

## Dossier d'information

# Soirée-débat sur la consommation durable et son affichage « Dispute ou consensus écologique ? »

**2 mai 2011**

Restaurant de l'UNESCO - Paris

En présence de :

**Michèle PAPPALARDO, ancienne déléguée interministérielle au  
Développement durable**

**et Serge PAPIN, président de Système U**

*Dossier préparé par l'association Femmes, Débat et Société (FDS)*

Après quelques mots d'accueil de **Véronique MORALI**, Présidente fondatrice de Terrafemina et **Sylvianne VILLAUDIERE**, Vice-Présidente fondatrice de Femmes, Débat et Société, cette soirée sera animée par **Yolaine DE LA BIGNE**, fondatrice de NeoPlanète.

Elle donnera lieu à un point introductif par **Elizabeth PASTORE-REISS**, directrice fondatrice d'Ethicity, sur l'étude réalisée en mars 2011 avec le soutien de l'ADEME sur « Les Français et la consommation responsable », puis à un débat avec la participation de nombreuses actrices du sujet comme notamment **Caroline ALAZARD**, présidente de Greenext et **Sylvie DEROZIERES**, Directrice de la Communication et du Développement Durable de 3 SUISSSES France.

Alors que l'expérimentation nationale sur l'affichage environnemental sera lancée le 1er juillet prochain, bien des questions apparaissent et parfois divisent les acteurs : la consommation durable est-elle désirable ? De l'explosion des labels à l'affichage environnemental, comment s'y retrouver et mobiliser ? Les consommatrices sont-elles des consomm-actrices ? Comment les entreprises tiennent-elles compte des nouvelles tendances de consommation ?...

## SOMMAIRE

Biographie des intervenants	P 3
Note de contexte sur la consommation durable	P 4
Présentation de Terrafemina	P 13
Présentation de Femmes, Débat et Société	P 14
Présentation de NEOPLANETE	P 16

## Eléments de biographie des intervenants

### **Michèle PAPPALARDO**

Diplômée de Sciences-Po, ancienne élève de l'ENA, conseiller-maître à la Cour des comptes, Michèle Pappalardo a débuté sa carrière en tant que Directrice du Plan et des Affaires financières de TDF, Télédiffusion de France (1986-1988), avant de devenir Conseillère du président en 1988, puis présidente de la société TDF Radio Services, filiale de TDF, entre 1988 et 1993. Directrice de cabinet du ministre de l'Environnement, Michel Barnier entre 1993 et 1995, elle devient Directrice générale de l'Administration et du Développement du ministère de l'Environnement en 1995. Haut fonctionnaire de défense du ministère de l'Environnement en 1996, elle est Directrice générale de France 2 entre 1996 et 1999.

Michèle Pappalardo est ensuite chargée de mission auprès de la ministre de l'écologie et du développement durable et de la secrétaire d'Etat chargée du développement durable, en charge de l'élaboration de la stratégie nationale du développement durable de 2002 à 2003.

Elle devient en 2003 Présidente de l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'énergie (ADEME).

Elle a été depuis 2008 et jusqu'en avril 2011, Déléguée interministérielle au Développement durable et Commissaire Générale au Développement durable du Ministère de l'Ecologie, du Développement durable, des Transports et du Logement.

Michèle Pappalardo est membre de l'association « Femmes, Débat et Société » (FDS).

### **Serge PAPIN**

Après une formation de commerce à la CCI de Nantes, Serge Papin devient en 1976 promoteur des ventes à la centrale Pays de Loire d'Unico (ancêtre de Système U). En 1981, il reprend l'exploitation du magasin Unico de Chantonay et assure en parallèle la création du service communication de Système U Ouest.

Il agrandit successivement le magasin Unico qui devient un Super U puis un Hyper U. En 1994, il est à l'initiative de la création du GIE Écovalor, usine de retraitement des déchets d'exploitation des magasins U de Vendée. En 1997, il est élu vice-président de Système U Ouest et responsable du comité d'enseigne du groupement. En 1998, il devient directeur général à la Centrale régionale Ouest de Système U, puis chargé du développement de Graine d'Appétit chez Fleury Michon. En 2003, il devient Vice-président de Système U en charge de l'animation des réseaux et des hommes.

En 2005, Serge Papin est nommé Président directeur général de Système U. Il est toujours propriétaire exploitant du Super U de La Chataigneraie en Vendée, et membre du conseil d'administration d'Eco Emballages.

Serge Papin a publié en 2009 un ouvrage, « Consommer moins, consommer mieux ».

