et au prix, des ambiances « déco-durables » pédagogiques**  
Chez IKEA, toutes les ambiances sont éclairées en basse consommation. Du 1 au 7 avril, de nouvelles ambiances nous apprendront comment apprivoiser l'éclairage durable à prix doux.

### **Avec le WWF-France, alerter sur l'urgence de la lutte contre le réchauffement climatique**

- **IKEA s'associe à la Campagne Earth Hour** organisée le 28 mars 2009 par le WWF, en éteignant l'éclairage de toutes ses enseignes lumineuses et de certaines zones dans tous les magasins, pendant une heure. Pour inciter ses clients à rejoindre le mouvement, IKEA leur offrira des bougies à message dans l'après-midi.
- **IKEA et le WWF organisent le 1<sup>er</sup> avril 2009 un chat sur les nouveaux modes de vie durables** sur le site Internet de IKEA ([www.ikea.fr](http://www.ikea.fr)) avec un expert du WWF France et un représentant DD IKEA

### **Changer tout : la preuve par l'action avec un groupe de locataires du 14<sup>ème</sup> arrondissement de Paris**

Pour sensibiliser le plus grand nombre à la nécessité du passage à l'éclairage durable, geste simple qui rencontre encore beaucoup de résistance, IKEA lance une « opération relamping » (pour « relamper » nos appartements), le samedi 28 mars 2009, avec la participation volontaire d'une Amicale de locataires du 14<sup>ème</sup> arrondissement de Paris et le soutien de la Régie Immobilière de la Ville de Paris. L'ADEME s'associera à cet événement en installant dans la cour de l'immeuble pendant ce jour là un Espace Info Energie.

#### **Contact IKEA RSE:**

**Isabelle.riviere@consultants.publicis.fr**  
Tél. 06 27 84 98 63 - 01 57 32 86 99



## L'engagement de Carrefour en faveur d'un développement durable

Entreprise citoyenne et responsable, Carrefour s'est fixée pour mission d'informer, de sensibiliser et d'encourager les gestes citoyens auprès de ses clients, de ses fournisseurs et de ses collaborateurs, à travers des initiatives et des actions menées depuis l'amont de sa chaîne : depuis ses fournisseurs et producteurs partenaires jusque chez ses clients.

### Une implication de l'enseigne dès la fabrication des produits

#### Avec ses fournisseurs :

- Une sensibilisation des fournisseurs à une démarche responsable avec un outil permettant à nos partenaires le souhaitant d'évaluer leur politique en faveur d'une production responsable.
- Une sensibilisation de nos fournisseurs étrangers à une production respectueuse des Hommes via la signature d'une charte sociale et des audits sociaux
- Le Partenariat Garanti Carrefour : une démarche unique au service des agriculteurs français partenaires de l'enseigne, à travers laquelle Carrefour s'engage sur des volumes d'achat en amont de la production saisonnière et aide ses partenaires à exporter leurs récoltes.
- Et toujours l'Engagement Qualité Carrefour avec plus de 25 000 producteurs

#### Sur ses produits :

- Une politique active sur les produits à marque Carrefour pour réduire les déchets et les emballages. Un travail qui a déjà permis d'économiser plus de 12 000 tonnes de matières premières depuis 1996.
- La gamme Carrefour Agir : une gamme de produits mise en place par l'enseigne en 2005 et qui intègre toutes les facettes d'un développement durable : biologique, solidaire, protection de la planète et nutrition.

- Des mobiliers en bois exotiques issus de forêts gérées durablement
- Une démarche en faveur d'une pêche durable : 18 références Carrefour MSC, une aquaculture responsable avec les produits Engagement Qualité Carrefour.

### Des actions concrètes dans tous les magasins Carrefour

#### Sur les magasins :

- L'arrêt complet des sacs de caisse dans les hypermarchés Carrefour depuis 2007.
- De nombreuses actions pour réduire la consommation énergétique : presque -30% / m<sup>2</sup>\* en hypermarchés, -6% / m<sup>2</sup>\*\* en supermarchés (\*Par rapport à 2004, \*\*à 2006)
- Un approvisionnement des entrepôts en transport fluvial dès 2002, soit plus de 15 000 camions en moins sur les routes. 34 magasins livrés en combiné rail - routes.

#### Auprès des clients :

- Sensibilisation de la clientèle aux gestes environnementaux par de nombreux partenariats menés avec le WWF, l'ADEME... pour promouvoir les éco-gestes du quotidien.
- Et le soutien à la semaine du Développement Durable par le déploiement de nombreuses actions : des expositions sur la consommation responsable...

Service de presse Carrefour Hypermarchés France  
 hypermarchecarrefour@eurorscg.fr  
 01 58 47 98 88



## Semaine du Développement Durable : cycle exceptionnel de débats à la Fnac

Dans le cadre de la Semaine du Développement Durable, la Fnac organise un cycle exceptionnel de débats en partenariat avec le Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement Durable et de l'Aménagement du Territoire (MEEDDAT) et le WWF, Organisation mondiale de protection de l'environnement.

