

Éduquer à la consommation durable

) le point sur... (À propos de consommation et de production durables

Isabella Marras, Programme des Nations Unies pour l'Environnement [PNUE] Division Technologie, Industrie & Economie (DTIE), Service Consommation & Production durables

() à l'origine

- Chaque terrien-ne consomme (plus ou moins !), pour se nourrir, se déplacer, se loger, se détendre, etc. Une réflexion sur les comportements socio-culturels, les enjeux économiques et les incidences environnementales peut orienter nos choix citoyens.
- L'Ifrée a proposé cette année un stage sur le commerce équitable (international et local). Une cession sur les consommations éco-responsables est prévue début février 2007 (voir pages intérieures).

)(Débats !

« Il ne revient pas aux entreprises de nous enseigner comment consommer. Elles doivent en revanche nous informer clairement sur leurs modes de production, d'organisation et d'approvisionnement de façon à ce que les consommateurs (nous) puissent choisir en connaissance de cause et en toute responsabilité. »

Extrait du texte de la campagne
« Ouvrir les yeux, c'est urgent »
Site www.actionconsommation.org

La cause principale de la dégradation continue de l'environnement mondial est un schéma de consommation et de production non viables, notamment dans les pays industrialisés. De l'autre côté, une grande partie de la population mondiale ne peut être qualifiée de « consommateurs », luttant jour après jour pour simplement survivre au quotidien : aucun accès à l'eau potable ni à des sources d'énergies abordables, des terres appauvries ou désertifiées et des amoncellements de déchets.

La consommation durable (CD) consiste à trouver des solutions viables aux déséquilibres – sociaux et environnementaux – grâce à un comportement plus responsable de la part de chacun. La CD est notamment associée à la production et à la distribution, à l'utilisation et à la collecte de produits et de services, et amène à repenser leur cycle de vie.

L'objectif est de vivre mieux, de trouver l'équilibre entre nos envies de consommateurs et notre responsabilité de citoyens. Le défi est de s'assurer que les besoins premiers de l'ensemble de la communauté mondiale soient satisfaits, les excès réduits et les méfaits sur l'environnement évités.

La CD fait partie intégrante du développement durable et représente un enjeu d'une extrême importance pour les Nations Unies. Le secrétaire général Kofi Annan a soutenu à ce sujet : « chacun peut choisir d'acheter des produits respectueux de l'environnement ou non. Cela change les modes de consommation et par conséquent les modes de production. Chacun d'entre nous a ce pouvoir. »

Du point de vue de la vie pratique : le consommateur « durable » peut favoriser l'achat de produits d'occasion, les loisirs à faible impact environnemental et, pourquoi pas, s'interroger sur la nécessité d'acquiescer le produit dernier cri. Pour ce qui est des

considérations d'ordre social, ce consommateur choisira les produits issus du commerce équitable, l'échange de services, les entreprises réputées pour le respect de leurs employés, une forme de tourisme qui favorise le développement des communautés hôtes...

Dans ce cadre, l'éducation – elle-aussi diversifiée et adaptée aux réalités locales – est d'importance primordiale car elle contribue à créer une ouverture culturelle envers une société plus durable.

La nécessité de l'éducation à la consommation durable est née du constat que les choix des consommateurs agissent comme levier économique pouvant inciter les entreprises à adopter des pratiques plus écologiques et participant au bien-être des communautés.

Elle nécessite des stratégies et des méthodes innovantes et très adaptées culturellement car ce que l'on touche, c'est la vie de tous les jours avec ses habitudes, ses aspirations personnelles, ses convictions sur ce qui est bien ou mal et aussi la pression sociétale.

Dans ce sens, il est peut-être mieux de parler d'éducation aux styles de vie plus durables et de lier ce concept étroitement à ceux de citoyenneté d'un côté, et de professionnalisation de l'autre. Pour cette raison, l'éducation à une consommation responsable met en relation un grand nombre d'acteurs et de disciplines ayant trait directement ou indirectement à l'EDD et à d'autres secteurs d'activité publics et privés à dominante environnementale, sociale ou économique.

