

Alice Audouin

Revue de presse

**Principaux articles
2007-2013**

Alice Audouin, 38 ans. Responsable du développement durable chez Havas Media France, cette pionnière, assez grande gueule, introduit la préoccupation écolo dans l'entreprise.

L'écoloclaste

Vous en avez vu beaucoup, vous, des écolos qui accrochent un bouclier en peau d'hippopotame sur le mur de leur salon? Bon, d'accord, c'est un cadeau de son oncle, archéologue en Ethiopie. Alors, il faut bien, la pauvre, qu'elle se justifie: «*Au XIX^e siècle, les tribus étaient en symbiose avec la nature. Les hippopotames protégeaient les hommes en leur donnant leur peau.*» Quelqu'un d'autre avait déjà dû lui faire la remarque.

On s'attendait à ce qu'Alice Audouin habite en périphérie de Paris, porte la moustache, sente la campagne et s'habille dans un sac à patates recyclable. On avait tout faux. Le grand studio au bouclier hippopotame est situé rue Saint-Sulpice, dans le très chic VI^e arrondissement de Paris. Sa locataire est aussi grande et fine que l'animal en question devait être gros et court sur pattes. Pour le sac recyclable en revanche, on n'est pas tombé très loin: sa veste préférée, beige carton avec des imprimés noirs, est un pur produit de récup customisée. Presque aussi in que son cas made in Utopia, espèce hybride entre la poche en plastique rembourrée et le sac de plage un peu classe. «*Je suis à fond pour la mode éthique, mais il n'y a pas assez de choix dans les vêtements. En plus, ils sont beaucoup moins accessibles que la nourriture bio, que je trouve sans problème en bas de chez moi.*» Elle se lève d'un bond, pose sa tasse de thé bio au chocolat et aux épices, et court chercher sa paire de baskets Veja: «*Ça, c'est des top pompos sur le plan social et environnemental.*»

Contrariée d'avoir autant parlé fringues, elle rappellera après l'interview pour préciser qu'elle est également fana de littérature, d'art contemporain et de voyages. Pour indiquer aussi qu'elle roule en vélo, limite ses déplacements en avion, utilise des ampoules à basse consommation et des détergents verts, mais que, malgré tout, elle ne veut pas «passer pour l'écolo exemplaire». Aucun risque. L'hippopotame a dû beaucoup souffrir pour en arriver là.

Alice Audouin, c'est la GO de l'écologie. Elle dit «*faut que tout le monde se bouge le cul*» comme elle respire. Ça, pour le bouger, elle le bouge, son cul. Certains préféreraient qu'elle le bouge un peu moins, ou mieux, qu'elle le bouge ailleurs. Il y a deux ans, elle signe un pacte avec l'ennemi de l'écolo tradi: la grande entreprise. Havas Media, leader français d'achat d'espace publicitaire, se laisse convaincre de créer un poste de responsable du développement durable. Une première dans le monde de la communication. «*Pour certains être dans l'entreprise, c'est être vendu. Je préfère agir en interne, quitte à ne faire que de petits progrès, plutôt que rester à l'extérieur à donner des conseils. Les gentils et les*



méchants, c'est un point de vue militant puéril et extrêmement inefficace. Il faut que tout le monde se bouge le cul. Les entreprises, les associations, les ONG, les particuliers! L'action politique? Je l'attends! Jean-Louis, go! Agis à l'échelle européenne! Pèse à l'échelle internationale.»

On vous avait prévenu, une tornade à faire se décrocher du mur le bouclier hippopotame. «*Elle démenage, comme on dit*», sourit Joël Palix, PDG de Thierry Mugler et ami. «*Hyperdynamique, hyperdégourdie*», renchérit Michèle Rivasi, ancienne directrice de Greenpeace. Un peu usante à la longue, quand même, non? «*Elle monopolise un peu la parole, c'est vrai, admet sa consœur d'AdWiser() Séverine Millet, mais elle en est consciente, et elle fait attention.*» Michèle Rivasi reconnaît que son discours «*parisien, branché Web et CAC40*» peut «*choquer*» les militants. «*Nous appartenons à deux univers différents. Elle incarne la nouvelle génération*

Alice Audouin en 5 dates

4 juillet 1969
Naissance à Neuilly-sur-Seine.
1993-1994
DEA d'anthropologie des techniques contemporaines et DEA d'économie.
2001
Directrice marketing du centre de recherche Novethic.
2005
Responsable du développement durable chez Havas Media.
2007
Ecolocash, une écologie de circonstance (Anabel).

après leur rupture qu'elle se dit vacancière à jamais contre les histoires «dans le millet». Un peu parano depuis cette mésaventure, elle ne confie de sa vie privée que son état civil: célibataire, sans enfant.