- A la Fnac Montparnasse du 31 mars au 6 avril 2009
  - Dans 11 magasins Fnac de province du 7 avril au 30 avril 2009
- (voir programmation détaillée ci-jointe)

Ces conférences seront filmées et mises en ligne sur les sites de la Fnac ([www.fnac.com](http://www.fnac.com)), du MEEDDAT ([www.semainedudeveloppementdurable.gouv.fr](http://www.semainedudeveloppementdurable.gouv.fr)) et du WWF-France ([www.wwf.fr](http://www.wwf.fr)).

Une sélection d'ouvrages traitant du développement durable sera mise en avant dans l'ensemble des magasins et sur [Fnac.com](http://Fnac.com).

### La Politique RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) de la Fnac

Par les valeurs qui ont présidé à sa création, par ses actions et ses partenariats avec le monde associatif, la Fnac s'est engagée très tôt dans la responsabilité sociale et sociétale. Mais le monde change et la montée de la sensibilité et de l'urgence environnementale impose désormais à chaque acteur économique une double mission : d'une part contribuer à l'information de son public et de l'autre réduire l'impact de ses activités sur l'environnement. Pour cela la Fnac a élaboré un plan d'action sur trois ans axé sur sept enjeux prioritaires, qui vont de la réduction de l'impact écologique de ses magasins et sites à, prochainement, l'affichage comparatif de données environnementales sur certains produits de grande consommation.

Contact presse WWF-France : Pierre Chasseray  
01 55 25 84 61 / 06 87 92 32 68 - [pch@wwf.fr](mailto:pch@wwf.fr)

Contacts presse Fnac : Marie-Antoinette Gallimard  
01 55 21 54 45 - [marie-antoinette.gallimard@fnac.tm.fr](mailto:marie-antoinette.gallimard@fnac.tm.fr)  
Charlotte Sarboraria  
01 55 21 59 25 - [charlotte.sarboraria@fnac.tm.fr](mailto:charlotte.sarboraria@fnac.tm.fr)

Contact MEEDDAT : Dominique Racle  
01 44 53 90 41 - [dominiqueracle@wanadoo.fr](mailto:dominiqueracle@wanadoo.fr)

### A propos de la Fnac

Filiale du groupe PPR et enseigne leader de la distribution de produits culturels et techniques en France, la Fnac dispose de 145 magasins : 81 en France et 64 à l'International (Belgique, Brésil, Espagne, Italie, Portugal, Suisse et Grèce). Son site Internet, [www.fnac.com](http://www.fnac.com) est l'un des premiers sites d'e-commerce BtoC en France en terme d'audience avec une moyenne de 750 000 visiteurs uniques par jour. Sa filiale Fnac éveil&jeux propose une sélection de produits à destination des enfants, à travers un réseau de plus de 40 magasins et la vente à distance par catalogues et sur internet. La Fnac compte plus de 15 000 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de 4 587 millions d'euros en 2008.

### A propos du WWF

Le WWF est une des plus importantes organisations mondiales de protection de l'environnement avec plus de 4,7 millions de membres à travers le monde. Aujourd'hui, le rôle de l'ONG ne se limite plus qu'à la seule sauvegarde des espèces en danger. Le WWF dispose de l'expertise et milite dans des domaines allant des changements climatiques, l'agriculture biologique, l'habitat ou encore les modes de vie durable. L'objectif - bâtir un monde dans lequel l'Homme vivra en harmonie avec la nature.

La sensibilisation du grand public est une des grandes missions du WWF. L'association avec la Fnac sur ce cycle de conférences, permet à l'ONG de diffuser largement ses messages et de faire entrer le développement durable encore plus dans le quotidien des Français.



## À la RATP, en faire plus pour le développement durable est le moins que l'on puisse faire.

**Les transports publics sont par nature respectueux de l'environnement. Les chiffres parlent pour nous : à distance égale, un voyageur de la RATP consomme en moyenne trois fois moins d'énergie que le conducteur d'une voiture particulière.**

Avec le métro, le RER et le tramway, il émet près de 50 fois moins de gaz à effet de serre (GES).

Mais, à la RATP, nous voulons toujours en faire plus pour améliorer la qualité de vie en ville et la rendre durable.

### Plus d'engagement pour la terre

La RATP est signataire de la Charte Développement Durable des Établissements Publics et des Entreprises Publiques, du Pacte Mondial de l'ONU, en 2004, et de la charte de l'Union Internationale des Transports Publics, en 2005.

### Plus d'actions pour la ville

Nous évitons le rejet de **2,1 millions** de tonnes de CO<sub>2</sub>, l'équivalent des émissions annuelles d'une ville de plus de **150 000 habitants**.

Le nouveau métro MF 01 consomme **30 %** d'énergie de moins que son prédécesseur, avec un taux de récupération de l'énergie de freinage de **66 %**.

