

# 2050 #14



Développement Durable, Médias et Publicité

Pour avoir une chance sur deux de stopper le réchauffement climatique à seulement +2°C, les émissions de gaz à effet de serre doivent être réduites de 70% d'ici **2050**. En cas de réchauffement climatique, jusqu'à 37% des espèces animales et végétales actuelles disparaîtraient d'ici **2050**. | La demande d'énergie va doubler voire tripler d'ici **2050**. | Les bouleversements climatiques pourraient, d'ici **2050**, jeter sur les routes quelques 150 millions de «réfugiés du climat» fuyant la montée du niveau de la mer, ou quittant des terres devenues stériles. En **2050**, il est probable qu'au moins une personne sur quatre vivra dans un pays affecté par des pénuries d'eau douce chroniques ou récurrentes. La canicule de l'été 2003 pourrait devenir habituelle à l'horizon **2050**. Pour stabiliser la concentration atmosphérique de CO2, il faut qu'en **2050** les niveaux d'émissions mondiales de carbone soient ramenés à 70% du niveau de 1990. En **2050**, 60% de l'humanité sera exposée au paludisme, contre 45% aujourd'hui. En **2050**, le débit moyen des rivières baissera de 10% à 30% en Europe, au sud de l'Afrique et au Moyen Orient. Au rythme actuel, 40% de la forêt amazonienne aura disparu en **2050**. On estime que la population mondiale pourrait passer de 6,5 milliards aujourd'hui à 9,1 milliards en **2050**. L'essentiel de cette croissance se concentrera dans des pays en développement, où la population passera de 5,3 milliards à 7,8 milliards.

Sources : GIEC, IFEN, Nature, Greenpeace, OMS, Nature...



## Climat et Géopolitique

Le thème du réchauffement climatique atteint l'organe le plus important des Nations Unies, le Conseil de sécurité, qui a débattu le 17 avril dernier sur le thème « énergie, sécurité, climat ». Ce débat historique visait la prise de conscience du réchauffement climatique comme menace mondiale et mettait en relation raréfaction des ressources naturelles (énergétique, alimentaire et en eau), modifications de la géographie (submersion...), et risques de conflits et de crises humanitaires, 200 millions de réfugiés écologiques étant d'ores et déjà prévus pour 2050 et 50 millions pour 2010. L'objectif a été rempli, avec en sus une vive critique sur la responsabilité

environnementales (HEI) « l'intérêt de ces nouveaux débats est le constat que l'écologie quitte le cadre de pensée idéologique pour intégrer une pensée stratégique ».

Au moment où le dernier rapport du GIEC annonce un probable +3° d'ici la fin du siècle et où il reste vingt ans pour freiner les dégâts, les Etats ont le choix: laisser faire, ce qui sera très coûteux humainement, écologiquement et économiquement (cf. rapport Stern), ou agir sachant que seuls des mécanismes multilatéraux et multi parties prenantes, faisant intervenir les Etats, les instances internationales, la société civile et le secteur privé, parviendront à des



des pays industrialisés. Il en est ressorti le rôle crucial que joueront les négociations de l'après Kyoto et l'aide au développement.

L'arrivée de l'environnement sur la scène géopolitique a eu plusieurs signes annonciateurs, le rapport Stern, le rapport CNA Corp (groupe de réflexion d'officiers américains) ou encore le dernier plan quinquennal de la Chine. Il s'appréhende en termes de risque de crises ou de conflits, et non de guerres, ce pourquoi on parle désormais de « guerre chaude ». Pour Agathe Utard, experte en géopolitique des problématiques

résultats à hauteur du problème. Pour gérer toutes ces composantes, une structure internationale est plus que jamais d'actualité. Toutes les bonnes vieilles idées, PNUE, OME, etc. vont repasser le casting ainsi que des projets de droit pénal international, car si le réchauffement climatique nous touche tous, il le fait inégalement, et donc se posera aussi une question de justice.

Alors demain, le Ministère de la Défense sera-t-il le moteur de la lutte contre le réchauffement climatique et de l'investissement dans les énergies renouvelables ?