Reprenons donc: Alice Audouin ne se connaît pas d'ennemi. Peut-être parce que personne n'a encore découvert son bouclier hippopotame. Plus sûrement parce qu'en dépit de sa grande gueule, elle refuse d'essayer de changer les gens. Inutile de fliquer les fumeurs dans la rue ou de faire la morale aux patrons. Elle ne se considère même pas comme une militante. «*Pas besoin d'idéologie pour faire du développement durable.*» Ni d'opinions politiques? «*Ah non! Je ne vous dirai pas pour qui j'ai voté! Pas pour Sarkozy, en tout cas.*» L'étiquette «écologie de droites» lui collait pourtant déjà à la peau. Elle préfère brouiller les pistes. L'année dernière, elle a brièvement participé à une initiative en faveur du développement durable au PS. Son incapacité à faire bouger les éléphants l'a vite convaincue qu'elle n'était pas faite pour la politique. Si Nicolas Hulot s'était présenté, elle aurait voté pour lui. Le score médiocre des Verts l'attriste, même si la victoire de Dominique Voynet ne l'aurait pas enchantée outre mesure: «*Les Verts sont faits pour rester un contre-pouvoir. Ils ne sont pas aptes à gouverner un pays.*»

Fille d'un médecin sophrologue et d'une mère psychologue, Alice Audouin a passé son enfance au Muséum d'histoire naturelle de Paris, où sont exposés les croquis naturalistes de son aïeul Victor Audouin. Elle ne travaille dans le développement durable que depuis 2001, mais elle en fait tellement aujourd'hui qu'on la soupçonne de vouloir rattraper le temps perdu. Au début de l'année, elle a publié *Ecolocash, une écologie de circonstance*, un pamphlet très drôle qui raconte comment une consultante arriviste s'invente des convictions écolos pour décrocher un poste dans le développement durable. «*Alice Audouin n'épargne personne. Rien de tel que le rire (jaune) pour décrire la réalité: d'abord, parce que c'est un début de prise de conscience. Et puis, parce qu'il vaut mieux rigoler*

des cadres écolos qui veulent faire du passé table rase. J'ai parfois envie de lui dire: "Arrête-toi un peu. Prends du recul."» Elle pourrait ajouter: «*Ne t'expose pas tant.*» Car dans sa lettre d'information «2050», Alice Audouin n'hésite pas à mettre en cause les pratiques des entreprises prétendument écolos. Tant pis si ce sont des clients de Havas Media. Tant pis si elle risque son poste en les montrant du doigt.

«*Elle se qualifie souvent de Don Quichotte*», explique Séverine Millet. Elle éprouve un tel sentiment d'urgence qu'elle part à l'assaut des moulins à vent, et elle se prend des baffes. Elle ne se connaît pourtant pas d'ennemi. Juste un ancien petit ami, seul et unique militant avec lequel elle soit sortie. Il l'aurait tellement traînée dans la boue

de notre immobilisme. On ne va pas se flageller, quand même!» Non, on ne va pas se flageller. Juste prier un dernier petit coup pour l'hippopotame, c'est tout. ▶

CHLOÉ ABERHARDT
photo AGLAË BORY

() Association pour l'intégration du développement durable dans le secteur de la communication.

et le marketing

On connaissait déjà les « politique-fictions », comme *La Face cachée de Sarkozy* (Vents d'Ouest-Fayard, 2006) ou *Objectif Elysée* (Seuil, 32 p., 12,50 €). On a affaire ici à un autre genre de satire : l'« éco-fiction ». *Ecolocash*, fable comique et récit pamphlétaire, dénonce la récupération de l'écologie par le marketing à travers les mésaventures d'Emilie, jeune consultante en stratégie. Il faut dire que l'auteur, Alice Audouin, connaît bien son affaire : le métier d'Emilie est le sien. Emilie, trentenaire ambitieuse, a donc besoin de développer son « plan de carrière ». A l'annonce de la création d'un service de développement durable au sein de son entreprise, Herakles, elle décide elle aussi de se lancer dans l'aventure, puisque « *le développement durable, c'est l'avenir. Et l'avenir, c'est un mar-*

Ecolocash
d'Alice Audouin,
Editions Anabet | 148 pages, 14 €

ché ». Ne pas croire pour autant qu'Emilie a des dispositions pour jouer les conseillères en écologie : comme la majorité de ses compatriotes, elle n'y connaît pas grand-chose. « *Le bio, est-ce une forme de respect de la nature ?* », s'interroge-t-elle. Mais tant d'ignorance ne désarme pas la jeune femme, qui s'invente pour l'occasion une « conscience écologique très développée ». Emilie obtient donc son poste : elle devient conseillère. Mais tant de bonne volonté ne suffit pas ; Emilie a besoin rapidement d'une formation technique. Elle se fait donc aider par une lointaine cousine, membre actif de Planetwarrior, une ONG environnementale. Emilie apprend donc à ne « *pas émettre plus de deux tonnes de CO₂ par an* », porte des « *bio-tennis* » et loge même des « *bio-réfugiés* ».

Elle enchaîne les réunions avec des entreprises prospères... mais en mal de « conscience écologique ». Ainsi assis-

te-t-on à une réunion entre Emilie et les dirigeants de Caddidamour, une chaîne de supermarchés qui souhaite avoir son propre rayon estampillé « *commerce équitable* ». Le directeur commence la réunion par ces mots : « *Aujourd'hui, le développement durable est une priorité, ou une obligation, tout dépend. Nous voulons y participer. Mais nous ne nous prenons pas pour des curés. Notre objectif est de gagner de l'argent, et nous n'allons pas y renoncer pour sauver la planète.* »

Pourtant, à force d'efforts, l'*executive woman* qu'est Emilie se transforme rapidement en petit soldat de l'écologie, et tyrannise même son entourage. Mais il semble que le militantisme écolo s'accorde mal avec le métier de conseillère en entreprise. Emilie se fait manipuler de toutes parts, tant par des militants bornés que par des pollueurs cyniques, jusqu'à ce qu'advienne l'« *écolocrash* » final. On laissera au lecteur le soin de découvrir comment : l'intrigue est bien menée.