- L'arrivée de notre **360e** bus Euro V anticipe une norme environnementale européenne qui ne sera obligatoire que dans un an.
- Des bus à motorisation hybride, plus économes en énergie, sont déjà testés en conditions réelles d'exploitation.
- Le site [www.ratp.fr](http://www.ratp.fr) indique à nos voyageurs, pour chacun de leurs déplacements en Île-de-France, la quantité de gaz à effet de serre (GES) émise en fonction du mode de transport utilisé.
- C'est tout le sens de la prolongation de notre partenariat avec l'Ademe pour toujours mieux maîtriser l'énergie.

### Plus de confiance dans l'air

Les paramètres climatiques, le renouvellement de l'air et sa qualité sont mesurés en permanence dans nos enceintes ferroviaires souterraines. Chaque semaine, les mesures de qualité de l'air sont sur notre site Internet.

En partenariat avec AIRPARIF, nous participons à l'amélioration des connaissances actuelles sur la qualité de l'air dans nos espaces et sur l'impact des transports collectifs sur la qualité de l'air extérieur.

### Plus d'égalité dans la cité

De nouvelles dessertes sont créées pour répondre aux besoins de désenclavement des collectivités locales, notamment des zones de rénovation ANRU.

- Deuxième employeur d'Île-de-France avec **2 880** recrutements en 2007, dont une majeure partie en zone sensible, la RATP s'est engagée dans la lutte contre la discrimination.
- Le nombre de contrats de professionnalisation augmente (**260** en cours).
- La Fondation d'entreprise RATP soutient les projets favorisant la cohésion sociale, la rencontre, l'insertion professionnelle et la lutte contre l'exclusion. Elle appuie notamment les actions de l'association Assoclic qui lutte contre la fracture numérique.

### Plus de raisons d'aimer la ville

Ces actions ne sont que quelques exemples de l'engagement de la RATP en matière de développement durable. Dans le cadre de son plan d'entreprise 2008-2012, la RATP s'est engagée à inscrire toute innovation dans une stratégie de développement durable.

**Pour aimer la ville, toujours plus.**



## **l'AMF partenaire de la Semaine du Développement Durable**

**Composée de près de 36 000 membres, l'Association des Maires de France considère le développement durable comme un enjeu majeur dans l'élaboration et la mise en œuvre des politiques locales.**

Depuis l'émergence du concept au milieu de la dernière décennie après le sommet de la Terre à Rio, les communes se sont mobilisées en faveur du développement durable.

Elles déclinent le « penser global » / « agir local » au travers de chartes de l'environnement, d'Agenda 21 locaux, de Plans Climats Territoriaux ou encore d'autres démarches territoriales de développement durable, élaborées et mises en œuvre avec les habitants.

Leur très grand nombre confère aux communes une extraordinaire « force de frappe » à l'échelle nationale, et leurs liens de proximité avec les habitants en font un relais privilégié pour envoyer des messages écocitoyens et impulser par l'exemple les comportements vertueux.

Les communes ont également un devoir d'exemplarité quant à leur propre empreinte écologique - sociale et environnementale. Les nombreuses compétences qu'elles exercent ayant trait à l'environnement, au développement économique et à l'action sociale constituent autant de leviers d'actions directes en faveur du développement durable.

En matière de lutte contre les changements climatiques notamment, les maires sont particulièrement conscients du rôle qu'ils peuvent et doivent jouer en intégrant la maîtrise de l'énergie et des énergies renouvelables dans leurs politiques d'aménagement et de transport.

Pour faciliter la diffusion des bonnes pratiques, l'AMF a créé en 2006 avec le MEEDDAT, l'association 4D et le comité 21, l'Observatoire national des Agenda 21 locaux et des pratiques territoriales de développement durable. Cet observatoire continue d'enrichir sa banque de données. Il a également achevé un cycle de séminaires sur l'évaluation, un autre sur l'articulation des documents d'urbanisme et des Agendas 21 locaux et se tourne vers la dimension sociale du développement durable.

Maîtrise et efficacité énergétique, développement des énergies renouvelables, organisation des déplacements, aménagement du territoire, management environnemental, achats publics, écoresponsabilité... les nombreuses actions conduites par les communes traduisent la force de l'engagement des maires en faveur du développement durable dont ils ont été les pionniers et sont avec les citoyens les principaux acteurs au quotidien.

GRUPE LA POSTE



## Le groupe La Poste et le développement durable

**Le développement durable est au cœur de la stratégie du groupe La Poste. De par sa place dans la société française, ses missions de service public et sa présence sur le territoire, elle se doit d'être exemplaire dans le domaine du développement durable.**

L'entreprise affirme son engagement à développer sa performance dans le respect de la Société et de l'environnement. Le développement durable intègre les projets opérationnels de l'ensemble des Directions, des transports aux ressources humaines, en passant par le bâti ou la politique d'achats.