## Economie

La part des TIC dans les émissions globales de CO2 a été évaluée par le Gartner : 2% ! - Le « Voyageur Vert » persévère : Voyages SNCF lance les Trophées du Tourisme Responsable - Herman Miller sort un fauteuil de bureau 99% recyclable - le premier Ecolabel européen pour des détergents français été obtenu par l'entreprise Linossier, qui a une croissance annuelle moyenne de 26% - Mathieu Le Roux va choisir « 80 hommes » pour le FCPI Générations futures d'Oddo, qui investit le secteur des technologies innovantes dans le domaine de la protection de l'environnement - Bordas passe au recyclé et FSC "

## Arts

Deux superproductions Hollywoodiennes inspirées par les dérèglements environnementaux sont en route : « The Happening » (sortie 2008) de Night Shyamalan, un thriller paranoïaque sur fond de fin du monde et « Avatar » (2009) de James Cameron, un thriller où les humains ont épuisé les ressources de la planète et veulent en annexer d'autres pour survivre (production : 200 millions de dollars, comme son dernier grand film, Titanic) - Le RSA Arts & Ecology lance actuellement Call to artists / call to arms, un appel adressé au milieu de l'art contemporain pour qu'il s'implique davantage sur l'environnement - La Biennale d'art de Sharjah (4 avril - 4 juin) aux Emirats Arabes Unis est sur le thème sur l'environnement. "

## Politique

Sir N. Stern publie son deuxième nombre-choc, 10 milliards de dollars pour stopper la déforestation (pas cher

si on compare aux 5,5 trillions d'euros qu'elles pourraient économiser) et devient conseiller de J. M. Barroso - N. Sarkozy améliorera-t-il sa note environnementale : 8/20, selon l'Alliance pour la planète ? - Le gouvernement australien va interdire l'utilisation des ampoules à incandescence - La Directive Européenne du 30 avril instaure le principe « pollueur-payeur » (les transpositions nationales sont en cours) - John Kerry annonce que l'environnement sera son nouveau cheval de bataille et publie « This Moment on Earth » "

## ONG

La Red Campaign de Bono & Co pour soutenir le Global Fund est-elle un flop ? 30 millions de \$ de pub relayées par Gap, Apple et Motorola pour seulement 25 millions de dollars de gain...selon le site militant buylesscrap.org, c'est mieux de donner directement. - Bataille de Greenpeace contre Apple : Steve Jobs capitule, Greenpeace jubile et gagne un Webby Awards - Soutien historique d'entreprises aux côtés de Greenpeace Canada contre Kimberly-Clark (papier toilette, nappes en papier...), accusé de se fournir auprès de forêts anciennes : 500 entreprises réunies dans The Forest Friendly 500 ont décidé de boycotter "

## PPP

Le projet japonais de « ville sans chimie » allie industriels, secteur public, et universités (de Chiba, Tokyo...) pour développer et promouvoir les solutions sans chimie dans les habitations, ils testent actuellement des solutions alternatives pour réduire le syndrome des bâtiments malades "

## L'après pacte écologique

Les médias n'abandonnent pas la vague verte amorcée avec la médiatisation du Pacte Ecologique de Nicolas Hulot et font preuve de dynamisme.

Côté presse, le numéro 1 de **Neosapiens**, le premier magazine « société environnement humaine » grand public, est non seulement réussi mais cohérent, contenu et contenant étant fortement liés (à l'instar d'Ekwo et de Terra Economica), le titre utilise un papier certifié, un format limitant les rebuts et bientôt des encres végétales. Dans les pages, l'équilibre entre le social et l'environnement est bon et le partage se conçoit sans culpabilité. Le prix, 4,90 euros (bimestriel) reste à l'image des premiers adeptes du développement durable : les catégories plutôt aisées.

**IDEO Mag** (3,90 euros) le nouveau « magazine de l'eco-citoyen » a sorti son troisième numéro. Au sommaire, dossier sur le commerce équitable, le point sur les OGM, les bienfaits des laits végétaux sur l'organisme, etc. IDEO devra se démarquer de son concurrent, **Le Nouveau Consommateur**, qui compte déjà 19 numéros.