## Note de contexte

### « La consommation durable et son affichage »

2 mai 2011

- **Qu'est-ce que la consommation durable ?**

Il s'agit, selon l'OCDE, de « l'utilisation de biens et de services qui répondent aux besoins essentiels et améliorent la qualité de vie, tout en minimisant l'utilisation des ressources naturelles, les matières toxiques et les déchets et émissions de polluants, de manière à ne pas compromettre les besoins des générations futures ». A l'échelle mondiale, la consommation et la production durables ont été définies comme des priorités lors du Sommet de la Terre de 2002 à Johannesburg.

- **Vers une consommation durable**

La consommation responsable existe depuis des années, voire des siècles, comme en témoigne l'exemple de la Ligue sociale d'acheteurs créée par Henriette BRUNHES en 1902. Cette Ligue regroupait des femmes issues de la grande bourgeoisie et de la noblesse, imprégnées de catholicisme social, s'interrogeant sur les conditions de travail dans les entreprises, les produits fabriqués, les outils de communication et les modes de consommation.

Les ONG et les associations de consommateurs ont joué un rôle important dans l'émergence des préoccupations environnementales et sociales chez le consommateur. Dans les années soixante, ces acteurs ont multiplié les enquêtes sur les conséquences des modes de production en matière de pollution, de risques pour la pollution pour la santé, mais aussi sur des sujets sociaux/sociétaux comme le travail des enfants.

Les années quatre-vingt-dix ont vu l'émergence d'un consommateur averti. Alors que la consommation responsable était jusqu'ici le fait d'une petite frange de personnes (ce qu'on a appelé les « créatifs culturels »), elle semble aujourd'hui se diffuser dans la population française et toucher un nombre croissant de consommateurs. La conscience que ses achats sont un moyen d'agir sur l'emploi et l'environnement augmente. Campagnes des pouvoirs publics, place croissante de ces thématiques dans les médias, mais aussi engagements des entreprises... tout concourt pour donner envie aux Français de consommer durable.

- **SNDD et Grenelle de l'environnement : les pouvoirs publics mettent en avant la consommation durable et l'affichage environnemental**

L'un des objectifs de la Stratégie nationale de développement durable (SNDD) est de promouvoir les produits prenant en compte le développement durable, notamment en donnant une meilleure lisibilité à l'offre de produits. La SNDD de développement durable prévoit notamment que soit organisée chaque année une campagne de promotion des écolabels officiels, signes de la qualité écologique des produits.

Les deux projets de loi issus du Grenelle de l'environnement et leurs décrets d'application doivent permettre « d'adopter des modes de production et de consommation durables ». Parmi les mesures proposées : développer l'agriculture biologique et durable, promouvoir les circuits courts, augmenter la part des produits à haute valeur environnementale, renforcer l'éducation du consommateur... Par ce biais, les pouvoirs publics français entendent non seulement favoriser l'émergence d'une offre durable, mais aussi la rendre plus visible (engagement de la grande distribution au printemps 2008), plus crédible (création de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité), et plus accessible.

Le thème de la consommation durable a également été au cœur des échanges qui ont eu lieu lors des Assises de la Consommation, qui se sont tenues le 26 octobre 2009 à l'initiative du ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi. L'occasion pour la secrétaire d'Etat à l'Ecologie Chantal Jouanno de noter les progrès qu'il reste à faire : « Si 20 % des Français se déclarent éco-consommateurs et 79 % se disent prêts à consommer de manière responsable, ils ne sont que 4 % à le faire vraiment ! » Les Français vont pourtant devoir changer leurs habitudes, face au défi du changement climatique : « Nous sommes à un tournant de l'humanité et si nous devons changer les choses, c'est maintenant. 50 % de nos émissions de gaz à effet de serre proviennent de nos modes de production et de consommation. Nous devons tourner le dos aux excès de la société de consommation et revenir à la simple satisfaction de nos besoins. C'est une question de choix de société. »

Engagement phare du Grenelle de l'Environnement, l'affichage environnemental est un outil concret mis au service du consommateur pour guider ses achats vers les produits les plus respectueux de l'environnement. L'affichage permettra également de conduire notre société vers des modes de production et de consommation plus durables, encourageant les efforts d'écoconception des entreprises.

Le 8 mars 2011, la Ministre Nathalie Kosciusko-Morizet a présenté le panel d'opérations retenues pour l'expérimentation nationale de l'affichage des caractéristiques environnementales des produits qui sera mise en oeuvre en application de la loi Grenelle 2.