En 2001, La Poste s'associe au protocole de Kyoto signé par la France.

Dès 2003, elle définit une politique de développement durable. La Poste est signataire du Pacte Mondial depuis février 2003, participe activement aux travaux de l'ORSE, du Comité 21, d'Entreprise pour l'Environnement, d'IMS Entreprendre pour la Cité et de CSR Europe.

En 2008, une étape supplémentaire est franchie, le développement durable étant l'un des axes majeurs du plan stratégique 2008-2012 « Performance et Confiance » que le groupe La Poste signe avec l'Etat.

Cette politique volontariste se traduit par des engagements forts basés sur l'analyse de ses principaux enjeux sociaux, environnementaux et sociétaux. Elle s'articule autour de quatre axes, qui se traduisent par des actions concrètes mises en œuvre au quotidien par tout le personnel du Groupe :

- Contribuer à la lutte contre le changement climatique,
- Promouvoir une politique papier responsable,
- S'appuyer sur une politique de diversité exemplaire, faisant du Groupe un pionnier dans son approche à l'égard de ses clients et de ses collaborateurs,
- Etre un partenaire du développement responsable des territoires.

Ainsi, le développement responsable est-il à La Poste un levier pour renforcer l'efficacité économique de l'entreprise, en parfaite corrélation avec ses valeurs.

Le capital humain, le nombre de clients, l'ancrage territorial et la diversité des métiers font de La Poste un acteur majeur des évolutions environnementales et économiques.

### Contact Presse groupe La Poste

Mouna AOUN

Tél. : 01 55 44 22 39

[mouna.aoun@laposte.fr](mailto:mouna.aoun@laposte.fr)

## A propos du groupe La Poste

Entreprise publique depuis 1991, La Poste exerce de nombreuses activités, structurées en quatre métiers : le courrier, le colis express, La Banque Postale et l'Enseigne La Poste. En 2007, 71 % de l'activité du Groupe ont été réalisés sur des marchés en totale concurrence. Avec plus de 280 000 collaborateurs, La Poste est la première entreprise employeur de France et contribue à près de 1 % du PIB national. Chaque année, les plus de 17 000 points de contacts de La Poste accueillent 45 millions de clients particuliers et 3,5 millions de clients entreprises. L'appareil industriel de La Poste lui permet de traiter et d'acheminer 30 milliards d'objets par an. En 2007, La Poste a réalisé un chiffre d'affaires de 20,8 milliards d'euros, en croissance de 3,8 %, dont 16,1 % à l'international.

Au cœur des échanges depuis toujours, La Poste est une entreprise proche de chacun, accessible à tous et un acteur incontournable du développement de la société.

A l'horizon 2012, La Poste a pour ambition de devenir un groupe européen de services qui fait du développement responsable sa finalité profonde.



## Le développement durable chez Nature & Découvertes

**19 ans déjà que Nature & Découvertes agit au quotidien pour un développement durable optimiste et concret !** La semaine du développement durable est donc l'occasion pour l'enseigne de s'associer au Ministère du développement durable afin de mettre à l'honneur ces principes dont elle a fait sa politique.

À l'origine de Nature & Découvertes, il y a un désir : celui de **mettre la nature à la portée de tous**. C'est cette idée novatrice qui a conduit François et Françoise Lemarchand à créer en 1990 une enseigne délibérément naturaliste. Mais, loin des grandes théories, leur engagement se décline avec pragmatisme. Le mot d'ordre est simple : **réduire l'impact environnemental et préserver la nature**.

Nature & Découvertes est devenue au fil des années, l'enseigne emblématique de tous ceux qui veulent donner du sens à leurs achats. Incarnant une éthique et un engagement fort, elle a été l'une des premières entreprises françaises à s'engager en faveur de l'environnement et de la protection de la nature. Elle a ainsi créé, en 1994, **la Fondation Nature & Découvertes à qui elle reverse 10 % de ses bénéfices net annuels pour soutenir des projets associatifs qui contribuent à la protection et à la connaissance de la nature sauvage**. Depuis sa création, elle a financé plus de 1 000 projets d'associations en France et à l'étranger pour un montant global de plus de 7 millions d'euros.

Au quotidien, Nature & Découvertes s'engage également et réalise son **bilan carbone** avec un suivi trimestriel ; a mis en place un budget **CO2** et réduit ses émissions liées au **transport des marchandises** (livraison de 20 magasins par camions fonctionnant au gaz naturel véhicule (GNV), 15 magasins par feroutage, formation de chauffeurs à l'éco-conduite, etc.) ; **réduit la consommation d'énergie** aux entrepôts, au siège et dans les magasins ; poursuit son travail sur **l'éco-conception des magasins** et sur la qualité de l'air. Après avoir été la première enseigne de la distribution spécialisée à avoir obtenu **la certification ISO 14001** pour l'ensemble de ses activités, Nature & Découvertes ne relâche pas ses efforts et, en 2009, s'engage aux côtés de ses fournisseurs pour **améliorer l'impact environnemental de leurs produits** grâce à un nouvel outil : le IACA (Information pour l'Amélioration Continue des Articles).