**Le Nouvel Observateur** sortira fin juin le premier guide d'achat bio, éthique et équitable, y aurait-il un lien avec les nouvelles responsabilités d' Eco-Guillaume Bio-Malaurie ?

**Les Echos** innove avec l'e-paper, une solution 0% papier.

Côté télévision, **France 2** persiste et gagne avec le troisième épisode de « Vu du Ciel » de Yann Arthus-Bertrand (18,7 % d'audience) et **TF1** prépare un grand portail web dédié au développement durable. Sur le web, **Terre.tv**, la nouvelle chaîne du développement durable en ligne, propose des contenus très intéressants, mais son look RFT, ses typos minuscules et son « programme à la carte » qui donne davantage l'image d'un site portail thématique que d'une chaîne, auront du mal à séduire une audience non initiée (on avait déjà Gaïa, pourquoi repartir sur une idée aussi proche ?). De son côté, la future chaîne de télévision du développement durable **Canal23** se présente comme « citoyenne, neutre et indépendante » et s'adressera « à un public très large » avec une ligne éditoriale « optimiste ». Annoncée pour fin 2007, elle est candidate pour l'obtention d'un canal sur la TNT Île-de-France.



## Les médias américains investissent

De nouveaux médias verts sont lancés par les groupes de presse. Le Washington Post vient de parier sur l'approche communautaire avec un site sur le style de vie écologique et durable dédié aux femmes, **Sprig.com**. Hearts Magazine lance **The Daily Green**, le guide des consommateurs pour la révolution verte ([www.thedailygreen.com](http://www.thedailygreen.com)). Le projet le plus ambitieux est sans doute celui de Discovery qui lancera en 2008 sa chaîne d'« Eco Life Style », **Planet Green**, couvrant le design, alimentation, architecture, etc. 50 millions de \$ ont déjà été investis. Point commun entre tous ces nouveaux contenus : ils misent sur le « consommer mieux » (et non « consommer moins ») et comptent sur l'explosion des nouveaux

marchés « verts ».

Pour le printemps **Vanity Fair** et **Elle** US ont rejoué un Green Issue, VF en a profité pour lancer la première icône glamour verte, Knut et Elle US l'a publié cette fois sur papier recyclé.

Les éditeurs de magazines américains ont lancé l'initiative « Please Recycle this magazine » avec un logo visible dans chaque magazine, visant à inciter le lecteur à recycler sa lecture.



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

### Terra Economica

« Le magazine sur le développement durable qui n'oublie pas de parler d'économie. »

**Date de création** : 2004

**Diffusion** : En ligne, sur le site [www.terra-economica.info](http://www.terra-economica.info) (150 000 VU /mois) et papier, bimensuel, sur abonnement (5500 abonnés). Francophone.

**Rubriques** : L'objet (le cycle de vie d'un produit), La B.A. de la semaine (l'actu des entrepreneurs sociaux), Enquête, Reportage, Dossier, etc. Le changement climatique est suivi de façon permanente.

**Equipe** : Directeur de la publication : Walter Bouvais (ancien journaliste de l'Expansion, Novethic, Transfert...). Six journalistes permanents et 30 collaborateurs.

**RSE** : Fournitures éco-conçues, plan de mobilité, impression à la demande, sobriété graphique, compensation carbone, charte annonceur...

**Lieu** : Nantes et Paris

**Modèle Economique** : Abonnement et publicité en ligne

**Actualité** : Le 15 mai, lancement de [www.planete-terra.fr](http://www.planete-terra.fr), portail communautaire entièrement dédié aux actions concrètes en faveur du développement durable. Selon W. Bouvais : « A terme, on réfléchira avec Terra et on agira avec Planète »

**Contact** : [contact@terra-economica.info](mailto:contact@terra-economica.info)

Le Best of d'EKWO : vente en ligne pour les derniers exemplaires de la super compil' du DD, [www.ekwo.com](http://www.ekwo.com).