Alice Audouin s'adresse à tous les publics, et surtout aux néophytes. Le ton est direct, simple, pédagogique, et permet à l'auteur d'évoquer des chiffres, des statistiques ou des extraits de rapports inquiétants sans assommer le lecteur. Autre curiosité : de nombreux chapitres sont clos par de longues citations inventées, attribuées à des sources diverses : blogs, éco-forums, journaux intimes, copies d'examen. Extrait d'un pseudo-forum d'éco-activistes : « *Pas de terrorisme, c'est une des règles de base de l'éco-guérilla. (...) Nous savons tous que l'opinion publique rejette toujours la violence et les destructions, or sans l'opinion tu ne fais rien.* »

Alice Audouin caricature à outrance et n'épargne personne : elle malmène avec la même joie féroce le chef d'entreprise, le militant écologiste ou le responsable en communication. Même les meilleures amies d'Emilie sont décrites comme de jeunes écervelées qui affirment que « *moi, la nature, ça me dégoûte* ». Mais ne les raillons pas tant, se dit-on en lisant *Ecolocash*. Car de tous les personnages si vraisemblables qu'Alice Audouin met en scène, elles sont de loin les plus inoffensives. ■

ENVIRONNEMENT

ART ET ENVIRONNEMENT,

MOUVEMENT AVANT

GARDISTE

PAR ELISABETH BONNEAU. LE MARDI DANS LE UNE/DEUX ET LE WEEK-END À 7H15

[partager](#) [podcaster](#)

DERNIÈRES DIFFUSIONS

- 26/11/13 Environnement
- 24/11/13 7ème continent
- 23/11/13 ils changent le monde: Clean Up Day... Shamengo

[plus](#)



EMISSION DU 22/10/2013

réécouter cette émission

« Aux produits écolo d'être désirables »

Ancienne responsable du développement durable chez Havas Media, **Alice Audouin** est aujourd'hui consultante indépendante. Elle publie un livre intitulé *L'écologie, c'est fini. Qu'en pensent les experts?* (1)

L'écologie décline depuis 2009, expliquez-vous dans votre livre. Pourquoi?

AA. Cela tient à plusieurs événements : l'échec du sommet de Copenhague puis de Rio +20, les attaques répétées contre des scientifiques du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), l'essoufflement du Grenelle de l'environnement, le faible engagement du nouveau gouvernement et la stigmatisation du « greenwashing » dans les publicités. De plus, avec la crise, la menace sur l'emploi supplante la question de l'environnement. L'écologie apparaît comme un ennemi possible de la croissance.

Ce déclin n'est-il pas symbolisé en France par l'échec cuisant des écologistes lors de la présidentielle de 2012?

AA. Eva Joly a préféré défendre des thématiques sociales. Il est dommage que Nicolas Hulot ait été mis hors-jeu. C'est quelqu'un qui a une valeur iconique grâce à son émission. L'écologie a disparu aujourd'hui des débats à l'exception des sujets de discorde, elle a cessé d'être consensuelle pour devenir controversée.

La consommation dite responsable ne manque-t-elle pas aussi le pas?

AA. La société ne s'est jamais autant définie que par la consommation dans tous ses excès. L'accélération des nouveautés, la dévalorisation des marchandises engendrée par la gratuité, le succès des produits jetables ou encore l'obsolescence programmée. Cette consommation entraîne une augmentation des émissions de CO₂. Seuls les produits bio progressent. En



« Pour l'entreprise, ce sont les décisions de court terme qui prévalent. »

Dans l'entreprise, la dimension environnementale est perçue à la fois comme une opportunité et une contrainte.

AA. Oui. C'est l'opportunité de répondre aux attentes de consommateurs, de bénéficier d'un surcroît de croissance et d'améliorer l'image de marque de l'entreprise. Mais la préservation de l'environnement est également perçue comme un coût. Selon une étude d'Accenture, une majorité de responsables

2011, le marché a crû de 10% pour atteindre les 4 milliards d'euros.

Le prix apparaît comme un frein au développement des produits verts.

AA. Les Français pensent que les produits écologiques sont destinés à une population aisée. La consommation écologique est perçue comme une niche. Il y a aussi un doute sur la valeur de la démarche, dû aux controverses sur les bienfaits du bio, à la multiplication des labels ou encore à la suspicion d'opportunisme de la part des grandes entreprises qui concentrent

d'entreprises pensent que cela coûte plus cher d'intégrer le développement durable dans leur business. Un investissement que l'entreprise ne veut pas répercuter sur les prix. Elle préfère ne pas entreprendre d'efforts environnementaux décisifs. Ce sont les décisions de court terme qui prévalent.

Heureusement des contre-tendances et des entrepreneurs d'un nouveau genre donnent des raisons d'espérer.