Retrouvez Nature & Découvertes sur [www.natureetdecouvertes.com](http://www.natureetdecouvertes.com)



Aux côtés d'Emploi-Environnement, site de recrutement spécialisé sur les secteurs environnementaux édité par Cogiterra, Actu-Environnement est depuis 2003 un webzine qui décrypte l'actualité de l'environnement et du développement durable avec des articles traitant aussi bien d'économie et de réglementation que d'impacts sociaux ou écologiques. Le site fournit des dossiers thématiques sur des sujets variés (climat, énergies, pollution, déchets, etc.),

un dictionnaire sur l'environnement, un agenda recensant les manifestations liées au développement durable mais aussi des formations. Orienté business to business, Actu-Environnement met à disposition de tous les professionnels des outils permettant de générer des échanges significatifs sur un marché de l'Environnement en pleine expansion.

Plus d'info : <http://www.actu-environnement.com/presse/>

# ParuVendu

## ParuVendu ne denature pas la nature

**N°1 français de la presse gratuite d'annonces, ParuVendu, marque citoyenne de Groupe Hersant Média, s'engage dans une démarche de qualité environnementale.**

Hebdoprint, imprimerie de Groupe Hersant Média, est en charge de la fabrication des journaux du réseau ParuVendu. Ses journaux sont fabriqués à base de pâte recyclée ou de pâte mécanique réalisée à partir de fibres vierges inutilisables à d'autres fins (coupe de bois d'éclaircies, sciures de bois...) et d'encre à base d'huiles végétales.

Tous les consommables inexploitablement provenant des imprimeries Hebdoprint sont recyclés : encre, papier, plaques offset, eaux usées. Les procédures sont identiques sur l'ensemble de nos sites et leur mise en application fait l'objet de contrôles permanents. Les imprimeries Hebdoprint bénéficient aujourd'hui de la marque environnementale Imprim'Vert. A ce titre, elles s'engagent à respecter les meilleures conditions de sécurité, mais aussi à limiter, traiter et stocker tous leurs déchets.

ParuVendu, associé fondateur de l'éco-organisme EcoFolio, participe à la protection de l'environnement, et soutient les collectivités locales. En versant une éco-contribution à Ecofolio, nous participons à la collecte sélective, au recyclage des papiers, au développement durable des territoires et aux actions de prévention et d'information du grand public.

ParuVendu assoit par ailleurs ses engagements en s'impliquant auprès des associations caritatives, sportives et environnementales, au cœur des territoires. C'est en prenant toute la mesure de ces enjeux que ParuVendu est aujourd'hui une marque connue et reconnue avec un taux de notoriété de 87% (source TNS Sofres février 2008).

Le souci de durabilité est au cœur même du métier de ParuVendu. En effet, quoi de mieux qu'une petite annonce pour prolonger le cycle de vie d'un meuble, d'un véhicule, ou de tout objet ? Ainsi, ParuVendu propose depuis plus de quarante ans une autre vision de société, une alternative à un système unique de consommation.

ParuVendu, c'est aussi :

- Un titre hebdomadaire qui couvre 85% du territoire français en métropole et outre-mer avec un réseau de 280 éditions locales.
- 135 000 annonceurs professionnels qui nous ont fait confiance en 2008
- Plus de 15 millions de lecteurs par semaine
- Et une présence renforcée sur le web avec : [www.ParuVendu.fr](http://www.ParuVendu.fr), le site internet n°1 de la petite annonce en France :
- Plus de 3.5 millions de petites annonces et produits en ligne, mis à jour quotidiennement.
- Plus de 6 millions de connexions mensuelles sur nos sites internet (source Xiti, certifié OJD novembre 2008)
- Plus de 9 minutes par visite (source Xiti certifié OJD octobre 2008)
- Windil.fr, notre site e-commerce dédié aux bonnes affaires sur le web qui a séduit les internautes avec plus de 1.3 million de visites mensuelles (source Xiti décembre 2008)
- [www.CarriereOnline.com](http://www.CarriereOnline.com), notre chaîne emploi pour recruter et être recruté, avec :
- Plus de 750 000 visites en janvier 2009
- 120 000 CV en base

Pour en savoir plus, rendez-vous sur <http://groupe.paruvendu.com>.



## L'art du micro-affichage

**Le développement durable est dans nos gènes  
Depuis toujours il est au cœur de notre vocation et il détermine notre stratégie**

Des dispositifs publicitaires de moins de 1 m<sup>2</sup> destinés aux piétons des centres de vie et installés sur les devantures des commerces de proximité : chacun de nos mots porte la signature durable !