### **Pourquoi une expérimentation ?**

L'article 228 de la Loi dite « Grenelle 2 » indique qu'« à partir du 1er juillet 2011, et après concertation avec l'ensemble des acteurs des filières concernées, *une expérimentation est menée, pour une durée minimale d'une année, afin d'informer progressivement le consommateur par tout procédé approprié du contenu en équivalent carbone des produits et de leur emballage, ainsi que de la consommation de ressources naturelles ou de l'impact sur les milieux naturels qui sont imputables à ces produits au cours de leur cycle de vie. Cette expérimentation fait l'objet d'un bilan transmis au Parlement évaluant l'opportunité d'une généralisation de ce dispositif.* [...] »

L'affichage des caractéristiques environnementales des produits vient compléter les étiquettes déjà mises en place pour plusieurs catégories de produits et qui constituent un véritable choix d'achat : l'étiquette CO2 des voitures, l'étiquette énergie de l'électroménager...

Ainsi, après la phase expérimentale qui va s'engager le 1<sup>er</sup> juillet 2011 en vue d'étudier les conditions de sa généralisation, ce nouvel affichage pourrait être déployé et concerné tous les secteurs, s'appliquant à la fois aux produits fabriqués et consommés en France et aux produits importés consommés en France. Il devrait prendre en compte, outre l'équivalent en CO2 considéré sur l'ensemble du cycle de vie des produits et décliné à tous, les impacts spécifiques les plus significatifs de chaque catégorie de produits.

### **168 entreprises participantes**

Au final, ce sont quelque 168 dossiers qui ont été retenus en mars 2011 et qui constituent un vaste panel : de la PME fabricant de textiles à des distributeurs de taille internationale, du boulanger mosellan au producteur de fruits colombien...

Les opérations sont portées :

- soit par une entreprise individuelle : 57 des entreprises participantes ;
- soit par un collectif d'entreprises : 111 des entreprises participantes.

Dans le cas d'un collectif, il peut s'agir :

- soit d'un regroupement associant des entreprises ayant la même activité (ex : producteurs de jus de fruit) ;
- soit d'entreprises exerçant dans un même secteur (ex : producteurs et distributeurs de produits d'habillement) ;
- soit d'un regroupement régional associant des secteurs variés (ex : CCI regroupant des entreprises locales de divers secteurs) ;
- soit d'un regroupement associant un certain type d'entreprises (ex : des artisans regroupés autour du Centre de ressources de l'artisanat dans le domaine de l'environnement et du développement durable (CNIDEP).

- **Les entreprises : un rôle majeur dans la consommation durable**

Les entreprises ont bien entendu un rôle à jouer dans la mise en place d'une consommation plus responsable, en proposant des offres de produit et de services plus durables, en faisant de la pédagogie auprès des consommateurs... Par leurs moyens financiers, leur capacité d'innovation, leur capacité de rayonnement en amont (fournisseurs) et en aval, leur prise directe avec les enjeux de société, les entreprises apparaissent aujourd'hui comme un acteur majeur du développement durable.

- **Les femmes en première ligne**

Parce qu'elles gèrent au quotidien la maison, les courses, les enfants... mais aussi compte tenu de leurs responsabilités souvent très engagées sur ces sujets dans les entreprises, les femmes ont un rôle à jouer dans la mutation de notre société vers plus de durabilité.

De par leurs choix de consommatrices, puisqu'elles prennent souvent les décisions d'achats (maison, habillement, alimentation...). Mais aussi parce qu'elles ont un rôle majeur en termes d'éducation des enfants et d'apprentissage des gestes citoyens. Et bien souvent, par leur

position de mère, elles sont plus sensibles au devenir des générations futures et soucieuses du monde que nous laisserons à nos enfants. Enfin tout ceci influence aussi leurs choix de management et d'achat lorsqu'elles dirigent des entreprises ou organismes publics.

A l'échelle mondiale, les femmes représentent le plus grand groupe de consommateurs. Elles achètent aussi bien pour elle-même que pour leurs proches, sont responsables des trois-quarts des décisions d'achats (selon l'OCDE), et ont à ce titre un rôle important à jouer en matière de consommation responsable. Si les hommes font les plus grosses dépenses (achat d'une maison, d'une voiture...), les femmes sont responsables de la plupart des achats au quotidien pour de petits montants (nourriture, habillement, articles de la maison...).

Plusieurs études de l'OCDE montrent que les femmes sont plus susceptibles de consommer de façon durable que les hommes : elles achètent plus de produits labellisés, d'alimentation biologique, elles font plus attention aux emballages et à la consommation d'énergie. Elles sont également plus sensibles aux questions de commerce équitable, de travail des enfants...

Des études ont été conduites à l'échelle nationale dans plusieurs pays sur les besoins et les priorités des femmes en matière de préservation de l'environnement et de consommation désirables.

