

Développement durable et société de l'information, vers une culture commune?

Introduction	131
Les projets de la Délégation aux usages de l'Internet pour une culture commune	132
Un pont entre TIC et développement durable	133
Le défi de l'équité sociale	133
Le défi énergétique	133
Le défi climatique	133
Le défi économique	134
Valoriser et développer les différentes cultures	134
Vers une autonomie africaine durable	135
Les bonnes pratiques	137
Un partenariat public privé pour une culture commune	137
Le cinéma environnemental sur Internet	138
Trouver son commerçant responsable en un clic	138
Le marketing durable	139
Un projet développement durable pour les jeunes	139

Développement durable et société de l'information, vers une culture commune?

Intervenants

MONICA FOSSATI

PIERRE PEREZ

GILLES PENNEQUIN

SUDIP K. RAKSHIT

CHISTOPH OLIVER STORK

FRANÇOIS LEDOUX

KATHLEEN VAN DAMME

SÉBASTIEN RAVUT

SOLANGE MONTILLAUD-JOYEL

DUI	Délégation aux usages de l'Internet
GIEC	Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat
ITU	Union internationale des télécommunications
PIB	Produit intérieur brut
PNUE	Programme des Nations Unies pour l'environnement
PPP	Partenariat public privé
TIC	Technologies de l'information et de la communication

MONICA FOSSATI : Animatrice de l'atelier, directrice de publication, EKWO, France. Cet atelier a pour but de stimuler la réflexion sur la problématique et les solutions corrélées entre les Technologies de l'information et de la communication (TIC) et le développement durable vers une culture commune. Comment se rejoignent-ils? Quels sont les dénominateurs communs de leurs expressions auprès du public? Comment peuvent-ils s'enrichir mutuellement? C'est ce que nous allons tenter d'aborder avec nos invités.



MONICA FOSSATI

ANIMATRICE DE L'ATELIER,
DIRECTRICE DE PUBLICATION,
EKWO, FRANCE

Les projets de la Délégation aux usages de l'Internet pour une culture commune



PIERRE PEREZ

DIRECTEUR, DÉLÉGATION AUX USAGES DE L'INTERNET (DUI), MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE, FRANCE

PIERRE PEREZ : *Directeur, Délégation aux usages de l'Internet (DUI), ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, France.* La DUI, créée en 2003, a pour objectif d'amplifier le développement de la société de l'information au bénéfice de tous les publics. En effet, personne ne doit rester en marge de ces technologies car elles servent à l'intégration des personnes et au développement humain. La DUI s'est intéressée au développement durable en observant la superposition de deux énergies : d'un côté, les développeurs impulsifs de l'Internet qui ont l'impression d'avoir un contrôle absolu sur le monde et de l'autre, les acteurs du développement durable qui s'inquiètent de l'arrivée du « cataclysme » climatique et agissent pour reprendre leur avenir en main. La DUI accompagne donc l'acquisition de ces nouveaux usages, notamment par l'opération « Internet accompagné » dont le concept novateur permet aux acheteurs d'ordinateurs d'accéder en même temps à un accompagnement à domicile.

“ **La DUI, a pour objectif d'amplifier le développement de la société de l'information au bénéfice de tous les publics.** ”

“ **Le principe de cette opération était d'offrir aux étudiants un ordinateur pour 1 € par jour.** ”

La DUI a également appuyé le développement à l'école du brevet informatique Internet, formation transversale qui a pour but de découvrir les nouvelles technologies et d'en acquérir une approche critique. Enfin, la DUI a mené une démarche de sensibilisation aux enjeux et aux risques de l'Internet dans le cadre du programme « Internet sans crainte » soutenu par la Commission européenne et s'adressant aux enfants, aux parents et aux éducateurs.

Par ailleurs, l'opération « micro portable étudiant » qui réunissait une quarantaine d'entreprises a montré que la contribution de tous à des objectifs communs permet une meilleure efficacité. Le principe de cette opération était d'offrir aux étudiants un ordinateur pour 1 euro par jour.