**Le Micro Affichage se définit par 4 valeurs fortes :**

1. **L'intégration** : Un format qui concilie intérêts économiques et priorités environnementales
2. **L'animation** : Le soutien au commerce de proximité par le versement de loyers aux commerçants partenaires et par l'animation de leurs devantures.
3. **L'équité** : Des tarifs attractifs permettant aux annonceurs à faibles moyens d'accéder à un média grand public (annonceurs Culturels, salles de spectacles, cafés-théâtres, etc).
4. **La sobriété environnementale** : Pose sans colle ni autre adjuvant chimique, formats à faible encombrement et logistique à coût environnemental proportionnel, recyclage des affiches.

**Votre contact : Christopher Hermelin  
Insert  
62, avenue des Champs Elysées  
75008 paris - tél. 01 53 76 90 00  
[www.insert.fr](http://www.insert.fr)**



**Unique quotidien international présent dans 21 pays, en Europe, Amérique du Nord, Amérique du Sud et Asie, Metro attire quotidiennement plus de 22 millions de lecteurs jeunes, actifs et urbains, pour qui les enjeux environnementaux sont prioritaires. 87% des lecteurs de Metro à travers le monde considèrent que les questions environnementales sont importantes (source MetroLifePanel. Décembre 2008)**

**Un groupe de presse international très sensible au développement durable :**

Chaque année, les 21 rédactions se mobilisent en faveur de l'environnement avec deux numéros exceptionnels diffusés dans la totalité des pays Metro : on les appelle les «Green Days». La prochaine édition aura lieu le mercredi 22 avril à l'occasion de la journée mondiale de la Terre.

**En France, un engagement quotidien pour sensibiliser le plus grand nombre :**

En France, Metro met depuis trois ans l'environnement au cœur de son dispositif éditorial, en créant une rubrique hebdomadaire dédiée à l'environnement : « Ma Planète ». A un moment où l'avenir de la planète inquiète et passionne, Metro accompagne ses 2,5 millions de lecteurs quotidiens dans le suivi de l'actualité sur le sujet mais aussi dans le décryptage de messages parfois contradictoires. Il incite ainsi ses lecteurs à plus de responsabilité dans leurs consommations et leurs actions.

Cet engagement se traduit également par des partenariats actifs avec des acteurs publics ou privés qui mettent la responsabilité au cœur de leurs actions : avec Entreprises Pour l'Environnement, Metro récompensera l'inventivité des étudiants sur le thème de « Densité urbaine et qualité de vie, comment mieux faire ? », à l'occasion de la 4<sup>ème</sup> édition du Prix Etudiants EPE-Metro en juin 2009. Avec l'AACC et l'Assemblée Nationale, Metro soutient chaque année les actions de communications citoyennes les plus efficaces. Rappelons que l'engagement de Metro est aussi celui d'une entreprise éco-responsable: journal agrafé, imprimé sur papier recyclé...

En France, Metro est distribué à 740 000 exemplaires chaque jour. Il est présent dans 12 grandes métropoles (Paris, Marseille, Lyon, Saint-Etienne, Toulouse, Lille, Bordeaux, Nice, Cannes, Nantes, Rennes, Strasbourg). Lu par 2 419 000 lecteurs\* chaque jour, Metro est aujourd'hui devenu le deuxième quotidien national d'information.

(Source : Epiq 2007-2008. Base LNM 15 ans et plus. + 382 000 lecteurs en un an).



## Les magazines jeunesse de Bayard soutiennent la Semaine du Développement Durable

**Pomme d'Api, Youpi, J'aime Lire, Astrapi, Okapi, Phosphore, Today in English...**

**En avril, 17 magazines jeunesse de Bayard se mettent « au vert » et proposent à tous leurs lecteurs des reportages, des récits et des histoires, pour comprendre tous les enjeux et les défis auxquels la planète est confrontée.**

C'est donc un très large public qui va être touché. Près de 6 millions de lecteurs, de 2 à 18 ans, seront sensibilisés aux questions du développement durable par ces magazines et par les sites [vosquestionsdeparents.com](http://vosquestionsdeparents.com), [bayardkids.com](http://bayardkids.com) et [phosphore.com](http://phosphore.com)

**Cet engagement en faveur du Développement durable n'est pas nouveau à Bayard :**

- Depuis toujours, cette ligne verte traverse régulièrement nos magazines jeunesse et a donné lieu à de nombreux hors-séries,
- Depuis la rentrée, Bayard propose aux enseignants un kit pédagogique « L'éducation au développement durable » réalisé avec la participation de l'ADEME,

- Par ailleurs, en mars 2008, Bayard a reçu le Trophée Planète Gagnante dans la catégorie « Entreprise », décerné par l'ADEME, pour sa participation active à la Deuxième semaine de réduction des déchets,
- Enfin, nous avons engagé une démarche Bilan Carbone sur l'ensemble de nos activités presse jeunesse, de la conception et fabrication de nos productions jusqu'à leur commercialisation. Les conclusions, en cours de validation, nous engageront immédiatement dans une démarche de progrès pour diminuer notre empreinte sur la planète.

