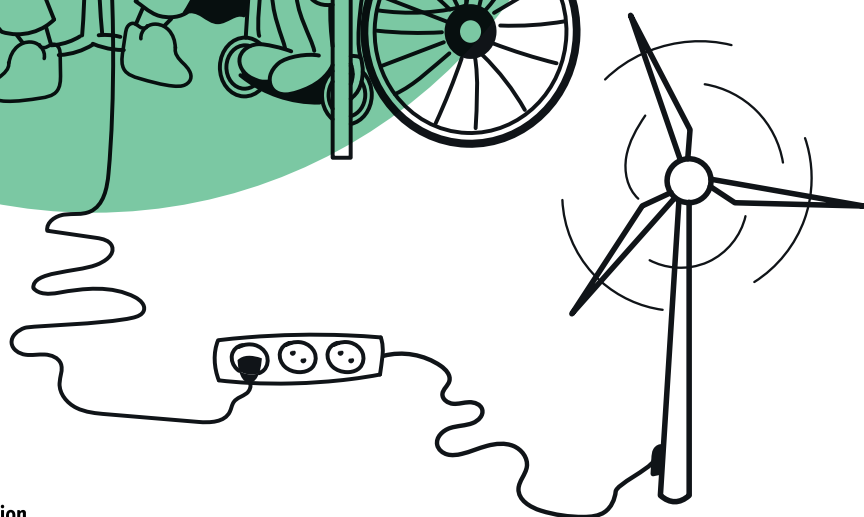


POUR UNE INFORMATION JEUNESSE VERTE

UN GUIDE CONÇU PAR ERYICA ET EURODESK



eurodesk

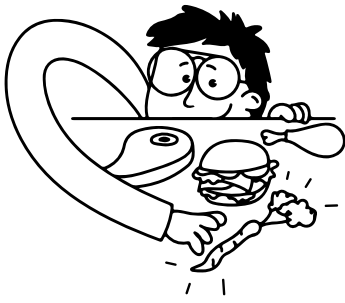


european youth information
and counselling agency



POUR UNE INFORMATION JEUNESSE VERTE

UN GUIDE CONÇU PAR ERYICA ET EURODESK



MENTIONS LÉGALES

Auteurs : Eva Reina, Audrey Frith, Safi Sabuni, Imre Simon

Contributeurs :

Ingrida Jotkaite, Jaana Fedotoff, Anuna de Wever, Ágnes Berecz, Victoria Toledo, Beatriz Terreros, Themis Christophidogu, Antje Rothemund, Alton Grizzle, Laurence Farrang, Alena Brunner, ESN Aveiro, Eurodesk UK, Agenzija Zghazagh, Eurodesk Provincia Verbano Cusio Ossola Vedogiovane, Youth Work Ireland, Institut Valencià de la Joventut, Red Municipal de Información Juvenil Madrid, Jekabpils NVO resursu centrs, Logo Jugendmanagement, Österreichische Jugendinfos, One World Association - Service Civil International, National Union of Students UK, BDK Bodrum Youth Culture & Art Centre, CRIJ Auvergne Rhône-Alpes et INFO Jeunes Pleyben Châteaulin Porzay

Correction : Jessica Walker

Traduction en français : Claire Conlon et Sophie Girardeau (CIDJ)

Création graphique et mise en page et maquette : Zsolt Marton

Version française : Mónica Delgado

Illustrations : Javier Larios (javierlarios@me.com), lauréat du concours des jeunes illustrateurs organisé par ERYICA et Eurodesk

Photos : Markus Spiske (p. 6, p. 37, p.55, et p. 89), Mika Baumeister (p. 11), Annie Spratt (p. 16), Callum Shaw (p. 26), Andrew Coelho (p. 38), Kenrick Mills (p. 42), Ines Alvarez (p. 50), Li-An Lim (p. 61), Koby Agency (p. 62), Ronan Furuta (p. 85) et Kyle Glenn (p. 95) sur unsplash.com

Nous avons veillé à retrouver les références des textes et des activités des auteurs et à leur donner les crédits nécessaires. Nous vous prions de nous excuser pour toute omission et nous engageons à les corriger dans la prochaine édition.

Publié par ERYICA et Eurodesk en juin 2020

Par respect pour l'environnement, cette publication est principalement diffusée au format numérique. Nous avons réduit au minimum les exemplaires imprimés, en utilisant du papier source/recyclé, de l'encre sans alcool et une imprimerie respectueuse de l'environnement.

Cette publication est sous licence Creative Commons Attribution-NonCommercial-Licence internationale NoDerivatives 4.0



TABLE DES MATIÈRES

Message au lecteur	7
Avant-propos	8
A propos des auteurs	10
INTRODUCTION	12
CHAPITRE 1 : INFORMATION JEUNESSE ET DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE	14
1.1 Améliorer l'éducation aux médias et à l'information sur le changement climatique (EMI verte)	17
1.2 Promouvoir la citoyenneté active et l'engagement pour une durabilité environnementale	21
1.3 Promouvoir la durabilité environnementale et les pratiques vertes	27
CHAPITRE 2 : COMMENT MENER VOTRE STRATÉGIE VERTE : ÉTAPES CLÉS POUR METTRE EN PLACE UNE DÉMARCHE PARTICIPATIVE	32
2.1 Faire participer tout le monde !	33
2.2 Fournitures et équipements de bureau respectueux de l'environnement	39
2.3 Réduire votre empreinte numérique	43
2.4 Réunions et événements	46
2.5 Publications et objets promotionnels	51
CHAPITRE 3 : RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES	56
3.1 Une Information Jeunesse de qualité pour tous	57
3.2 Des démarches participatives : Donner la parole aux jeunes	58
3.3 Des programmes plus verts pour les jeunes	58
CHAPITRE 4 : BOÎTE À OUTILS DES ACTIVITÉS D'ÉDUCATION NON FORMELLE VERTES	60
4.1 Conseils pour rendre vos formations plus vertes	61
4.2 Exemples d'activités d'éducation non formelle	63
1. Titres	64
2. Analyser les médias en 6 dimensions	67
3. Info ou infox ?	69
4. Les faits à la loupe	71
5. Greenwashing	74
6. Réseaux sociaux : Un nouveau moyen de pression	78
7. Construire une campagne de sensibilisation	80
8. Mon environnement vert	81
9. Quelle est mon empreinte carbone ?	82
10. Vous êtes ce que vous portez	86
GLOSSAIRE VERT	90
ANNEXE : AFFICHES	96

SAVE
OUR
FUTURE

THERE
IS
NO
PLANET
B



FOR
OUR
FUTURE

MESSAGE AU LECTEUR



Dans un monde distrait par les fake news, les politiques de couloirs et le manque de prise de conscience par le public, le savoir est la clé. Alors que le monde est confronté à d'énormes défis, nombreux sont ceux qui ne sont conscients que d'une partie infime de ce qu'il se passe. Il en va de même pour le changement climatique, dont nous sommes la cause principale. Très peu de personnes savent ce que cela signifie ou quelles en sont les conséquences. Encore moins de personnes savent exactement ce que nous devons faire à ce sujet. Notre message est le suivant : « Écoutez les scientifiques ». Parce que la vérité est entre leurs mains.

Mais plutôt qu'un débat entre scientifiques, c'est devenu un débat entre hommes politiques. C'est un sujet très complexe que même nos dirigeants mondiaux comprennent à peine. Être capable de faire la différence entre les canulars et les faits, entre les mensonges et les vérités est très important pour pouvoir garder une vision claire et ne pas être absent pendant que se décide l'avenir de l'humanité.

Alors que les jeunes du monde entier luttent pour la justice climatique, l'égalité, la démocratie et le droit à un avenir, il est important qu'ils aient accès à des informations pour se responsabiliser et s'engager dans ces grandes questions. L'activisme pour le climat est une responsabilité. Nous luttons pour protéger les océans parce qu'ils nous permettent de respirer. Nous luttons pour protéger la biodiversité parce qu'elle nous donne de la nourriture et nous protège. Nous luttons pour nos ressources naturelles parce qu'elles nous permettent de rester en vie.

Enquêter et rechercher de bonnes sources et des faits sont un luxe que tout le monde ne peut pas se permettre.

C'est pourquoi des initiatives comme la publication « Pour une Information Jeunesse verte » sont tellement importantes, car elles peuvent donner aux jeunes les moyens de prendre l'avenir en main et de défendre leurs droits.

La première chose à faire avant de se lancer dans quoi que ce soit est de veiller à être informé. Car lorsque les gens savent ce qu'il se passe, ils s'en soucient. Et lorsqu'ils s'en soucient, ils agissent. Et c'est à ce moment-là que les choses changent. Que votre contribution soit modeste ou de grande envergure, elle va changer les choses.

Et c'est tout ce dont nous avons vraiment besoin. Un changement.

ANUNA DE WEVER

Militante pour le climat



AVANT-PROPOS



Nous, les êtres humains, sommes responsables de nombreuses actions qui ont abîmé notre planète et qui compromettent notre avenir. Une crise sanitaire sans précédent est survenue pendant la préparation de cette publication ; une crise qui aura des répercussions non seulement sur nos systèmes de santé, nos politiques et nos économies, mais aussi sur notre façon de vivre en société, d'entretenir des relations les uns avec les autres, de travailler et de nous informer. En outre, la pandémie COVID-19 est le dernier exemple en date de l'impact humain sur les espaces et les habitats de la biodiversité.

L'état de notre planète Terre aura le même effet sur mon avenir, le vôtre et celui des générations à venir. Dans le même temps, la santé des animaux, des écosystèmes et des êtres humains sont tous liés et lorsque l'un d'entre eux est déséquilibré, les autres suivent. Si nous voulons garantir notre droit, en tant qu'êtres humains, de grandir et de vivre en sécurité dans un environnement qui favorise notre bien-être, il est de notre devoir de respecter et de protéger les animaux et les écosystèmes naturels.

Il est essentiel que l'animation jeunesse et les services Information Jeunesse intègrent le développement durable dans toutes leurs activités, leurs programmes de travail et leurs stratégies. Pour garantir que les actions menées ne soient pas éphémères, il faut adopter des pratiques à long terme et convenues conjointement. Il est de notre devoir, en tant que professionnels du secteur de la jeunesse, d'aider les jeunes, en particulier ceux qui ne sont pas encore concernés par l'urgence climatique, à comprendre la signification et l'importance de la durabilité environnementale. Nous pouvons leur montrer par notre exemple comment agir et avoir un impact autour de nous.

Les jeunes sont à bien des égards plus conscients et plus ouverts d'esprit que les autres générations pour agir en faveur de la durabilité environnementale et protéger le bien-être mondial. Mais même s'ils sont plus conscients, ils n'ont peut-être pas encore accès à des faits et à des sources d'information fiables. Notre rôle en tant que professionnels de l'information est de leur proposer des informations précises, accessibles et fiables sur tout sujet qui leur importe, ainsi que de les aider à rechercher par eux-mêmes des informations de qualité. Comme l'indique le slogan de la campagne de la Journée européenne de l'Information Jeunesse 2020 : « Le climat change, pas la vérité. Restez informés, vérifiez par vous-mêmes ».

Pour que les actions durables se développent et fassent partie de notre vie quotidienne, et des services Information Jeunesse, nous devons engager les jeunes dans un dialogue actif sur les politiques de durabilité. Nous devons également leur offrir des informations de qualité et des espaces de discussion pour qu'ils puissent exprimer leurs opinions et faire part de leurs préoccupations. Les membres de nos réseaux peuvent donner l'exemple en leur montrant que chaque petit pas compte. Commencez au niveau local. Lorsque vous travaillez auprès des jeunes, faites-leur savoir que nous les soutenons. Leur avenir nous tient à cœur ! Nos actions illustrent nos valeurs.

La durabilité environnementale est aussi une question de choix individuels. Ensemble, nous pouvons garantir des services Information Jeunesse plus verts. Mais pour y arriver, il est nécessaire d'adopter une approche critique. Les bonnes pratiques, les connaissances et savoirs partagés sont le point de départ pour développer des stratégies vertes. C'est justement ce que vous trouverez dans cette publication !

Nous devons nous engager à prendre des mesures qui ouvriront la voie à des services Information Jeunesse plus respectueux de l'environnement et renforceront notre rôle en tant que prestataires de services et structures neutres en carbone. Avec cette publication, ERYICA et Eurodesk expriment leur motivation et leurs valeurs communes, et vous encouragent, vous, nos membres et partenaires, à intégrer la durabilité environnementale à l'identité, aux activités et à la stratégie de votre structure.