## Naissance d'AdWiser

La nouvelle association AdWiser veut être un centre d'expertise et d'échange sur le développement durable dans les agences de publicité et communication. Comme première étape, l'asso se concentre sur des publications : des études (Panorama des enjeux, Impact global de la publicité) ainsi que des guides et méthodes (Mettre en œuvre une démarche RSE en agence, Guide écogestes).

L'association compte parmi ses membres actifs des personnes pionnières déjà impliquées sur le sujet appartenant à des associations et organisations

comme ACT Responsible, ACIDD, l'ADEME, PwC-Ecobilan, G2 Paris, Le Public System, Eco&Co, Des Enjeux et des Hommes, Havas Media (éditeur de 2050), mais aussi des consultants indépendants, comme Séverine Millet, ex-pilote de la campagne « Publicité et Environnement » de l'Alliance pour la planète et experte auprès de l'ADEME.

Contact : Stéphanie Commère, coordinatrice [stecomere@yahoo.fr](mailto:stecomere@yahoo.fr)

## Régie verte

Les annonceurs américains souhaitent toucher une cible de consommateurs « verts » sur Internet ont désormais leur régie : Lime Ad Network. Initiée par lime.com, un site sur la vie verte et cool qui représente déjà à lui seul 1,5 millions de visiteurs uniques par mois, la régie rassemble des blogs et sites web indépendants couvrant les thèmes de l'écologie dans la vie quotidienne. Parmi eux: Mongabay.com, EcoGeek EcoSherpa, The Beauty Brains, Savvy Vegetarian...

[www.lime.com/adnetwork](http://www.lime.com/adnetwork)

Participez !

France Nature Environnement lance une enquête sur l'efficacité de l'autocollant Stop Pub.

## Sharp est vraiment sharp

A l'instar de Toyota pour sa voiture hybride la Prius, Sharp Solar Energy commence sa pub par de la pédagogie. S'étant rendu compte que les citoyens de Californie ne connaissaient pas grand chose à l'énergie solaire (comme il y a quelques années aux moteurs hybrides), Sharp a évité une simple publicité produit et a misé sur le bon cours anti-idées fausses avec un site très convivial :

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



## Créatifs concernés

La combinaison entre créativité et mobilisation est sollicitée.



ACT Responsible appelle les agences à participer à l'exposition « Ensemble pour un monde durable. La communauté publicitaire s'engage. » Elle rassemblera les campagnes de publicité conçues par les agences du monde entier sur des thématiques de responsabilité sociale, environnementale et sociétale. L'expo aura lieu à Cannes lors du Festival International de la Publicité du 19 au 24 juin, et la meilleure campagne recevra le « Social responsible Award » organisé par l'IAA à Washington en mars 2008.

[www.act-responsible.org](http://www.act-responsible.org)

Yahoo a lancé son propre challenge pour venir à Cannes avec sa création gagnante du concours "Faites une publicité en ligne qui fasse bouger les gens pour la planète".

Cars NOT Carbon, la compétition du Low Carbone Vehicule Partnership (GB), récompensera fin juin la meilleure création promouvant les véhicules plus verts (jury : Sustainability, Toyota, DEFRA, McCann Erickson, Ford, Leo Burnett...), avec ses partenaires Campaign, PR Week, MediaWeek...

[www.lowcwp.org.uk/carsnotcarbon](http://www.lowcwp.org.uk/carsnotcarbon)

## Argument écologique ?

Le message « Non ! le papier ne détruit pas la forêt » de l'industrie papetière (Copacel) a fait réagir Greenpeace. Selon l'ONG, la part de papier importé en France (60% selon elle) ne permet pas une telle affirmation, ces importations n'étant pas toujours certifiées et provenant pour partie, de forêts primaires.

P&G lance aux USA sa deuxième campagne sur des thèmes écologiques pour des produits qui sont par ailleurs accusés de ne pas l'être. Après la campagne contre le réchauffement climatique pour Tide ColdWater (voir 2050 N° 13), c'est au tour de Dawn, une lessive super dégraissante qui a été utilisée pour laver les oiseaux après le naufrage de l'Exxon Valdez en 1989, de faire campagne contre les rejets sauvages d'huile de moteur, avec un slogan qui n'a pas peur du vert : « Dawn sauve la vie sauvage ».

