



LE MARKETING AU SERVICE DE L'ENVIRONNEMENT : UN PARADOXE QUI A DU SENS



Depuis aujourd'hui, l'humanité vit à crédit

Mercredi, nous avons consommé toutes les ressources naturelles que la planète peut produire en une année. Ce « jour du dépassement de la Terre » survient toujours plus tôt.

LE MONDE | 01.08.2017 à 06h43 • Mis à jour le 02.08.2017 à 16h47 |

Par Audrey Garric

Abonnez vous à partir de 1 €

Réagir

Ajouter



Partager (96 233)

Tweeter



La date est fatidique, et toujours plus précoce. Depuis mercredi 2 août, l'humanité vit à crédit : elle a consommé, en seulement sept mois, toutes les ressources que la Terre peut produire en une année. Jusqu'à la fin de 2017



Suisse Modifié le 04 janvier 2018



La tempête Eleanor a causé plus de 50 millions de francs de dégâts en Suisse



Un camion renversé par la tempête Eleanor le 3 janvier 2018 bloque l'A1 entre Oensingen et Niederbipp, dans le canton de Berne. [Christian Merz - KEYSTONE]

La tempête Eleanor a provoqué mercredi des dégâts estimés à plus de 50 millions de

La planète subit de plein fouet le dérèglement climatique

Ouragans, inondations, sécheresses, incendies... Une séquence de catastrophes naturelles historiques, aggravées par le réchauffement, frappe tous les continents.

LE MONDE | 08.09.2017 à 06h35 • Mis à jour le 08.09.2017 à 13h09 |

Par Stéphane Foucart

Abonnez vous à partir de 1 €

Réagir

Ajouter



Partager (21 981)

Twitter



- **Près de 7 millions de personnes meurent chaque année de maladies causées par la pollution de l'air**, telles que le cancer du poumon et l'accident vasculaire cérébral
- **Selon l'OMS, 250 000 décès supplémentaires sont à prévoir par an entre 2030 et 2050**: 38 000 dus à l'exposition à la chaleur des personnes âgées, 48 000 dus à la diarrhée, 60 000 dus au paludisme, et 95 000 dus à la sous-alimentation des enfants.

Ecoles fermées pour cause de pollution

New Delhi est enveloppée d'une épaisse fumée depuis les célébrations de la grande fête hindoue de Diwali.



900'000 élèves sont concernés par cette mesure. (photo: Keystone)

Avant-propos

Le rapport «Changements climatiques 2013 – Les éléments scientifiques» présente des conclusions claires et solides, issues d'une évaluation mondiale des éléments scientifiques du changement climatique, dont l'une, et non des moindres, est que la science montre à présent avec 95 % de certitude que depuis le milieu du XX^e siècle, l'activité humaine est la cause principale du réchauffement observé.

Ce rapport confirme que le réchauffement du système climatique est sans équivoque et que nombre des changements observés sont sans précédent depuis des décennies, voire des millénaires: réchauffement de l'atmosphère et des océans, diminution de la couverture neigeuse et recul des glaces, élévation du niveau des mers et augmentation des concentrations de gaz à effet de serre. Chacune des trois dernières décennies a été plus chaude à la surface de la Terre que la précédente, et plus chaude que toutes les décennies antérieures depuis 1850.

Ces résultats, et bien d'autres, confirment et précisent notre façon de comprendre le système climatique et le rôle des émissions de gaz à effet de serre; aussi les décideurs comme le grand public doivent-ils accorder d'urgence à ce rapport toute l'attention requise.

En tant qu'organisme intergouvernemental créé conjointement en 1988 par l'Organisation météorologique mondiale (OMM) et le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE), le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) met à la disposition des responsables politiques les évaluations techniques et scientifiques les plus objectives et les plus fiables qui soient. Depuis que la série a été lancée en 1990, ces rapports d'évaluation, rapports spéciaux, documents techniques, rapports méthodologiques et autres documents sont devenus des ouvrages de référence.

Dans sa contribution au cinquième Rapport d'évaluation du GIEC, le Groupe de travail I présente d'importants nouveaux éléments scientifiques qui pourront servir à élaborer des informations et mettre en place des services climatologiques susceptibles d'aider la société à agir pour relever le défi du changement climatique. La publication de ce rapport tombe à point nommé car, grâce à des éléments scientifiques clairs et irréfutables, ces informations donneront un nouvel élan aux négociateurs chargés de conclure, en 2015, un nouvel accord au titre de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques.

Le changement climatique est un défi qui s'inscrit dans la durée, mais qui n'en appelle pas moins une action immédiate, étant donné le rythme et l'ampleur de l'accumulation des gaz à effet de serre dans l'atmosphère et le risque que la hausse de la température soit supérieure à 2 °C. Aujourd'hui, nous devons nous concentrer sur l'essentiel et privilégier l'action, faute de quoi les risques que nous courons s'aggraveront d'année en année.

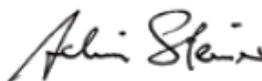
Si la présente évaluation du Groupe de travail I a pu voir le jour, c'est grâce à l'engagement et au dévouement de plusieurs centaines d'experts de par le monde, qui représentent un vaste éventail de disciplines. L'OMM et le PNUE se félicitent que, parmi ces experts, un si grand nombre provienne de leurs rangs et de leurs réseaux. Nous tenons à exprimer notre profonde gratitude à l'égard de tous les auteurs, éditeurs-réviseurs et examinateurs qui ont partagé leurs connaissances et leurs compétences et consacré leur temps à cette entreprise. Nous remercions le personnel du Service d'appui technique du Groupe de travail I et le Secrétariat du GIEC de leur dévouement.

Notre reconnaissance est également acquise aux gouvernements qui ont soutenu la participation de leurs scientifiques à l'élaboration de ce rapport et qui ont contribué au Fonds d'affectation spéciale du GIEC afin d'assurer celle, tout à fait essentielle, d'experts de pays en développement et de pays à économie de transition. Nous souhaitons adresser nos remerciements au Gouvernement italien, qui a accueilli la réunion préparatoire relative au cinquième Rapport d'évaluation du GIEC, aux Gouvernements chinois, français, marocain et australien, qui ont accueilli les séances de rédaction de la contribution du Groupe de travail I, et au Gouvernement suédois qui a accueilli la douzième session du Groupe de travail I à Stockholm en vue de l'approbation du rapport. Le généreux soutien financier du Gouvernement suisse, ainsi que l'appui logistique apporté par l'Université de Berne (Suisse) ont permis au Service d'appui technique du Groupe de travail I de s'acquitter de sa tâche avec efficacité, ce dont nous les remercions vivement.

Nous remercions tout spécialement le Président du GIEC, M. Rajendra Pachauri, de la manière dont il a dirigé et supervisé les travaux du Groupe d'experts et nous exprimons notre profonde gratitude aux coprésidents du Groupe de travail I, M. Qin Dahe et M. Thomas Stocker, qui n'ont pas ménagé leurs efforts tout au long de l'élaboration et de la rédaction du présent rapport.