Aidez les jeunes à s'informer et à agir. Soyez exemplaires avec vos bonnes pratiques !

JAANA FEDOTTOFF

Présidente d'ERYICA



Au moment où nos équipes travaillaient sur cette publication, l'Europe et le reste du monde étaient confrontés à une crise sans précédent qui a créé une nouvelle crise sanitaire, frappé l'économie mondiale et aggravé les crises climatique et environnementale. Il est plus que jamais d'actualité d'adopter une approche globale.

La COVID-19 conduit l'Europe à la croisée des chemins : soit nous nous remettons sur la voie de la dégradation de l'environnement en faisant décoller les avions et en remettant les entreprises au travail le plus vite possible, soit le Pacte vert européen se met en place pour transformer en solutions et opportunités des défis très compliqués et complexes que nous n'envisagions même pas en décembre 2019.

Les crises peuvent-elles être classées par ordre de priorité ? Si oui, quelle est notre priorité ? Une chose est sûre : lorsque tout devient une priorité, rien n'est prioritaire. Ne provoquons pas une nouvelle crise, une crise morale, en faisant les mauvaises choses pour les bonnes raisons. À l'occasion du 50ème anniversaire de la Journée de la Terre, les Nations unies ont souligné que les crises économiques précédentes ont souvent été suivies d'une « reprise » associée à une croissance des émissions beaucoup plus forte qu'auparavant. Le Pacte vert européen a été présenté comme une nouvelle stratégie de croissance. Cependant, la situation a changé beaucoup plus vite que nous aurions pu l'imaginer et il faut maintenant en tenir compte pour la « reprise ».

Eurodesk croit fermement que la mobilité est un moyen de grandir en tant qu'êtres humains, en améliorant nos possibilités d'apprentissage, notre autonomie et notre citoyenneté active, qui sont nécessaires pour interagir ou rester chez soi au nom d'une société multiculturelle. Néanmoins, la mobilité est aussi une croissance de l'économie. C'est pourquoi il est important de repenser le travail de promotion que nous faisons : est-il responsable d'encourager les jeunes à être mobiles par des moyens qui mettent la planète en danger et font partie des causes de la crise environnementale ?

Un dicton dit que ceux qui crient le plus fort ont généralement tort, mais l'Europe a déjà admis que les « Fridays for Future », bruyants et bondés, sont motivés par la vérité. « Éviter, changer et améliorer » : cette approche peut servir de base pour rendre la mobilité durable. Cette publication pour des services Information Jeunesse plus verts contient de nombreux exemples sur la manière de procéder. Mais je vous invite à « innover » aussi. Je crois que nous ne pourrions pas rendre nos services écologiques sans transition numérique. L'Europe a pour ambition d'être un leader numérique et nous devons contribuer à cette idée : qu'il s'agisse de renforcer l'éducation aux médias et à l'information, d'encourager les jeunes à créer leurs propres start-ups ou de nouveaux services.

Nous sommes ravis d'avoir travaillé avec le réseau ERYICA pour réaliser cette publication, qui n'est pas seulement un guide pratique. Elle présente aussi les premières mesures à adopter avec résolution pour rendre les services Information Jeunesse plus écologiques afin de prendre des décisions durables tant pour les prestataires de services pour la jeunesse que pour les usagers.

INGRIDA JOTKAITĖ

Présidente d'Eurodesk



À PROPOS DES AUTEURS

À PROPOS D'EURODESK

Eurodesk est une organisation de soutien à Erasmus+ qui diffuse aux jeunes et à ceux qui travaillent auprès d'eux des informations complètes et accessibles sur la mobilité à des fins d'apprentissage. Avec un réseau de coordinateurs nationaux connectés à des informateurs jeunesse au niveau local dans 36 pays d'Europe, Eurodesk sensibilise aux opportunités de mobilité à des fins d'apprentissage et encourage les jeunes à devenir des citoyens actifs. Eurodesk est la principale source d'Information Jeunesse sur les politiques européennes, les opportunités et l'information sur la mobilité.

Le réseau Eurodesk est un service qui répond à des demandes d'information et donne des conseils pour les jeunes mobiles dans toute l'Europe, dans leur langue et en prenant en compte leurs besoins et leur situation sociale. Eurodesk gère et met à jour du contenu sur le Portail européen de la jeunesse, sur eurodesk.eu, sur des sites et portails jeunesse nationaux, et sur les réseaux sociaux.

Eurodesk fédère plus de 1 600 services locaux d'Information Jeunesse, appelés « démultiplicateurs », qui sont des structures régionales ou locales travaillant avec les jeunes et leur fournissant des informations (maisons de jeunes, centres Information Jeunesse, associations, municipalités, par exemple). Malgré leur diversité, le cœur de leur mission en tant que démultiplicateurs Eurodesk est de proposer aux jeunes des informations sur les possibilités de mobilité. Grâce à ses outils de mise en réseau et d'information, Eurodesk offre à ses démultiplicateurs une formation et un soutien de qualité, ainsi qu'un accès à des services et à des outils d'information pour les jeunes.

À PROPOS D'ERYICA

L'Agence européenne pour l'information et le conseil des jeunes (ERYICA) est une association européenne indépendante, non gouvernementale et sans but lucratif créée en 1986 et située au Luxembourg. Au moment de la rédaction de cette publication, cette association était composée de 38 organismes de coordination et réseaux d'Information Jeunesse de niveau national et régional (non gouvernementaux et gouvernementaux) de 26 pays.

ERYICA vise à défendre le droit des jeunes à une information complète et fiable, qui les aide à faire les choix auxquels ils sont confrontés dans leur vie, et qui favorise leur autonomie, leur capacité de réflexion critique et leur participation active à la société. Le rôle d'ERYICA est d'encourager la coopération européenne et internationale dans le domaine du travail et des services généralistes d'Information Jeunesse, de développer, soutenir et promouvoir une information et des conseils de qualité pour les jeunes à tous les niveaux, et de veiller à ce que les besoins des jeunes en matière d'information et les principes de la Charte européenne de l'Information Jeunesse soient respectés. ERYICA plaide également, aux niveaux national et européen, pour l'intégration de l'information et du conseil des jeunes dans les politiques de la jeunesse et dans d'autres domaines politiques généraux touchant les jeunes. Depuis sa création, l'Agence a beaucoup coopéré avec le Conseil de l'Europe, la Commission européenne et, plus récemment, avec l'UNESCO.

Plus d'informations sur les activités et projets d'ERYICA sur eryica.org



INTRODUCTION

Le droit à l'information soutient **la capacité des jeunes à faire des choix éclairés**, à développer leur autonomie, à réfléchir de manière critique et à jouer un rôle actif dans la société. Dans le domaine de l'animation jeunesse, l'Information Jeunesse joue un rôle essentiel pour soutenir la transition des jeunes vers l'âge adulte. Souvent confrontés à différents dilemmes, les jeunes se tournent vers diverses sources d'information, dont les services d'information et de conseil spécialisés ou généralistes pour les jeunes¹.

Malgré des différences entre les politiques d'information des jeunes en Europe, il y a un consensus sur le fait que l'information est une condition préalable pour **rendre possible la participation et l'inclusion**². Les services Information Jeunesse fournissent un label de qualité à l'information, ce qui est particulièrement pertinent à l'époque actuelle, ainsi qu'une orientation et un soutien spécifiques aux jeunes. Ils les aident ainsi à faire des choix de manière constructive, à développer leur esprit critique et à renforcer leur autonomie de décision³.

Cette priorité politique se reflète dans la **Stratégie européenne pour la jeunesse (2019-2027)** adoptée par le Conseil de l'Union européenne⁴ en 2018. Elle souligne l'importance de créer et de développer des points de contact pour les jeunes, facilement accessibles et en mesure de leur proposer un large éventail de services et/ou des informations, des conseils, un soutien et des opportunités. Les **objectifs pour la jeunesse européenne**, adoptés par les jeunes et annexés à la stratégie, mettent l'accent sur l'information par le biais de l'objectif n°4 « Information et dialogue constructif ».

Le but de l'Information Jeunesse n'est pas seulement de répondre aux besoins, aux intérêts et aux demandes des jeunes⁵ (ce qui est sans aucun doute un objectif clé), mais aussi d'anticiper leurs besoins et de développer des mesures préventives en conséquence. Certains de ces besoins sont étroitement liés à l'accès à leurs droits et aux principaux objectifs et défis mondiaux, comme ceux qui figurent dans les **objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies**.

1 ERYICA & Conseil de l'Europe (2015) [Compendium des structures nationales pour l'information et le conseil des jeunes](#).

2 Les Nations unies, le Conseil de l'Europe et l'Union européenne ont tous souligné et reconnu l'accès à une information de qualité comme un droit de l'homme.

3 L'Information Jeunesse a été créée en 1960 en tant que service destiné à soutenir et guider les jeunes dans la prise de décisions importantes. Ce service était unique dans la mesure où il s'adressait aux jeunes, dans un langage adapté, par le biais de canaux et de cadres qui leur parlaient et qui prenaient en compte leur transition de vie. Prise de position commune d'ERYICA, EYCA et EURODESK « [Engage, Inform, Empower](#) » 2016.

4 Résolution du Conseil de l'Union européenne et des représentants des gouvernements des Etats membres, réunis au sein du Conseil, sur un cadre pour la coopération européenne dans le domaine de la jeunesse : La stratégie de l'Union européenne en faveur de la jeunesse 2021-2027.

5 4.2 Les informations accessibles couvrent tous les sujets qui comptent pour les jeunes. ([Charte européenne de l'Information Jeunesse, 2018](#)).

Le concept de durabilité ne se réfère pas seulement aux questions environnementales. En effet, les ODD ne traitent pas seulement de l'action climatique ou de la consommation durable et responsable, mais de nombreux autres aspects qui correspondent également à **l'ADN de l'Information Jeunesse**, comme la suppression des inégalités, la garantie du droit à l'éducation ou l'accès à des soins de santé et au bien-être.

Cette publication se concentre sur la **dimension environnementale de la durabilité** et sur la manière dont les services d'information et de conseil pour les jeunes peuvent et doivent intégrer les questions de durabilité environnementale et des pratiques plus respectueuses de l'environnement. En effet, l'un des plus grands défis pour nos sociétés est le changement climatique. C'est un problème reconnu à un haut niveau politique. L'adoption par le Parlement européen d'une résolution déclarant une urgence climatique et environnementale en Europe et dans le monde en 2019 en est un bon exemple⁶.

Aujourd'hui, l'information sur les questions environnementales est souvent répartie de manière inégale en Europe. Elle reste une priorité pour de nombreux jeunes en Europe. Dans un récent sondage, les jeunes ont mentionné que la protection de l'environnement et la lutte contre le changement climatique devraient être la priorité de l'Union européenne ([Eurobaromètre 478](#)). Des milliers de **jeunes militants manifestent pour appeler à l'action**, par le biais de différents mouvements et de manifestations organisées à l'échelle mondiale.

Au fil du temps, le secteur de l'Information Jeunesse s'est adapté **aux demandes et aux besoins d'information des jeunes**⁷. En effet, l'Information Jeunesse a toujours répondu aux défis locaux et mondiaux, aux transformations sociétales, culturelles et technologiques, et aux nouvelles pratiques en matière d'information. Tous sont liés à la

6 Le Parlement européen déclare l'urgence climatique, communiqué de presse, 29 novembre 2019.

7 4.1 Les services Information Jeunesse sont basés sur les besoins des jeunes. ([Charte européenne de l'Information Jeunesse, 2018](#)).



STATISTIQUES CLÉS

67 % des jeunes déclarent que la protection de l'environnement et la lutte contre le changement climatique sont des priorités absolues pour l'Union européenne dans les années à venir ([Eurobaromètre 478](#)).

58 % des jeunes de 18 à 24 ans sont plus susceptibles d'avoir un avis favorable sur une entreprise proposant des objets promotionnels durables ([Ad Impresum Study by ASI](#)).

demande croissante de conseil et de soutien, ainsi qu'aux difficultés que rencontrent les jeunes lorsqu'ils tentent de trouver leur place dans la société.

Aujourd'hui, ce secteur continue à évoluer et à s'adapter en écoutant les voix des nouvelles générations de jeunes et en gardant à l'esprit non seulement les défis actuels de nos sociétés, mais aussi ceux de l'avenir⁸.