Mais ce qui est le plus important est que l'éducation à la consommation durable répond à l'exigence de faire du concept large et un peu menaçant du développement durable un fait de tous les jours.

Pour de plus amples informations, visitez notre site internet : www.unep.fr ou via sc@unep.fr



actions & expériences

Partenariat avec les territoires

Une action éducative et de développement local

)) Du côté des formations...

Stage « Consommation et développement durable »

Poitiers les 1^{er} et 2 février 2007

Pour vivre, travailler, nous avons besoin de divers biens, produits et services. Quelles sont les répercussions socioculturelles, économiques et environnementales des consommations sur notre planète et quel est son devenir ? En tant qu'habitant, acheteur ou acteur professionnel, nous avons un certain pouvoir pour favoriser tel ou tel type de production, telle ou telle filière, à des coûts supportables. Nous vous proposons lors de ce stage d'explorer des pistes pour comprendre et intégrer « la thématique consommation » dans un projet éducatif, afin d'agir de façon plus respectueuse et solidaire.

Lors de cette formation, des pistes seront explorées pour comprendre et intégrer les processus de consommation dans des projets éducatifs. La finalité est d'acheter et utiliser de façon plus respectueuse et solidaire.

Contact :
Ifrée

)) Campagne...

« Le geste du mois »

www.capasseparmoi.be

Un avenir durable, social et solidaire passe par vous !

Six associations vous invitent à intégrer dans vos vie quotidienne des gestes concrets à travers quatre champs d'actions : le commerce équitable ; l'économie solidaire ; l'agriculture biologique et l'éco-consommation.

Que vous soyez une institution, une association ou un « simple » citoyen, agissez en signant la Charte d'engagements qui vous concerne et passez à l'action !

Il y a un an démarrait un partenariat entre le GAB 17 et la Communauté d'Agglomération du Pays Royannais en Charente-Maritime. Ce projet fait suite à une nécessité nationale : éduquer les enfants au goût et à « une alimentation saine », dans le cadre du programme national de lutte contre l'obésité « EPODE » doublé d'un constat régional : le manque de débouchés pour les produits bio locaux et le manque de producteurs bio en Pays Royannais.

C'est donc une action éducative visant une alimentation saine et locale qui a été mise en place sur ce territoire avec l'approvisionnement des cantines en repas bio grâce à la plateforme régionale « Paysans Bio Distribution ». Ces repas ont été assortis d'animations en classe auprès des écoles primaires.

Trois types d'animations et trois supports pédagogiques ont été créés et proposés aux classes (45 mn en moyenne) :



- la ferme maraîchère : comment produire des légumes dans une ferme classique et dans une ferme bio et quels sont les impacts sur l'eau, le sol, la végétation et les aliments (maquette interactive conçue par le GAB 17) ;
- l'évolution de l'agriculture de 1900 à nos jours (jeu en bois conçu par la Chambre d'Agriculture 17) ;
- la table de petit déjeuner et l'origine des aliments (maquette grandeur nature conçue par la chambre d'Agriculture 17) ;
- la marguerite des aliments (maquette interactive conçue par la Mission Régionale Nutrition Santé).

Devant le succès rencontré cette année (65 classes en 3 mois), il est envisagé de poursuivre le projet dès la rentrée prochaine et de l'étendre aux collègues, de compléter les animations par des visites de fermes et, en parallèle, de faciliter l'installation d'agriculteurs bio sur le territoire.

Contact : Karine TROUILLARD -GAB 17
TÉL. : 05 46 32 09 68

Consom'acteur en herbe...

On ne doit plus se contenter de seulement trier ses déchets, notre engagement doit se manifester bien en amont de la poubelle ou de la pollution...

C'est donc tout naturellement que le thème de la consommation est apparu dans mes actions : pour faire prendre conscience à chacun de son « pouvoir » lié à l'acte de consommer, et pour l'informer des alternatives existantes. Ce thème pourtant sensible (puisqu'il touche à des notions d'argent, de choix...) a toute sa place dans une action pédagogique avec des enfants. L'enfant peut être acheteur mais surtout source d'influence, puisque son avis est souvent pris en compte par ses parents.