Selon une étude menée en 2007 par le réseau de femmes *Women's Environmental Network*, 97 % des femmes britannique estiment que le gouvernement et les industriels ne font pas assez d'efforts en matière de changement climatique. 86 % des femmes britanniques souhaitent que le gouvernement encourage les industriels à développer des produits plus respectueux de l'environnement. Elles voudraient être guidées dans leurs choix : 85 % sont favorables à l'affichage du coût en carbone des produits de grande distribution et à la multiplication des produits « verts » (beaucoup souhaiteraient par ailleurs voir baisser le prix de ces produits).

Une autre étude de 2007 montre que les femmes britanniques sont plus actives en matière de consommation durable que les hommes et que ce sont souvent elles qui achètent des produits verts et/ou éthiques, et qui encouragent les hommes de leur entourage à modifier leur comportement. Une femme a ainsi 12 % de chances de plus d'acheter des produits et des services écologiques.

Des études similaires ont été conduites dans des pays comme la Suède et l'Allemagne. En Suède, les études montrent notamment que les femmes utilisent beaucoup plus les transports publics, même quand le ménage dispose d'une voiture, et qu'elles privilégient les petits trajets de proximité.

### **Chiffres clés sur la consommation durable :**

On trouvera en annexe les principaux résultats de l'étude annuelle réalisée par Ethicity et l'ADEME sur les Français et la consommation responsable.

On trouvera également en annexe une liste de sources et de données utiles sur ce sujet.

## Les travaux de l'association « Femmes, Débat et Société » sur la consommation durable

L'association « Femmes, Débat et Société » (FDS) est reconnue depuis plus de dix ans pour sa démarche anticipatrice et son action forte sur plusieurs sujets de société à dimension internationale : femmes et construction européenne, relations France-Chine, développement durable...

En 2007, FDS rassemblant de nombreuses femmes impliquées à un haut niveau de responsabilité notamment dans le domaine du développement durable, a élaboré un texte fondateur à vocation internationale sur l'engagement des femmes face au changement climatique. Un site web a été créé à cette occasion.

On notera bien entendu que cet « Engagement des femmes face au changement climatique » concernait clairement également la consommation, avec la mention suivante :

*« Nous, citoyennes du monde, nous engageons dans nos sphères personnelles, agir au quotidien et promouvoir les comportements répondant à une attitude responsable et soucieuse de protéger notre environnement, et notamment à :*

- *choisir les modes de transport qui consomment le moins d'énergies fossiles,*
- *réduire la consommation d'énergie de nos logements et acheter des équipements à forte efficacité énergétique,*
- *choisir le plus possible des produits qui durent, qui sont rechargeables et peu consommateurs d'énergie,*
- *préférer les matériaux naturels et les énergies renouvelables,*
- *éviter les attitudes à risque (comme un habitat isolé),*
- *adopter les gestes citoyens élémentaires : remplacer les bains par des douches, éteindre les veilles et les appareils ménagers après utilisation, procéder au tri sélectif des déchets... »*

Dans la continuité cette action sur le thème de « l'engagement des femmes face au changement climatique », et suite à l'analyse des remontées d'information et des suggestions faites sur le site lancé par FDS en 2007 « womentoact.com », le groupe FDS DD a mis en œuvre en 2008/2009 une série d'actions sur la thématique « **la consommation durable est-elle désirable ? Peut-elle l'être davantage ?** »

### ► Organisation d'un Grand Forum d'expertes à Paris (amphi de TF1 le 3 février 2009)

Une manifestation organisée en février 2009 par FDS avec le soutien de trois partenaires médias : TF1, Femme actuelle et Néoplanète, a rassemblé une centaine de femmes expertes.

Ce forum a permis de mettre à plat les enjeux de la « consommation durable désirable », aux yeux de femmes expertes, responsables d'association, d'organismes publics ou d'entreprises. Ces femmes engagées ont fait le point sur les bonnes pratiques et les perspectives. FDS a été précurseur. Ce sujet fut mis en avant quelques mois plus tard lors de la Semaine du Développement durable lancée par le Ministère français en avril 2009.

► **Consultation sur le web et enquête lors de manifestations diverses (mars-avril 2009)**

Un questionnaire a permis de recueillir de nombreux éléments de réflexion et des suggestions en matière de consommation durable. L'objectif était d'approfondir quatre thématiques principales : « mon alimentation », « mes courses », « ma maison », « mes loisirs ».

Un débat organisé en partenariat avec le « Salon Planète Durable » en avril 2009, en présence de Caroline Alazard, Françoise Latour et Sylvianne Villaudière, membres actives de FDS, a également été l'occasion de créer le dialogue sur la consommation durable désirable.

► **Rapport d'analyse et remontées d'information / contributions (juin 2009)**

C'est sur la base de ces éléments, riches de cas concrets et d'observations de femmes expertes, qu'un rapport a pu être élaboré par les membres de FDS.