OBJECTIFS ET STRUCTURE



« Les jeunes européens ont clairement fait savoir à de nombreuses reprises que la protection de l'environnement et la lutte contre le changement climatique devaient être la priorité absolue de l'UE. L'Europe dispose des compétences, des cerveaux et des technologies nécessaires pour mettre en œuvre le Pacte vert, et c'est notre responsabilité commune de le faire. En rendant plus respectueuse de l'environnement la prochaine génération d'Erasmus+ et le Corps européen de solidarité, nous pouvons contribuer à orienter les fonds dans la bonne direction et à offrir davantage de possibilités ciblées sur l'éducation à l'environnement et l'innovation. Les services Information Jeunesse ont également un rôle clé à jouer dans la réduction de l'empreinte carbone, tant en adaptant leur mode de fonctionnement qu'en diffusant le message auprès des jeunes ».

Themis Christophidou, Directeur général de la DG Éducation et Culture, Commission européenne



L'objectif de ce guide sur des services Information Jeunesse plus verts est d'explorer le rôle de l'Information Jeunesse dans le contexte de l'urgence climatique, ainsi que de donner des conseils concrets et des exemples de bonnes pratiques sur la conception et la mise en place de **services Information Jeunesse plus respectueux de l'environnement**. Ce guide contient des exemples destinés aux professionnels de l'Information Jeunesse sur la façon d'informer, d'engager et de responsabiliser les jeunes en matière de durabilité environnementale. L'objectif est également de sensibiliser les prestataires de services et les décideurs politiques à l'importance de stratégies d'Information Jeunesse et de programmes pour les jeunes plus verts.

Le chapitre 1 explore la mission, le champ d'action et la relation entre les services Information Jeunesse et la

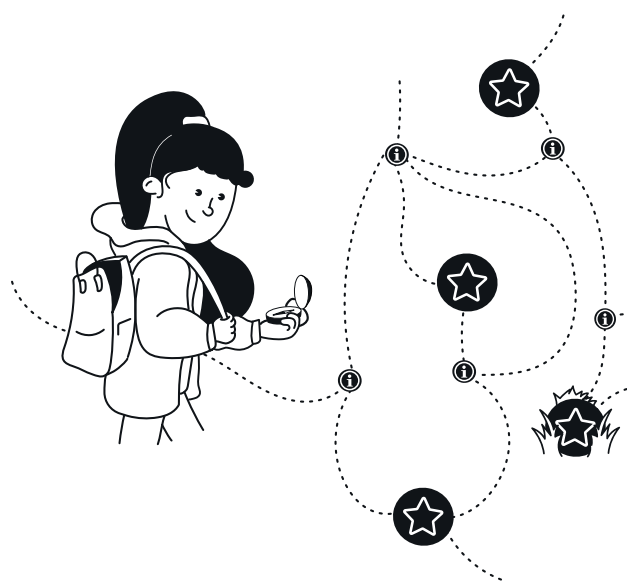
durabilité environnementale. Trois axes d'action différents sont analysés pour définir l'orientation des activités d'Information Jeunesse : Améliorer l'éducation aux médias et à l'information sur le changement climatique - (EMI verte) (1.1), Promouvoir la citoyenneté active et l'engagement pour une durabilité environnementale (1.2), et Promouvoir la durabilité environnementale et les pratiques vertes (1.3). Après chaque section, des exemples inspirants du secteur de l'Information Jeunesse, des organisations de jeunesse et d'autres parties prenantes sont explorés et montrent comment les services Information Jeunesse peuvent travailler sur chaque axe.

Le chapitre 2 contient des conseils et des informations sur **la manière dont les services Information Jeunesse peuvent mener une stratégie verte**. Il propose des étapes clés sur la façon de concevoir une stratégie verte globale et souligne l'importance de mettre en place des processus participatifs avec différents acteurs. Ce chapitre approfondit ensuite les questions liées aux fournitures de bureau, à la consommation d'énergie, aux événements et réunions, aux publications et aux objets promotionnels.

Le chapitre 3 contient des **recommandations stratégiques** et souligne l'importance d'une Information Jeunesse de qualité pour tous, d'approches participatives dans le secteur de l'Information Jeunesse et de programmes pour les jeunes plus verts.

Le chapitre 4 présente une boîte à outils contenant des **exemples d'activités d'éducation non formelle** qui peuvent servir à aborder les questions de durabilité environnementale avec les jeunes. Il contient également quelques conseils et recommandations sur la manière de rendre vos formations plus vertes.

Enfin, un **glossaire vert** permet de mieux définir et illustrer certains concepts abordés tout au long de ce guide et qui pourraient nécessiter des explications supplémentaires.



⁸ ERYICA (2018) *Liaisons - Manuel pour la prévention de l'extrémisme violent à travers l'Information Jeunesse*.

CHAPITRE 1

INFORMATION JEUNESSE ET DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE



MISSION ET PORTÉE DE L'INFORMATION JEUNESSE

L'information / conseil des jeunes a pour principal objectif de les aider à s'orienter dans tous les aspects de leur vie et à **prendre des décisions autonomes et éclairées**. Elle se fonde sur le fait qu'il n'est pas possible de prendre une décision sans connaître ses options. Mais cela ne s'arrête pas là : être informé n'est qu'une première étape, qui doit être suivie de la capacité à évaluer ces options, de les replacer dans une perspective plus large et de les mettre en rapport avec ses propres capacités, compétences, souhaits et convictions⁹.

L'éventail toujours plus large d'informations auquel les jeunes ont accès aujourd'hui peut devenir trompeur et préjudiciable pour ceux qui ne sont pas suffisamment qualifiés pour passer au crible la surabondance d'informations disponibles ou qui n'ont pas accès à des sources d'information fiables. L'importance de l'éducation aux médias et à l'information est de plus en plus souvent évoquée. Les jeunes doivent être dotés d'aptitudes et de compétences clés pour pouvoir **faire la différence entre l'information et la désinformation** sur toute question les concernant ou les affectant, y compris l'urgence climatique.

L'INFORMATION JEUNESSE PASSE AU VERT

Malgré les alertes lancées depuis des décennies par les scientifiques sur les effets du changement climatique et la visibilité croissante de ces effets, des voix sceptiques et critiques continuent à les remettre en question ou les nier en s'appuyant sur des arguments non fondés et de la désinformation. En même temps, la désinformation et les canulars sur l'impact de l'homme sur le climat et la nature se sont répandus sur les médias sociaux et Internet. Les services Information Jeunesse ont un rôle crucial à jouer pour **aider les jeunes à déchiffrer, vérifier et contester toute information non fondée** qu'ils pourraient trouver.

L'Information Jeunesse joue également un rôle très important pour aider les jeunes à comprendre le monde qui les entoure et pour promouvoir des valeurs et la citoyenneté active. Dans le contexte de l'urgence climatique, les services Information Jeunesse devraient donc s'efforcer **d'intégrer les attitudes, les connaissances et les pratiques en matière de développement durable** ; non seulement dans leur propre travail, mais aussi dans l'élaboration de différentes méthodes et activités visant à transmettre les informations et les compétences pertinentes aux jeunes. Les services Information Jeunesse ont un potentiel remarquable pour sensibiliser et éduquer à la durabilité environnementale, pour promouvoir des pratiques respectueuses de l'environnement, et pour stimuler la défense des droits et le militantisme.

Ce chapitre a pour objectif d'analyser le lien entre **l'Information Jeunesse et la durabilité environnementale**, de définir l'orientation des activités d'Information Jeunesse et d'explorer des exemples inspirants de pratiques écologiques de la part des producteurs d'information pour les jeunes, du



domaine de la jeunesse et d'autres parties prenantes. Il y a aujourd'hui 1,2 milliard de jeunes âgés de 15 à 24 ans, soit 16 % de la population mondiale. L'engagement actif des jeunes dans les efforts de développement durable est essentiel pour parvenir à des sociétés durables, inclusives et stables d'ici à 2030, et pour éviter les pires menaces et défis au développement durable, y compris les effets du changement climatique, du chômage, de la pauvreté, de l'inégalité des sexes, des conflits et des migrations. Ce rapport affirme que tous les objectifs de développement durable sont essentiels au développement des jeunes¹⁰.



« L'urgence climatique est là, et tous les secteurs socio-économiques vont être amenés à s'interroger sur les changements à opérer pour passer à une société plus respectueuse de l'environnement. L'éducation est bien sûr la base incontestable de ce changement. Sans une sensibilisation des plus jeunes, et sans un programme d'études adapté, nous n'aurons pas les chercheurs, les ingénieurs, les penseurs, les constructeurs et les citoyens responsables dont notre planète a besoin. Dans mon rapport sur l'intégration des programmes éducatifs et culturels européens dans le Pacte vert, j'ai souligné le rôle de la mobilité européenne dans le cadre d'Erasmus+ et du Corps européen de solidarité, qui contribue à la sensibilisation, à l'éducation au développement durable, au partage et à la diffusion des bonnes pratiques et au développement de nouvelles compétences ».

Laurence Farreng
Députée européenne et rapporteure sur les mesures efficaces pour rendre plus verts les programmes Erasmus+, Europe Créative et le CES



9 ERYICA & Conseil de l'Europe (2015) [Compendium des structures nationales pour l'information et le conseil des jeunes](#).

10 Nations unies (2018) [La jeunesse et le programme de développement durable à l'horizon 2030](#).



1.1

AMÉLIORER L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION SUR LE CHANGEMENT CLIMATIQUE (EMI VERTE)



« Une nouvelle vague de désinformation a inondé le monde à la suite de la pandémie de COVID-19. Bien avant cela, la désinformation sur le changement climatique avait déjà frappé notre monde. Les gens réagissent à plusieurs pandémies en même temps, y compris à ce que l'UNESCO appelle la « désinfodémie ». La pollution de l'écosystème mondial de l'information est réelle. Lorsqu'un écosystème est pollué, nous essayons de le dépolluer pour sauver des vies. Il est tout aussi urgent de trouver le moyen d'empêcher une nouvelle pollution pour sortir d'un cycle non durable. L'un des moyens de défense contre la désinfodémie consiste à veiller à ce que chaque individu puisse acquérir des compétences en matière de médias et d'information (EMI). Les personnes qui ont une connaissance des médias et de l'information évaluent de manière critique les informations qu'elles trouvent. Elles réfléchissent et vérifient avant d'utiliser ou de partager une information. Donner aux jeunes les moyens d'acquérir ces compétences est un moyen efficace de lutter contre la désinformation liée au climat pour les générations à venir ».

Alton Grizzle
Spécialiste du programme de l'UNESCO sur l'éducation aux médias et à l'information



* Cette citation a été écrite dans le cadre des missions du spécialiste du programme de l'UNESCO sur l'éducation aux médias et à l'information. Toutefois, les idées et opinions exprimées ne sont pas nécessairement celles de l'UNESCO et n'engagent pas l'Organisation.

La technologie nous donne aujourd'hui un accès sans précédent à l'information et entraîne une tendance inédite à vouloir créer aussi des contenus médiatiques, souvent de façon subjective et incontrôlée¹¹. Pour être un citoyen responsable, il est important d'avoir un regard critique sur les contenus médiatiques, **en évaluant la qualité, la fiabilité, la stratégie et l'intérêt de ceux qui ont produit l'information**¹².

11 ERYICA (2018) [Liaisons – Manuel pour la prévention de l'extrémisme violent à travers l'information jeunesse](#).

12 Landy N. & Letellier A. S. (2016) [L'éducation aux médias à l'ère numérique : entre fondations et renouvellement](#). Les Presses de l'Université de Montréal.

Les producteurs de médias et d'information jouent un rôle essentiel dans la construction des conceptions, des croyances et des attitudes des citoyens¹³.

En tant que professionnels de l'information, les personnes qui travaillent au sein du réseau Information Jeunesse sont parfaitement équipées pour conseiller les jeunes sur la manière de rechercher, évaluer et apprécier la fiabilité des informations et des contenus médiatiques¹⁴. Cette fonction clé des services d'information et de conseil des jeunes gagne en importance dans le contexte de la durabilité environnementale et de l'action en faveur du climat. Bien qu'il soit avéré que le changement climatique lié à l'activité humaine affecte nos écosystèmes et notre mode de vie depuis quelques décennies, la désinformation, les canulars et les théories du complot qui le remettent en question ou le nient sont très répandus. Les services Information Jeunesse sont bien placés pour encourager les jeunes à **réfléchir de manière critique à toute information sur l'urgence climatique** qui leur parvient par le biais de différents médias.

Selon le principe 5.2 de la Charte européenne de l'Information Jeunesse, les professionnels de l'information des jeunes, en tant que fournisseurs d'informations, ont la responsabilité **d'éduquer les jeunes à la maîtrise des médias et de l'information**¹⁵. Mais qu'est-ce que l'éducation aux médias et à l'information et comment est-elle liée à la durabilité environnementale ?