Voici le déroulement d'une de mes animations mise en place avec une classe de CM1-CM2 d'Orléans, l'objectif était de faire comprendre le développement durable par le biais de la consommation. La méthode choisie : mise en situation concrète et simulation de l'acte d'achat.

1^{ère} étape : Recueil des représentations des enfants sur le thème.

2^{ème} étape : Faire des groupes et leur distribuer : 1 panier et 1 liste de courses.

Leur expliquer qu'ils vont devoir faire les courses et choisir parmi plusieurs produits et surtout leur dire de faire attention aux étiquettes !

3^{ème} étape : Retour en groupe, et à l'aide d'une petite fiche d'observation, argumenter les choix.

4^{ème} étape : Débat sur les choix de chacun et explications de l'animateur.

Prolongements possibles : réfléchir au traitement de leurs produits et les faire trier ; faire le test de l'empreinte écologique.

Cette animation, facile à mettre en place, permet d'aborder plusieurs thèmes liés à la consommation : l'origine des produits, les emballages, l'impact environnemental, l'agriculture biologique, etc.

Et surtout, de faire prendre conscience aux enfants qu'il existe des alternatives !

Sandy GOLL
Animatrice-environnement à l'Agglo d'Orléans
Administratrice du GRAINE Centre

Affaire de jouets

Jouets à faire

En 2003, une poupée Barbie était achetée chaque seconde dans le Monde.

Les jouets suscitent quels styles de vie, quels types d'achats ?

L'observation attentive de catalogues, nombreux avant Noël, permet de repérer les tendances, les valeurs sous-jacentes, les « cibles » selon l'âge et le sexe. Il y a là matière à discussion et réflexion entre enfants, ados et éducateurs – dont les parents.



Les jeux de société, tout en favorisant la convivialité, sont majoritairement basés sur la concurrence : arriver le premier, gagner le maximum ; avec au final un(e) gagnant(e)... et des perdant(e)s. Faut-il y voir un parallèle avec la marche du monde actuel ?

De plus en plus connus, les jeux coopératifs contribuent à développer un esprit d'entraide, avec bénéfices réciproques.

Mais, dans l'ensemble, les joueurs ne sont qu'utilisateurs, même si certains supports stimulent l'imagination.



Depuis le début des années 1990, l'association « Les chemins buissonniers » anime des ateliers de confection de jouets et d'instruments musicaux champêtres. Les matériaux ? Des végétaux frais ou secs – paille d'avoine ou noyau d'abricot métamorphosés en sifflets, coquille de noix devenue souris, éolienne en plume et noisette, bilboquet

fait avec une rondelle d'os à moelle, etc. Le matériel ? Le couteau (Opinel), et quelques clous et fils de fer transformés en poinçons.

L'animatrice et formatrice Arlette BONNEFOUS a toujours privilégié l'accompagnement des personnes dans la fabrication par elles-mêmes d'un jouet. « Je ne vends pas de jouet, même si

les gens insistent parfois ! Je vends des animations pour que chacun(e), enfant ou adulte, non seule-

ment joue, mais fabrique son instrument musical ou ludique et puisse même le réparer. Par cela, il découvre et acquiert de l'estime quant à ses potentialités. »

Imaginez « en banlieue » la tête d'adolescents, quand, après toutes les démonstrations et précisions requises, Arlette confie à chacun un couteau bien aiguisé !



La marque de confiance dépasse très amplement alors la marque... à la mode !

Plaisir de créer de ses mains, modestie des moyens matériels et énergétiques, modique coût financier de l'objet réalisé, transmission de savoir-faire anciens, valorisation « d'arts modestes », appréciation d'éléments dénichés dans la nature – après avoir un peu marché – sont autant de clins d'œil à une société de consommation – au supermarché !