La culture commune fait appel à la notion « ensemble pour tous ». Les industriels, les sociétés de formation à domicile et aujourd'hui les collectivités se mobilisent pour ces opérations : ce partenariat est la première approche de cette culture commune pour atteindre des objectifs d'intérêt général.

“ **Le développement du collaboratif : l'État se doit d'accompagner ce processus.** ”

L'autre approche est le développement du collaboratif : l'État se doit d'accompagner ce processus, de contribuer à son développement à travers une définition conjointe des objectifs avec les autres acteurs et un accompagnement. Cet accompagnement permettrait d'accéder librement au contenu avec une plate-forme de partage solidaire et collaboratif.

Un pont entre TIC et développement durable

GILLES PENNEQUIN : *Haut fonctionnaire au développement durable, DIACT, France.* La Délégation interministérielle à l'aménagement et à la compétitivité des territoires est un service rattaché au Premier Ministre mis à la disposition du ministère de l'Écologie, du Développement et de l'Aménagement Durable des Territoires.



GILLES PENNEQUIN

HAUT FONCTIONNAIRE AU
DÉVELOPPEMENT DURABLE,
DIACT, FRANCE

Un des enjeux majeurs des TIC est la connaissance commune de nos futurs défis. Comment les TIC peuvent-elles répondre à ces défis ?

Envisager une culture commune signifie d'abord déterminer la culture qui dominera au 21^e siècle. En effet, d'ici 20 ans, l'hyper puissance américaine ne représentera plus que 4 % de la population mondiale, l'Europe 6 %, et l'Asie 58 %. De même, quelle sera la langue utilisée dans cette culture commune ? Selon le dernier rapport du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE), 6 000 langues sont utilisées à travers le monde et 90 % d'entre elles auront disparu à la fin du siècle.

L'autre enjeu est de nourrir toute la planète : 3 milliards d'habitants supplémentaires peupleront la planète d'ici 2050, or la croissance de la population est plus rapide que la croissance de la production agricole. De même, la ressource en eau représente aussi un enjeu fondamental : d'ici 20 ans, les 2/3 de la population mondiale seront en pénurie d'eau totale... Ces problèmes de ressources alimentaires et d'accès à l'eau font directement appel au cœur de la société. Face à l'importance de ces enjeux, les TIC ont-ils leur place dans le développement de la société ?

Le défi de l'équité sociale

20 % de la population mondiale consomme 85 % des ressources de la planète alors que les 20 % des plus pauvres n'en consomment qu'1,4 %. L'écart se creuse encore ; la globalisation a beaucoup de vertus mais pas celle de réduire les inégalités ! En effet, 20 % des plus riches de la planète avaient un revenu 30 fois supérieur aux 20 % les plus pauvres dans les années 60, aujourd'hui il est 80 fois supérieur.

“ **La globalisation a beaucoup de vertus mais pas celle de réduire les inégalités.** ”

Le défi énergétique

Les énergies fossiles représentent en énergies prouvées environ 800 milliards de Tonnes équivalent pétrole (TEP), le charbon se présentant comme l'énergie fossile du 21^e siècle. En considérant un taux de croissance mondiale de 2 %, d'ici 2050 nous aurons consommé les réserves prouvées en pétrole, gaz et charbon. D'ici 2100, nous aurons consommé les 4 000 milliards de TEP d'énergies fossiles prouvées et probables.

Le défi climatique

La courbe des températures est en augmentation, la carte des précipitations est inquiétante... des problèmes lourds devront être gérés dans les prochaines décennies. Relever ce défi climatique passe par une réduction des émissions de CO₂ : les Américains en sont les plus grands émetteurs par individu, les Français grâce au nucléaire se placent mieux, les Chinois et les Indiens quant à eux sont très peu émetteurs de GES par individu. En revanche, une projection à horizon 2020 désigne l'Asie comme principal émetteur de GES. Le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) a établi des représentations concrètes des émissions maximales de CO₂ : 500 Kg de carbone par personne et par an, soit 2 tonnes de béton ou 5 000 Km en voiture, 2 mois de 4/4 en ville...