Ce rapport comporte trois parties :

1. les études d'opinion, avec un focus sur l'opinion des femmes en particulier (tant en France qu'à l'international) ;
2. les initiatives marquantes.
3. une série de questions-réponses sur les idées fausses en matière de consommation durable.

**Focus sur les résultats de la consultation menée par FDS - avril 2009**

*Cette consultation a été menée aux mois de février-mars-avril 2009 par questionnaire papier et web. 78 femmes ont répondu à notre enquête. Vous trouverez les résultats complets de l'enquête en annexe de ce rapport.*

***1/ mon alimentation***

La consommation de produits locaux et de saison est plébiscitée par les femmes interrogées (respectivement 65,5 % et 56,5%). La question de la santé est également au cœur de leurs préoccupations : 52 % des femmes qui ont répondu à notre enquête estime qu'une alimentation responsable c'est en priorité des aliments bons pour la santé. Elle sont également 36 % à faire très attention à la composition chimique des produits qu'elles achètent. L'alimentation responsable, c'est aussi manger bio, et acheter des produits du commerce équitable (36 %).

Les femmes estiment que les produits alimentaires durables sont plus sains, meilleurs pour la santé, et qu'ils apportent plus de plaisir, en plus de leurs vertus sur le plan social et environnemental... Elles notent que l'offre s'est étoffée ces dernières années, et que des efforts ont été faits en termes de packaging (pour le rendre plus attractif tout en tenant compte du problème du suremballage). Elles notent tout de même que ces produits sont souvent plus chers et qu'on a parfois du mal à s'orienter, à savoir ce qui est durable ou pas.

***2/ mes courses***

Pour les femmes que nous avons interrogées, acheter responsable, c'est avant tout acheter des produits économes en énergie (57,3% estiment que c'est une priorité). Les femmes sont demandeuses de label et de certifications (46 %), qui les aident à s'orienter dans l'offre de produits durables. Mais acheter durable, c'est aussi limiter ses achats, se concentrer sur l'essentiel et éviter les achats superflus (42 %). La proximité est également importante, à travers le fait de faire les courses près de chez soi (41 %).

Les femmes qui nous ont répondu estiment que les produits durables permettent souvent de faire des économies au quotidien (ampoules basse consommation, produit que l'on peut réparer plutôt que de jeter...). Mais elles voudraient que les produits durables soient aussi efficaces que les produits chimiques, notamment pour la lessive. Sensibles au prix, elles espèrent que ces produits se démocratisent dans le futur. Elles souhaitent également être rassurées sur la véracité des affirmations des industriels (risque de « greenwashing ») et elles estiment avoir besoin d'informations plus claires et transparentes, notamment à travers des labels.

### ***3/ ma maison***

Pour les femmes que nous avons interrogées, une maison écologique est avant tout une maison qui consomme peu d'énergie (70 % en font une priorité), ce qui va de pair avec une bonne isolation (46 %). La question de la luminosité naturelle est également importante, parce qu'elle permet de consommer moins d'électricité (33,5 %). Un habitat durable, c'est également un habitat sain, respectueux de la santé des femmes et de leur entourage (32 %). Les femmes sont prêtes à rendre leur habitat plus durable, mais en gardant tout de même un bon niveau de confort. Une maison durable, c'est aussi une maison pratique et offrant une bonne qualité de vie. Les femmes réclament par ailleurs des informations pratiques et des conseils pour être aidées dans cette démarche.

### ***4/ mes loisirs***

La question des transports est au cœur des préoccupations des femmes qui ont répondu à notre consultation, qu'il s'agisse de privilégier des destinations de proximité pour les vacances, d'utiliser le train ou le vélo... Beaucoup souhaiteraient pouvoir calculer le coût en carbone de leurs vacances et éventuellement le compenser.

Des loisirs durables, ce sont des loisirs respectueux de l'environnement (et les femmes aimeraient bénéficier d'outils de mesure en la matière, puisque 30 % jugent important de pouvoir se renseigner sur le bilan environnemental de son voyage), mais aussi des personnes et des cultures. Beaucoup de femmes ont envie que leurs vacances et moments de loisirs soient l'occasion de transmettre ces valeurs à leurs enfants (plus du quart des femmes interrogées en font une priorité). Les loisirs durables doivent rester ludiques, donner du sens sans pour autant culpabiliser, et procurer du plaisir aux femmes que nous avons interrogées. Beaucoup souhaiteraient voir se développer ce type d'offres et attendent de la part des professionnels du tourisme des efforts pour les rendre aussi attractives que les vacances classiques.