Benoît LAURENT

Association « Au jardin d'aventures »

Contact : Association Les Chemins Buissonniers
Arlette BONNEFOUS
chemins.buissonniers@wanadoo.fr

Consom'Acteurs,

éduquer les jeunes consommateurs

S'inscrivant au cœur des finalités éducatives de la Fédération Léo Lagrange, qui valorisent notamment la construction d'une citoyenneté active et veulent renforcer la solidarité face aux dérives de la mondialisation économique, cet outil a pour objectif de sensibiliser les jeunes et les adultes qui les accompagnent à l'importance d'une consommation plus responsable et d'un commerce plus équitable.

Parce que l'intention éducative sous-tend chacune de nos interventions, il s'agit non pas d'imposer aux consommateurs, jeunes ou non, d'acheter tel ou tel produit ou service, d'avoir tel type de conduite, mais bien de développer un esprit critique, une responsabilité.

Léo Lagrange travaille de ce fait à faire évoluer les comportements de consommation, pour des citoyens plus critiques, plus responsables, sachant choisir et se défendre, le cas échéant.

L'acte de consommation est répété tous les jours en tous lieux. L'éducation à la consommation relève donc de tous les espaces éducatifs où évoluent l'enfant et le jeune. La famille, l'école, la maison de quartier, les centres de loisirs, le centre social... sont des espaces privilégiés où peut se développer une multitude d'actions, de mises en situations, de découvertes, d'apprentissages en lien avec la réalité quotidienne des enfants et des jeunes.

Cet outil pédagogique est ainsi construit qu'il permet d'aborder l'éducation à une consommation responsable dans une pédagogie de projet (une histoire se déroule tout au long de l'outil), mais est aussi décliné en divers « chapitres » permettant ainsi d'aborder une par une les thématiques.

Il est essentiel d'aborder ce(s) sujet(s) en commençant par expliciter la notion de besoin. En effet, à l'ère où l'acte de consommation s'apparente plus à une mode (plus je consomme, plus j'accède à un rang social privilégié ou si je consomme telle ou telle chose, on me voit

de telle et telle façon) qu'à des besoins vitaux (dont le premier reste bien l'alimentation), il est important de faire réfléchir, sans jugement, les enfants et les jeunes à leur propre consommation. Il sera alors plus aisé d'aborder des notions plus complexes que sous-tendent les divers modes de production, le commerce éthique ou encore le commerce équitable.

L'éducation du jeune consommateur doit permettre aux enfants et aux jeunes de devenir des consommateurs avertis, formés et informés. Elle doit les préparer à assumer leurs responsabilités d'adultes.

Marie-Laure DAVY
Déléguée Nationale
Enfance
Fédération Nationale
Léo Lagrange

Cet outil est téléchargeable sur le site :
www.leolagrange-conso.org
Rubrique Outils péda

PNUE/UNESCO Youthxchange

L'éducation au développement durable au quotidien

Le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE) et l'UNESCO mènent une initiative conjointe d'éducation à la consommation durable envers des jeunes âgés de 15 à 25 ans. Le projet s'appelle youthXchange (YXC), et il présente les choix de consommation comme un outil de changement pour un monde plus respectueux de l'environnement et contribuant au bien-être des communautés.

Les thèmes essentiels du développement durable (mobilité, eau, déchets, énergie, alimentation) sont abordés en informant sur l'état des lieux, les solutions existantes, les bonnes pratiques, les conseils, l'amélioration et l'existence de produits durables... Mais le projet aborde également les sujets de fond et d'éthique en amenant les jeunes à s'interroger sur leurs priorités et le bien fondé de leurs valeurs.

YXC est né du constat qu'au Nord comme au Sud, les jeunes consommateurs

de classe moyenne ont accès à l'éducation, aux médias, à Internet et qu'ils ont le pouvoir de formuler des idées, des modes, des cultures et ainsi des aspirations et des modèles de consommation. Ces jeunes, non seulement seront les décideurs de demain, mais dès aujourd'hui, leurs actions peuvent avoir une influence importante sur les comportements des entreprises.