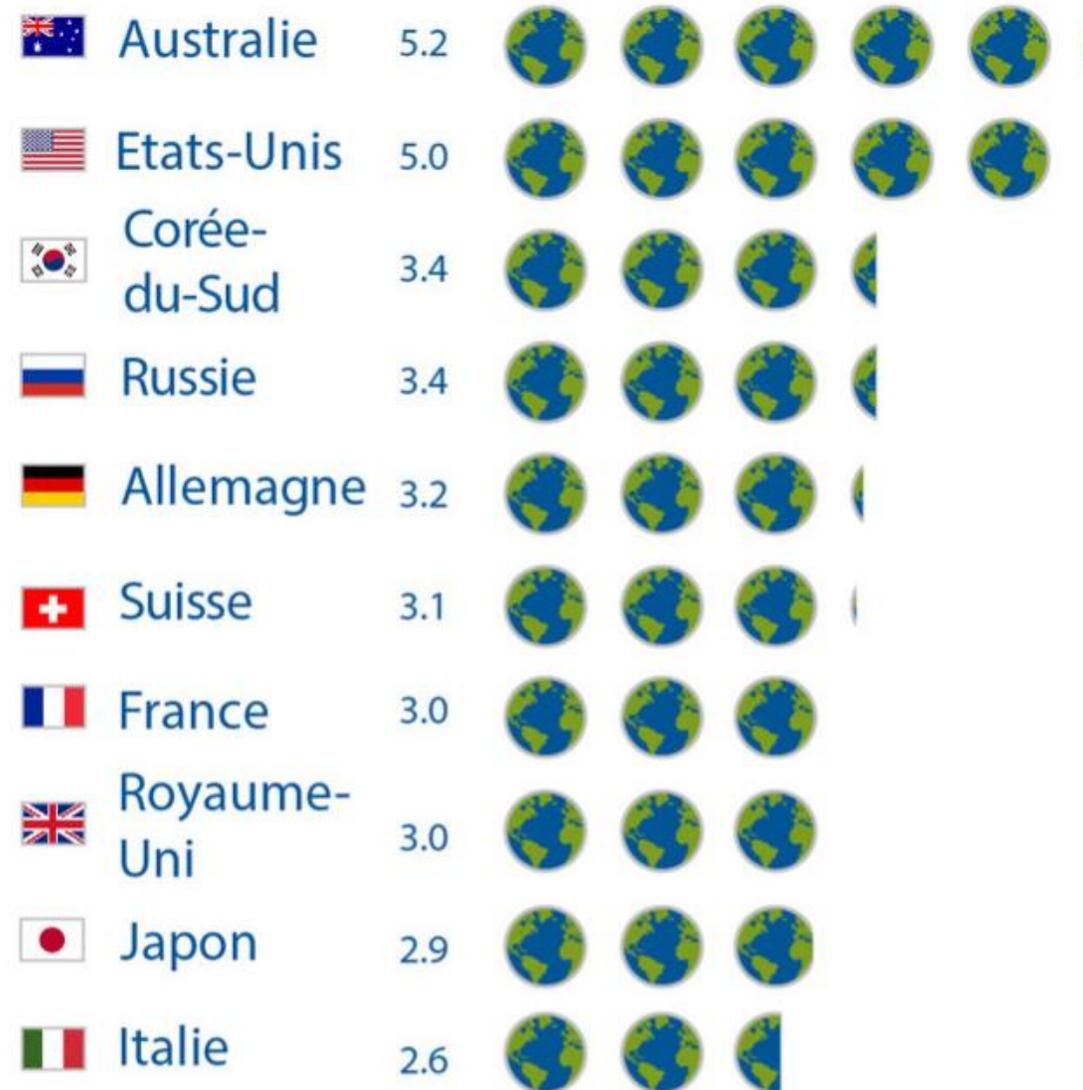


M. Jarraud
Secrétaire général
Organisation météorologique mondiale



A. Steiner
Directeur exécutif
Programme des Nations Unies pour l'environnement

Combien de planètes Terre faudrait-il si la population mondiale vivait comme les habitants en...



Special Section: Environmental Conservation
Original Articles and Reviews

Unsustainable Consumption

Basic Causes and Implications for Policy

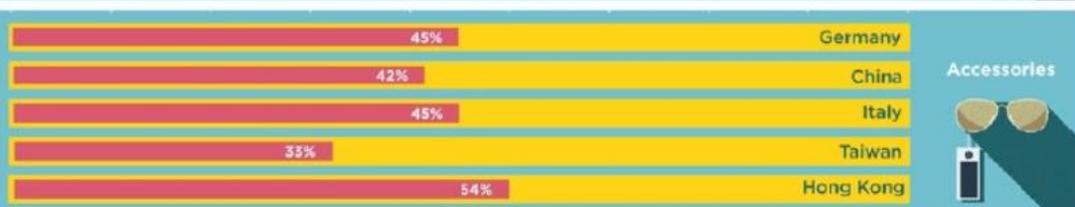
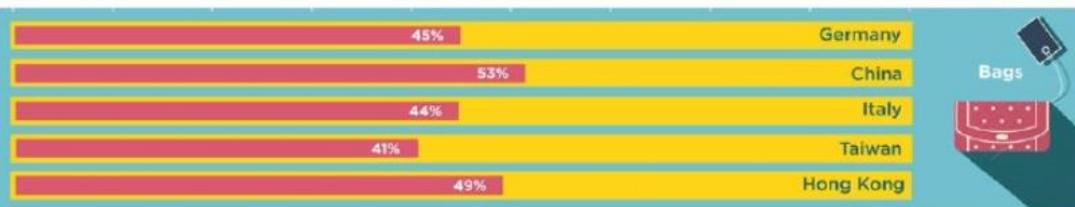
John Thøgersen

School of Business and Social Sciences, Department of Business Administration,
Aarhus University, Denmark

Abstract. Our dominant way of living is not sustainable and our activities as private individuals and households directly and indirectly account for a large and increasing share of total environmental impacts. These impacts are related to the structure as well as the level of consumption. In this article, research on the root causes of environmentally harmful human behavior is reviewed. Why is there no satiation of consumption in sight, even in the most affluent countries, and why do people continue to make choices that are known to be environmentally harmful? While potentially catastrophic, the harms from unsustainable consumption are mostly unintentional, which means that informational and educational means are not sufficient to produce the needed changes. They need to be implemented in concert with pervasive structural changes to make the right choice the easy choice.

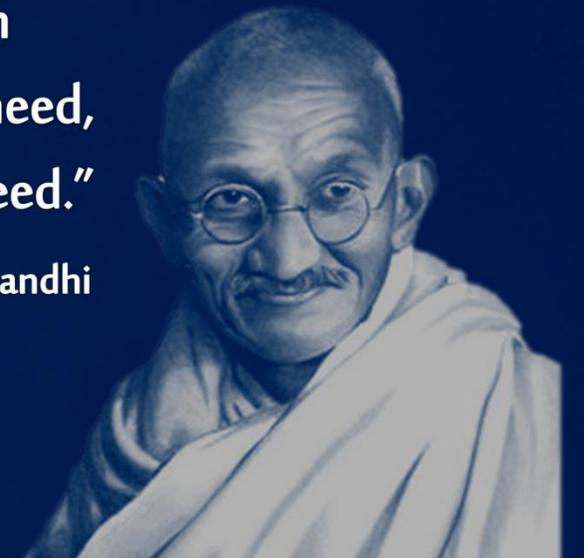
Keywords: sustainability, consumption, conservation (ecological behavior), environmental impact, policy

I own more than I need



“Earth provides enough
to satisfy every man's need,
but not every man's greed.”

—Mahatma Gandhi



Marketing et surconsommation

- « *Le marketing est un processus social et managérial par lequel des individus et groupes d'individus sont impliqués dans **des activités dirigées à satisfaire des besoins** à travers un processus d'échange. » (McCarthy, 1960)*

Problème ???

Comment savoir que ses besoins sont satisfaits?
Que l'on a suffisamment? Que c'est assez?



Consuming the earth

Gerard Hastings

*Institute for Social Marketing and Centre for Tobacco Control Research,
University of Stirling and the Open University, Stirling, UK*

Consuming the
earth

115

Abstract

Purpose – The promise of marketing is great: a responsive, consumer-oriented business philosophy that uses a wide selection of carefully honed tools to provide excellent service in perpetuity. The reality, however, is far removed from this idyll. This paper seeks to examine the power of corporate marketing and to question its role in our health and wellbeing.