## ANNEXE : Bibliographie

### • Ouvrages et études :

Agence européenne pour l'environnement, « Consommation et production durables », in *L'Environnement en Europe – Quatrième évaluation*, 2007

Collectif d'auteurs, *La consommation responsable. Entre bonne conscience individuelle et transformations collectives*, Écosociété, 2007

COMIM Flavio, TSUTSUMI Rie, VAREA Angels, « Choosing sustainable consumption: a capability perspective on indicators », *Journal of International Development*, mai 2007, v. 19, n° 4, p. 493-509.

Conseil de l'Europe, *Repenser l'acte de consommation pour le bien-être de tous : réflexions sur la responsabilité individuelle des consommateurs*, 2009

CORRE Marie-France, *La Consommation Responsable de A à Z*, Village Mondial – Pearson, 2008

LAVILLE Élisabeth, BALMAIN Marie, *Achetons responsable ! Mieux consommer dans le respect des hommes et de la nature*, Paris, Seuil, 2006. 466 p.

Mouvement Vraiment Durable, *Etat et avenir de la consommation durable en France. Vers une gouvernance de la consommation ?*, 2007

Ministère du Développement durable suédois, *Do women leave a smaller ecological footprint than men?*, 2006

OCDE, *Promoting Sustainable Consumption – Good practices in OECD countries*, 2008

OCDE, *Gender and Sustainable Development - maximising the economic, social and environmental role of women*, 2008

OCDE, *Towards Sustainable Household Consumption: Trends and Policies in OECD Countries*, 2007

POQUET Guy et DUJIN Anne, « Pour les ménages, la recherche du confort prime encore sur les économies d'énergie », étude du CREDOC, *Consommation et modes de vie*, mars 2008, n° 210.

Programme des Nations Unies pour l'environnement, *Planning for change : guidelines for national programmes on sustainable consumption and production*, 2008

ROCHEFORT Robert, *Le bon consommateur et le mauvais citoyen*, Paris, O. Jacob, 2007. 312 p.

SALTO Léon, *Consommation, commerce et mutations de la société*, Conseil économique et social (rapport), février 2007

University of Manchester, *Consumers, Business and Climate Change*, octobre 2009

World Business Council on Sustainable Development (WBCSD), *What a way to run the world – annual review*, 2008

ZACCAÏ Edwin, HAYNES Isabelle (dir.), « La société de consommation face aux défis écologiques », *Problèmes politiques et sociaux*, La Documentation française, novembre 2008, n° 954, 111 p.

- **Sites Internet et documents de référence**

Dossier de l'ADEME sur l'éco-consommation :

<http://www2.ademe.fr/servlet/KBaseShow?sort=-1&cid=21435&m=3&catid=21436>

Rapport du groupe de travail n° 4 du Grenelle de l'environnement, sur les modes de production et de consommation durables :

<http://www.legrenelle-environnement.fr/spip.php?article199>

Site de la conférence scientifique « Les enjeux de la consommation durable », Sciences Po Paris, 15 et 16 janvier 2009 :

<http://www.consommation-durable.org/index.html>

Etude sur les Français et la consommation durable (LH2/Vraiment Durable/Comité 21/2007) :

<http://www.lh2.fr/upload/ressources/sondages/consommation/lh2vraimentdurablecomite2avril07.pdf>

Semaine du développement durable 2009, sur le thème de la consommation durable :

[www.semainedudeveloppementdurable.gouv.fr](http://www.semainedudeveloppementdurable.gouv.fr)

La consommation durable sur le site du Ministère :

<http://www.ecologie.gouv.fr/-Consommation-durable-html>

Site du Ministère sur les éco-labels :

<http://www.ecologie.gouv.fr/ecolabels>

Site des Assises de la consommation (26 octobre 2009) :

<http://www.assisesdelaconsommation.fr>

Site Internet du Centre de ressource du développement durable (CERDD) :

<http://www.cerdd.org>

Page du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) dédiée à la consommation durable :

<http://www.unep.org/themes/consumption/french>

Site du projet « Collectifs de consommateurs, questionnement social et consommation durable » :

<http://www.c3d.cnrs.fr>

Consommer durable, blog participatif de la consommation responsable :

<http://blog.consommerdurable.com>

Mescoursespourlaplanete.com, guide pratique en ligne de la consommation responsable :

<http://www.mescoursespourlaplanete.com>

Site de l'association Vraiment Durable :

<http://www.vraiment-durable.org/agir-consommation.php>

**Information et rapport complet sur la consommation durable :**

[www.femmes-debat-societe.com](http://www.femmes-debat-societe.com)

## ASSOCIATION TERRAFEMINA

Créée en avril 2008, Terrafemina est une association loi 1901 dont la mission est d'organiser et d'accompagner des manifestations consacrées aux femmes des pays de l'Union pour la Méditerranée, à leur situation et à leurs problématiques. L'Association Terrafemina conçoit ainsi son engagement dans la durée et sur le terrain de l'action.