AA. Des marques écoresponsables, comme les baskets Wejo, les vêtements Kamé, les bijoux JEM ou la Bluecar, mettent fin à la vision moraliste de la consommation durable. Si les produits désirables ne font pas beaucoup d'efforts pour devenir plus écologiques, c'est aux produits écologiques de devenir plus désirables. De nouveaux modes de consommation favorisés par Internet apparaissent. Le troc, les ventes et les achats en ligne de produits d'occasion, la location et le partage se développent. Enfin, le boom du retour au local et du « made in France » signifie moins de transports, un bon point pour l'écologie.

Entretien: Jean-Pierre Vergès

L'écologie est passée de consensuelle à controversée

souvent leur effort écologique sur une seule gamme, un seul produit, une seule dimension du produit — le packaging par exemple — ou sur la publicité. Les consommateurs ne comprennent pas qu'acheter aujourd'hui très bon marché des produits importés, carbonés et transformés, signifie une aggravation de la pollution et du réchauffement climatique, des conséquences qui demain contribueraient à faire augmenter les prix de ces produits.

(1) Edité par Les Éditions et Économies (2013), 150 p., 14 euros.



25 septembre 2008



France 3 – Alice Audouin invitée de *Ce soir ou Jamais* dans le cadre d'un débat sur l'écologie



L'écologie

Culture Infos - Documentaire

80 mn

ENQUÊTE

les femmes actives

L'EXPERTE ALICE AUDOUIN "C'EST UN ESPACE QUI M'AIDE À RÉFLÉCHIR"

MISE EN LIGNE. « Je parle de mon expertise – le développement durable – et de toutes mes activités : de mes livres, de mon rôle de directrice du développement durable chez Havas Media, de mes associations... C'est un CV de 300 pages, une vitrine, un lieu de stockage. Je dis "je", mais je n'expose que mes prises de position, pas mes états d'âme. Aujourd'hui, si j'ai construit ma notoriété à travers mes livres, le blog m'apporte une visibilité. Mes collègues, mes clients, les acteurs du développement durable le connaissent et m'en parlent. »

MISE EN SCÈNE. « J'ai une activité professionnelle très éclectique, et sur ce blog, j'essaie de donner à l'ensemble une cohérence. Dans le développement durable, tout est à inventer. Le blog est un espace qui m'aide à réfléchir, à effectuer un véritable travail de veille. Je me documente beaucoup, j'interviewe des climatologues, des philosophes, comme François Flahaut. J'essaie de multiplier les éclairages et les points de vue. »

MISE EN RÉSEAU. « Chaque semaine, je promeus une ONG, un livre, une exposition... Récemment, j'étais membre du jury du Festival du film d'environnement. J'ai cité tous les documentaires et mis en lumière une association (www.vn-agentorange.org) qui fait des choses formidables, avec zéro moyen. »

www.aliceaudouin-blog.com





ALICE AUDOUIN
ASSOCIATION COAL

« Spécialiste de la RSE (responsabilité sociale des entreprises), notamment dans le secteur des médias et de la communication, cofondatrice et présidente de l'association Coal – la coalition art et développement durable –, j'agis depuis douze ans pour le développement durable. Ma façon de participer au monde de demain est d'essayer de faire comprendre que la peur peut se dépasser par l'action et l'imagination, et que l'homme est capable de faire "autrement". Dans mon livre On entend dire que l'écologie, c'est fini (sorti en janvier, copublié par Eyrolles et Les Échos éditions), je montre que non, l'écologie ce n'est pas fini, cela ne fait même que commencer. »



L'ÉCOLOGIE DES HAUTS ET DÉBATS

DEPUIS VINGT ANS, LES CHEFS D'ÉTAT TENTENT DE S'ENTENDRE SUR UN NEW DEAL GREEN À L'ÉCHELLE MONDIALE. SO WHAT? BILAN CONTRASTÉ DE CES CONFÉRENCES INTERNATIONALES, AVEC DES ÉCHECS CUISANTS ET DE TIMIDES VICTOIRES. LE POINT SUR CES ALÉAS AVEC ALICE AUDOUIN, NOTRE EXPERTE.

PAR DALILA KERCHOUCHE



DANEMARK (2009) Les dirigeants internationaux s'accordent certes sur l'idée de la lutte contre le réchauffement, mais le texte final ne comporte aucun engagement chiffré et ne prône que la "coopération".

ailleurs. » Après les États, c'est au tour des entreprises de s'investir dans le débat mondial. « Elles plaident pour des accords volontaires, non contraignants et non réglementés. Elles insufflent l'idée d'une solution par le marché et initient la vague de la croissance verte. »

CE QU'ON OBTIENT. « Cette culture du marché, dont on constate depuis dix ans l'insuffisance flagrante, nous a déviés de la réponse réglementaire. Quand la contrainte était encore envisageable et négociable, nous ne l'avons pas choisie. Aujourd'hui, il semble quasiment impossible de l'imposer, parce qu'elle devrait être drastique. Nous avons été bêtes et peu prévoyants. »

DANEMARK 2009

CONFÉRENCE DE COPENHAGUE

CE QU'ON ESPÈRE. rien de moins qu'un véritable accord de lutte contre le réchauffement de la planète. L'attente est aiguës par l'attribution du prix Nobel de la paix en 2007 à Al Gore et au GIEC, et par un sentiment d'urgence. L'optimisme régnait à l'ouverture de cette Conférence des parties (COP 15).