Le défi économique

Les stratégies de Lisbonne et de Göteborg¹ présentent des aspects contradictoires : les objectifs de compétitivité de la stratégie de Lisbonne (croissance la plus forte possible, développement à court terme, forte globalisation) se heurtent aux objectifs de soutenabilité de la stratégie de Göteborg (croissance sélective, articulation du court et du long terme, boucle économique locale).

“ **Allons-nous vers une culture commune mondialisée ou au contraire, vers un repli communautaire pour préserver nos propres ressources ?**

Allons-nous vers une culture commune mondialisée ou au contraire, vers un repli communautaire pour préserver nos propres ressources ?

L'empreinte écologique des pays développés est largement supérieure à celle du reste de la planète. Le bilan écologique de la France montre

qu'elle assure aujourd'hui son train de vie grâce aux ressources d'autres pays, mais demain, cette globalisation peut s'arrêter et chacun voudra alors défendre son territoire. En quoi les TIC peuvent contribuer à une prise de conscience globale de ce modèle qui nous conduit droit dans le mur ? Comment construire une culture commune positive ?

Valoriser et développer les différentes cultures

SUDIP K. RAKSHIT : *Vice-président de la recherche, Institut de technologie d'Asie, Thaïlande.*

Nos comportements, dans les pays développés, influencent probablement les populations distantes qui utilisent moins d'énergie et de gaz : nous devons en être conscients. Les précédents intervenants ont évoqué l'existence d'une culture différente et j'aimerais vous exposer un point de vue contraire. Nous devons d'abord savoir que certains pays sous-développés ont également besoin d'une bonne qualité de vie. En France, nous devons prendre davantage conscience des efforts à accomplir. Il s'agit aussi de mettre l'accent sur leur industrie lourde pour leur éviter de devoir importer de pays étrangers.

Ayant étudié puis enseigné à l'Institut indien de technologies, j'ai pu constater qu'à l'époque, 90 % des étudiants choisissaient de partir faire leurs études supérieures aux États-Unis. Ce n'est plus le cas aujourd'hui : les étudiants préfèrent étudier en Inde pour rester dans leur propre culture. Rester leur permet de développer leur propre musique, leur propre culture et surtout de pouvoir réussir dans leur propre pays. C'est pourquoi, je pense qu'à l'avenir, tout le monde restera dans son pays et cherchera à exporter sa culture plutôt que d'adhérer à une culture commune.

L'internationalisation de ce monde « sans relief » offre beaucoup moins de possibilités de s'opposer entre nous. Par exemple, la production des ordinateurs Dell nécessite le concours de 200 fournisseurs à travers le monde : c'est une fabrication internationale ! De même, l'Inde et le Pakistan, qui étaient prêts à entrer en guerre, ont subi des pressions et renoncé au conflit, sous la menace de voir leurs chaînes de production coupées.

“ **Les étudiants préfèrent étudier en Inde pour rester dans leur propre culture.**



SUDIP K. RAKSHIT
VICE-PRÉSIDENT DE LA
RECHERCHE, INSTITUT DE
TECHNOLOGIE D'ASIE,
THAÏLANDE.

“ **Nous devons travailler ensemble pour apporter à tous une meilleure qualité de vie.**

Je ne crois donc pas en une menace de perdre sa propre culture, mais nous devons travailler ensemble pour apporter à tous une meilleure qualité de vie.