“It is clear, then, that marketing’s focus on customer need is not only a blind for selfish intent, but provides no guarantee of moral rectitude; that clearly depends on the need and the customer» (Hastings, 2013)

La consommation : un acte social, de réalisation de soi et identitaire

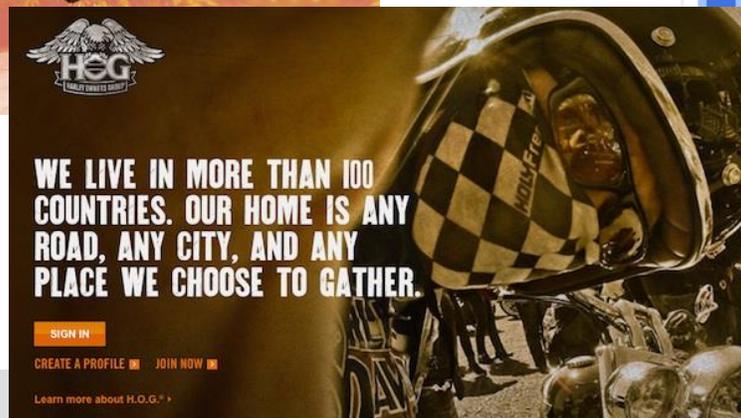
L'acte de consommation, les objets sont devenus des outils :

=> D'intégration et de classification



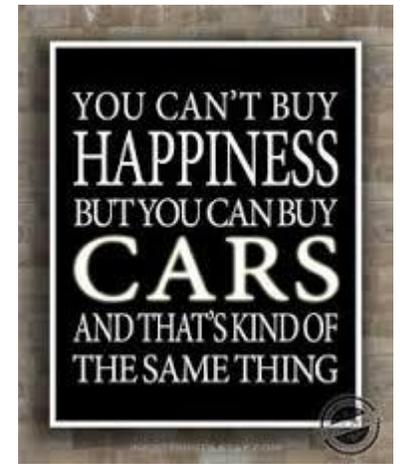
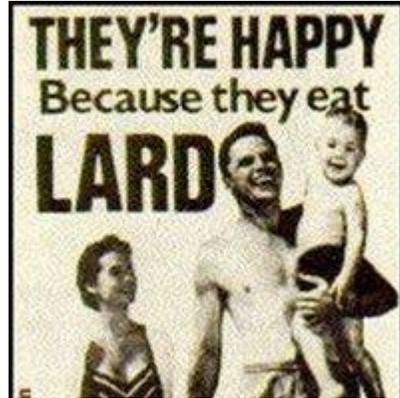
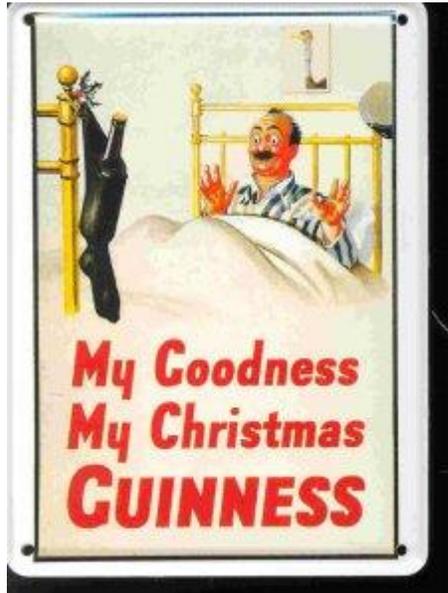
Coca-Cola, 1971 - 'Hilltop' | "I'd like to buy t

Project ReBrief
S'abonner 1 785



Watch Mitchell and Webb as PC and Mac
apple.com/uk

La consommation au service du bien-être



MATERIALISM, DEFENSIVE AND ASSERTIVE SELF-PRESENTATIONAL TACTICS, AND LIFE SATISFACTION

ANDREW N. CHRISTOPHER
Albion College

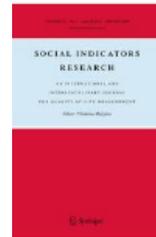
TERELL P. LASANE
St. Mary's College of Maryland

N JORDAN D. TROISI
Albion College

LORA E. PARK
University at Buffalo, The State University of New York

To learn how materialism is related to defensive and assertive self-presentational tactics, and how such tactics might mediate the established link between materialism and life satisfaction, 277 undergraduates completed a battery of questionnaires. We expected that materialism would be positively related to the use of defensive self-presentational tactics, and that defensive self-presentational tactics, in turn, would mediate the relationship between materialism and life satisfaction. Zero-order correlations generally supported these expectations. Moreover, results of structural equation modeling suggested that it was primarily the defensive self-presentational tactic of self-handicapping that mediated the relationship between materialism and life satisfaction. We discuss our findings with respect to the protective penchant of materialistic individuals.

Materialism reflects the importance people attach to “worldly possessions,” which occupy “a central place” in their lives and “provide the



[Social Indicators Research](#)

March 1998, Volume 43, [Issue 3](#), pp 227–260

Materialism and Quality of Life

Authors

[Authors and affiliations](#)

M. Joseph Sirgy

Article

DOI: [10.1023/A:1006820429653](https://doi.org/10.1023/A:1006820429653)

Cite this article as:

Sirgy, M.J. *Social Indicators Research* (1998) 43: 227.

doi:[10.1023/A:1006820429653](https://doi.org/10.1023/A:1006820429653)

116

Citations

1.9k

Views

Abstract

An attempt is made in this paper to establish a foundation for a theory of materialism and quality of life. The theory posits that overall life satisfaction (quality of life) is partly determined by satisfaction with standard of living. Satisfaction with standard of living, in turn, is determined by evaluations of one's actual standard of living compared to a set goal. Materialists experience greater dissatisfaction with their standard of living than nonmaterialists, which in turn spills over to overall life causing dissatisfaction with life in general. Materialists experience dissatisfaction with their standard of living because they set standard of living goals that are inflated and unrealistically high. These goals set by materialists are more influenced by affective-based expectations (such as ideal, deserved, and need-based expectations) than cognitive-based ones (such as predictive, past, and ability based expectations). Materialists' ideal standard-of-living expectations are influenced by social comparisons involving remote referents, more so than comparisons involving standards that are situationally imposed.

Comment remédier à la surconsommation?

Nouvelle définition du marketing:

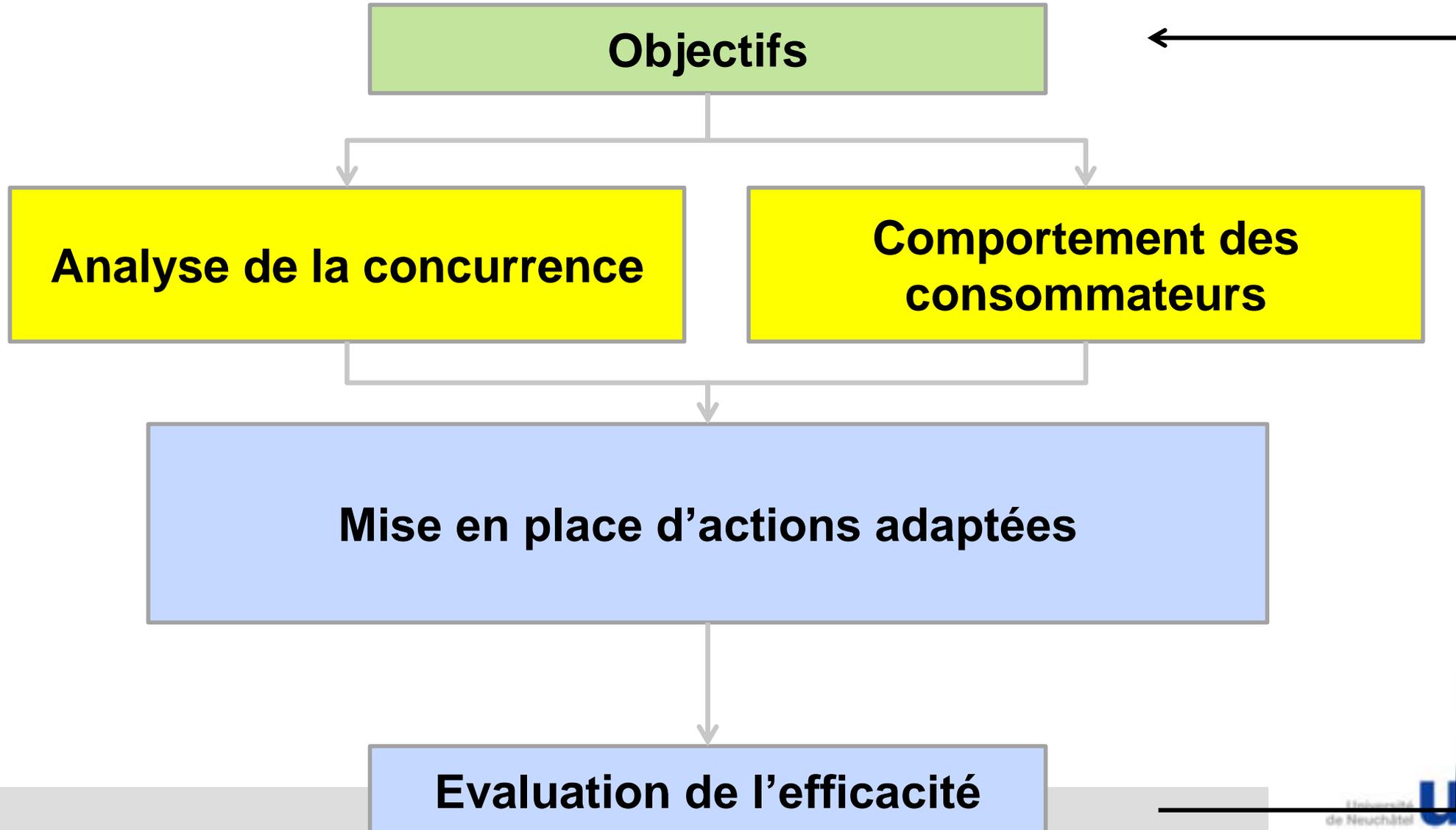
Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.