CE QU'ON OBTIENT. « Un accord non contraignant qui n'est pas signé par tous les pays. » S'il affirme la nécessité de limiter le réchauffement de la planète à 2 °C par rapport à l'ère préindustrielle, le texte ne comporte aucun engagement chiffré de réduction des émissions de CO₂, se contentant de prôner la « coopération ».

JAPON 2010

CONFÉRENCE DE NAGOYA

CE QU'ON ESPÈRE. « peu de chose après Copenhague. Mais une nouvelle tendance se dessine : « Si la thématique climat s'essouffle, celle de l'extinction



des espèces devient le problème numéro un de l'écologie », explique Alice Audouin.

CE QU'ON OBTIENT. « Des avancées majeures. » Un plan stratégique sur dix ans est adopté pour préserver la biodiversité. Un réseau d'espaces protégés est créé, couvrant au moins 17 % de la surface terrestre et 10 % des océans. Et la constitution d'un groupe d'experts dédié à la biodiversité, calqué sur le GIEC, est actée.

BRÉSIL 2012

SOMMET RIO+20

CE QU'ON ESPÈRE. que des mesures concrètes boostent l'économie verte et instaurent une gouvernance mondiale en matière d'écologie. « Vingt ans après le Sommet de Rio, cette rencontre s'ouvre avec un diagnostic de la planète beaucoup plus sombre : augmentation des monocultures, des substances polluantes, emprise croissante du béton sur les espaces naturels. »

CE QU'ON OBTIENT. « Une nouvelle déception. » Barack Obama, Angela Merkel et David Cameron brillent par leur absence. « La volonté d'avancer bute sur la difficulté à placer l'environnement en haut des agendas des gouvernements, accaparés par la crise économique. »

FRANCE 2015

COP 21 DE PARIS

CE QU'ON ESPÈRE. « Face à la démission des États, un nouveau pouvoir se dessine : celui de la société civile. Aux Français de démontrer leur vision et leurs solutions en 2015, pour réussir là où les autres Sommets ont échoué. », conclut Alice Audouin. ■

La Joie aux Chapitres

Ecolocash, une écologie de circonstance

par Alice Audouin

(Anabet)

Voici un court récit au vitriol qui vaut son pesant de graines de soja. Jeune consultante en stratégie, Emilie ne connaît rien au développement durable. Mais elle comprend que c'est l'avenir : « *Et l'avenir, c'est un marché.* » Alors, elle s'initie auprès d'une cousine écolo pure et dure qui lui explique la situation : « *Le gouvernement fume le calumet d'ozone avec les écolos, mais en dehors de ça... (...). Les consommateurs sont anesthésiés, il y en a à peine 5 % qui tiennent compte de l'environnement dans leurs achats. (...) Personne ne fait d'efforts, plutôt que de changer, les gens préfèrent payer.* » Emilie héberge chez elle un lombricomposteur et des « bioréfugiés », tout en tâchant de satisfaire ses clients, comme l'enseigne des hypermarchés Caddidamour, qui veulent monter leur propre rayon « commerce équitable ». D'où cette verte réplique de son compagnon : « *Le commerce équitable, c'est les cafés dégueulasses, c'est ça ?* » Ses clients pédégés ne s'y connaissent pas mieux qu'elle, mais veulent se fabriquer à peu de frais une image verte, ainsi

ce leader des produits d'entretien et pesticides : « *Nous avons longuement étudié nos concurrents. L'enseignement est simple, tant que nous n'aurons pas un partenariat avec une ONG environnementale, nous serons attaqués (...). Alors à vous de nous dire avec quelle ONG collaborer, et pour quel type de partenariat. Mais que l'on soit clair, nous ne toucherons pas à la formule. Il y a déjà la réglementation Reach qui va nous emmerder, on ne va pas en rajouter !* »

C'est enlevé, drôle, cynique, instructif. Emilie serait parfaite au Grenelle de l'environnement.
- J.-L. P.

Alice Audouin L'écoparisienne

Moins écolo intégriste que l'héroïne de son roman, elle est toutefois attentive à la protection de la planète dans ses gestes quotidiens.

Demandez-lui ses mensurations, elle vous répondra : « *Moins de 4 tonnes.* » Équivalent carbone. Quand d'autres comptent les calories, cette belle plante blonde de 38 ans, responsable du développement durable dans un groupe média et ancienne directrice de la communication de Novethic, garde l'œil sur son « *empreinte écologique* » et son « *bilan carbone* ». Quoi qu'elle entreprenne. Sport : « *Aller à la salle de gym, jamais ! Le Powerplate, ça bouffe plein d'énergie !* » Ménage : « *Je n'utilise que des détergents verts.* » Voyage : « *Pour tous mes trajets en France, je prends le train. Je ne pars pas sur un coup de tête en avion un week-end. Et dans le boulot, je me demande toujours si ça en vaut vraiment la peine.* » Elle compense ses quelques écarts en gagnant son bureau de Puteaux en métro : « *Un quart d'heure de marche avant, un quart d'heure après, il faut être motivée !* »