YouthXchange est un kit d'éducation à la consommation pour formateurs, composé d'un guide et d'un site Internet. Le kit vise à éveiller une prise de conscience chez les jeunes et à les inciter à agir en leur présentant des études de cas bien concrètes. Et cela marche : le guide est déjà imprimé à plus de 400 000 exemplaires dans 15 langues. Le site Internet en anglais est en ligne et une version française suivra sous peu.

Plus d'informations :

www.youthXchange.net
isabella.marras@unep.fr ou sc@unep.fr

Un kit pédagogique sur

la consommation responsable

L'association Action Consommation a réalisé pour la rentrée scolaire 2005 un kit pédagogique à l'intention des professeurs de diverses disciplines de lycée, à commencer par ceux de Sciences Économiques et Sociales⁽¹⁾. Il s'agit, à partir de fiches de travaux dirigés, de sensibiliser les élèves aux multiples questions soulevées par la problématique de la consommation responsable.

Ainsi, une fiche permet aux élèves de calculer leur « empreinte écologique », une autre sous forme de jeu de rôle aborde les problèmes liés à la production et à la circulation de l'eau en bouteille, une autre encore permet de reconstituer l'étonnante histoire chimique d'une tarte aux cerises achetée dans un hypermarché, etc. Les élèves pourront par ailleurs, à partir de la trame d'un Guide de la consommation responsable, réaliser leur guide local répertori-

ant les lieux de vente et les pratiques relevant de cette forme de consommation. Ils pourront également s'initier à la construction d'une enquête par sondage afin d'interroger la population locale sur certains aspects de la problématique.

Un questionnaire va être adressé aux professeurs ayant utilisé ce kit avec leurs élèves afin de le faire évoluer dans les années à venir et répondre ainsi aux problèmes rencontrés ou aux souhaits exprimés par ces professeurs et leurs élèves.

Yann FIÉVET, Professeur de Sciences Économiques et Sociales, Vice-président d'Action Consommation

Plus d'informations :

Action Consommation
21 ter, rue Voltaire - 75011 Paris
Site Internet : www.actionconsommation.org

(1) Le kit peut être utilisé par les professeurs de divers départements d'IUT et des classes préparant au BTS.

) Quinzaine du commerce équitable

Un geste quotidien pour un monde plus juste

Les valeurs d'équité ont pris une réelle importance dans l'esprit des consommateurs : les trois quarts d'entre eux connaissent l'existence du commerce équitable. Au contraire d'un acte de charité ponctuel, l'achat équitable doit maintenant devenir une habitude quotidienne pour tous les consommateurs. Il importe aussi de ne pas se laisser abuser par des marques qui n'offriraient pas de vraies garanties. Tels sont les buts de cette Quinzaine du commerce équitable.

Une mobilisation massive a lieu à travers toute la France. Plus de 2 500 actions sont menées par le réseau d'associations qui soutient Max Havelaar France : marques, enseignes et collectivités locales s'impliquent aussi.

Une tournée nationale d'information citoyenne avec un autobus pédagogique sur les places centrales de sept grandes villes. À bord, un large éventail d'outils d'information : une exposition, des bornes interactives avec des jeux spécialement conçus, la projection des trois courts-métrages sur le commerce équitable, un espace d'échange avec 12 producteurs du Sud. Ainsi, chacun peut s'informer largement sur le commerce équitable, selon sa disponibilité et ses affinités.

Les 12 producteurs ont été invités à venir témoigner de l'impact du commerce équitable sur leur quotidien. Venus de Thaïlande, du Ghana, du Pérou, d'Inde, d'Equateur, d'Ethiopie, du Mali, de Bolivie, du Sénégal, du Brésil et du Cameroun, ils sillonnent la France pendant toute la durée de la Quinzaine. Présents à bord de l'autobus, ils participeront aussi à de nombreux débats et conférences.

La 6^{ème} Quinzaine du commerce équitable a eu lieu du 29 avril au 14 mai 2006.