Les femmes sont aujourd'hui plus que jamais une force avec laquelle il faut compter et un formidable gisement de projets et de propositions pour contribuer à faire que l'Union méditerranéenne et les projets qui en émergeront deviennent une réalité tangible et durable.

### **L'Association Terrafemina a plusieurs objectifs :**

- Faire vivre un espace de rencontres dans lequel les femmes des deux rives pourront construire des solidarités effectives et réciproques,
- Renforcer la place des femmes dans ces pays, leur rôle dans l'émergence d'une identité commune, et leur implication de plus en plus forte dans l'économie,
- Relayer, soutenir et encourager des initiatives qui contribuent à la promotion des valeurs de respect, d'écoute, d'entraide et de transmission.

L'Association Terrafemina a tissé de nombreux réseaux dès son premier colloque de juillet 2008, « *Femmes trait d'union de la Méditerranée* ». Le deuxième colloque, le 9 juillet 2009 a porté sur le thème « *Union pour la Méditerranée : les femmes s'engagent* ». Ces événements sont des opportunités de rassemblement et de partage entre les femmes et les hommes des deux rives de la Méditerranée ainsi qu'entre toutes celles et tous ceux qui se reconnaissent dans les ambitions de l'Association Terrafemina. Des thématiques pertinentes telles que les droits des femmes, l'environnement, l'éducation, l'entrepreneuriat, la culture, et l'incontournable apport de la philosophie y sont débattues.

L'association Terrafemina vit aussi à travers des dîners-débats thématiques mensuels, animés par d'éminentes personnalités du monde politique, universitaire, et diplomatique.

### **Les dîners de Terrafemina en 2011**

- **Mardi 18 janvier : Jean François Copé**
- **Lundi 28 février** : projection du film **Aïcha 2**, intervention de **Yamina Benguigui** et sa troupe de comédiens
- **Lundi 28 mars : Alain Minc**
- **Lundi 23 mai : Ariane de Rothschild**
- **Lundi 29 juin : Nassif Hitti et Nathalie Pilhes**

## FEMMES, DEBAT ET SOCIETE

« Femmes Débat Société » (FDS) est une association qui rassemble en France des femmes qui s'engagent dans le débat public, ayant de hauts niveaux de responsabilités dans le secteur privé, public, politique ou associatif, de dimension nationale ou internationale.

L'objectif est de débattre de sujets de société et de promouvoir les femmes dans tous les domaines de la vie sociale, économique, culturelle et politique.

Chaque adhérente s'engage au respect de principes et d'engagements formalisés dans la charte de FDS.

L'association organise chaque année une Université d'été et se réunit au moins une fois par mois, sur des thématiques variées telles que la justice, l'environnement et le développement durable, l'Europe, la santé, les nouvelles technologies, l'enseignement, les discriminations.

### Historique des principales actions :

En 2002, l'association a décidé de rendre ses travaux publics. Des tribunes, prises de position et rapports thématiques sont élaborés régulièrement. Des groupes thématiques ont été constitués avec pour objectif d'approfondir certaines thématiques en comité restreint.

En 2003, l'association tient sa première Université d'Été à Poitiers afin d'organiser le travail en commun et de renforcer les échanges personnels entre ses membres.

En 2004, l'association lance trois premiers Clubs régionaux en Rhône-Alpes, Poitou-Charentes et Alsace et a organisé son Université d'été à Strasbourg sur le thème des femmes face à l'élargissement de l'Europe.

En 2005, FDS développe de nombreuses opérations pour contribuer à la sensibilisation des femmes sur la construction européenne et le traité constitutionnel, et organise son Université d'été à Lyon sur le thème des femmes et la paix.

En 2006, FDS organise son 1<sup>er</sup> Dîner de Gala, et sa 4<sup>e</sup> Université d'été à Paris sur le thème de l'engagement des femmes en politique.

En 2007, FDS élabore un texte fondateur à vocation internationale consacrant « *l'engagement des femmes face au changement climatique* ». FDS lance le site Internet [www.womentoact.com](http://www.womentoact.com) permettant de diffuser largement cet engagement et de présenter des contributions concrètes de femmes face au changement climatique.

En 2008, l'association lance l'action « Femmes Passerelles d'Europe » en partenariat avec la Commission Européenne et la Fondation Robert Schuman afin de mobiliser les femmes en faveur de l'Europe à l'occasion de la Présidence française de l'Union européenne : sondage national, cafés-citoyennes en régions, actions dans la presse, et une conférence européenne le 2 juillet 2008 à l'Institut d'Etudes Politiques de Paris.