Presque aussi exemplaire qu'Emilie, l'héroïne du drôle de récit qu'elle vient de publier (1). L'histoire abracadabrante d'une consultante parigote soudainement promue spécialiste du développement durable. Et tout aussi



Sophie B. andriam pour ParisObs

● **Ménage :** « *Je n'utilise que des détergents verts.* »

soudainement transformée en catéchumène des « 3R » : « Réduisez, Réutilisez, Recyclez ». Alice Audouin, elle, a mis un peu d'eau dans son thé bio. Ni lombricomposteurs sur son balcon, ni macarons bio dans son frigo. « *J'ai une vie de citadine, qui bouge... Et pour les gourmandises, je me passe de bio.* » Vrai qu'elle habite rue Saint-Sulpice (6^e), à deux pas de la pâtisserie Mulot. « *Je n'ai pas cherché à vivre dans ce quartier, c'était une occase, s'excuse-t-elle. Mais il serait déplacé de m'en plaindre : c'est central, je circule à vélo, il y a tout près l'épicerie bio Hédonie et le coin bio du Marché Saint-Germain...* » C'est une étape parmi d'autres.

Car Alice au pays du « CO₂ free » a habité dans 12 des 20 arrondissements de Paris. Enfant curieuse dans le 5^e, rue Cuvier, dans l'immeuble familial construit par l'ancêtre naturaliste Victor Audouin. Etudiante bohème à Saint-Lazare (8^e), rue Rodier (9^e), boulevard Beaumarchais (9^e), rue du Dessous-des-Berges (13^e)... Et malgré les pots d'échappement, amoureuse de la capitale. Quand elle a dû s'exiler quelques années dans la banlieue toulousaine, elle a consigné en lettres rouges dans son cahier : « *Drame. Je quitte Paris mon bien-aimé.* » Elle avait 10 ans.

■ **Morgane Bertrand**

(1) « *Ecocash, une écologie de circonstance* », éditions **Anabel**, 14 €.

À DÉCOUVRIR

ALICE AUDOUIN

Émilie, son héroïne, brigue un poste au service développement durable du cabinet de conseil où elle travaille. C'est nouveau, c'est l'avenir. L'écologie, elle n'y connaît rien mais, sur sa bonne mine (elle s'est affublée d'un châte rouille et porte un sac de randonnée) et son « expérience » (un vieil herbier reconverti en blog), la jeune femme est engagée. L'aventure commence... Drôle, cynique, truffée d'infos détaillées sur l'état de la planète. *Ecolocash*, Pamphlet, 144 pages, 14€



Planète Bleu 2012-2013

Alice Audouin, spécialiste du développement durable

Samedi 02 février 2013 à 12h40

 **(Re)écouter cette émission**
Disponible jusqu'au 29 octobre 2015

 Ajouter à ma playlist  S a

00:00  00:00 

Longtemps responsable du développement durable dans une grande entreprise, elle est aussi la présidente de COAL, la coalition pour l'art et le développement durable.



Alice Audouin a également la plume verte. Son dernier livre s'intitule « On entend dire que l'écologie, c'est fini. Qu'en pensent les experts ? », c'est aux éditions Eyrolles. Un ouvrage passionnant, très clair, très documenté qui fait le point sur l'état de l'écologie aujourd'hui et surtout qui s'interroge sur son devenir.



Alice Audouin responsable du développement durable en entreprise, présidente de l'association COAL et blogueuse

Son roman « Écolocash » a convaincu José Garcia et son épouse Isabelle Doval, réalisatrice, que l'écologie pouvait rimer avec comédie. Ils ont transformé l'histoire initiale du livre – une cadre trentenaire aux dents longues qui se prend ses pieds dans le tapis de l'opportunisme vert – pour donner le premier rôle à José Garcia. Celui-ci devient ainsi un patron pas très écolo à qui de nombreuses aventures vont apprendre à respirer bio. Le film devrait sortir en salles en fin d'année. Initiatrice d'Écopublicité, outil pionnier de mesure de l'impact environnemental d'une campagne de publicité, Alice Audouin ne pouvait laisser l'occasion : elle tente donc de convaincre les producteurs de réaliser un film écoconçu. Par ailleurs, au printemps, elle remettra le deuxième prix COAL Art & Environnement, récompensant un artiste contemporain sur le thème de l'environnement.

www.aliceaudouin-blog.com / www.projetcoal.fr

L'ART PASSE AU VERT

LE DÉFI : donner la parole aux artistes contemporains sur le thème de l'écologie, telle est l'ambition du prix Coal (Coalition pour l'art et le développement durable), remis fin mai à Paris. Le lauréat ? Stefan Shankland, qui projette de créer un nouveau matériau composite baptisé « marbre d'ici », à partir de gravats.

SON LEADER : Alice Audouin *, blogueuse verte influente, romancière et directrice du développement durable d'Havas Médias. « Nous avons reçu 280 projets, se réjouit-elle. C'est le double de la première édition et le signe d'un véritable engouement ! » Notre coup de cœur ? La mention spéciale forêt remportée par Marion Laval-Jeantet, qui veut écrire un message pour la biodiversité sur la canopée amazonienne. ■

* www.aliceaudouin-blog.com

Veille

Enquête

AURÉLIE CHARPENT

Vers un monde tout vert ?



