



Edito

Environnement : les français progressent !

On dit régulièrement que la population est de plus en plus sensibilisée aux questions liées à l'environnement, mais met-elle réellement en pratique ces bonnes paroles ? Et bien la réponse est oui ! Un très sérieux rapport du Credoc vient d'en faire la preuve. Si dans certains domaines, tels que le logement et le chauffage, les Français semblent plus réfractaires à changer leurs habitudes, l'étude montre qu'il y a des changements significatifs dans les comportements. Aujourd'hui, 66% des françaises disent économiser l'eau de façon volontaire contre 52% en 1995. Les raisons, elles aussi, ont changé : s'il y a 15 ans, la motivation principale était de réduire sa facture d'eau, aujourd'hui il s'agit plutôt d'une prise de conscience visant à préserver une ressource naturelle. Le rapport à l'automobile a lui aussi évolué, et les nouvelles générations lui préfèrent largement les transports en commun. Enfin, le « Bio » se démocratise et les produits bio ne sont plus réservés à une partie aisée de la population. En effet, que 52 % des personnes disposant de moins de 900€ par mois consomment aujourd'hui des produits issus de l'agriculture biologique, contre 20 % en 1995.

Vous voyez, on vous avait dit qu'on était sur la bonne voie !

Point réglementaire

Dans le cadre de la loi Grenelle 2, deux nouveaux décrets concernant les éoliennes sont parus au JO. Désormais, celles d'une puissance inférieure à 20 MW pourront avoir accès à un régime de déclaration simplifiée, procédure administrative créée pour l'occasion. Les exploitants concernés devront déposer un dossier de déclaration auprès de la Préfecture, sans quoi ils s'exposeront à une amende de 75 000 euros. Les porteurs de projet d'installations de plus de 20 MW devront quant à eux suivre la procédure d'autorisation classique du régime ICPE, jalonnée d'étapes administratives plus lourdes.



Interview

Julie Ducret, gérante et fondatrice de Pulpe de Vie, cosmétiques bio, 100% local.

Dites-nous comment tout a commencé...

Depuis de nombreuses années, je consomme des cosmétiques bio. Mais ces produits, trop austères, véhiculent un discours assez culpabilisant à mon goût... Forte d'une expérience de plus de 10 ans dans le marketing (notamment en cosmétique chez Henkel), je décide de créer moi-même des cosmétiques bio qui répondent à mes propres besoins : Pulpe de Vie est né.

Comment imposer une nouvelle marque de cosmétiques bio sur un marché déjà bien encombré ?

Tout d'abord, j'ai choisi de me démarquer des produits bio traditionnels en mettant en avant le plaisir et la gourmandise par un packaging original. Ensuite, je propose des produits bio, 100% français et locaux (colorants du Luberon, fruits de PACA, miel de la région etc.) à un prix accessible, malgré le coût que représente la matière première. Ce choix s'inscrit vraiment dans une démarche de Développement Durable : en utilisant des produits locaux, nous réduisons et maîtrisons notre empreinte carbone et soutenons les petits producteurs bio en leur garantissant un débouché pour leur produits – et donc une source de revenu régulière.

Comment imaginez-vous développer Pulpe de Vie ?

Un des objectifs de Pulpe de Vie est de se développer à l'international assez rapidement - car pour que le business model soit rentable, l'entreprise a besoin de vendre beaucoup. Cependant l'exportation apparaît comme contradictoire avec la démarche de production locale, de maîtrise de l'empreinte carbone et de préservation de l'environnement. C'est pourquoi, dans une volonté de cohérence, Pulpe de Vie essaie d'envisager notamment, pour l'exportation de ses produits, des moyens de transport qui rejettent moins de CO2, comme le transport maritime.

Pulpe de Vie est partenaire de l'association « Un toit pour les abeilles » qui aide à la sauvegarde des abeilles en proposant aux consommateurs de parrainer une ruche.