Pour retrouver tout l'univers jeunesse de Bayard, rendez-vous sur [www.bayard-jeunesse.com](http://www.bayard-jeunesse.com)

**Contact presse (Bayard) :**

**Dorothee Leclere**

**01 74 31 65 77**

**[dorothee.leclere@bayard-presse.com](mailto:dorothee.leclere@bayard-presse.com)**



**Chaîne du groupe France Télévisions, France 5 incarne depuis sa création les valeurs citoyennes de son époque.** Au service de tous les publics, elle s'est toujours investie sur le terrain de l'écologie, y compris sur ses sites [www.france5.fr](http://www.france5.fr), [www.curiosphere.tv](http://www.curiosphere.tv) et [www.lesite.tv](http://www.lesite.tv). Cet engagement est aujourd'hui reconnu par le public. De nombreuses émissions et leurs déclinaisons Internet ont d'ailleurs été saluées par des succès d'audience remarquables. Sensibiliser et éclairer les enjeux majeurs de demain, faciliter la prise

de décision et l'action vers des solutions, telle est l'ambition de France 5. C'est donc tout naturellement que France 5 accompagne la démarche constructive et éclairante de la Semaine du développement durable 2009.

**France 5 mettez-vous au vert.**

CONTACT avec Aurélie Charles



## France Info partenaire de la semaine du développement durable

En jouant les apprentis sorciers, les hommes peuvent-ils remettre en question les grands équilibres qui règnent sur cette terre ? Les quatre éléments, longtemps décrits dans une approche théorique de philosophes, n'ont sans doute jamais été autant menacés depuis le début de l'humanité. L'eau, la terre (les sols), l'air et le feu (sous la forme d'énergies fossiles) constituent une valeur inégalable pour le maintien de la vie. Le scénario de l'épuisement et du non renouvellement avancé par nos contemporains conduisent à s'interroger sur l'utilisation des ressources. La responsabilité générationnelle est engagée. Le devoir de protection de la faune, de la flore, de l'ensemble des espèces devient un enjeu considérable. Une prise de conscience s'est rapidement développée ces dernières années, mettant en lumière le besoin de connaître mieux la nature.

Les médias parlent souvent de l'écosystème, nous devrions plutôt évoquer les écosystèmes, sans vraiment expliquer l'incroyable complexité et richesse que cela constitue. A l'heure des choix de société qui nous sont régulièrement soumis voire imposés, cette connaissance est essentielle pour bien comprendre tous les mécanismes de la vie sur terre.

Les débats autour des OGM n'auraient sans doute pas suscités autant de discussions enflammées et de controverses, dans les années passées si certains n'avaient mesuré l'impact de l'homme sur la nature. Depuis un demi-siècle, les progrès de la science ont permis d'éclairer avec une incroyable pertinence une somme considérable de mystères, qui pendant des siècles se résumaient souvent à des croyances. Aujourd'hui, l'homme croit en la science pour comprendre la formation de l'eau, la fabrication de l'oxygène, l'utilité du soleil mais il craint l'exploitation totale de ces connaissances scientifiques. Faut-il se lancer dans la modification des gènes plutôt que de laisser la nature agir elle-même à son rythme ? Pour certains écologistes, notre monde va trop vite. Il en va de la sauvegarde de la biodiversité.

La phrase d'Antoine de Saint Exupéry a plus que jamais un sens : « nous n'héritons pas la terre de nos ancêtres, nous l'empruntons à nos enfants »

Patrick Roger  
Directeur de France Info



## Cart'Com, partenaire engagé et créatif de la Semaine du Développement Durable 2009

Expliciter auprès du grand public la notion de développement durable fait partie des objectifs de cette semaine que Cart'Com partage, une fois de plus cette année, avec le Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement Durable et de l'Aménagement du Territoire.

Du 1<sup>er</sup> au 7 avril, Cart'Com signe pour la 4<sup>ème</sup> fois consécutive son engagement militant en faveur de l'environnement, en accompagnant le Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement Durable et de l'Aménagement du Territoire (MEEDDAT) à véhiculer ses messages et à libérer la créativité.

Membre du jury du Concours Jeunes Créatifs sur la Consommation Durable, organisé par Ogilvy Action pour le MEEDDAT, Cart'Com a diffusé 30 000 cartes postales appelant à la participation au concours sur le réseau Cart'Com jeune et étudiant.

Dès le 1<sup>er</sup> Avril, le lauréat du concours créatif se verra offrir une campagne de 30 000 Cart'Com.

Reconnue Entreprise Citoyenne en 2005 par le MEEDDAT, Cart'Com s'associe aux grandes causes pour faire avancer les mentalités et changer les comportements.