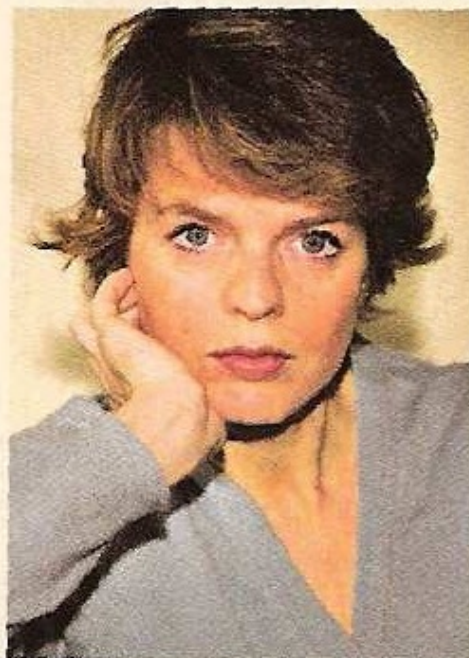
L'art a son mot à dire

Autre piste à explorer: l'influence de la culture sur les mentalités. Alice Audouin, responsable du développement durable d'Havas Media France et par ailleurs auteur d'*Ecolocash* (éd. Anabet) et de *La Communication responsable* (éd. Eyrolles), en est convaincue: «*Les changements de mentalités passent par la culture.*» Les marques de luxe, par exemple, s'inspirent beaucoup de l'art contemporain.

À l'image de la littérature et du cinéma, l'art a aussi son mot à dire et un rôle à jouer. «*Si l'on modifie légèrement les messages de l'art contemporain, il va y avoir un effet de cascade, qui fait que l'on va peut-être avoir une chance d'influencer les secteurs qui s'en inspirent.*» C'est ainsi pour faire entendre les artistes, qu'elle a cofondé Coal (Coalition art & développement durable), dans le but de promouvoir des expositions sur le développement durable et de lancer des appels à projets. Encore isolé dans l'Hexagone, ce genre d'initiatives, montrant ce lien entre art contemporain et développement durable, pourrait se développer. C'est d'ailleurs sur ce principe que l'agence conseil Moswo a fêté son onzième anniversaire, en s'engageant dans un partenariat créatif avec le WWF, via une exposition à la galerie The Lazy Dog à Paris montrant 11 pandas conçus de manière écologiquement responsable par les créatifs de l'agence.



■ **HUMEUR ANTI-CO₂.**
"Écolocash, une écologie de circonstance" (éd. Anabet) d'Alice Audouin (photo), trace le parcours d'une jeune consultante ambitieuse à qui une entreprise confie une mission sur la mise en place d'un "marché carbone". L'auteure soulève la question du rôle de chacun en matière d'environnement, tout en dénonçant la récupération de l'écologie par le marketing. Un pamphlet réjouissant.



TV5MONDE

9 octobre 2010



TV5 - Alice Audouin invitée de Coup de pouce pour la planète



Vincent Larcoux-Tempusmuhline.com pour « Le Nouvel Observateur »

LA CUISINE

Mademoiselle Bio woman

Cocotte en fonte, vaisselle en grès, Alice n'est pas directrice du développement durable pour des prunes

C'est LA fille à présenter à tous ceux pour qui *bio* addicte rime encore avec pisse-froid. Un argumentaire sur pattes (et elle les a longues, ses pattes !) en faveur d'une alimentation bio, certes, mais aussi goûteuse et jubilatoire. Alice Audouin, grande blonde volubile, sait de quoi elle parle : elle travaille à temps partiel comme directrice du développement durable pour Havas Media ; tente de créer des passerelles grâce à des événements entre l'écologie et des secteurs comme le luxe

ou l'art contemporain ; écrit des livres sur le sujet (l'un d'entre eux, « Ecolocash », est en cours d'adaptation au cinéma). C'est d'ailleurs par ses activités professionnelles que cette fille montée sur piles s'est mise au vert, en 2001. Doucement mais sûrement.

Meilleure preuve : sa cuisine. Un calendrier des fruits et légumes de saison est punaisé sur la porte. Les déchets sont triés. Mais pas de compost. « *Je n'ai pas la place, dit-elle. Et je n'ai pas tant de déchets que ça.* » Dans les placards, des aliments bio à « 90% environ », estime-t-elle en farfouillant. Sont entassés, en vrac et tous bio, des thés verts, du chocolat, des galettes de riz, du Choc'o Tartine (« *Du Nutella bio super bon* », assure-t-elle) ... Dans le Frigidaire, des confitures bio, des fromages de chèvre bio et plusieurs briques

d'une boisson à base d'épeautre, de riz et de noisette. « *J'adore ça ! C'est mon plaisir gourmand.* » Pas de viande – parce qu'elle en mange plutôt au resto. Pas de poisson ce jour-là. « *Mais quand j'en achète, je vais chez un poissonnier, qui n'est pas bio, mais dont les produits sont de très bonne qualité.* » Même ouverture au non-bio avec les délices de Gérard Mulot, le pâtisier star du 6^e arrondissement. La jeune femme va régulièrement s'approvisionner chez lui.