<http://www.maxhavelaarfrance.org>

horizons

Zoom sur...

L'association Consodurable

L'association Consodurable a été créée le 3 février 2004 à l'initiative des ministres en charge de la consommation et du développement durable. Elle regroupe des acteurs du développement durable, représentants des pouvoirs publics, organismes publics ou parapublics, des associations de consommateurs et des associations de défense de l'environnement.

L'association s'adresse à la fois aux consommateurs et aux entreprises :

- en direction des consommateurs : ils sont des acteurs majeurs du développement durable. Par leurs achats, ils peuvent orienter les entreprises vers des productions plus durables. Il faut donc leur permettre des choix de consommation responsable,

- en direction des entreprises : les pouvoirs publics entendent soutenir et amplifier les initiatives de nombreuses entreprises qui s'attachent à manifester leur responsabilité sociale et environnementale par des actions de développement durable.

Consodurable a néanmoins pour principal objet de créer, de développer et d'administrer, dans un but d'intérêt général, un site Internet mettant à la disposition des



consommateurs toutes informations relatives aux actions engagées dans le domaine du développement durable par les entreprises ou associations professionnelles actives dans le secteur des biens de grande consommation.

Le site www.consodurable.org a pour but de mobiliser les entreprises et les consommateurs vers des modes de production et consommation responsables, écologiquement et éthiquement viables. Pour cela, il propose un Abc du Consom'acteur, pour décrypter les normes, labels, logos, relatifs à la consommation durable, et la publication des Consom'actions des entreprises et organismes professionnels. Deux rubriques du site permettent de s'orienter ensemble vers le développement durable. Plus globalement, il a vocation à informer le plus complètement possible le consommateur sur les biens et services compatibles avec le développement durable, à valoriser les actions en faveur du développement durable des entreprises membres (y compris leurs actions à l'étranger) et à créer un espace de dialogue sur le développement durable entre consommateurs et entreprises.

D'autres structures ressources

- ADEIC

Association de Défense, d'Education et d'Information du Consommateur
3 rue de la Rochefoucauld
75009 Paris
Tél. : 01 44 53 73 93
www.adeic.asso.fr

- ALLDC

Association Léo Lagrange pour la Défense des consommateurs
153 avenue Jean Lolive
93695 Pantin cedex
Tél. : 01 48 10 65 82
www.leolagrange-conso.org

- Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique

6 rue Lavoisier
93100 Montreuil-sous-Bois
Tél. : 01 48 70 48 30
www.agencebio.org

- INC

Institut National de la Consommation
80 rue Lecourbe
75732 Paris Cedex 15
www.conso.net

- MCE

Maison de la Consommation et de l'Environnement
48 boulevard Magenta
35000 Rennes
www.mce-info.org

- Orgeco

Organisation Générale des Consommateurs
64 avenue Pierre Grenier
92100 Boulogne-Billancourt
www.orgeco.net

) Fenêtres ouvertes sur le Net ! (

@ • <http://www.ecoconso.be>
Et si mieux consommer faisait toute la différence

Le Réseau Eco-consommation vise à encourager des comportements de consommation plus respectueux de l'environnement et de la santé. Ce site regorge d'informations et de propositions concrètes. ■

@ • <http://www.ethique-sur-etiquette.org/>
Pour le progrès social ; Contre la violation des droits de l'homme au travail

De l'éthique sur l'étiquette est un collectif de 43 associations qui œuvre pour promouvoir le respect des droits de l'homme au travail dans le monde. ■

@ • <http://www.commerceequitable.org>
La Plate-Forme pour le Commerce Équitable
La PFCE est un collectif national de concertation et de représentation d'acteurs de commerce équitable français. ■

@ • www.observ.be/FR
Observatoire Bruxellois de la Consommation Durable
Plein d'informations regroupées dans des dossiers thématiques. ■

@ • <http://www.amisdelaterre.org/>
Cette association œuvre pour des sociétés durables au Nord comme au Sud. Les Amis de la Terre International est un réseau qui mène des campagnes pour aller vers un monde écologiquement soutenable, juste et vivant en paix. ■