La maîtrise de l'information et l'éducation aux médias ont traditionnellement été considérées comme des domaines séparés et distincts. L'UNESCO a décidé de réunir ces deux domaines en un ensemble combiné de compétences (savoir, aptitudes et attitude) nécessaires à la vie et au travail d'aujourd'hui¹⁶. Le concept **d'éducation aux médias et à l'information (EMI)** harmonise et regroupe le grand nombre de compétences connexes existantes qui peuvent être identifiées à l'ère numérique, comme l'éducation à l'information, l'éducation à la télévision, l'éducation aux films, l'éducation à l'image, l'éducation à l'informatique, l'éducation à Internet et l'éducation numérique, ainsi que d'autres concepts émergents comme l'éducation aux réseaux sociaux¹⁷.

13 UNESCO (2011) [Éducation aux médias et à l'information : programme de formation pour les enseignants](#).

14 8.2 Les professionnels de l'Information Jeunesse ont des compétences en éducation aux médias et à l'information ([Charte européenne de l'information Jeunesse, 2018](#)).

15 5.2 Les services Information Jeunesse apportent aux jeunes les compétences nécessaires au traitement des médias et de l'information pour agir de manière responsable et en toute sécurité ([Charte européenne de l'Information Jeunesse, 2018](#)).

16 UNESCO (2017) [L'éducation aux médias et à l'information, un concept mixte](#).

17 UNESCO (2013) [Éducation aux médias et à l'information : directives politiques et stratégiques](#).

MAÎTRISE DE L'INFORMATION

Définition et formulation des besoins en information

Localisation et accès à l'information

Évaluation de l'information

Organisation de l'information

Utilisation éthique de l'information

Communication et information

Utilisation des compétences TIC pour le traitement de l'information

ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Compréhension du rôle et des fonctions des médias dans les sociétés démocratiques

Comprendre les conditions dans lesquelles les médias remplissent leurs fonctions

Évaluation critique du contenu des médias à la lumière des fonctions médiatiques

Utilisation des médias à des fins d'expression individuelle et de participation démocratique

Évaluation des compétences (y compris TIC) nécessaires pour produire du contenu en tant qu'utilisateur

Source : UNESCO (2011) [Éducation aux médias et à l'information : programme de formation pour les enseignants](#)

L'EMI reconnaît le rôle primordial de l'information et des médias dans notre vie quotidienne et donne aux citoyens les moyens de comprendre les fonctions des médias et des autres sources d'information, d'évaluer de façon critique leurs contenus et de prendre des décisions éclairées en tant qu'utilisateurs et producteurs d'informations et de contenus médiatiques¹⁸.

L'éducation aux médias et à l'information a un rôle très important à jouer pour soutenir la durabilité environnementale et les approches écologiques. **L'éducation aux médias et à l'information verte (EMI verte)** fait référence à l'ensemble des compétences clés déjà incluses dans la définition de l'EMI, mais qui visent précisément à soutenir la capacité des citoyens à faire face à la surabondance d'informations sur les questions environnementales.

À ce titre, l'EMI verte renforce les capacités de réflexion critique nécessaires pour identifier, sélectionner, utiliser et multiplier les informations les plus fiables, les plus récentes et les plus pertinentes sur les questions environnementales **en aidant les jeunes à prendre des décisions en connaissance de cause et à formuler des opinions sur l'action climatique**. Elle consiste par exemple à fonder des opinions sur les dernières recherches scientifiques plutôt que sur des blogs reflétant des opinions personnelles, ou à vérifier les sources d'information qui soutiennent ou remettent en question le changement climatique avant de les publier sur les réseaux sociaux.

En outre, l'EMI verte peut également participer à l'élaboration de **stratégies de recherche d'informations et de communication plus efficaces**, ce qui peut contribuer à réduire l'empreinte carbone (par exemple, obtenir de meilleurs résultats de recherche dans un délai plus court, ou bien

réduire le temps d'utilisation des ordinateurs pour trouver ou communiquer des informations)¹⁹.

Sans aptitudes et compétences appropriées en EMI, les jeunes peuvent **facilement être trompés et influencés de façon négative** dans leurs choix de vie, la formation de leurs opinions et leur capacité à exercer leur citoyenneté active et leurs droits.

SUR QUOI VOUS CONCENTRER ?

- Fournir aux jeunes des informations de qualité, fiables et adaptées sur les questions environnementales
- Sensibiliser les jeunes à l'importance de vérifier les faits et d'être attentifs aux sources d'information sur les questions environnementales
- Encourager les jeunes à s'informer sur les actualités les plus récentes, les faits et les travaux de recherche sur l'urgence climatique
- Utiliser des méthodes et des activités qui transmettent aux jeunes une pensée critique et des compétences de l'EMI verte (voir les exemples Chapitre 4)
- Fournir aux jeunes les capacités, les outils et les ressources nécessaires pour apprendre à vérifier les sources d'information, à repérer la désinformation, et à contester les rumeurs, les canulars et le greenwashing
- Sensibiliser les jeunes à l'importance de produire et de diffuser des informations et des contenus médiatiques de manière précise et responsable
- Donner aux jeunes les moyens de jouer un rôle actif dans la lutte contre la désinformation sur la crise climatique et

18 UNESCO (2017) [L'éducation aux médias et à l'information, un concept mixte](#).

19 Kurbanoglu, S. & Boustany, J. (2014) From Green Libraries to Green Information Literacy. Springer International Publishing

de contester les canulars par des arguments fondés sur des faits et des sources fiables

- Intégrer davantage la pensée critique et les compétences de l'EMI verte dans vos pratiques
- Identifier des sources d'information fiables sur l'urgence climatique et les questions environnementales, et veiller à ce que les jeunes les connaissent

QUEL TYPE D'ACTIVITÉS ?

- Co-organiser ou participer à des campagnes d'information ou de sensibilisation à la vérification des faits et démontant les théories du complot et les canulars sur le changement climatique
- Organiser des ateliers, des sessions d'information et d'autres événements pour aider les jeunes à développer des compétences de l'EMI verte (voir les exemples Chapitre 4)
- Concevoir avec les jeunes des outils et des ressources d'information pour les sensibiliser à l'importance des compétences de l'EMI verte (vidéos, podcasts, articles, par exemple)
- Impliquer dans vos activités de jeunes militants et des acteurs clés du domaine du changement climatique, de la durabilité environnementale et des médias et de l'information (par exemple, des scientifiques, des journalistes, des vérificateurs de faits, des organisations de la société civile)
- Établir des partenariats avec des établissements d'enseignement et d'autres organisations spécialisées pour informer les jeunes sur la situation environnementale de la Terre et fournir des espaces pour partager des opinions et des idées (par exemple, des ateliers dans les écoles ou les clubs de jeunes, des journées portes ouvertes)

BONNES PRATIQUES ET INITIATIVES

SE FAMILIARISER AVEC LES ODD TOUT EN LUTTANT CONTRE LA DÉSINFORMATION

Red Municipal de Información Juvenil, Région de Madrid, Espagne



Cette agence s'appuie sur des moyens innovants pour

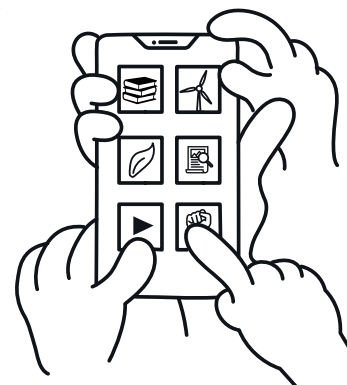
donner des informations fiables et sensibiliser à la crise environnementale actuelle.

« Par le biais des réseaux sociaux du département de la jeunesse, une **campagne d'information** a été menée **sur les objectifs de développement durable** (ODD). Chaque jour, une image était publiée avec un ODD et un fait marquant sur cet objectif. 17 images ont été conçues et publiées sur Twitter et Instagram. **Des faits et des fake news** sur l'urgence climatique ont aussi été publiés, ainsi que des campagnes d'information sur ce sujet ».

DES FAITS, PAS DES FAKE NEWS : LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Bundesnetzwerk Österreichische Jugendinfos, Autriche

À l'automne 2020, les centres Information Jeunesse autrichiens lancent une campagne sur les fake news et le changement climatique. Dans le cadre de cette campagne, un « guide d'argumentation » destiné aux jeunes est publié. Il démystifie les arguments courants contre le changement climatique et contient des techniques d'argumentation générales pour aider les jeunes dans leurs efforts pour s'engager sur ce thème. Les centres Information Jeunesse autrichiens publient également dans ce cadre une ressource éducative libre (REL) sur ce thème, destinée aux enseignants et aux autres professionnels de l'éducation. Cette REL fait le lien entre l'éducation à l'information et le thème du changement climatique. Elle contient des exercices qui peuvent être utilisés dans des classes et des ateliers. L'identité visuelle de la campagne est créée avec la participation des jeunes. Suite à un appel à illustrations publié sur Instagram, les gagnants figurent dans le guide d'argumentation et ont reçu un abonnement à skillshare, une plateforme qui propose des cours en ligne créatifs.



LE CLIMAT CHANGE, PAS LA VÉRITÉ

Journée européenne de l'Information Jeunesse 2020, ERYICA

Chaque année, le 17 avril, l'Agence européenne pour l'information et le conseil des jeunes (ERYICA) fête avec ses membres et ses partenaires la Journée européenne de l'Information Jeunesse dans toute l'Europe. Slogan de l'édition 2020 :

« *Le climat change, pas la vérité. Restez informés, vérifiez par vous-mêmes* »

Cette campagne invite les jeunes à **défendre leurs droits et avoir une réflexion critique** sur l'un des sujets les plus brûlants de cette nouvelle décennie : l'urgence climatique.

Objectifs de la campagne 2020 :

- Sensibiliser à l'éducation aux médias et à l'information, à l'importance de vérifier les faits et d'être attentifs aux sources d'information
- Donner aux jeunes les moyens de vérifier par eux-

mêmes que ce problème est réel et qu'ils peuvent le constater partout autour d'eux, dans leur pays, leur ville ou leur village

- Inciter les jeunes à s'informer sur les dernières actualités, les faits et les travaux de recherche sur l'urgence climatique et sur ce qui peut être fait
- Aider les jeunes à trouver des moyens de réduire leur impact écologique et les encourager à agir et faire passer le message



Cette campagne est le fruit d'un effort conjoint entre ERYICA, les services Information Jeunesse de toute l'Europe et les jeunes.

Plusieurs **actions sur les réseaux sociaux et activités d'éducation non formelle** ont été menées avec la participation des jeunes pendant cette campagne.



VÉRIFICATION DES FAITS POUR CONTRER LES CANULARS SUR LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Institut Valencià de la Joventut, Région de Valence, Espagne

L'Institut de la jeunesse de Valence (IVAJ en espagnol) coopère avec les vérificateurs de faits de maldita.es pour mener des activités avec les jeunes et animer des **sessions sur la vérification des faits destinées aux professionnels de l'Information Jeunesse**.

Maldita.es est un site Internet de journalistes indépendant et à but non lucratif qui met à disposition des citoyens des **outils pour apprendre comment repérer la désinformation et les canulars**. L'une des lignes éditoriales de maldita.es consiste à surveiller les discours politiques et la désinformation publiés sur les réseaux sociaux et à analyser les messages à l'aide de techniques journalistiques de vérification des données.

[Maldita Ciencia](https://maldita.es) joue un rôle important dans le repérage de désinformation et de canulars concernant les **faits scientifiques, l'urgence climatique et les questions environnementales**. À l'aide de la recherche et de preuves scientifiques, ce site Internet fait un effort particulier pour expliquer avec des faits avérés les canulars les plus viraux qui circulent sur les réseaux sociaux.

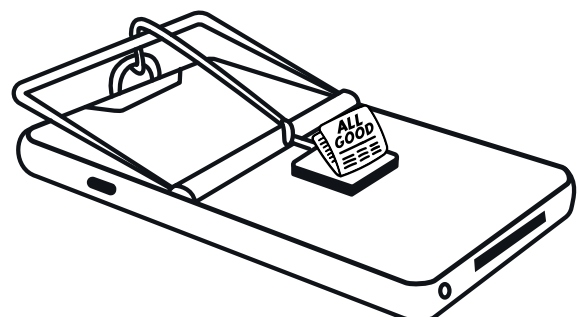
FALSAVERDAD

¿SUFREN LAS PLANTAS?