Contact Presse Non Stop Media / Cart'Com  
Isabel PASCOA  
Tél : 01 43 79 83 95  
Isabel.pascoa@nonstopmedia.fr





**Voyages-sncf.com, première agence de voyages en ligne française fait de la responsabilité sociale et environnementale un engagement au quotidien.**

Cette démarche, née de l'interne début 2006, coïncide avec le constat d'un succès : l'entreprise passe à cette date la barre du milliard d'euros de volume d'affaires. Les collaborateurs de Voyages-sncf.com émettent alors un souhait : que la performance de l'entreprise aille au-delà sa propre et seule réussite.

Depuis 2006, les voyageurs peuvent, grâce à l'**EcoCompareur**, comparer le prix, la durée de voyage et l'indice « environnement » des moyens de transport : l'avion, le train et la voiture personnelle.

En 2007, l'agence de voyages propose aussi la compensation carbone à ses clients, en partenariat avec Action Carbone, programme soutenu par Yann Arthus-Bertrand. Sont également lancés la même année les **Trophées du Tourisme Responsable** avec la volonté de **mettre en lumière de belles initiatives** et montrer qu'il est possible de voyager autrement, dans le respect de l'Homme et de l'environnement.

« **Voyager responsable, c'est facile, c'est bon pour vous... et pour la Planète** » tel est le message que Voyages-sncf.com souhaite véhiculer en invitant les Français à découvrir une gamme de voyages favorisant le respect des cultures locales et de l'environnement, avec des partenaires engagés et spécialistes. Au programme : des randonnées au cœur de la vie sauvage, des séjours dans des écolodges et dans des villages vacances, la découverte de la biodiversité... Notre volonté ? Prouver concrètement qu'il est possible d'associer les mots : **VOYAGE, RESPECT et PLAISIR**.

En 2008, le **blog voyageur-responsable.com** s'est refait une beauté : des bons plans, des avis d'experts, des témoignages mais surtout une chaîne vidéo : **l'Odyssée Responsable**.

#### **Zoom sur le Trophée Voyage Humanitaire Routard.com destiné aux voyageurs :**

Ils ont aidé à la création d'un poste de santé autonome au Sénégal, à la reconstruction d'un orphelinat à Madagascar... Et vous où irez-vous en 2009 ?

Envie de soutenir un projet qui favorise la solidarité entre les hommes ? Le Trophée du Voyage Humanitaire Routard.com est là pour vous ! Que votre projet concerne le domaine culturel, artisanal, écologique, pédagogique, en France ou à l'étranger, le Guide du Routard et Voyages-sncf.com soutiennent vos initiatives et vous aident à les réaliser !

Si vous aussi vous voulez faire avancer le monde, inscrivez-vous sur :  
[www.tropheesdutourismeresponsable.com](http://www.tropheesdutourismeresponsable.com)

#### **AGENCE POP !**

Isabelle Lebaupain, attachée de presse Voyages-sncf.com  
01 42 55 06 01 - 06 61 32 27 08 - [isabelle@agencepop.com](mailto:isabelle@agencepop.com)



Advertising Community Together - est une association à but non lucratif fondée en 2001 par des employés d'AdForum, dont la mission est de fédérer, promouvoir et inspirer les bonnes pratiques de la publicité et de la communication en faveur de la responsabilité sociale et du développement durable. ACT Responsible rassemble les acteurs du secteur qui s'engagent vers plus de responsabilité et jouent un rôle concret dans le développement et la mise en valeur de pratiques de communication responsable.

Dans sa mission d'inspirer, ACT Responsible soutient la créativité des nouveaux talents au travers de divers concours lancés par des institutions et associations dans le monde. C'est dans cette démarche que ACT Responsible a souhaité s'associer chaque année au Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire afin de stimuler la créativité des jeunes générations sur un sujet difficile, vaste et cependant incontournable et urgent.

Le gagnant du concours «le développement durable vu par les talents de demain» sera présenté dans l'édition 2009 de «l'Expo ACT Responsible» visible en avant-première à Cannes pendant le Festival International de la Publicité du 21 au 26 juin.

La force de ACT Responsible, c'est un réseau grandissant de partenaires ACT'ivs, impliqués et qui jouent tous un rôle dans la construction d'une communauté de communicants responsables et soucieux du futur. La communication publicitaire est le point de contact entre l'annonceur et un citoyen qui formule de plus en plus précisément de nouvelles exigences à l'égard des entreprises et des gouvernements. La pub se trouve ainsi face à de nouveaux enjeux. Pour y répondre, de nouvelles formes de collaborations sont à inventer entre les agences de communication et les annonceurs (entreprises, gouvernements, institutions et associations).

ACT Responsable est un point de rencontre, de dialogue et d'échange.

UN GRAND MERCI A NOS PARTENAIRES : En 2008, ACT Responsible est sponsorisé par Microsoft, AdForum.com, Euronews et IAA, et remercie ses ACT'ives partners l'AACC, Alternative Channel, AdWiser, Ayrine Creative Concept Office, CB News, Gettyimages, Groupe Novembre, Non'Stop Media, UDA, TBWA CORPORATE NON PROFIT.

---

# Annexes / Remerciements

---