Vers une autonomie africaine durable

CHRISTOPH OLIVER STORK : *Directeur de la recherche, Witwatersrand University, Afrique du Sud.* Research ICT Africa, basé dans une université, essaie de mettre la recherche à l'ordre du jour des universités et des gouvernements africains. En effet, la plupart des données proviennent de l'Union internationale des télécommunications (ITU) et d'organisations non africaines. Nous essayons donc de combler ce manque de données locales. Le réseau est composé de 17 pays membres répartis dans 3 régions (Afrique du Sud, Est et Ouest). L'Afrique du Nord nous rejoindra dès 2008. Le réseau cherche des membres motivés par la recherche et non par le simple profit. L'an dernier, 5 pays francophones ont rejoint le réseau, ce qui a ajouté d'autres défis de communication et de traduction.

“ **Research ICT Africa, essaie de mettre la recherche à l'ordre du jour des universités et des gouvernements africains.** ”

L'objectif du projet est de s'assurer que les Africains produisent leur propre recherche. En l'an 2000, seuls 2 000 Africains sur 700 000 avaient accès à Internet ; la population africaine n'a donc pas accès à l'information (ces pays pauvres basent leur économie sur l'agriculture). Ce projet de recherche permet de tendre vers cette amélioration et se décline en plusieurs phases :

- s'assurer de la bonne évolution des pays vers la société de l'information (veiller sur l'existence de la recherche et soutenir les décideurs)
- intégrer les décideurs dans la société de l'information et s'assurer de leur possibilité de contribuer au développement durable. Cette phase a particulièrement examiné la coordination et la diffusion des recherches, c'est-à-dire le reflet des évolutions de terrain au sein des politiques.

“ **Intégrer les décideurs dans la société de l'information et s'assurer de leur possibilité de contribuer au développement durable.** ”

La diffusion des téléphones portables a rencontré beaucoup de succès, mais nous nous sommes rendus compte que ces derniers étaient utilisés comme monnaie d'échanges contre des services. Ce point est intéressant car nous sommes particulièrement attachés à la connaissance locale. Trop de personnes décident de quitter les pays africains, c'est pourquoi ces recherches doivent être durables et pérennes. Pour cela, nous travaillons en collaboration avec d'autres pays afin d'apprendre leur fonctionnement.

Ce réseau nous a permis de créer des partenariats avec différentes organisations du monde (programmes de maîtrises et de doctorats par exemple).

GILLES PENNEQUIN : Je ne crois pas que nous sommes en désaccord dans nos propos respectifs, mais je ne suis pas certain que la culture commune émergera ni que les TIC contribueront à son émergence.

Les enjeux d'avenir risquent de nous concentrer nationalement sur nos propres énergies humaines et nos propres ressources, ce qui entraîne un risque de déglobalisation économique.

La DIAC a créé un cercle « TIC et développement durable » qui a permis de révéler que les chiffres de la mobilité et les chiffres des TIC suivent parfaitement la même évolution. Un des espoirs de développement durable est de réduire la mobilité des biens et des personnes ; les TIC représentaient donc un espoir de relais de cette mobilité en proposant une

“ **Enfin, si une culture commune doit exister, elle ne sera pas nécessairement occidentale !**

mobilité du savoir et une immobilité des biens et des personnes. Toutefois, si les contraintes climatiques et énergétiques imposent une baisse de la mobilité en général, je crains que les TIC ne subissent

le même effet : on passerait alors de logiques de globalisation du savoir à des concentrations de savoirs sur les préoccupations locales.

Enfin, si une culture commune doit exister, elle ne sera pas nécessairement occidentale !

SUDIP K. RAKSHIT : La menace réside dans la différence entre masses de population : 25 % de la population mondiale est indienne, ce qui est énorme ; la Chine et l'Inde représentent à elles seules 30 % à 40 % de la population mondiale. Ces populations réclament aujourd'hui une meilleure qualité de vie. D'ici peu, tout le monde utilisera les téléphones mobiles et Internet.

Notre institut compte 6 zones de recherche dont 5 sont liées au développement durable ; la 6^e zone concerne le problème indien du management : elle se penche sur les différences entre Européens et Asiatiques et s'en sert pour mieux travailler. En effet, nous devons comparer les modes de pensées européens, chinois et indiens. L'Europe a d'autres attentes, d'autres points de vue, ses hommes d'affaires ont d'autres influences...