Son capaces de detectar y responder a estímulos negativos, daños o heridas. Sin embargo, carecen de sistema nervioso y no poseen una capacidad sensorial como la nuestra



Grâce à cette coopération, IVAJ prépare une **campagne de jeunes ambassadeurs** pour lutter contre les canulars et la désinformation sur la santé, la science et les questions sociales en s'appuyant sur les articles et méthodes de vérification des faits de maldita.es. De plus, des experts de maldita.es animeront des **sessions d'éducation aux médias et à l'information** destinées aux professionnels de l'Information Jeunesse de la région.



1.2

PROMOUVOIR LA CITOYENNETÉ ACTIVE ET L'ENGAGEMENT POUR UNE DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE



« La crise climatique est une préoccupation majeure pour les jeunes. Après tout, un environnement sain est une condition préalable à la préservation de la vie sur notre planète et, par conséquent, à la jouissance même de nos droits de l'homme en vertu de la Convention européenne des droits de l'homme. L'Information Jeunesse est essentielle pour soutenir et doter les jeunes des connaissances, des attitudes et des valeurs qui leur permettront d'accéder à leurs droits de l'homme / droits sociaux et de les faire valoir, ainsi que d'exercer leurs devoirs de citoyens actifs en s'engageant dans la promotion de ces droits et de la démocratie. Les institutions démocratiques comptent sur l'engagement et la participation des jeunes pour élaborer des politiques durables pour le présent et l'avenir ».

Antje Rothmund
Chef du Service de la jeunesse
Conseil de l'Europe



Dans le contexte de l'urgence climatique, les professionnels de l'Information Jeunesse ont pour responsabilité d'être à l'écoute des jeunes, de comprendre les nouvelles formes d'engagement et **d'encourager la citoyenneté active et une défense des droits éclairée**. Cet aspect ressort bien dans la [Charte européenne de l'Information Jeunesse](#) qui indique dans le principe 5.3 que les services Information Jeunesse doivent promouvoir la citoyenneté active et la participation²⁰.

La crise climatique s'est résolument transformée en source cruciale d'action, de mécontentement et de contestation parmi les jeunes citoyens du monde. Avec des initiatives comme [Fridays for Future](#) et [Youth For Climate](#), les jeunes se sont approprié cette lutte et mènent une contestation contre le manque d'action pour l'atténuation du changement climatique et la protection de l'environnement. Les services Information Jeunesse doivent répondre aux tendances, préoccupations et intérêts des jeunes en matière d'engagement et soutenir diverses formes d'expression de la citoyenneté active. Ils doivent

encourager les jeunes à trouver leurs propres moyens de prendre des mesures significatives et de faire entendre leur voix.

On peut distinguer deux tendances à équilibrer en matière de participation des jeunes, et l'Information Jeunesse a un rôle clair à jouer dans les deux cas. D'un côté, **les jeunes ne sont motivés à participer** et à faire du militantisme que lorsqu'ils se sentent concernés par une question, qu'ils se sentent pris au sérieux et lorsque leurs habitudes, modèles et canaux de communication sont pris en compte²¹. De l'autre, comme indiqué dans la partie 1.1, s'ils n'ont pas les compétences requises et la bonne information, les jeunes peuvent être exposés à divers risques liés aux différents usages des médias, comme la divulgation d'informations personnelles, la désinformation ou la manipulation²².

Afin de garantir une citoyenneté active et un engagement significatifs des jeunes, il faut tout d'abord qu'ils aient **facilement accès à des informations sur la manière de s'engager**, les enjeux, les possibilités et où les trouver. Savoir ce qui se passe est la première étape pour éveiller un intérêt et décider de s'engager en connaissance de cause²³. Parfois, si les jeunes ne s'engagent pas, ce n'est pas par manque d'intérêt, mais simplement parce qu'ils n'ont pas d'informations sur les possibilités de participer²⁴. Avant de rejoindre un mouvement de jeunesse, par exemple, il est important qu'ils comprennent quelles sont ses valeurs fondamentales et qu'ils y adhèrent.

Dans ce contexte, le rôle clé des services Information Jeunesse est de **fournir aux jeunes un soutien et des informations, mais aussi des espaces** pour discuter, débattre et réfléchir à la manière de s'engager, à ce qu'ils peuvent faire et à quel niveau. Il existe une grande variété d'activités et d'initiatives inspirantes visant à promouvoir la citoyenneté verte active et à soutenir l'engagement en faveur de la protection de l'environnement. En effet, les actions peuvent être développées à différents niveaux et comporter différentes dimensions : initiatives politiques, réformes législatives ou collaborations intersectorielles.

21 Schols, M. (2015). [Young, online and connected. The impact of everyday internet use of Dutch adolescents on social cohesion](#). Rotterdam: Erasmus Research Centre of Media, Communication and Culture.

22 Livingstone, S., Mascheroni, G., Ólafsson, K. & Haddon, L. avec les réseaux EU Kids Online et Net Children Go Mobile (2014) [Children's online risks and opportunities: Comparative findings from EU Kids Online and Net Children Go Mobile](#).

23 ERYICA, SEGA, et UMKI (2017) [Youth Information Workers fit for Youth](#).

24 Conseil de l'Europe (2016) [Parole aux jeunes ! Manuel sur la Charte européenne révisée sur la participation des jeunes à la vie locale et régionale](#).

20 5.3 Les services Information Jeunesse encouragent la citoyenneté active et la participation. ([Charte européenne de l'Information Jeunesse, 2018](#))

NIVEAUX D'ENGAGEMENT COMPLÉMENTAIRES

Niveaux	Engagement	Exemples
Niveau micro	Changer ses habitudes personnelles et adopter des pratiques et une mentalité individuelle plus respectueuses de l'environnement au quotidien ; sensibiliser ses pairs et sa famille. Ce niveau sera aussi développé dans la partie 1.3.	Encourager l'adoption d'une politique « zéro déchet » à la maison, manger moins de viande, acheter des produits biologiques locaux, emprunter les transports en commun ou prendre des douches plus courtes.
Niveau mezzo	Rejoindre des groupes d'intérêts environnementaux locaux, plaider en faveur de pratiques plus écologiques auprès des décideurs locaux, attirer l'attention des médias sur une question locale particulière ou prendre des mesures sur des questions touchant son environnement immédiat.	Réduire la pollution de l'air dans une ville en utilisant les transports en commun ou le vélo, en faisant du volontariat avec une ONG locale pour ramasser le plastique dans les rivières, en plantant des arbres avec un groupe de voisins ou en nettoyant la plage la plus proche.
Niveau macro	Agir au niveau mondial, européen ou national. Participer à une action à plus grande échelle permet de réunir les personnes qui souhaitent s'engager sur un problème mondial.	Rejoindre des groupes d'intérêt actifs à plus grande échelle, des mouvements en ligne ou participer à un mouvement de contestation mondiale.

SUR QUOI VOUS CONCENTRER ?

- Informez-vous sur les nouvelles formes d'engagement des jeunes, sur les mouvements et campagnes d'action des jeunes pour le climat au niveau local et mondial
- Informez les jeunes sur les manières de s'engager au sein de mouvements ou d'organisations actives pour l'atténuation du changement climatique, la durabilité environnementale et qui mènent des actions pour l'environnement
- Soutenez les campagnes et actions menées par les jeunes en faveur de la durabilité environnementale et de l'action pour le climat
- Valorisez et diffusez l'information sur l'engagement des jeunes et les possibilités de volontariat dans le domaine de la protection de l'environnement à différents niveaux
- Donnez aux jeunes les moyens et le soutien nécessaires pour planifier et mener des projets et activités en faveur du climat et de la durabilité environnementale
- Informez et aidez les jeunes à faire entendre leur voix par les décideurs (par exemple, les conseils de jeunes pour le climat) et par les services Information Jeunesse
- Coopérez avec les autorités publiques compétentes, les établissements scolaires et les principaux acteurs du domaine de la protection de l'environnement²⁵
- Suivez les politiques et les derniers développements liés à la protection de l'environnement afin de mieux comprendre le contexte²⁶
- Anticipez les futurs besoins et tendances des jeunes au

vu des changements sociétaux et financiers liés à l'urgence climatique afin de proposer des réponses en temps utile

QUEL TYPE D'ACTIVITÉS ?

- Proposez aux jeunes des informations de qualité par le biais de vos canaux de communication, y compris des possibilités concrètes pour les jeunes d'agir, de s'engager et de mener des projets
- Programmez et co-organisez des ateliers, des débats, des discussions, des journées d'information, des visites sur site, des campagnes et d'autres activités avec les jeunes en mettant l'accent sur l'engagement en faveur de la durabilité environnementale (voir les exemples d'activités Chapitre 4)
- Proposez aux jeunes des espaces et des possibilités de débattre et de discuter des questions environnementales, en associant également des experts, des organisations de la société civile, des militants et des décideurs
- Intégrez des activités de plein air à votre travail quotidien auprès des jeunes. C'est l'occasion de bénéficier d'une expérience de terrain et de valoriser le temps passé dans la nature, ce qui pourra par la suite les inciter à s'engager en faveur de la durabilité environnementale.

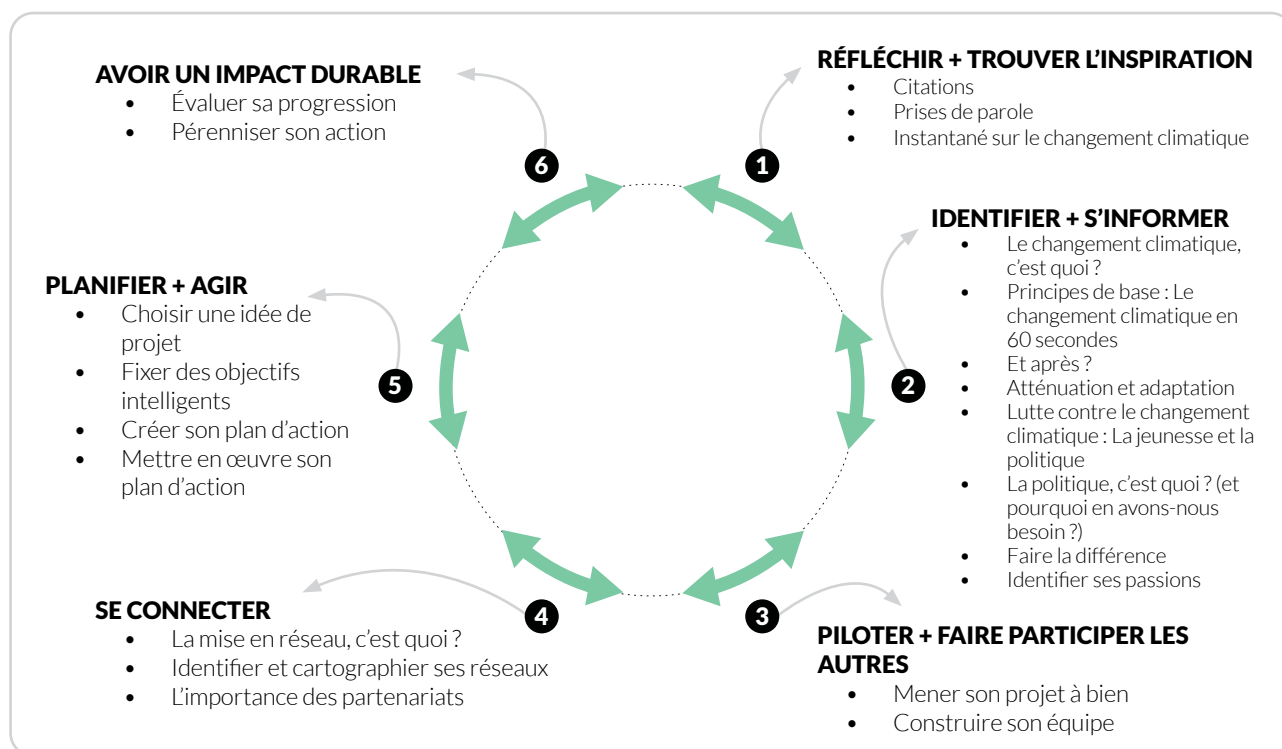


CHANGEMENT CLIMATIQUE : GUIDE À L'ACTION POUR LA JEUNESSE

TakeInlTGlobal a publié [Changement climatique : guide à l'action pour la jeunesse](#) afin d'inspirer, d'informer et d'engager les jeunes sur le changement climatique. Chaque section, tout en mettant en exergue les étapes importantes de l'engagement, contient des parties particulièrement utiles (basées sur vos connaissances et vos besoins). Ce guide couvre six dimensions différentes et contient en annexe des ressources complémentaires correspondant à chaque section.