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

« Ad versus reality » compare des photos de hamburger « en vrai » et sur la pub [www.thewvsr.com/ads-vsreality.htm](http://www.thewvsr.com/ads-vsreality.htm)



# Le réchauffement climatique devient-il une affaire de croyance ?



## Edouard Bard

L'un des plus grands climatologues français bardé de distinctions et de médailles, valeureux dans la bataille contre les sceptiques du réchauffement climatique et excellent vulgarisateur, débat avec 2050.

- Titulaire de la Chaire de l'évolution du Climat et de l'océan du Collège de France
- Directeur adjoint du CEREGE : centre européen de recherche et d'enseignement en géosciences de l'environnement (CNRS, Université Aix Marseille, IRD, Collège de France),
- Recteur du rapport du GIEC

### Si les scientifiques croient au réchauffement climatique, tout le monde devrait-il y croire ?

Cette question est liée au fait que certains pensent que le réchauffement climatique relève du domaine de la croyance. Le changement climatique mondial n'est ni une nouvelle religion, ni un parti politique, ni une idéologie, c'est simplement un fait scientifique que l'on observe à l'aide de nombreuses mesures de notre environnement et que l'on peut expliquer dans ses grandes lignes par les lois fondamentales de la physique, de la chimie et de la biologie.

### Ta science subit de nombreuses critiques, au point que certains pensent que les prévisions sont fausses.

Le système climatique est probablement l'objet d'étude le plus compliqué qui soit. En plus de l'atmosphère, il comprend d'autres compartiments qui échangent avec lui de la matière et de l'énergie comme l'océan, la banquise, les glaces continentales, la végétation ... Le nombre de variables à prendre en compte est colossal, et ceci à toutes les échelles spatiales (locales, continentales, ou mondiale) et temporelles (de quelques heures à des centaines de millénaires). Cette complexité a comme conséquences des faiblesses indéniables. Ainsi, on n'arrive toujours pas à comprendre complètement certaines fluctuations qui ont eu lieu dans le passé.

Par ailleurs, les prévisions climatiques ne dépendent pas seulement de la science climatique, mais aussi du futur de l'activité humaine et donc de variables qui relèvent des sciences de l'homme et de la société. On pourrait faire un parallèle avec la médecine. Afin d'établir un pronostic pour un patient atteint d'une maladie cardio-vasculaire ou d'un cancer, le médecin établit un diagnostic précis de l'état actuel du patient, mais, celui-ci aura encore une influence considérable au travers de son comportement, entre faire du sport ou continuer de fumer de manière excessive. C'est un peu la même chose pour l'influence de l'activité humaine sur le climat, qui va dépendre de la démographie, de l'économie et de la diplomatie au niveau mondial. Pour simplifier les choses et pouvoir

comparer les prévisions climatiques, les scientifiques ont donc bâtis quelques scénarios différents, du plus pessimiste au plus vertueux en ce qui concerne la gouvernance climatique mondiale.

### Vois-tu un danger dans les prises de position des « sceptiques » qui remettent totalement en cause la possibilité d'une action de l'homme sur le climat ?

Tout d'abord j'aimerais dire que je n'aime pas beaucoup ce qualificatif, car l'attitude normale du scientifique est de douter de tout avant de se forger une opinion et de garder l'esprit ouvert pour éventuellement en changer. Les scientifiques sont donc des sceptiques professionnels !

Pour simplifier on peut classer les « sceptiques » dont tu parles en deux types : d'une part, des scientifiques animés de bonnes intentions, mais qui pèchent par ignorance car leurs compétences techniques relèvent d'autres domaines que la climatologie, d'autre part, des personnalités sans compétence technique qui instrumentalisent le débat scientifique pour défendre leurs intérêts politiques, idéologiques, ou économiques, voire tout simplement leur ego personnel. Il arrive aussi que des « sceptiques » du premier type soient récupérés par les seconds afin de les utiliser à leurs fins.