“ **Nous devons comparer les modes de pensées européens, chinois et indiens.**

TONY VETTER : *Institut Wealthy international du Canada pour le développement durable.* La grande majorité du contenu de l'information actuellement disponible sur Internet est rédigé en anglais ce qui représente un obstacle pour l'accès de tous à Internet : il est difficile pour les populations pauvres d'accéder à la formation des langues dominantes étrangères. Les instituts de formation sont dominés par les Britanniques et les Français, c'est pourquoi leurs langues sont acceptées internationalement, ce qui impacte directement la gestion d'Internet.

Ces thématiques sont très importantes : la langue et la culture sur Internet demeurent des obstacles.

GILLES PENNEQUIN : Techniquement, nous serons bientôt capables d'avoir des traducteurs automatiques ; la barrière de la langue ne risque-t-elle donc pas prochainement de tomber (pour les élites qui auront accès à cette technologie bien sûr) ?

Nous partagerons alors une culture commune puisque chacun utilisera sa propre langue traduite automatiquement. Ces logiciels de traduction auront un enjeu majeur, car nous ne mettons pas tous le même sens derrière un même mot...

MONICA FOSSATI : En résumé, le Web 2.0 permettra un véritable échange transversal. En revanche, les communautés se regrouperont autour d'intérêts communs. Je vous conseille le livre *Internet, un séisme dans la culture* qui lance un pavé dans la mare sur la révolution Internet. Par ailleurs, la problématique d'Internet se situe au-delà d'une différence de culture : chacun peut publier ce qu'il veut sur Internet...



Les bonnes pratiques

Un partenariat public privé pour une culture commune

FRANÇOIS LEDOUX : *Responsable Éducation France, Intel Corporation*. Intel Corporation travaille en coopération et en partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale. Notre engagement auprès des pouvoirs publics et les questions autour d'une culture commune au niveau local se posent et se concrétisent dans notre méthodologie utilisée dans le cadre d'un Partenariat public privé (PPP) en 3 étapes :

la création d'une proposition à partir d'une problématique soulevée

la mise en place d'un programme et d'un partenariat

le respect, dans nos actions, de toutes les cultures pour préserver leur complémentarité.

Un partenariat est actuellement en cours pour la formation des enseignants du primaire et du secondaire afin d'intégrer les TIC au sein des classes. En effet, Intel Corporation travaille depuis 2 ans avec le ministère de l'Éducation nationale pour favoriser l'utilisation des TIC dans l'éducation mais aussi dans la classe en aidant les enseignants souvent dépassés par ces technologies. Les TIC ont un rôle fondamental pour accéder aux savoirs et aux données réelles présentées par les enseignants.

Considérant l'éducation comme un élément clé, Intel Corporation travaille également sur la diffusion des savoirs.

Son engagement auprès du ministère se décline en 4 étapes :

- la découverte mutuelle
- l'expérimentation de ce programme dans les académies de novembre 2006 à juin 2008
- le déploiement du programme
- la généralisation du programme d'ici 2009-2011.

Au cours de ces différentes étapes, la répartition des rôles est primordiale : chacun doit prendre en main son domaine de compétences et se compléter.

Le cinéma environnemental sur Internet

KATHLEEN VAN DAMME : *Chef de projet AthenaWeb et Directrice de l'agence Lab to Media, Belgique.* Je dirige une agence de communication spécialisée dans la communication scientifique, environnementale et le transfert d'innovations technologiques. Pour rejoindre les marchés, les entreprises ont besoin d'offrir au citoyen une alternative « développement durable » aux autres propositions concurrentes.