(Approved July 2013) (American Marketing Association)

Développement du Marketing Social

Le marketing social = Recours aux **principes et aux techniques du marketing commercial** dans le but d'amener une audience cible à accepter, à rejeter, à modifier ou à abandonner **volontairement** un comportement, pour **améliorer le bien-être** des individus, d'un groupe ou de **l'ensemble de la société** ". *Kotler & al, 2002*

Les grandes étapes du marketing



Objectifs

Limiter la surconsommation! Faire en sorte que les consommateurs consomment moins!

Analyse de la concurrence

Qui sont nos concurrents ? Contre qui/quoi on doit se battre?

- Les **discours véhiculés par les marques** via les média de masse : consommer plus, accumuler pour être heureux, exister, se différencier ou s'intégrer
- Les **climato-sceptiques** : déni des changements climatiques
- Les **habitudes**

Les discours véhiculés par les marques

Rôle d'éducation, rendre le consommateur sceptique!!!

➤ Stratégies permettant d'accroître la résistance à la persuasion –

L'empowerment

- Donner des arguments permettant de contester la source du message ou son contenu
- Lui donner des voies d'expression lui permettant d'exprimer ses préoccupations et donc de renforcer ses attitudes
- Montrer le soutien communautaire

Donner des arguments, contester : La théorie de l'inoculation

Compton, J., & Pfau, M. (2004). Use of inoculation to foster resistance to credit card marketing targeting college students. Journal of Applied Communication Research, 32(4), 343-364.

Phase 1 : Inoculation message

DON'T FALL INTO THE CREDIT CARD TRAP!

College students are drowning in credit card debt. (...) Credit card companies claim that credit cards keep college students safe by providing financial means in emergencies, like car troubles. However, credit card use can actually be a detriment to students' well being, increasing stress and leading to dangerous anxiety. A recent study by Ohio State University found that credit card debt actually makes people physically sick. Even more serious, high credit card debt has led to a shocking number of suicides. **Resist the credit card trap!**

Phase 2 : Advertising

It's Early in the Semester. We'll Make this Easy for your Brain.© You have a lot to do (...) So we want to make this easy for your brain. Unexpected financial needs can throw you for a loop because they are so... well . . . unexpected. The CollegeSaver Card® can help by providing a quick fix for these unexpected necessities, like books, auto repairs, computers, supplies, and even tuition and other school fees. One of the easiest decisions to make.© (...)



- Dangersité de la publicité
- Nombre de contre-arguments
- Attitude à l'égard des cartes de crédit
- Probabilité (de 0 à 100) de parler en «bien» versus en «mal» des cartes de crédit à d'autres personnes



#BIGTOBACCOBELIKE



We ♥ Smokers

Heck, we love everybody. Our philosophy isn't anti-smoker or pro-smoker. It's not even about smoking. It's about the tobacco industry manipulating their products, research and advertising to secure replacements for the 1,200 customers they "lose" every day in America. You know, because they die.

JCDecaux

**Roulez plus propre.
Du moins en
apparence.**



Nous avons aimé de lever le voile sur nos émissions de CO2 parce que le réchauffement climatique ne fait pas partie de nos idéologiques. Conduite très répandue dans le milieu. #redlines #D12 #ClimateGames



Das Auto.

JCDecaux

**S'ATTAQUER AU
PROBLÈME DU
CHANGEMENT
CLIMATIQUE ?**

**BIEN SÛR QUE NON.
NOUS SOMMES UNE
COMPAGNIE AÉRIENNE.**

Nous sponsorisons la défense et le climatisme de l'ONU pour donner l'impression que nous faisons au moins le minimum pour s'assurer que nos profits ne seront pas affectés.



La croissance économique est bien plus importante que de sauver la planète. Nous continuerons donc à soudoyer les politiciens et à émettre des gaz à effet de serre.

Ne le dis à personne.

AIRFRANCE

LA PART DU PROBLÈME

#AirFrance

Soutien communautaire, ouvrir des voies d'expression

- Pallak, M. S., & Cummings, W. (1976). Commitment and voluntary energy conservation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2(1), 27-30

=> **En rendant le comportement public et en incitant les gens à s'engager publiquement on peut diminuer la consommation d'énergie**

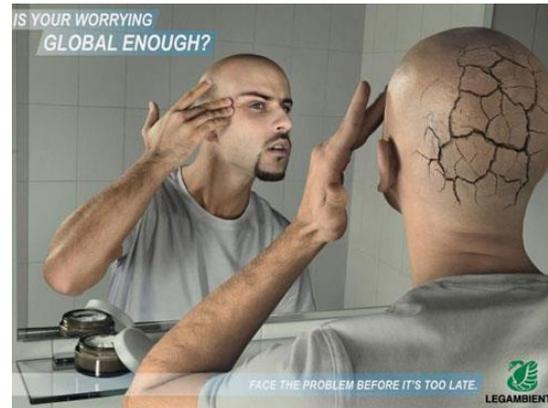
Conserving Energy 



Les climato-sceptiques

Origine de leur développement :