### Quels sont les garde-fous de ta science face à ces dangers ?

Le forum international des scientifiques et son cortège de publications techniques. Il n'est pas parfait, mais il est suffisamment varié et décentralisé pour que les nouvelles études scientifiques soient vérifiées ou invalidées, que les bonnes idées arrivent à émerger et

que les idées fausses n'y restent pas trop longtemps. Le problème est que parfois, les nouvelles propositions sont diffusées dans les médias avant même que cette étape incontournable d'évaluation technique ne soit achevée. Ceci étant dit, il ne faut pas s'imaginer que les climatologues veulent construire une « science officielle » et que seuls les vrais scientifiques doutent et prennent en compte les incertitudes des connaissances, ainsi que la variabilité climatique naturelle à toutes les échelles de temps. En réalité, la communauté scientifique qui s'occupe de climatologie fonctionne avec la même rigueur et les mêmes critères que ceux des autres domaines scientifiques comme la physique, la chimie ou la biologie : publication détaillée des résultats, évaluation par les pairs, reproduction des mesures et des calculs par des groupes totalement indépendants, débats lors de colloques internationaux ouverts à tous les scientifiques.

### Et le GIEC, dont l'écho des rapports est si important ?

Il compile et synthétise les informations scientifiques disponibles et fournit aux gouvernants, aux décideurs et aux médias des rapports succincts sur la réalité et les projections du changement climatique. Sa raison d'être et sa grande utilité sont justement d'être un effort complémentaire à la recherche scientifique sur le climat.

#### Lire Edouard Bard :

L'Homme et le climat, une liaison dangereuse, Découvertes Gallimard n°482, 128 pp (2005)

L'Homme face au climat. Odile Jacob, 448 pp (2006)

## Sac eco-must

Rupture totale des stocks après pâmoison de la presse féminine pour « I am not a plastic bag », vendu 5 £ outre-Manche. La ruée se porte davantage sur slogan de la créatrice **Anya Hindmarch** que sur le sac lui-même, car s'il n'est pas en plastique, il ne reste pas loin pas loin du pétrole, n'étant pas en coton biologique et étant fabriqué en Chine (pesticides, transports...).

Les sacs **Carmina Campus** sont aussi une nouvelle cause de crise de manque mais de surcroît de déficit bancaire (vu les prix) dans la population des « must have ». Conçus par Ilaria Venturini Fendi, fille de la patronne de la marque du même nom, à partir de chutes de la célèbre maison mère, ces sacs sont engagés sur le plan environnemental, social et même citoyen avec un « Stop FGM » (femmes génétiquement modifiées ? presque ! mutilations génitales faites aux femmes) écrit en énorme sur le sac à ...500 euros (mais entre 10 et 50 euros sont reversés à l'ONG AIDOS pour chaque sac vendu, ouf).

Pour les « must be », les nouveaux sacs **Tu do Bom ?** (vêtements équitables fabriqués au Brésil) sont tout

simple-  
ment  
bien, gais et  
utiles. Et si la  
branchitude  
doit être  
au rendez-  
vous : les  
sacs **Bilum** et  
**Reversible**, à  
base de récup  
de bâches  
publicitaires.

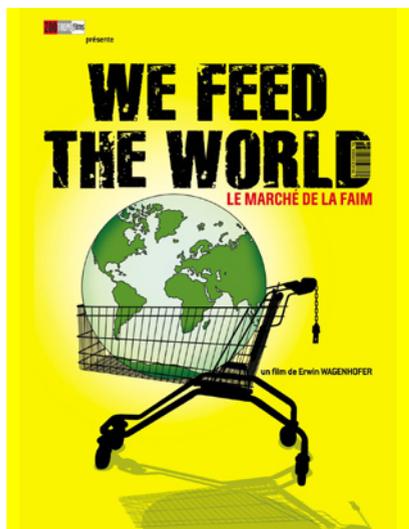


## Cinémange

### Le marché de la faim (We feed the world)

Scénariste / réalisateur : Erwin Wagenhofer (Autriche)