KATHLEEN VAN DAMME

CHEF DE PROJET ATHENAWEB ET
DIRECTRICE DE L'AGENCE LAB TO
MEDIA, BELGIQUE

AthenaWeb est un portail Internet qui est le client le plus important de l'agence. Ce portail ouvert au public met à disposition +/- 700 films environnementaux et scientifiques et des services de type Web 2.0. Il regroupe des films des producteurs indépendants, et chaînes de télévision, ainsi que les laboratoires et institutions à travers l'Europe, qui mettent à notre disposition leur production individuelle. Le site est uniquement en anglais, les films sont proposés en V.O. et les transcripts sont traduits en anglais. Les zones « education and scientist » proposent des liens vers d'autres sites destinés au monde de l'éducation et aux scientifiques eux-mêmes.

AthenaWeb permet ainsi à tous ceux qui n'ont pas accès à ces films via la télévision, de les voir on-line, en *streaming*. Des informations complètes sont disponibles pour chaque film : le résumé, le contributeur, les informations contextuelles, les droits liés à la vidéo, un séquençage, des photos par exemple exploitables en salles de classe...

Trouver son commerçant responsable en un clic

SÉBASTIEN RAVUT : *Fondateur du site Lemarchecitoyen.net, France.* Le *marchécitoyen.net* propose une autre dimension du partage de cultures : un rapprochement entre cultures de l'Internet et du développement durable. Il utilise le vecteur de la consommation pour sensibiliser le grand public. Sorte d'annuaire Internet des commerçants bio, équitables et solidaires, il permet de trouver les commerçants de proximité via un moteur de recherche et un classement thématique. Le principe est de créer des passerelles agréables entre l'offre et la demande de produits bio, équitables et solidaires. Le site attire aujourd'hui 5 000 visiteurs par jour. Nous travaillons avec des correspondants régionaux qui administrent et mettent à jour le site. Les visiteurs du site, les commerçants et les partenaires peuvent également contribuer à la mise à jour du site.

MONICA FOSSATI : Comment dois-je procéder pour proposer une boutique ?

SÉBASTIEN RAVUT : Un formulaire est en ligne pour ceux qui souhaitent proposer un commerce ou poster des commentaires.

La dimension intéressante de ce principe est qu'un site Internet nous propose de sortir de chez nous.

Toutes les parties prenantes du site sont invitées à participer à la mise à jour et au développement durable du site.

La page d'accueil donne directement accès à un classement thématique des commerçants, à un moteur de recherche (présent dans toutes les pages), à une carte de France pour accéder en un clic à chaque région. Ce système de géolocalisation permet de zoomer sur un quartier pour trouver les commerçants de proximité. Des partenariats avec d'autres acteurs (épargne solidaire, engagements économiques, sociaux ou environnementaux...) sont également en cours. Le référencement des boutiques est gratuit mais le développement dans le cadre de partenariats est un espace acheté.

Le marketing durable

SOLANGE MONTILLAUD-JOYEL : *Programme des Nations Unies pour l'Environnement.*
Depuis 1999, le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) travaille à promouvoir le développement durable par des actions marketing et de communication.

“ En effet, changer les habitudes de consommation passe par une meilleure communication et pour cela, la télévision peut représenter un média intéressant.

En effet, changer les habitudes de consommation passe par une meilleure communication et pour cela, la télévision peut représenter un média intéressant.

Le PNUE, sorte de ministère de l'Environnement des Nations Unies a pour principaux clients les gouvernements et les entreprises. Il a mis en place un forum sur la communication et la publicité. Pour communiquer sur ces sujets, les professionnels de la communication

doivent être formés ; c'est pourquoi, nous avons développé des outils interactifs disponibles en téléchargement en ligne, afin de véhiculer le message d'une communication et d'un marketing plus responsables. Un Cdrom propose aux professeurs des modules sur le marketing vert et la communication responsable. Il s'adresse également aux responsables marketing des entreprises, souvent très éloignés des objectifs de développement durable. Le CDrom contient notamment des études de cas pour porter des éclairages spécifiques sur certains sujets (analyse de campagnes publicitaires, etc.).