- La peur...Feinberg and Willer 2011



I LOVE THIS TOWN BUT THE TRAFFIC IS KILLING ME

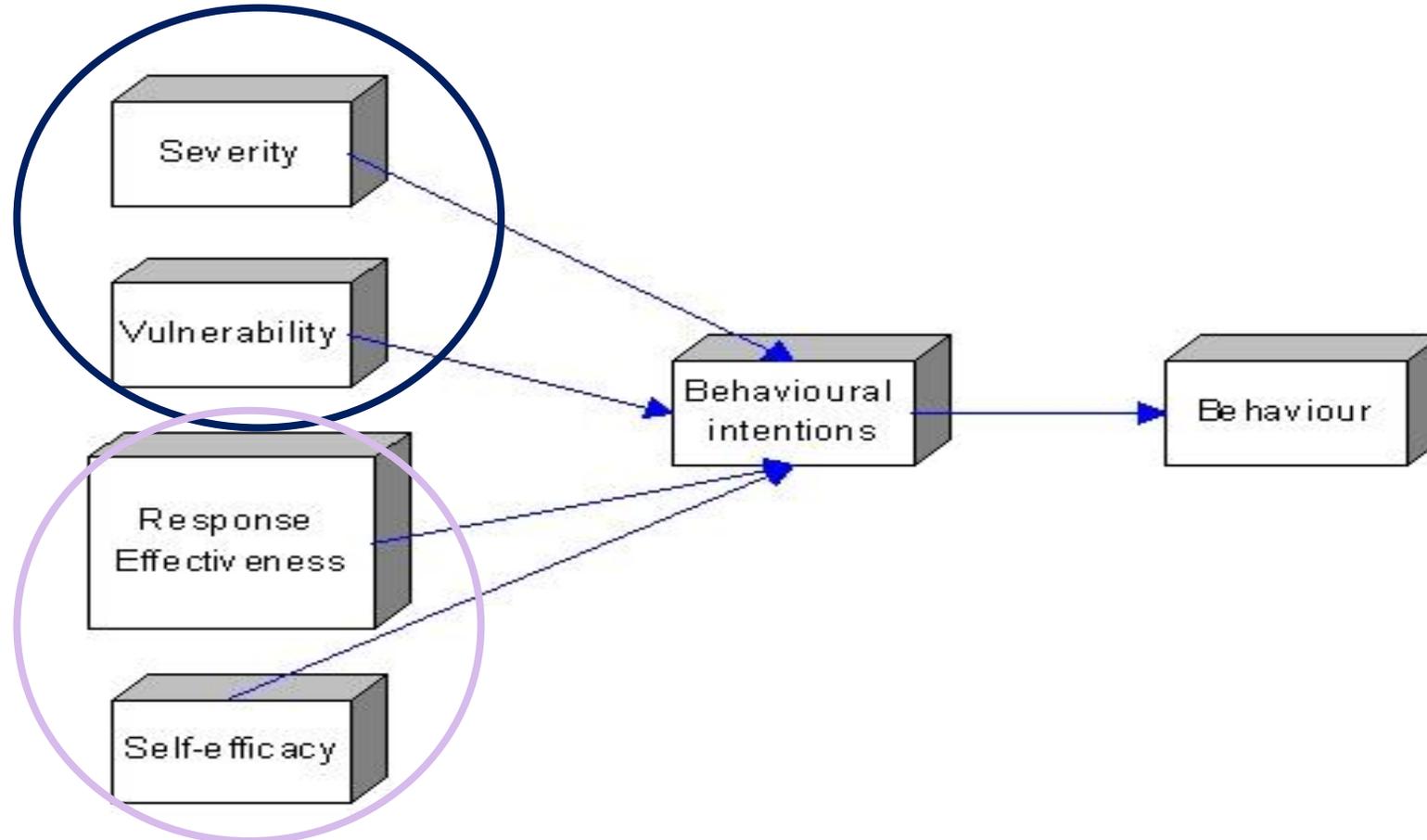
Pollution from traffic congestion increases the risk of cancer as well as heart and lung disease for millions of New Yorkers

Support Congestion Pricing For more, go to www.allchokedup.org

ENVIRONMENTAL DEFENSE finding the ways that work

This advertisement features a traffic jam and a large plume of smoke. The headline reads "I LOVE THIS TOWN BUT THE TRAFFIC IS KILLING ME". Below the headline, it states: "Pollution from traffic congestion increases the risk of cancer as well as heart and lung disease for millions of New Yorkers". At the bottom, it says "Support Congestion Pricing" and "For more, go to www.allchokedup.org". The Environmental Defense logo is also present.

Protection Motivation Theory – Rogers (1983)



Comment agir?

Ne pas nier leur existence, contrer...

Cook (2016)

392 personnes réparties en deux groupes

- Le premier groupe est allé directement sur le site de la pétition => Réduction de 10% de leurs certitudes par rapport aux changements climatiques

- On a présenté à l'autre groupe des informations expliquant comment les faux experts manipulent les données pour créer du doute, puis ils sont allés voir le site => Pas de réduction de leurs certitudes

Global Warming Petition Project

31,487 American scientists have signed this petition, including 9,029 with PhDs

Petition

We urge the United States government to reject the global warming agreement that was written in Kyoto, Japan in December, 1997, and any other similar proposals. The proposed limits on greenhouse gases would harm the environment, hinder the advance of science and technology, and damage the health and welfare of mankind.

There is no convincing scientific evidence that human release of carbon dioxide, methane, or other greenhouse gases is causing or will, in the foreseeable future, cause catastrophic heating of the Earth's atmosphere and disruption of the Earth's climate. Moreover, there is substantial scientific evidence that increases in atmospheric carbon dioxide produce many beneficial effects upon the natural plant and animal environments of the Earth.

 Please sign here Please send more petition cards for me to distribute.

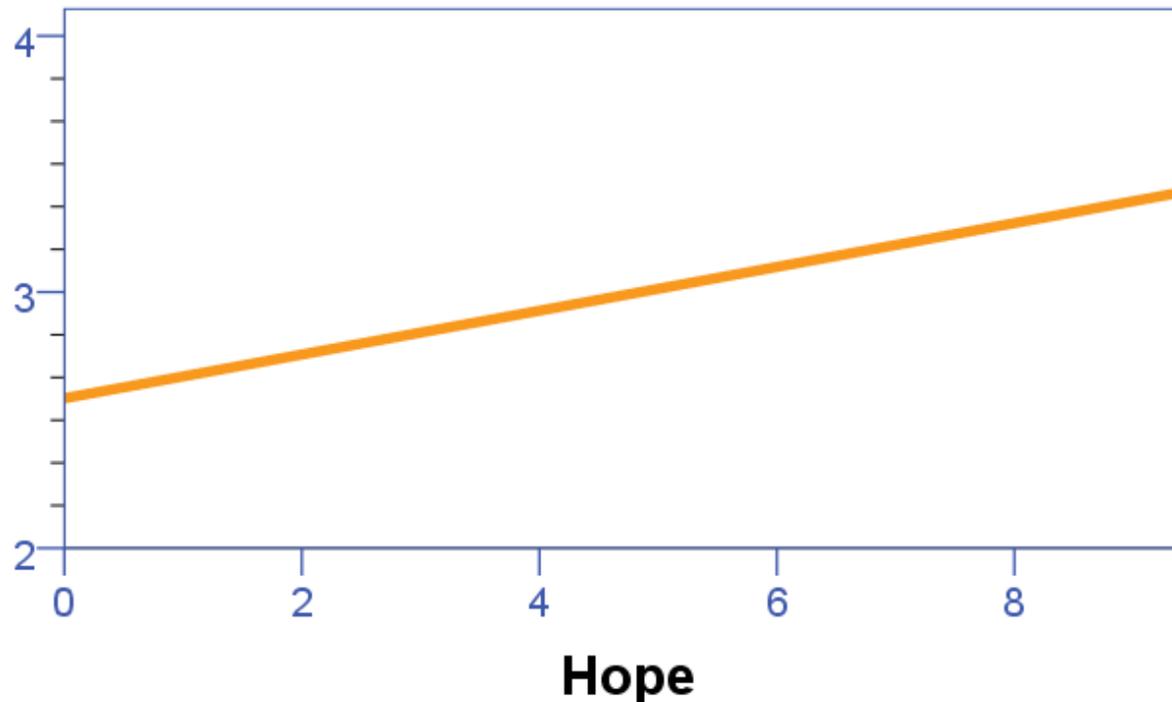
My academic degree is B.S. M.S. Ph.D. in the field of PHYSICS

For information about this project, click on the appropriate box below.