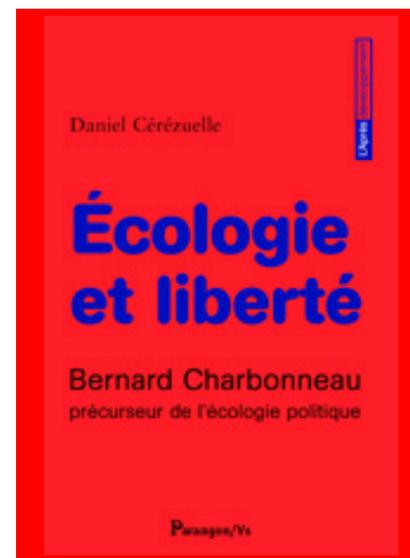
Les autrichiens confirment leur maîtrise du thème du lien entre l'alimentation et la globalisation. Après avec le fameux **Cauchemar de Darwin** d'Hubert Sauper, Le marché de la faim montre les problèmes : la fraise qui a fait 3000 kilomètres avant d'être mangée, l'agriculture brésilienne qui alimente nos animaux, les poussins manipulés comme des billes... et pose la question : pourquoi une bonne partie de l'humanité souffre-t-elle ou meure-t-elle de faim alors que l'agriculture permettrait de nourrir 12 milliards d'être humains ? En donnant la parole à l'ensemble des parties prenantes (pêcheurs, fermiers, experts des Nations Unies, PDG de Nestlé...) et en réservant le jugement pour le spectateur, le documentaire assure sa force pédagogique.



## Livres de saison

**Écologie et liberté**, Bernard Charbonneau, précurseur de l'écologie politique, de Daniel Cérézuelle, éd Parangon.

Une belle restitution de la pensée de Bernard Charbonneau (1910-1996), humaine, pluridisciplinaire (sociologie, écologie, économie, philosophie...), originale, audacieuse, accessible, sur l'environnement, la liberté, la technique.... Le lecteur saura aller au-delà des liens avec les militantismes actuels voulus par l'auteur et retrouvera le « best of » du penseur notamment sur « la liberté se retournant contre la liberté ». Et pour approfondir le thème la liberté, n'oublions pas **Crime et Châtiment** de Fédor Dostoïevski (si si), qui rappelle la première conséquence du sacrifice de l'humain (même indigne) au profit de l'ambition : non pas le repentir, mais l'impossible liberté.



Le magnat vert James Lovelock livre dans **La revanche de Gaïa** (éd. Flammarion) le scénario des « boucles rétroactives » c-à-d la réponse d'un organisme vivant, la Terre (de son petit nom Gaïa), à ce qu'elle subit actuellement | Dans **Bon consommateur et mauvais citoyen**, Robert Rochefort, directeur du CREDOC (éd. O.Jacob) met dos à dos

l'ego-consommateur et l'eco-citoyen | **Une nuit @thecallcenter**, Chetan Bhagat (éd. Stock), un roman humoristique sur un call-center de la banlieue de Delhi spécialisé en micro-ondes américains ou le récit d'une jeunesse bien plus consciente que ses interlocuteurs | **L'avenir en vert** par Anne-Marie Saquet et Nicolas Blanc (éd. du Seuil), préface Patrick Viveret, « la bande du Comité 21 » dépose pour que lucidité ne rime pas avec pessimisme | Sabine Rabourdin rappelle dans **Les sociétés traditionnelles au secours des sociétés modernes** (éd. Delachaux & Niestlé), la sagesse des peuples autochtones et à quel point nous avons besoin d'eux | « Mieux vaut être belle et rebelle que moche et remoque », c'est possible grâce à **Belle et Bio à Paris** d'Hélène Binet et Emmanuelle Vibert (éd. Parigramme)

| Paul Ariès donne l'argument théorique de son action concrète, le mouvement No Conso, dans **Le mésusage, essai sur l'hypercapitalisme** (éd. Parangon) |

Pas de  
break dance en  
super accéléré sur  
un Power Plate pour  
gagner la ligne de l'été !  
choisissez un sport  
moins énergivore