Le PNUE développe par ailleurs un 2^e outil : une galerie² créative des campagnes publicitaires sur le dévelop-

pement durable. Cette galerie se présente comme une base de données en ligne de campagnes publicitaires provenant du monde entier. Le site est essentiellement rédigé en anglais mais les campagnes sont diffusées dans leur langue d'origine. La galerie représente une vitrine pour les agences de publicités mais aussi une source d'inspiration pour les communicants des secteurs public et privé qui souhaitent développer des messages environnementaux et sociétaux.

“ Un Cdrom propose aux professeurs des modules sur le marketing vert et la communication responsable.

Un projet développement durable pour les jeunes

MONICA FOSSATI : *Réalisatrice de youthXchange VF.* Le PNUE et l'UNESCO ont développé un projet : youthXchange. Destiné à toucher un public jeune, également les professeurs et les animateurs en contact avec les jeunes, son but est de développer une nouvelle culture de consommation à travers des modes de production et comportements plus durables.

“ Le PNUE et l'UNESCO ont créé youthXchange – Kit de formation sur la Consommation Durable.

En effet, la moitié de la population mondiale a moins de 20 ans et 90 % des jeunes vivent dans des pays en développement. Au Nord comme au Sud, les jeunes consommateurs de classe moyenne ont accès à l'éducation, aux médias, à Internet et ils ont le pouvoir de formuler des idées, des modes, des cultures et ainsi des aspirations et des modèles de consommation. Ils doivent ainsi comprendre qu'autour de leur petit monde, une planète existe... Comment leur expliquer que tout en achetant des vêtements, on influe sur l'état de la planète ?

C'est pourquoi le PNUE et l'UNESCO ont créé youthXchange – Kit de formation sur la Consommation Durable. Cet outil répond au besoin d'informations fiables, claires et malgré tout ludiques sur la signification et les enjeux du développement durable dans la vie quotidienne.

² <http://www.unep.fr/pc/sustain/advertising/ads.htm>



Il apporte une vision positive d'un mode de vie durable qui serait « cool » plutôt que « indispensable », « chic » plutôt que « responsable ».

Le but est de donner aux jeunes, à leurs formateurs et aux ONG les moyens de passer de la théorie à la pratique en encourageant les nouvelles idées, la créativité et l'échange de visions futures pour faire évoluer les modes de vie.

Cet outil a pris la forme d'un site Web accompagné d'un guide papier édité en plus de 16 langues. Il illustre les thématiques sous forme de cas d'étude et d'exemples, les complétant de faits et chiffres.

Que propose youthXchange ?

Il aborde la Consommation Durable de façon large et globale et propose des solutions concrètes et accessibles.

Le guide contient l'essentiel des faits et données, illustrés de conseils et d'exemples concrets, avec des références claires quant aux sujets qui peuvent être étudiés plus en profondeur.

Le site web, parcours de formation, est conçu comme ressource d'informations et d'idées pour les formateurs. On y retrouve les thèmes essentiels du développement durable : mobilité, eau, déchets, énergie, alimentation...

Pour les jeunes, il informe sur l'état des lieux et inspire par des bonnes pratiques, des conseils, des produits durables... Ils peuvent surfer ainsi sur des centaines de pages, trouver des sources, aller plus loin...

Il aborde également les sujets de fond et d'éthique en les amenant à s'interroger sur leurs priorités et le bien fondé de leurs valeurs : le travail des enfants, la maltraitance des animaux, le commerce équitable et l'égalité en général...

En bref, les professeurs y trouveront un programme préconstruit et riche à intégrer à leurs cours, les jeunes un site sur lequel ils peuvent glaner de l'information fiable et nourrir un futur meilleur : ce sont eux qui dessinent la planète de demain !

Site (anglais Et français) : youthxchange.net

(La première édition en français est disponible sur demande pour les formateurs et les enseignants.)