Préférer les messages positifs aux messages négatifs et alarmistes

Etude avec Maria Lagomarsino

Environmentally friendly behaviours



LES LIVRES

D'après le film de Cyril Dion & Mélanie Laurent

Demain - Edition limitée : DVD inclus

Novembre, 2016

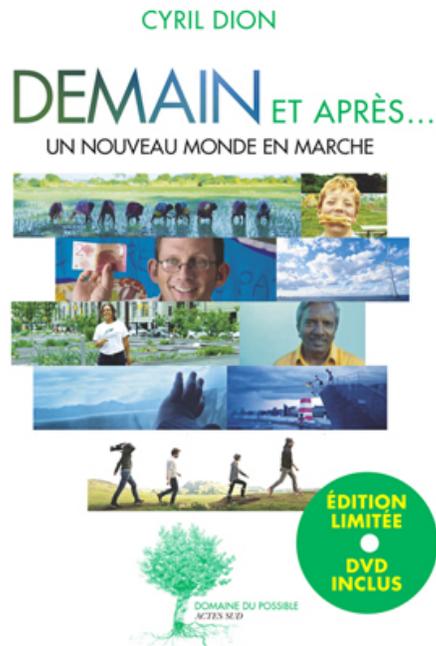
Cyril Dion

Et si montrer des solutions, raconter une histoire qui fait du bien était la meilleure façon de résoudre les crises écologiques, économiques et sociales que traversent nos pays ? En 2012, Cyril Dion prend connaissance d'une étude, menée par vingt-deux scientifiques de différents pays, annonçant la disparition possible d'une partie de l'humanité d'ici à 2100. Cette nouvelle fait à peine l'objet d'un traitement de seconde zone dans les médias. Considérant qu'amplifier le concert des catastrophes ne fonctionne pas, il décide de partir, avec l'actrice-réalisatrice Mélanie Laurent et une petite équipe, découvrir à quoi notre monde pourrait ressembler si nous mettions bout à bout certaines des meilleures solutions que nous connaissons déjà dans l'agriculture, l'énergie,

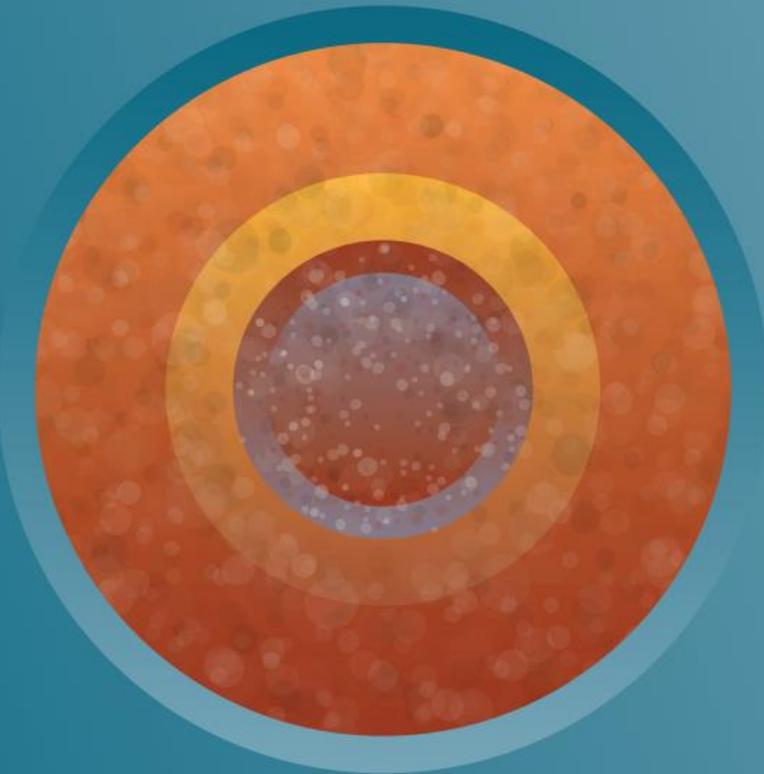
l'économie, l'éducation et la démocratie.

Villes produisant elles-mêmes leur nourriture et leur énergie, systèmes zéro déchet, entrepreneurs et municipalité créant leur propre monnaie pour empêcher la spéculation et l'accaparement des richesses, peuples réécrivant eux-mêmes leur Constitution, systèmes éducatifs pionniers, ils découvrent partout des femmes et des hommes qui changent le monde.

En reliant ces initiatives, ils mettent au jour une nouvelle philosophie, une communauté de pensée entre tous ces acteurs qui ne se connaissent pas. Un nouveau projet de société...



13^{ème} Festival de la Terre RETOUR AUX SOURCES



9-10-11 juin 2017

Montbenon, Lausanne - Entrée libre

www.festivaldelaterre.ch

Les habitudes



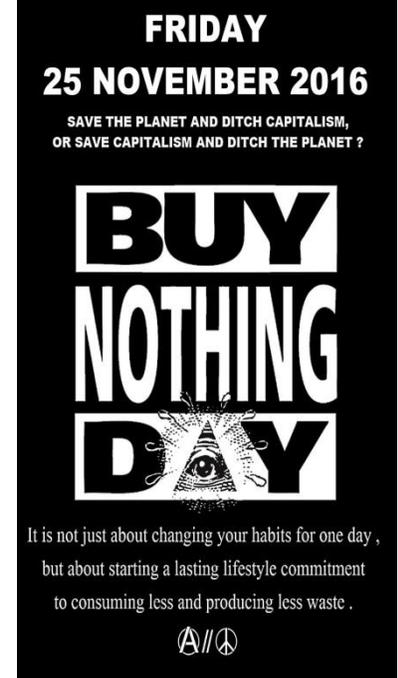
Casser les habitudes en créant une rupture ou une pause dans l'environnement

Un exemple issu de la littérature (Fuji and Kitamura, 2004) : offrir un ticket de bus gratuit pendant un mois aux conducteurs habituels :

- 23 conducteurs ont eu un ticket de bus gratuit d'un mois
- 20 autres conducteurs étaient utilisés comme groupe contrôle

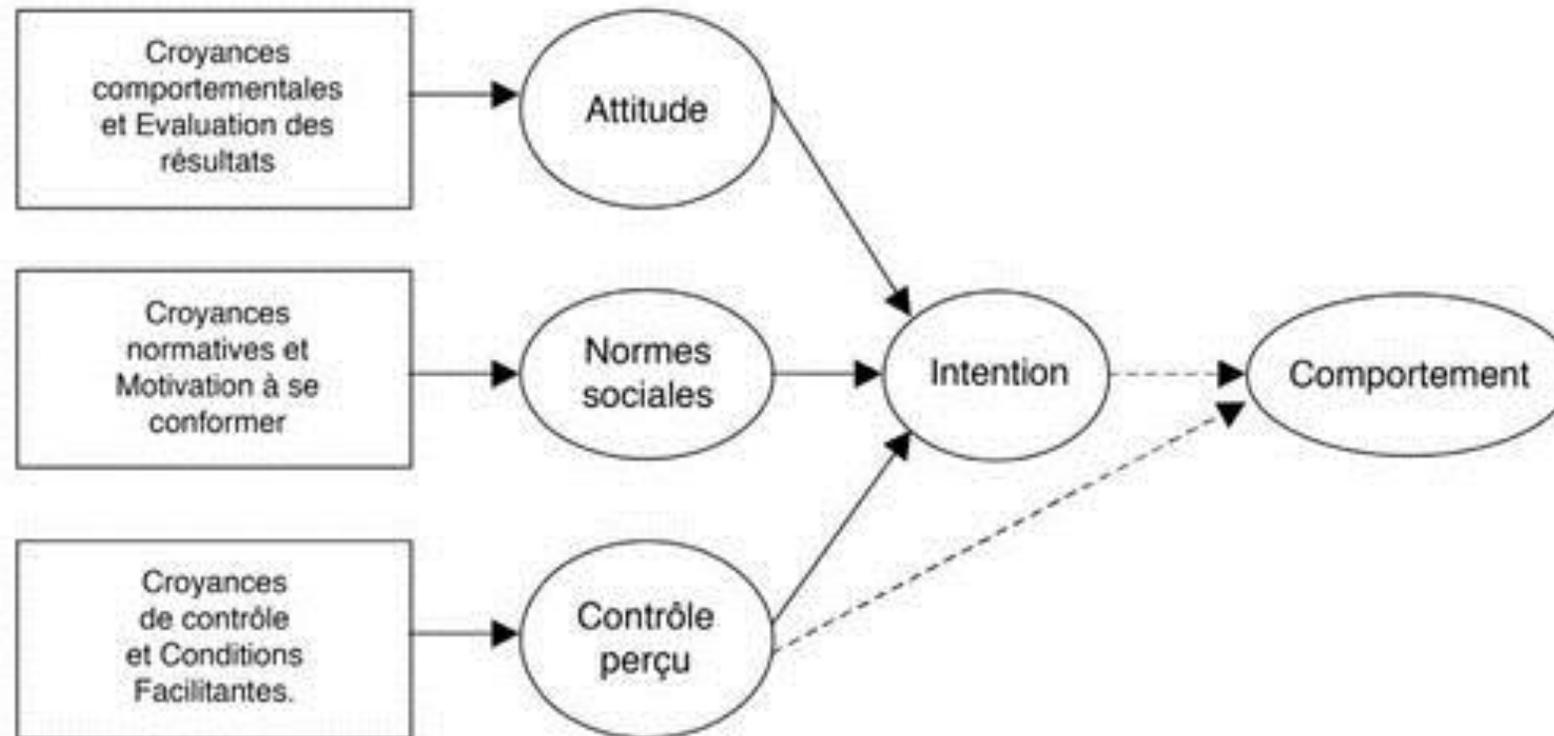
Résultats mesurés avant et un mois après la fin de l'expérience:

- Attitude à l'égard de la voiture 
- Habitude à l'égard de la voiture 
- Fréquence d'utilisation de la voiture 



Analyse des consommateurs

- Qu'est ce qui détermine les comportements des individus ?



Source : adapté de Ajzen (1987, 1991)

Renforcer les attitudes

Comment ?

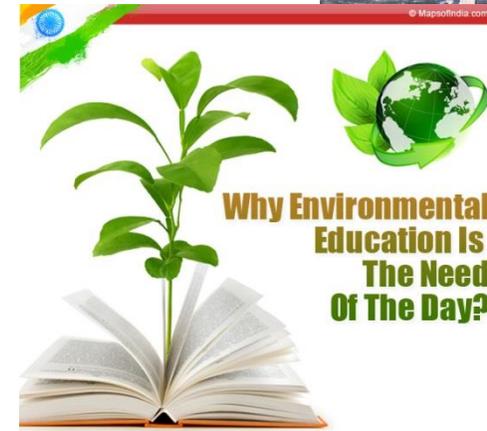
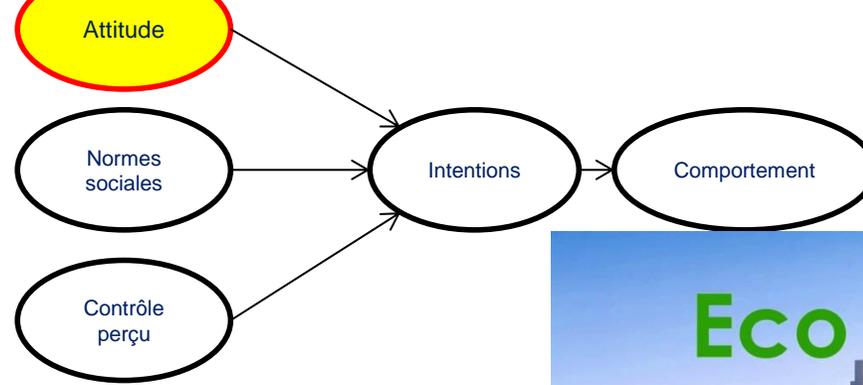
- Mettre en place un environnement où elles ont toutes leur place

- Donner les informations nécessaires à leur développement

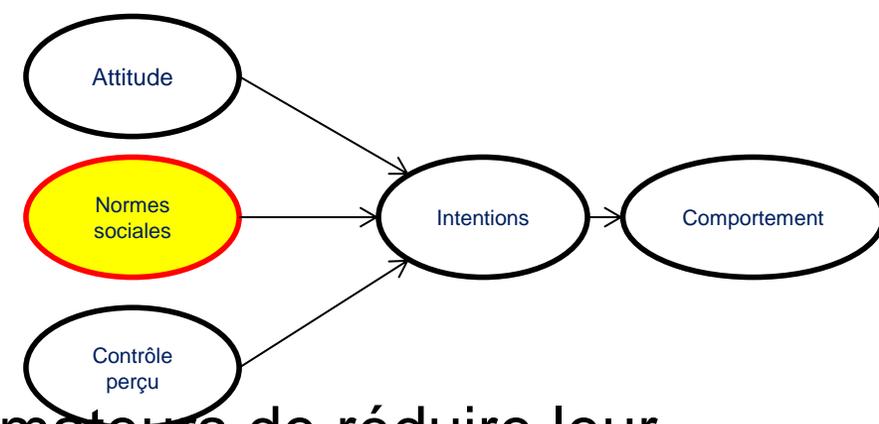
- Faire appel aux valeurs identitaires plutôt qu'au porte-monnaie :

Bolderdijk, et al., 2012 : Personnes plus aptes à agir et se sentent mieux avec eux-mêmes avec des formulations de type :

- *Do you care about the environment? Take a coupon for a free professional tire check!*
- Au lieu de : *Do you care about your finances? Take a coupon for a free professional tire check!*



Influer sur les normes sociales



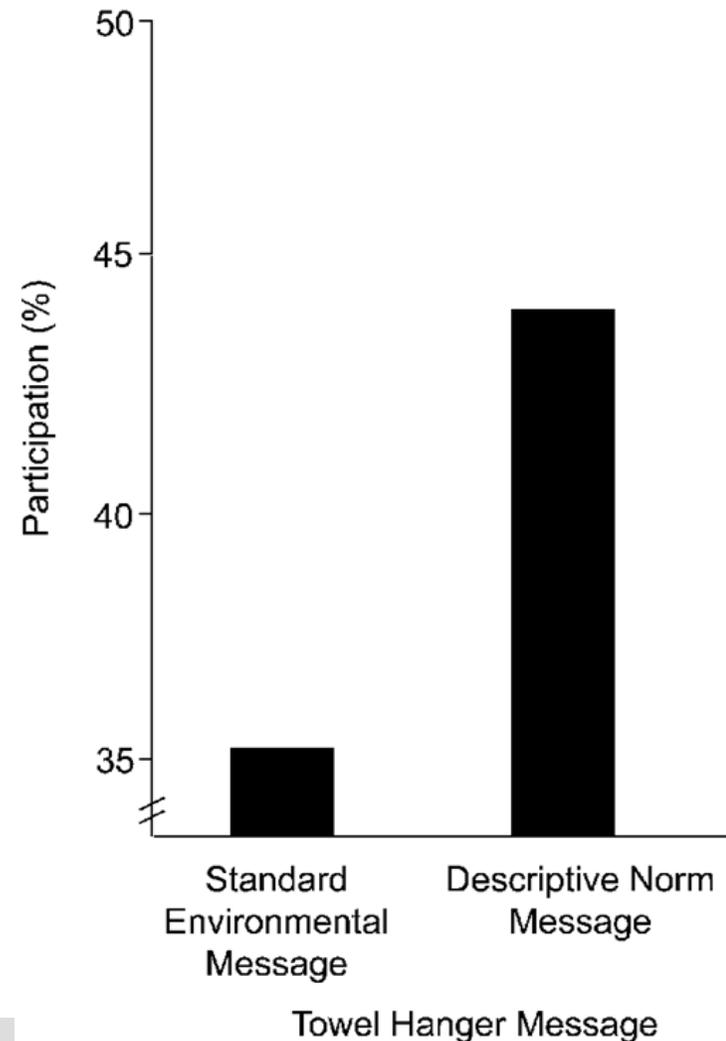
Des chercheurs ont demandé à 4 groupes de consommateurs de réduire leur niveau de consommation d'énergie (Coniff, 2009):

- Au premier groupe : «Pour le bien de notre planète»
- Au deuxième groupe : «Pour le bien être des générations futures»
- Au troisième groupe : « Pour économiser de l'argent»
- Au quatrième groupe : «Parce que vos voisins le font déjà»

=> Seul groupe à avoir significativement diminué sa consommation d'énergie (évaluée via smart meters) : **le 4ème groupe!!!**



Goldstein, N. J., Cialdini, R. B., & Griskevicius, V. (2008). A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels. *Journal of consumer Research*, 35(3), 472-482.