²⁵ 8.3 Les services Information Jeunesse coopèrent avec les acteurs pertinents pour identifier les besoins, rechercher les synergies, partager l'expertise et rendre l'Information Jeunesse visible 8.4 Les services Information Jeunesse coopèrent au niveau local, régional, national, européen, international et partagent leurs bonnes pratiques et connaissances. ([Charte européenne de l'Information Jeunesse, 2018](#))

²⁶ 9.2 Les professionnels de l'Information Jeunesse ont connaissance des nouveaux développements, des lois en vigueur et se tiennent informés des tendances de la jeunesse. ([Charte européenne de l'Information Jeunesse, 2018](#))



Source : TakingITGlobal (2011) [Climate change Youth Guide to Action](#)

BONNES PRATIQUES ET INITIATIVES

LES JEUNES DÉBATTENT DU CHANGEMENT CLIMATIQUE, DE LA SANTÉ ET DE L'ALIMENTATION AU FESTIVAL ALIMENTERRE

INFO Jeunes Pleyben Châteaulin Porzay, France

INFO Jeunes Pleyben Châteaulin Porzay organise, en partenariat avec le réseau [RITIMO](#), des activités pour les jeunes lors du Festival Alimenterre. Ce festival français vise à sensibiliser le public aux défis d'une alimentation saine, durable et accessible à tous.

Les jeunes de 18 à 25 ans sont invités à choisir dans la sélection annuelle du Festival un documentaire qu'ils souhaitent présenter lors d'une projection gratuite suivie d'un débat. Les jeunes sont accompagnés pour la préparation du débat, pour trouver des intervenants qui échangeront



leurs points de vue avec le public, et se familiarisent avec des techniques d'animation.

En 2019, quatre jeunes ont participé au Festival, accompagnés à chaque étape par une conseillère en Information Jeunesse. Audrey, 21 ans, travaille, et ses parents sont agriculteurs. Bastien, 27 ans, travaille également dans l'entreprise familiale. Gwendoline, 18 ans, est lycéenne. Et enfin, Mélina est bénévole dans une salle de concert. L'objectif de la conseillère en Information Jeunesse est de leur permettre de parler sur un sujet qui les intéresse vraiment (changement climatique, santé, alimentation) et de les aider à mener un projet de A à Z, sans le faire à leur place, mais en leur donnant les outils nécessaires pour être les véritables responsables du Festival. Ils ont préparé ensemble la projection et le débat, et trouvé un agriculteur biologique qui a accepté de parler de son expérience. La plupart des participants venaient des environs : environ 35 personnes, dont une douzaine d'adolescents avec leurs parents. A la fin du débat, l'équipe de la salle de concert a invité les jeunes organisateurs à dîner dans une très bonne ambiance.



AGENT VERT : ACTIVITÉS SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE MENÉES PAR DES JEUNES

Eurodesk Provincia Verbano Cusio Ossola Veduggiovane, Italie



Le projet « Agent vert » vise à aider les jeunes qui vivent dans des zones de montagne du Piémont à acquérir des compétences clés pour une participation active et un esprit d'entreprise, en s'appuyant sur la protection de l'environnement et le développement durable. Les participants ont couvert les sujets suivants : éducation et communication en matière d'environnement, consommation responsable, recyclage, art dans la nature, innovation sociale et économie verte.

Ce projet mené à l'aide de plusieurs échanges de jeunes, et de formations/séminaires internationaux sur les questions d'environnement a permis de créer des opportunités de volontariat. 18 événements différents ont été conçus et gérés par les jeunes qui ont participé aux échanges. Les organisateurs ont reçu plus de 100 vidéos et articles pour les concours. Ce projet a remporté un Prix Eurodesk en 2017 pour sa démarche innovante d'éducation à l'environnement par des pratiques d'Information Jeunesse et de citoyenneté active.

PROMOUVOIR LE VOLONTARIAT ET LES PROJETS MENÉS PAR DES JEUNES SUR LA DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

Eurodesk Royaume-Uni



En réponse à la demande d'une génération désireuse de jouer un rôle dans la protection de l'environnement, Eurodesk Royaume-Uni a donné à de jeunes volontaires la possibilité de partager leur expérience via Youth Stories, une page Internet dédiée aux témoignages de jeunes. Les témoignages sont recueillis par les démultiplicateurs Eurodesk du Royaume-Uni et leurs partenaires, ainsi que par les jeunes qui s'adressent à Eurodesk Royaume-Uni. Les jeunes bénéficient d'un soutien tout au long de l'écriture de leur témoignage et une fois qu'il est en ligne, il est partagé sur tous les réseaux sociaux avec des informations sur les possibilités de volontariat sur des projets environnementaux au niveau national et international. Les expériences qui ont changé la vie de ces jeunes inspirent les autres à acquérir de nouvelles compétences et les encouragent à suivre un chemin similaire.

FORÊT ERASMUS

ESN Aveiro, Portugal



Vouzela est une petite ville portugaise qui se trouve dans le district de Viseu. En 2017, la plus grande partie de son territoire naturel a été dévastée par des incendies. Depuis, la ville de Vouzela, ESN Aveiro et les étudiants étrangers de l'Université d'Aveiro travaillent ensemble chaque semestre pour réparer les dégâts et restaurer la beauté naturelle de Vouzela.

C'est une expérience d'apprentissage enrichissante pour les étudiants étrangers, les volontaires, ainsi que pour la communauté locale. Dans le cadre de cette activité, les participants discutent de la prévention des incendies et du rôle de différentes espèces d'arbres. Ils ont également la possibilité de visiter une zone rurale du Portugal. Les étudiants étrangers quittent cette activité avec le sentiment d'avoir apporté une contribution. ESN Aveiro pense qu'en cette période compliquée, il est crucial que pendant leur expérience de mobilité, ils puissent faire du volontariat aux côtés de la communauté locale, en particulier pour aider à la protection de l'environnement, de façon à contribuer et apprendre dans un cadre différent.



OPPORTUNITÉS EUROPÉENNES/ INTERNATIONALES DE MENER DES PROJETS ENVIRONNEMENTAUX POUR LES JEUNES

L'Union européenne et d'autres institutions internationales comme le Conseil de l'Europe ou l'ONU proposent des bourses et/ou des opportunités à des jeunes et des organisations de jeunesse pour leurs projets et initiatives. Elles les aident aussi à participer à des expériences de mobilité durable à l'étranger à des fins d'apprentissage. Plus d'information au Chapitre 3, Des programmes pour les jeunes plus verts – Critères financiers (p. 59).

UNION EUROPÉENNE

L'UE propose différentes possibilités de financement aux jeunes et aux organisations de jeunesse. Bien que la plupart des programmes ne se limitent pas au changement climatique, il est possible de mener des projets dans le cadre de ce thème²⁷ :

- [Corps européen de solidarité](#) : Programme qui permet à des jeunes volontaires d'apporter une contribution concrète dans divers domaines, dont la protection de l'environnement. Ce programme s'adresse aux jeunes de 17 à 30 ans.
- [Echanges de jeunes Erasmus+](#) : Permet à des groupes de jeunes de 13 à 30 ans de différents pays de se rencontrer, de vivre ensemble et de travailler sur des projets communs pendant de courtes durées (5 à 21 jours).
- [Erasmus pour jeunes entrepreneurs](#) : Programme d'échanges transfrontaliers qui offre aux jeunes et aux futurs entrepreneurs la possibilité de se former auprès d'entrepreneurs chevronnés dirigeant de petites entreprises dans un autre pays participant.
- [Programme LIFE](#) : LIFE finance des projets dans le cadre de ses sous-programmes Environnement et Action pour le climat afin d'aider à la mise en œuvre du Pacte vert européen. La plupart des projets LIFE sont des projets dits traditionnels qui peuvent être coordonnés par une entité légale enregistrée dans l'UE, un organisme public ou une ONG de jeunesse. De nombreux projets traditionnels montrent des bonnes pratiques, mènent des actions pilotes, sensibilisent le public ou démontrent les progrès réalisés dans les pratiques environnementales.

Les institutions de l'UE disposent de mécanismes de dialogue avec les jeunes, comme les [dialogues entre citoyens](#), les groupes consultatifs et les réunions avec les mouvements de jeunesse. Quelques exemples :

- [Dialogue de l'UE en faveur de la jeunesse](#) : Ce mécanisme de dialogue entre les jeunes et les décideurs est organisé dans le cadre de la stratégie européenne pour la jeunesse. Pour y participer, il faut prendre contact avec le [groupe de travail national](#) de votre pays ou le [Forum européen de la jeunesse](#) si votre pays ne figure pas dans la liste.
- [Debating Europe](#) : Plateforme sur laquelle les citoyens de l'UE peuvent débattre avec des politiciens et des experts européens sur des sujets qui leur tiennent à cœur.

CONSEIL DE L'EUROPE

Le [Fonds européen pour la jeunesse \(FEJ\)](#) créé en 1972 par le Conseil de l'Europe apporte un soutien financier et pédagogique à des activités européennes de jeunesse. Les organisations non gouvernementales de jeunesse des États membres du Conseil de l'Europe et des pays signataires de la Convention culturelle européenne peuvent déposer une demande de subvention auprès du Fonds.

Le FEJ a pour objectif de faire entendre la voix des jeunes aux plus hauts niveaux de décision, de soutenir les organisations non gouvernementales de jeunesse d'Europe, et de promouvoir la paix, la compréhension et le respect.

Le budget annuel du Fonds est d'environ 3,7 millions d'euros. Depuis 1972, plus de 300 000 jeunes de 15 à 30 ans ont bénéficié directement d'activités soutenues par le FEJ.

NATIONS UNIES

Les activités des Nations unies (ONU) pour la jeunesse s'inscrivent dans le [Programme d'action mondiale pour la jeunesse](#) qui offre un cadre de politiques et de directives pratiques pour la mise en œuvre d'une action nationale et d'un soutien international concerté afin d'améliorer les situations des jeunes dans le monde.

Depuis 1999, ce programme bénéficie d'une promotion accrue dans le cadre de la [Journée mondiale de la jeunesse](#), qui a lieu chaque année le 12 août.

L'ONU gère également le [Programme des jeunes délégués de l'ONU](#), qui favorise la participation des jeunes à la prise de décision. Les jeunes délégués peuvent participer à plusieurs réunions intergouvernementales aux Nations unies.

²⁷ Source : [Portail européen de la jeunesse](#).

UNESCO

L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) [travaille avec les jeunes](#) et s'engage à les autonomiser et les aider à travailler ensemble pour encourager l'innovation et les changements sociaux, participer pleinement au développement de leurs sociétés, lutter contre la pauvreté et les inégalités, et favoriser une culture de la paix.

Parmi les activités de l'UNESCO : la gestion de l'Initiative Espaces de la jeunesse pour encourager l'engagement des jeunes dans leurs communautés, la coordination du [Forum des jeunes](#) de l'UNESCO qui est une opportunité innovante pour les jeunes de dialoguer entre eux et avec l'UNESCO. L'UNESCO est bien sûr le moteur de la Journée mondiale de la jeunesse. Vous pouvez rejoindre la [communauté en ligne](#) pour vous tenir au courant des prochains forums.

Une autre initiative, le réseau jeunesse de l'UNESCO pour l'action climatique [Youth UNESCO Climate Action Network \(YoU-CAN\)](#), a été lancée en 2019 lors de la COP25 de Madrid, avec le slogan « Changeons les esprits, pas le climat » pour

renforcer les actions pour le climat menées par des jeunes en apportant un soutien aux jeunes et aux réseaux de jeunes existants et en créant des liens entre eux. La vision de YoU-CAN est un monde dans lequel les jeunes sont conscients de leur avenir commun et de leur interaction avec notre planète, et participent activement à l'édification de sociétés prospères, équitables et durables en contribuant à la réalisation de l'objectif de l'accord de Paris de la CCNUCC, qui est de réduire sensiblement les risques et les conséquences du changement climatique. Ce réseau contribuera aux programmes de l'UNESCO et bénéficiera de ses compétences dans les domaines de l'éducation, des sciences, de la culture, de la communication et de l'information lorsque cela est possible.

UNICEF

La [voix des jeunes](#) de l'UNICEF est un espace en ligne permettant aux jeunes d'en savoir plus sur les questions qui touchent leur monde. Les jeunes du monde entier peuvent y exprimer leurs points de vue, explorer, discuter et agir sur des problèmes mondiaux.