@ • <http://www.ecoconsommateur.org>
Le site du citoyen éco-consommateur
Un test pour connaître votre rôle en tant qu'habitant, citoyen consommateur... pour agir pour l'éco-citoyenneté, le développement durable, l'économie solidaire et l'éco-consommation. ■

@ • <http://www.ecoconomie-positive.be>
Le but de ce portail est de créer une nouvelle dynamique positive innovante et fédératrice pour une économie respectueuse des « hommes », des cultures et de l'environnement. ■

@ • <http://www.minga.net>
Pour le développement économique d'un commerce équitable.
L'association Minga traite de la question de la régulation équitable des échanges commerciaux. ■

chronique bibliographique

consommation

• Ouvrages généraux

RIMSKY-KORSAKOFF, Jean-Pierre. *Au-delà du bio : la consom'action.* Editions Yves Michel, 2003. 239 p.

Qu'est-ce que l'esprit bio, dans le cadre de la nouvelle citoyenneté ? Agriculture biologique et grande distribution. Les grandes surfaces. Les biocoops. La consom'action, le commerce équitable. Ethique de l'acte de consommation. Alternatives. Enjeux de l'agriculture biologique.

La consommation citoyenne. Alternatives Economiques, 03/2003, n° Hors série 10.

Filières et labels, nouvelles pratiques responsables, lieux de vente, l'action citoyenne, le commerce équitable, le tourisme solidaire.

NORBERT-HODGE, Helena/MERRIFIELD, Todd/GORELICK, Steven. *Manger local : un choix écologique et économique.* Editions Ecosociété, 2005. 169 p.

Plaidoyer pour l'agriculture de proximité. Les aliments produits localement réduisent les gaz à effet de serre, l'utilisation de produits chimiques toxiques, l'entreposage, le suremballage et l'emploi d'additifs...

WARIDEL, Laure. *L'envers de l'assiette : et quelques idées pour la remettre à l'endroit.* Editions Ecosociété / Environnement Jeunesse, 2003. 173 p.

Pour qu'acheter soit agir : exemples, questionnements sur notre manière de manger et de choisir les produits du supermarché. Propose la formule des 3N-J : Nu, Non-loin, Naturel et Juste.

CHALOT, Francis/FNE. *Livre blanc sur la prévention des déchets : agir ensemble pour avoir moins de déchets à éliminer.* France Nature Environnement, 2001. 143 p.

Conseils pratiques pour éviter de générer des déchets. De nombreuses possibilités d'actions sont proposées à tous les acteurs. Ouvrage très complet et grand public.

WORLDWATCH INSTITUTE/BOUGUERRA, Mohamed LARBI (trad.). *La consommation assassine : comment le mode de vie des uns ruine celui des autres, pistes pour une consommation responsable.* Editions Charles Léopold Mayer, 2005. 261 p.

Constats et propositions pour changer nos façons de consommer. Pistes et solutions à la portée des gouvernements, des associations et

des individus, pour une gouvernance de la consommation et moins de gaspillage. Pêle-mêle : emballages, ordinateur, eau en bouteille, chocolat, soda, circuit d'un T-Shirt en coton.

WARIDEL, Laure. *Acheter, c'est voter : le cas du café.* Editions Ecosociété, 2005. 176 p.

Essai sur le commerce équitable et sur les rouages commerciaux qui contribuent à accroître les inégalités entre producteurs des pays du Sud et consommateurs des pays du Nord, à travers le cas du café.

AMALOU Florence. *Consommateurs, attention ! : savoir pour mieux acheter.* Editions Philippe Rey, 2005. 279 p.

Acheter, c'est agir. Mais que faut-il acheter ? En s'appuyant sur des enquêtes de terrain et des études sérieuses, ce livre apporte des réponses aux questions que chacun se pose aujourd'hui. Il offre également bon nombre de conseils pratiques pour tenter d'y voir plus clair.