<http://www.pulpedevie.fr>

<http://www.untoitpourlesabeilles.fr/>



Bonnes Pratiques

Terra Eco se lance dans l'affichage environnemental !

Avec 168 autres entreprises pionnières dans l'affichage environnemental, le magazine Terra Eco répond à la démarche engagée dans le cadre du Grenelle de l'environnement afin de sensibiliser les consommateurs aux impacts environnementaux des produits.

Ces « étiquettes environnement » apparaissent donc maintenant sur le magazine et ont pour but de renseigner le consommateur sur trois critères : eau, climat et ressources naturelles.

Plus d'infos sur l'affichage environnemental :

affichage-environnemental.afnor.org



Brèves

Nouvelle avancée dans le monde des voitures décarbonnées : « cambridge brut », un carburant révolutionnaire !

Des étudiants du MIT sont en train de mettre au point un nouveau carburant appelé provisoirement « cambridge brut » qui ne sert pas à alimenter un moteur à explosion mais une batterie électrique rechargeable ! Cette nouvelle technique sera moins lourde et plus économique que les technologies actuellement disponibles, car les batteries ne seront pas rechargées en électricité mais en matière capable de créer leur propre électricité. Le premier prototype utilisant cette technologie sera présenté en 2012. L'annonce de cette nouvelle met l'eau à la bouche des aficionados des voitures hybrides et électriques ! terra.eco

La première hydrolienne française mise à la mer au large de Bréhat (Bretagne).

Cette hydrolienne constitue un test avant la mise en service de ce parc de quatre hydroliennes dans la baie de Paimpol courant 2012. Selon EDF, la production d'électricité hydrolienne a un fort potentiel : entre 2,5 et 3,5 gigawatts en France soit environ 3 ou 4 % de la production hexagonale actuelle. actu.environnement



Agenda

Du 10 au 16 octobre c'est la semaine de l'ISR !

Partout en France venir découvrir ce qu'est l'ISR grâce à des conférences, rencontres, débats etc.

Plus d'infos : www.semaine-isr.fr

Les 13 et 14 octobre : les 6èmes Assises nationales du développement durable des collectivités locales de la région Midi-Pyrénées à Toulouse. Le thème de ces assises sera « 1 000 actions concrètes en faveur du développement durable - exemplarité locale et territoriale - quelles perspectives ? » www.andd.fr

3 et 4 octobre : Itinéraires du développement durable à Lille. Toutes les infos : idd.nordpasdecals.fr



Carton Rouge...

Accusée de racisme, Nivea retire une publicité.

A la suite des pressions des internautes (Twitter, Facebook, etc.), Nivea a été contraint de retirer sa publicité pour sa campagne « Nivea for Men » qui clamait « Recivilisez-vous ! »

Cette campagne mettait en scène un homme noir, cheveux courts, rasé, s'apprêtant à jeter son ancienne tête coiffée afro avec une barbe hirsute. C'est l'injonction « Recivilisez-vous ! » qui a fait tiquer les internautes. Devant la mobilisation sur la toile, Nivea a préféré retirer sa campagne et a présenté ses excuses.

l'express

L'affichage publicitaire autonome grâce à un film photovoltaïque transparent !

La société WYSIPS, inventeur du film photovoltaïque transparent, s'est associé à Prismaflex International, le fabricant européen de panneaux d'affichage publicitaires et de mobilier urbain (Rhône). Cet accord vise à développer un nouveau mode d'affichage publicitaire totalement autonome en énergie, grâce à l'intégration d'un film photovoltaïque transparent. Cette nouvelle technologie permettra de donner une nouvelle image à l'affichage publicitaire plus respectueuse de l'environnement, en plus d'une réduction significative de leur consommation énergétique. www.wysips.com

Pour en savoir plus, contactez-nous !

Tel : 04 72 60 28 27

60, Cours Lafayette - 69003 Lyon

www.alteractive.org

Inscrivez-vous à cette newsletter,
<mailto:newsletter@alteractive.org>