Bio cool, Alice Audouin ? « *L'idée, avec le bio, c'est de prendre soin de soi et de la planète,* résume-t-elle. Mais ce n'est pas « *du bio ou rien* », c'est plutôt de « *la qualité ou rien* ». Après, « *la qualité passe souvent par le bio mais pas seulement...* ». Pas d'entorse, en revanche, côté produits ménagers et ustensiles de cuisine. La vaisselle en grès, la cocotte en fonte et la carafe Brita se sont fait une place de choix dans cette cuisine minuscule. Avant de partir, on aura même droit à un récurage d'évier à la pierre d'argile!

ELODIE LEPAGE

« Ce n'est pas parce qu'un sujet est grave qu'il faut être sérieux »

Alice Audouin est responsable développement durable d'Havas Media France, mais aussi un auteur pour qui l'art et l'humour sont les meilleurs ambassadeurs de cette problématique.

Le collectif Adwiser que vous avez cofondé pour concilier communication et développement durable vient de lancer un groupe de travail sur l'humour. Pour quelles raisons ?

Alice Audouin. Plusieurs d'entre nous avaient envie de défendre ce thème afin qu'il soit mieux utilisé. Aujourd'hui, soit les enjeux environnementaux sont trop graves pour en rire, soit on s'en moque en leur donnant un côté « retour aux chandelles ».

De Home au Syndrome du Titanic, le développement durable a également fait dernièrement l'objet de discours sombres et alarmistes...

A.A. Le sujet est porté par deux tendances : les initiés parlent aux initiés ou les initiés parlent aux non-initiés, en misant sur une prise de conscience de nature électrochoc. Je ne suis pas contre ces films, qui ont touché un large public. Le problème n'est d'ailleurs pas qu'ils soient drôles ou non, mais qu'ils s'appuient sur

des images chocs visant à une prise de conscience immédiate. Pour moi, la véritable prise de conscience passe forcément par le recul, la réflexion, la construction d'un raisonnement long et élaboré.

En quoi l'humour est-il important ?

A.A. Pour Adwiser, un sujet qui ne supporte pas l'humour est un sujet condamné. Ce n'est pas parce qu'il est grave qu'il faut être sérieux ! Pouvoir en rire, c'est une preuve de bonne santé, de tolérance et d'ouverture. Cela doit être possible, toléré voire encouragé. Je défends également l'humour d'un point de vue pédagogique. Pour mon roman *Écolocash* [Éditions Anabet, 14 euros], qui s'adresse aux non-écologues voire aux anti-écologues, l'humour m'est apparu comme la meilleure solution pour faire passer une pléiade de chiffres et d'idées théoriques. Apprendre en rigolant, c'est l'idéal.

Quelles sont les craintes de ceux qui réfutent l'humour ?



« Quand il est utilisé dans la publicité, l'humour traitant des questions environnementales est systématiquement à charge. »

A.A. L'humour permet de dédramatiser un sujet, de le rendre plus accessible. Ceux qui s'en méfient pensent qu'il perd, du coup, en

importance. Or, pour moi, c'est ce qui permet au contraire un premier contact, une entrée en matière positive qui prouve que le sujet a été

Elles ont signé l'Ultimatum climatique mais pensent déjà à l'après-Copenhague. Parce que la situation est urgente et grave, mais pas désespérée, elles veulent s'unir pour défendre l'éducation et la sobriété, l'innovation et la solidarité. Venez les rejoindre pour « vivre ensemble autrement »...



LES ONG SERVENT-ELLES À QUELQUE CHOSE ?

Le développement durable est devenu le passage obligé des grandes entreprises, aidées dans leur mutation par des ONG qu'elles rémunèrent. Mais où s'arrête le charity et où commence le business ?

« OUI ! »

**YANNICK
JADOT**

— Directeur des campagnes de Greenpeace France.
— Vient de se faire condamner à deux mois de prison avec sursis pour avoir mené une « mission d'inspection citoyenne » symbolique des installations nucléaires de l'île Longue en 2005.
— A organisé le déversement de huit tonnes de maïs transgénique devant le QG de campagne de Nicolas Sarkozy, « pour l'obliger à prendre position ».
— Fait partie de l'Alliance pour la planète, la coalition d'associations qui note les candidats sur l'écologie: aux dernières nouvelles, Royal avait obtenu 16/20 et le cancre Sarko, 8,5...

« NON ! »

**ALICE
AUDOUIN**

— Auteure de « Ecolocash: une écologie de circonstance ».
— Son livre pointe les dérives des entreprises soucieuses de communiquer autour de valeurs éthiques, et les ONG complaisantes qui leur servent d'alibi.
— Responsable des stratégies de communication de développement durable à l'agence MPG (Mavos).
— Bosse trois jours par semaine (« C'est pour mon développement durable à moi »).
— Ancienne directrice marketing et communication chez Novethic (spécialise dans la responsabilité sociale des entreprises et l'investissement socialement responsable).



7 Octobre 2007



| RIPO2TES |

SOS Terre ?

Alice Audouin
Nathalie Kosciusko-Morizet,
Denis Baupin,
Jean-Louis Etienne,
Jean de Kervasdoué
Christian Gerondeau