SANSALONI Rémy. *Le non-consommateur : comment le consommateur reprend le pouvoir.* Dunod, 2006. 217 p.

Présentation du concept de « consocratie » et démonstration de l'émergence d'un consommateur qui a besoin de consommer autrement : le « non-consommateur ».

GIAMPORCARO-SAUNIERE Stéphanie. *Pour une « autre » consommation : sens et émergence d'une consommation politique.* L'Harmattan, 2006. 246 p.

Présentation de la notion de « consommation politique » au travers de contributions de chercheurs en sciences sociales, sciences de gestion ou marketing mais aussi de militants d'une « autre » consommation.

Symbioses n°52. Dossier sur la consommation responsable.

• Conseils pratiques

MARIACCIA, Stéphanie /Artisans du monde. *Guide du consumma(c)teur.* Sang de la Terre, 2003. 168 p.

Guide pratique et répertoire d'adresses pour mieux orienter ses achats afin de favoriser le commerce équitable et le développement durable. De l'alimentation aux services, en passant par la papeterie, le bricolage, le textile, etc.

BOYER, Nathalie. *Guide du citoyen.* Hachette, 2002. - 215 p.

Recueil d'actions concrètes à la portée de tous, pour passer de la déclaration d'intention à la mise en pratique de l'action citoyenne sous toutes ses formes : politique, économique et associative.

• Outils pédagogiques

BELBECH, Olivier. *Le commerce équitable.* BTJ, 03/2004, n° 1156

Dossier synthétique sur le commerce équitable et la situation actuelle. Sont abordés : les droits de l'homme, le commerce de la banane, la mondialisation, la consommation durable, les produits.

CHOPRA, Rajni/KUNZLI-LECLERC, Dominique (Ill.). *Goutte à goutte... naît l'océan.* GRAD, 2002. 72 p. + 1 CD audio de 52 minutes.

3 contes sur le commerce équitable et sur la mobilisation possible du consommateur pour améliorer le sort des travailleurs à l'étranger et pour une solidarité internationale.

Kit pédagogique en ligne sur <http://www.csq.qc.net>

L'ABC de la consommation responsable. ERE Education, 2001. 50 p.

Informations de base pour mettre en place un programme complet de sensibilisation à la consommation et au commerce équitable, via 50 fiches d'activité (niveau secondaire).

Guide d'activités pédagogiques d'un commerce agréable et équitable : enseignement primaire. ERE Education, 2001. 107 p.

Propositions d'activités pour une sensibilisation à la consommation et au commerce équitable. 15 fiches d'activité (niveau primaire, par cycle).

Guide d'activités pédagogiques d'un commerce agréable et équitable : enseignement secondaire. ERE Education, 2001. 95 p.

Propositions d'activités pour une sensibilisation à la consommation et au commerce équitable. 12 fiches d'activité (niveau secondaire).

SIGA. A l'affût de l'énergie grise : analyse de notre quotidien. SIGA/ASS, 1999. 22 p.

L'énergie grise est l'énergie cachée dans un produit dans tout son cycle de vie : ce qu'il a fallu ou faudra consommer pour le fabriquer, le commercialiser et l'éliminer.

L'ensemble des actions de l'Ifree est soutenu financièrement par :



Bibliographie réalisée avec l'aimable participation de Véronique BAUDRY du Pôle National de Ressources en éducation à l'environnement vers un développement durable.



Directeur de publication : Jean-Pierre SARDIN - Comité de rédaction : Ifree et ses partenaires
Secrétariat de rédaction : Élodie LE THIEC - Coordination : Francis THUBÉ
Institut de formation et de recherche en éducation à l'environnement en Poitou-Charentes
Carrefour de la Canauderie - Forêt de Chizé - 79360 Villiers-en-Bois - Tél. : 05 49 09 64 92 - Fax : 05 49 09 68 95
e-mail : ifree@ifree.asso.fr - <http://www.ifree.asso.fr>
Impression : Actiade (Foncouverte -17) - Dépôt légal : septembre 2006 - ISSN 1760 - 1061