1.3

PROMOUVOIR LA DURABILITÉ DE L'ENVIRONNEMENT ET LES PRATIQUES VERTES



« Nous devons vraiment écouter les jeunes et être critiques sur notre rôle d'informateurs jeunesse, notamment sur les objets promotionnels que nous produisons, et sur notre façon de planifier des événements, de gérer nos bureaux et de nous rendre au travail. Je pense qu'il ne s'agit pas vraiment de planifier de nouveaux événements, mais plutôt de traiter les jeunes comme des égaux et de respecter leurs préoccupations, leurs rêves et leurs souhaits. Nous pouvons apprendre beaucoup avec eux et ils peuvent apprendre aussi de nous. J'aime beaucoup le concept des « laboratoires du futur », où les jeunes peuvent réfléchir et « construire » un avenir dans lequel ils veulent vivre, aussi utopique qu'ils le souhaitent ».

Alena Brunner
Formatrice jeunesse et coordinatrice nationale Eurodesk, Réseau national des Centres Information Jeunesse, BÖJI, Autriche



Il faudrait mettre au cœur de l'information et du conseil des jeunes la promotion de **pratiques, espaces, outils, activités et services respectant davantage l'environnement**, tout en encourageant la citoyenneté active et la pensée critique des jeunes sur les questions de durabilité environnementale et d'action climatique.

Lorsqu'ils font des choix pour leur éducation ou leur carrière, les jeunes **choisissent aussi le mode de vie personnel qui va définir leur vie**. En effet, nos choix individuels et notre mode de vie marquent notre relation au monde qui nous entoure et ont un impact significatif non seulement sur notre communauté, mais aussi sur l'environnement et sur la société en général. Ces premières décisions autonomes doivent donc être fondées sur des informations complètes, objectives, exhaustives et vérifiées²⁸.

28 1.1 L'information offerte est complète, donne l'aperçu des différentes options disponibles et repose sur la pluralité de sources vérifiées. ([Charte européenne de l'Information Jeunesse, 2018](#))

En facilitant l'accès des jeunes à des **informations sur l'engagement pour une durabilité environnementale et des pratiques respectueuses de l'environnement**, on leur donne les outils nécessaires pour qu'ils agissent de manière autonome et soient mieux équipés pour prendre des décisions réfléchies sur la manière dont ils veulent vivre et sur l'empreinte écologique qu'ils souhaitent avoir. L'un des principes fondamentaux de l'Information Jeunesse est que l'on ne peut prendre une bonne décision que lorsque l'on est informé des options et alternatives qui existent. Cela s'applique aussi à des modes de vie et à des choix de consommation plus respectueux de l'environnement.

En outre, les services Information Jeunesse peuvent jouer un rôle important en aidant les jeunes à comprendre les **principes, questions et concepts clés de l'urgence climatique et de la durabilité environnementale**.

Mais lorsqu'il s'agit de parler de questions de respect de l'environnement et d'écologie avec des jeunes, notamment avec les plus jeunes, il est important de garder à l'esprit qu'ils sont généralement plus sensibles à l'environnement. Il est donc essentiel de leur parler de ce problème sans être trop alarmiste.



L'éco-anxiété et l'anxiété climatique sont maintenant

une réalité, donc il est crucial de communiquer sur les inquiétudes de manière constructive et sensible pour s'assurer que les pratiques et les actions respectueuses de l'environnement sont perçues comme quelque chose de positif, transmettent de l'espoir, sont source d'inspiration et font la différence.

Certains groupes d'âge peuvent avoir du mal à comprendre les concepts d'environnement, de durabilité environnementale, d'écologie et de changement climatique. Le rôle des informateurs jeunesse est donc de les simplifier le plus possible en **expliquant les choses de façon concrète afin que ces concepts soient compris et retenus**. Vous pouvez préparer des activités éducatives et récréatives en plein air qui permettent aux jeunes de vivre une expérience incarnée du monde naturel, et qui les sensibilisent à la protection de la nature.

Le recours à des **méthodes d'éducation non formelle pour promouvoir des pratiques respectueuses de l'environnement**

est un moyen très concret et utile de sensibiliser les jeunes, qui ne les connaissent peut-être pas aussi bien, aux questions de durabilité environnementale (voir les exemples d'activités Chapitre 4). Une des façons les plus efficaces d'aborder le sujet consiste à utiliser le monde qui les entoure pour les aider à s'intéresser aux principales questions environnementales, à adopter de nouvelles habitudes personnelles et à se sentir capables de s'élever contre les pratiques non durables.

L'accent devrait également être mis sur l'expérience directe de la beauté naturelle de notre planète par le biais d'activités de plein air, et donc sur la sensibilisation des jeunes à la nécessité de protéger la nature. Il est important de leur proposer des activités de plein air fréquentes et de les inciter à réfléchir sur leur expérience et leur lien avec la nature. Leur expérience doit être liée à leur environnement immédiat : moins l'expérience est abstraite, plus ils se sentiront connectés. Une fois ce lien créé, nous pouvons faire passer l'apprentissage à un niveau cognitif, en le reliant à un objectif plus large, en expliquant ce à quoi il faut prêter attention à leur niveau, pourquoi c'est important et comment ils peuvent agir.

Enfin, étant en contact quotidien avec les jeunes, les



« Pour édifier un monde plus juste, plus pacifique et plus durable, les personnes et les sociétés doivent toutes renforcer leur pouvoir d'action et acquérir des connaissances, des compétences et des valeurs, tout en ayant davantage conscience de la nécessité d'être les moteurs du changement. C'est là où l'éducation a un rôle déterminant à jouer ».

Feuille de route de l'UNESCO pour la mise en œuvre du programme d'action global pour l'éducation en vue du développement durable, UNESCO, 2014



informateurs jeunesse devraient servir de modèles. La façon dont nous produisons nos objets promotionnels, gérons nos bureaux ou organisons nos événements envoie également un message aux jeunes. Ce sujet est couvert Chapitre 2.

N'oubliez pas : Vous n'êtes pas seul ! Il existe de nombreuses initiatives et organisations dirigées par des jeunes ou des citoyens qui luttent pour notre planète. Si vous souhaitez aborder un thème spécifique, il vous suffit de voir qui est actif sur le terrain, de leur parler et de créer des synergies entre les initiatives.

SUR QUOI VOUS CONCENTRER ?

- Proposer des moyens amusants et créatifs de minimiser l'impact écologique des jeunes, par exemple en visitant des installations de recyclage et des ateliers de réparation, ou en apprenant à trier les déchets de façon ludique dans le cadre de vos activités et projets d'éducation non formelle
- Motiver les jeunes à agir en faveur de l'environnement et faire passer le message, à l'aide par exemple de jeunes ambassadeurs et militants écologistes
- Promouvoir une expérience directe avec la nature,

en passant du temps à l'extérieur, en organisant des visites ou des activités dans des espaces naturels, en encourageant les activités de loisirs hors ligne

- Donner aux jeunes les moyens de vérifier par eux-mêmes l'impact humain sur la nature et de l'observer autour d'eux sans être trop alarmiste ; explorer des solutions, notamment avec les plus jeunes usagers de vos services
- Introduire des pratiques et des politiques respectueuses de l'environnement dans vos activités quotidiennes et faire participer les jeunes à cette démarche. Les services et centres d'Information Jeunesse devraient être exemplaires et inspirer leurs jeunes usagers à réduire leur impact écologique (voir Chapitre 2)
- Encourager les jeunes à s'informer sur ce qu'ils peuvent faire à différents niveaux pour soutenir la protection de l'environnement et sur la manière de s'élever contre les pratiques non durables

QUELLES ACTIVITÉS ORGANISER ?

- Encourager une alimentation saine et des régimes alimentaires respectueux de la planète en expliquant pourquoi cela est efficace (par exemple, en utilisant des services de restauration respectueux de l'environnement lors de vos événements ou en organisant un pique-nique d'information végétarien)
- Soutenir des projets de réalisation de courtes vidéos sur des exemples de bonnes pratiques respectueuses de l'environnement (il peut également s'agir d'un concours)
- Organiser des formations et des activités de consolidation d'équipe basées sur des activités non passives de plein air, comme la randonnée ou le cyclisme ; encourager de nouvelles habitudes durables et l'apprentissage par la pratique
- Organiser des ateliers et des activités artisanales amusantes sur le recyclage avec des jeunes, des experts et des militants compétents (journées d'échanges, ateliers de réparation, par exemple)
- Organiser des ateliers thématiques sur les habitudes respectueuses de l'environnement en matière de consommation, de cuisine, de mode, de lessive, etc. qui leur permettront de découvrir des moyens de préserver l'environnement tout en s'amusant (voir des exemples Chapitre 4)
- Organiser des activités ludiques visant à mesurer son empreinte carbone, l'impact du changement climatique ou des habitudes de consommation. Vous pouvez utiliser des jeux prêts à l'emploi, des sites Internet, des applis. Voir les ressources éducatives présentées dans ce manuel.



RESSOURCES ÉDUCATIVES SUR LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Il existe de nombreuses ressources éducatives ouvertes que les éducateurs peuvent utiliser avec les jeunes. Outre les ressources nationales, en voici quelques-unes développées par des organisations internationales :

- [Notre planète, notre avenir](#) : Outil éducatif conçu par la Commission européenne à partir des informations contenues dans la publication « [Notre planète, notre avenir : Lutter ensemble contre le changement climatique](#) »
- [NASA Kids Club](#) : Plateforme contenant des informations, des jeux et d'autres ressources sur le changement climatique
- [L'OMM pour les jeunes](#) : Plateforme de l'Organisation météorologique mondiale destinée aux jeunes (jeux, ressources, témoignages, et bien plus encore)
- [NASA Global Climate Change - Vital signs of the planet](#) : Plateforme contenant différentes ressources pour observer les preuves du changement climatique, comme des images comparatives, une machine à remonter le temps climatique, des images de la fonte des glaces dans le monde, la visualisation de données en temps réel, des vidéos éducatives, des quiz interactifs et d'autres ressources

Dans toute l'Europe, Students Achieving Valuable Energy Savings (SAVES 2) aide les étudiants à réduire leur empreinte carbone dans leur université et leur logement privé, les sensibilise à **l'efficacité énergétique et aux compteurs intelligents**, et les incite à adopter de bonnes habitudes en matière de durabilité qui continueront après leurs études. SAVES 2 est financé dans le cadre d'Horizon 2020 et s'appuie sur le succès du projet européen sur l'énergie intelligente pour l'Europe SAVES (2014-2017), qui a étendu la campagne [Student Switch Off \(SSO\)](#) à Chypre, la Suède, la Lituanie et la Grèce.

Avec la subvention en cours, les partenaires continuent à étendre cette campagne britannique à Chypre, la Grèce, la Lituanie, l'Irlande, la Roumanie et la Bulgarie. L'objectif principal est de réduire la consommation d'énergie des étudiants, ainsi que leur exposition à la pauvreté énergétique, ce qui profitera à la fois à la planète et à leur porte-monnaie.

<https://saves.nus.org.uk/>

MY PLANET MY PLEDGE

Youth Work Ireland, Irlande

Lors la concertation 2019 de Youth Work Ireland avec les jeunes, il est ressorti que l'environnement et le changement climatique étaient des questions essentielles sur lesquelles ils voulaient en savoir plus et faire campagne pour le changement. À l'heure actuelle, ce sont les jeunes qui montrent la voie en soulignant la nécessité de lutter contre le changement climatique et en agissant pour garantir la protection de l'environnement pour toutes les générations.



Le module d'activité « My planet My pledge » a été conçu à l'origine comme une ressource à utiliser dans le cadre d'un travail de groupe, mais avec l'épidémie de COVID-19 et les réunions de groupes de jeunes en ligne, il a été adapté pour être proposé comme ressource en ligne. Les activités peuvent être réalisées sans trop de préparation ou de matériel et peuvent être menées à la fois par des animateurs jeunesse et des bénévoles. Chaque activité est téléchargeable. Avant de commencer les activités, il est recommandé de se familiariser avec les informations générales et l'index des mots-clés.

<https://www.youthworkireland.ie/what-we-do/my-planet-my-pledge>

ÉCHANGES DE VÊTEMENTS

LOGO jugendmanagement, Autriche

Les jeunes de Styrie accordent depuis déjà un certain temps de l'importance à la durabilité, et en particulier à **l'habillement durable**. LOGO, le service d'Information Jeunesse de Styrie, a voulu combiner la diffusion d'informations sur ce sujet avec l'organisation d'événements innovants pour les jeunes. C'est pourquoi LOGO a commencé en 2015 à organiser au centre Information Jeunesse des échanges de vêtements deux fois par an. Une centaine de personnes participent à ces événements qui bénéficient d'une bonne couverture par la presse locale et régionale.