En 2009, FDS engage un partenariat avec la Fondation Prospective et Innovation dans le cadre d'un programme de travail France-Chine, comportant voyages d'étude, conférences et diverses manifestations qui ont pour objectif de mieux comprendre la Chine d'aujourd'hui. Un grand débat est organisé par FDS au Conseil économique, social et environnemental le 6 juillet 2009 sur le thème « *Regards de femmes sur la Chine d'aujourd'hui* ».

L'association a par ailleurs poursuivi ses actions en faveur du développement durable, et a organisé en février 2009 un forum visant à mettre en exergue les réalisations innovantes pour rendre la « *consommation durable plus désirable* », avec les partenariats media de TF1, Femme Actuelle et NéoPlanète. Elle a aussi lancé une consultation visant à recueillir la perception des femmes sur ce sujet. Les résultats de cette initiative ont été présentés à l'occasion du Women's Forum en octobre 2009 à Deauville.

FDS s'est également engagé dans le cadre de la campagne des élections européennes en diffusant largement un dépliant de sensibilisation sur les apports concrets de l'Europe dans nos vies quotidiennes, en organisant une conférence à Paris en mars 2009, en partenariat avec la Maison de l'Europe, et en poursuivant la mobilisation en faveur de l'Europe en région à travers des cafés citoyennes.

En 2010, FDS a développé des actions de sensibilisation sur la question de l'égalité entre les hommes et les femmes, et tout particulièrement sur la question de l'égalité professionnelle. L'association a fêté son 10<sup>e</sup> anniversaire, sous la présidence de Françoise VILAIN, à l'Hôtel de l'Industrie en juillet 2010 sur le thème « *10 priorités pour les 10 années à venir* » avec une trentaine d'intervenants qui ont suivi les travaux de l'association pendant 10 ans.

FDS organise chaque mois un déjeuner, qui permet à ses membres d'échanger sur des thématiques d'actualité avec un intervenant de premier plan. Ainsi, le 5 octobre 2010, Nicole GUEDJ présentait les enjeux de l'aide humanitaire d'urgence et l'ambition de la Fondation Casques Rouges. Le 9 novembre 2010, Yves CHARPENEL, Avocat Général à la Chambre criminelle de la Cour de Cassation, intervenait sur la réalité de la traite des êtres humains. Le 7 décembre 2010, FDS a reçu Claire BAZY-MALAUURIE, membre du Conseil Constitutionnel. Le 3 février 2011, le professeur Axel KAHN est intervenu sur les questions d'éthique.

De nombreux invités politiques ont également participé aux travaux de l'association depuis plus de 10 ans, comme ce fut le cas de Jean-François COPE le 8 mars 2011 à l'occasion de la journée de la femme.

***Conseil d'Administration (élu en juillet 2010) :***

Françoise VILAIN, Présidente (depuis 2008)

Sylvianne VILLAUDIERE, Vice-Présidente (ancienne Présidente fondatrice de 2000 à 2006)

Florence RICHARD, Vice-Présidente (ancienne Présidente de 2006 à 2008)

Emmanuelle PERES, Vice-Présidente

Chantal COUTAUD, Secrétaire générale

Pia DAIX, Trésorière

Josyane ATTUEL

Nathalie de BAUDRY d'ASSON

Anne CLERC

Marie-Claire DAVEU

Christine DEMESSE

Marie DEWAVRIN

Cécile PETIT

Monique RONZEAU

**Membres d'honneur :** Nicole AMELINE

Isabelle DEBRE

Nathalie KOSCIUSKO-MORIZET

Valérie PECRESSE

**Contact : FDS / Groupe Axxess - 8, rue de Berri - 75008 PARIS - Tél : 01 53 77 21 47**

[fds@groupeaxcess.com](mailto:fds@groupeaxcess.com)

<http://www.femmes-debat-societe.c>

## NEOPLANETE

NEOPLANETE le média de l'environnement c'est :

- le **magazine leader** grand public sur l'environnement qui présente l'écolo-attitude de façon pédagogique, glamour et positive. Il est gratuit pour que le DD devienne l'affaire de tous.



Lire le magazine : <http://www.neo-planete.com/lire-le-magazine/>

- un **web quotidien** qui donne chaque jour une actualité anti déprime. Actions, associations, témoignages mais aussi tuyaux cuisine, beauté, mode, voyage, enfants ... sur un ton de proximité.



Accéder au site : <http://www.neo-planete.fr/>

- Une **web radio** avec des journalistes et des personnalités expertes en écologie Un contenu quotidien riche et innovant au travers d'entretiens, de chroniques, des débats, des revues de presse. Elle « fait salon » le mardi à l'hôtel Fouquet's Barrière, l'un des rares établissements et le seul palace parisien à avoir obtenu la triple certification.



Ecouter la radio : <http://www.neo-planete.com/radio/>