290 ménages américains de San Marco (CA)

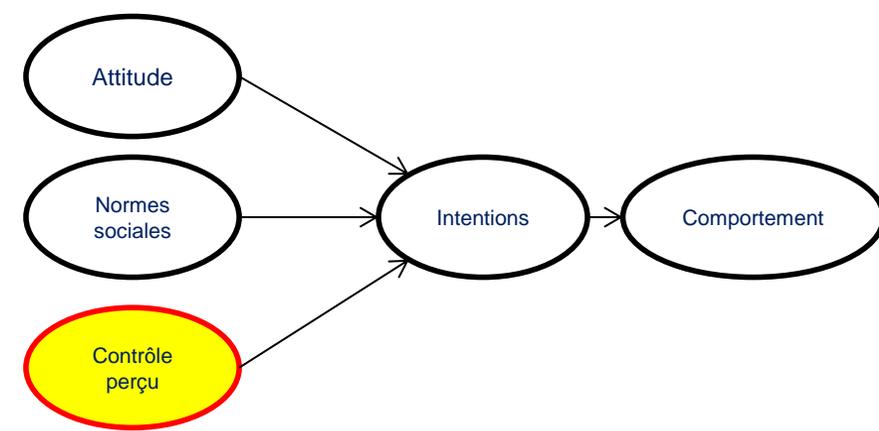
- Pendant deux semaines leur consommation d'énergie était mesurée
- Suite à ces deux semaines, les ménages étaient répartis en deux groupes, ils recevaient 3 informations soit :
 - 1) leur consommation d'énergie globale, 2) leur classement par rapport à la moyenne de leurs voisins et 3) une fiche d'information expliquant comment réduire leur consommation d'énergie
 - Ou : les mêmes informations mais avec en plus un émoticône



➔ La consommation d'énergie était ensuite réévaluée pendant deux semaines

- RESULTATS : Ceux dans le groupe avec émoticône ont..
 - ⇒ Significativement moins consommé pour ceux qui consommaient le plus
 - ⇒ Significativement plus maintenu leur niveau de consommation bas pour ceux qui consommaient le moins

Faciliter le comportement



INFORMER => Les gens doivent savoir ce qu'ils doivent faire pour pouvoir mettre en place des comportements en faveur de l'environnement

LES GESTES SIMPLES
pour RÉDUIRE SA CONSOMMATION D'EAU

LA CONSOMMATION D'EAU À LA MAISON
TE TAHI MAU HAA MĀU ARARA PAPE

- UNE CHARGÉ D'EAU
TE HĀE HĀUWĀRA
10 L
- UNE LESSIVE
TE MĀTU PĀMĀU HĀU
70 L
- UNE DOUCHE
TE HĀPĀRA TE PAPE
50 L

LES BONS GESTES POUR ÉCONOMISER L'EAU
TE MAU RĀVEA 'OHĒ NO TE TĀRANI I TE PAPE

- UNE CHARGÉ D'EAU QUI FUIT
PĀMĀU PĀMĀU
- UN ROBINET QUI GOUTTE
PĀMĀU PĀMĀU
- FERMER LE ROBINET
QUAND ON SE LAVE LES DENTS
ET LE MATIN
- ARRISER MALIN
PLUTÔT LE SOIR
- LAVER SA VOTURE
AVEC UN SEAU
- ARRISAGE DE LA ROUTE
PĀMĀU PĀMĀU
- UNE CHARGÉ D'EAU QUI FUIT
PĀMĀU PĀMĀU
- UN ROBINET QUI GOUTTE
PĀMĀU PĀMĀU
- FERMER LE ROBINET
QUAND ON SE LAVE LES DENTS
ET LE MATIN
- ARRISER MALIN
PLUTÔT LE SOIR
- LAVER SA VOTURE
AVEC UN SEAU
- ARRISAGE DE LA ROUTE
PĀMĀU PĀMĀU
- UNE CHARGÉ D'EAU QUI FUIT
PĀMĀU PĀMĀU
- UN ROBINET QUI GOUTTE
PĀMĀU PĀMĀU
- FERMER LE ROBINET
QUAND ON SE LAVE LES DENTS
ET LE MATIN
- ARRISER MALIN
PLUTÔT LE SOIR
- LAVER SA VOTURE
AVEC UN SEAU
- ARRISAGE DE LA ROUTE
PĀMĀU PĀMĀU

TE MAU RĀVEA 'OHĒ NO TE TĀRANI I TE PAPE

SPCPF

13^{ème} Festival de la Terre
RETOUR AUX SOURCES

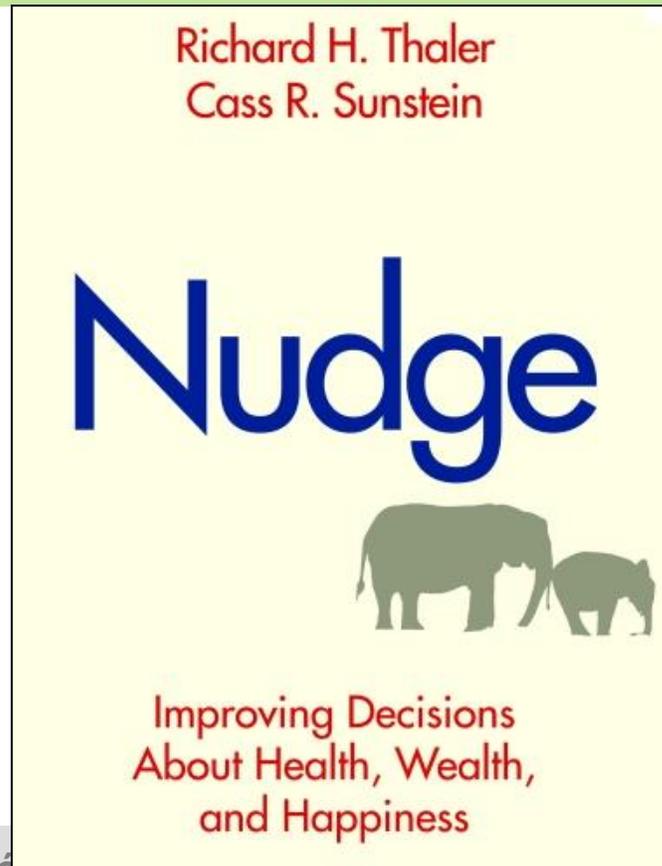
9-10-11 juin 2017
Montbenon, Lausanne - Entrée libre
www.festivaldelaterre.ch

10 ÉCO-GESTES AU QUOTIDIEN

Adam, Marie et Zoé vous emmènent pour faire le tour de leur maison...

ROMANDE ENERGIE

Le Nudge = organiser une architecture de choix de telle sorte que le meilleur choix soit toujours le plus simple





A recent Dutch study showed that 70% more people chose the stairs instead of the elevator when there were red lines running up them.

- **Faciliter les choix des consommateurs :**
- Réduire la taille de l'assiette dans les buffets à volonté (Freedman and Brochado, 2010) , réduire la taille des portions dans un restaurant (Rolls, Morris et al., 2002), permet de limiter les gaspillages

- Augmenter le nombre de parking vélos, de pistes cyclables au détriment de la voiture, augmente le nombre de personnes se déplaçant à vélo dans la ville (Pucher and Buehler, 2008)

- **Règle par défaut**
- En Allemagne, 95 à 99% des ménages décidaient de rester avec l'énergie verte quand celle-ci étaient proposée par défaut (Pichert and Katsikopoulos, 2008).
- En Suède, le fait de changer les paramètres par défaut des imprimantes d'une grande université a permis de réduire drastiquement la consommation de papier (Egebark et Ekström, 2013)

Price tag ends Swiss love affair with plastic bags

INESS  Environment

 See in other languages: 3

FEB 20, 2017 - 15:30



Les défis à venir

➤ Eviter la dérive du Greenwashing

➤ Instaurer des changements globaux sur le long terme

➤ Doit être l'affaire de tous...