BONNES PRATIQUES ET INITIATIVES

SAVES2 & STUDENT SWITCH OFF CAMPAIGN

National Union of Students, Royaume-Uni



Le principe de ces **échanges de vêtements** est assez simple : les jeunes peuvent apporter au maximum 10 vêtements en bon état qu'ils ne portent plus et les échanger chacun contre un autre vêtement. Un jeune créateur professionnel aide les jeunes à reprendre et à embellir leurs nouveaux vêtements.



Depuis début 2020, ce projet prend une nouvelle dimension grâce au soutien d'Erasmus+, avec le projet « **Wear(e)able** » sur l'habillement durable coordonné par « bit Schulungscenter ».



SEARCH FOR EUROPE IN THE JUNGLE

Jekabpils NVO resursu centrs, Lettonie

Ensemble, nous avons la force de rendre le monde meilleur ! Jekabpils NVO, membre d'Eurodesk Lettonie, souhaite montrer aux jeunes que quand on veut, on peut !

« Avec le projet Search for Europe in the jungle, nous informons les jeunes sur les opportunités lettones et européennes tout en rando. Avec la randonnée, nous avons voulu sensibiliser les jeunes à la richesse environnementale qui nous entoure. Pendant la randonnée, des volontaires européens et des participants à des échanges de jeunes parlent de leurs expériences et de ce que cela signifie pour eux de participer à un programme européen. Chaque témoignage est conçu pour accompagner une activité sportive et pour faire prendre conscience aux jeunes ce qu'ils peuvent faire et ce dont ils se croient capables ».

DES OBJETS PROMOTIONNELS EN QUANTITÉ RÉDUITE ET PLUS DURABLES

Eurodesk Royaume-Uni

En novembre 2018 Eurodesk Royaume-Uni a fait une enquête auprès de son réseau sur ses objets promotionnels et sur

les outils qu'il aimerait voir produire à l'avenir. La grande majorité a exprimé la nécessité de ne produire que des objets promotionnels durables pour deux raisons : pour être aussi respectueux de l'environnement que possible, et pour envoyer aux jeunes un message sur l'importance d'utiliser des matériaux recyclés et recyclables. Eurodesk Royaume-Uni a suivi ce conseil et a effectué des recherches approfondies sur les différents fournisseurs et idées, en tenant compte de l'emballage et de l'empreinte carbone du service de livraison. Eurodesk Royaume-Uni a également décidé de produire moins d'objets, mais de meilleure qualité, afin de pouvoir répondre à la demande de ses démultiplicateurs. Cela a permis de faire



baisser les coûts par unité. En conséquence, en 2019 et 2020, Eurodesk Royaume-Uni a investi un montant similaire et les démultiplicateurs ont eu assez d'outils pour leurs événements. Les réactions des multiplicateurs restent très positives et « montrent que notre engagement valait le coup », déclare Eva de Luis, coordinatrice nationale du réseau Eurodesk britannique.

LE PROJET UNESCO GREEN CITIZENS

L'Éducation en vue du développement durable (EDD) vise à fournir à chacun les connaissances, les compétences, les attitudes et les valeurs nécessaires pour façonner un avenir durable.

Cette plateforme est un espace d'information qui valorise des histoires d'EDD remarquables du monde entier, dans l'optique d'inspirer d'autres personnes à contribuer à la lutte contre le changement climatique en encourageant les lecteurs à partager leurs expériences. Ces histoires transmettent des exemples de nouvelles pratiques permettant d'assurer un avenir durable. Cette plateforme poursuit la dynamique amorcée par l'exposition itinérante UNESCO GREEN CITIZENS intitulée « Les éclaireurs du changement » qui a rendu hommage, à travers neuf projets d'éducation emblématiques, aux femmes et aux hommes qui dirigent des initiatives d'EDD dans le monde.

<https://en.unesco.org/greencitizens/green-citizens>





T-KIT SUR LA DURABILITÉ ET L'ANIMATION JEUNESSE

Le Partenariat entre la Commission européenne et le Conseil de l'Europe dans le domaine de la jeunesse a publié un kit de formation en anglais sur la [durabilité et l'animation jeunesse \(2018\)](#). Cette publication s'adresse principalement aux **animateurs jeunesse et aux éducateurs désireux d'explorer le thème de la durabilité** avec des jeunes par des méthodes d'éducation non formelle.



Objectifs :

- Présenter différents aspects et concepts théoriques
- Explorer l'idée de l'éducation à la durabilité et ses méthodes les plus courantes
- Proposer une série d'activités éducatives non formelles à mener avec des jeunes
- Apporter des illustrations avec des idées sur la façon d'encourager les jeunes à changer les choses
- Fournir une checklist et des idées pour la mise en œuvre de mesures de protection de l'environnement

LES RÈGLES D'OR POUR DES SERVICES INFORMATION JEUNESSE VERTS

RENFORCER L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION VERTE (EMI VERTE)



1. Sensibiliser à l'importance de vérifier les faits relatifs à la durabilité environnementale et d'être attentif aux sources d'information.
2. Fournir aux jeunes les outils et ressources nécessaires pour apprendre à vérifier les sources d'information, à repérer la désinformation et à diffuser l'information sur l'urgence climatique de manière responsable.

3. Encourager les jeunes à s'informer sur l'actualité, les faits et la recherche sur l'urgence climatique, et sur ce qui peut être fait à différents niveaux.

RESPONSABILISER LES JEUNES EN TANT QUE CITOYENS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

1. Donner aux jeunes les moyens d'observer les conséquences du changement climatique dans leur environnement immédiat et de comprendre l'importance de la durabilité environnementale.
2. Aider les jeunes à trouver des moyens de réduire leur impact écologique et les encourager à agir et à inciter leur entourage à en faire autant.
3. Organiser et co-organiser des formations, des actions de sensibilisation et des sessions d'information avec des jeunes pour promouvoir la durabilité environnementale.

SOUTENIR LA FORMATION TOUT AU LONG DE LA VIE DES PROFESSIONNELS DE L'INFORMATION JEUNESSE

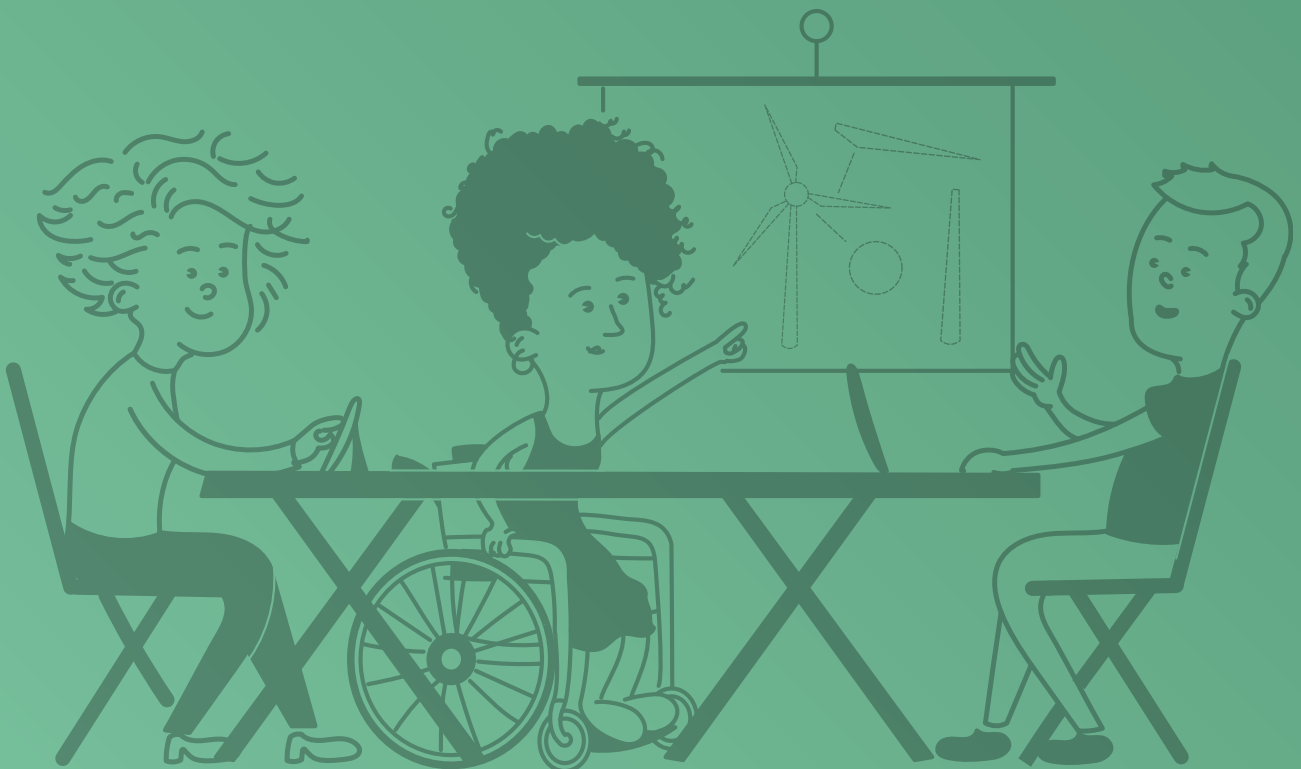
4. Se tenir informé des nouvelles formes d'engagement des jeunes, des mouvements menés par des jeunes et des campagnes sur l'action climatique à différents niveaux.
5. Suivre les politiques et les derniers développements liés à la durabilité et à la protection de l'environnement pour mieux comprendre le contexte.
6. Anticiper les futurs besoins et tendances des jeunes au vu des changements sociétaux et financiers liés à l'urgence climatique afin de proposer des réponses en temps voulu.

DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE VERTE POUR LA STRUCTURE

7. Mesurer l'empreinte carbone de la structure et développer des actions concrètes pour la réduire dans le cadre d'une stratégie verte.
8. Introduire des pratiques et des stratégies respectueuses de l'environnement dans les activités quotidiennes et la gestion des locaux dans l'optique d'être exemplaires et d'inciter les jeunes à réduire leur impact écologique.
9. Coopérer avec les autorités publiques compétentes, les établissements scolaires, les organisations de la société civile et les autres acteurs du domaine de la durabilité environnementale.

CHAPITRE 2

COMMENT MENER VOTRE STRATÉGIE VERTE : ÉTAPES CLÉS POUR METTRE EN PLACE UNE DÉMARCHE PARTICIPATIVE



2.1

FAIRE PARTICIPER TOUT LE MONDE !

Vous trouverez dans cette section des conseils pour construire une stratégie verte pour votre structure. Que pouvez-vous faire, en tant que structure, centre Information Jeunesse, organisation non gouvernementale, municipalité ou établissement d'enseignement, pour adopter un fonctionnement plus respectueux de l'environnement ?



ÉTAPE 1 : PLANIFIEZ VOTRE TRANSITION VERTE EN ADOPTANT UNE DÉMARCHE PARTICIPATIVE

Pour atteindre les objectifs, il faut que l'ensemble de l'équipe comprenne comment la structure s'est engagée à changer et quels seront les effets de leurs contributions sur l'environnement dans ce contexte, et au-delà, dans leur vie quotidienne.

Pour cela, vous devrez définir des étapes claires afin d'élaborer une stratégie commune pour votre structure. Pour que votre stratégie verte réussisse, **faites participer toute l'équipe dès les premiers pas !**

Bien que les centres d'Information Jeunesse n'aient pas autant de ressources que les grandes entreprises, ils peuvent néanmoins compter sur le fait que la plupart des informateurs jeunesse sont aussi des initiateurs de changement. Certains de vos collègues sont sans doute déjà sensibilisés à l'écologie et peuvent vous aider à trouver des solutions et à créer l'engagement nécessaire pour que chacun change ses habitudes. Capitalisez sur cet aspect et responsabilisez vos équipes !

Cette section couvre une petite partie de ce que l'on appelle la « Gestion verte des ressources humaines ». Notez qu'elle est principalement axée sur des locaux écologiques, mais vous pouvez utiliser la même démarche pour discuter des autres aspects couverts par les lignes directrices, comme la planification d'événements plus respectueux de l'environnement et la production d'outils promotionnels plus écologiques.

ÉTAPE 2 : FAITES DES BRAINSTORMINGS

Présenter à votre équipe l'idée d'une série de **brainstormings** peut être utile pour discuter de la stratégie et des mesures à mettre en place. De nombreuses entreprises ont mis en place des espaces en ligne pour encourager leurs salariés à partager des idées, comme des forums sur leurs sites Internet ou leurs blogs. Bien entendu, comme vous le lirez dans la section « Réduire votre empreinte numérique », nous vous encourageons à privilégier les séances en face à face.

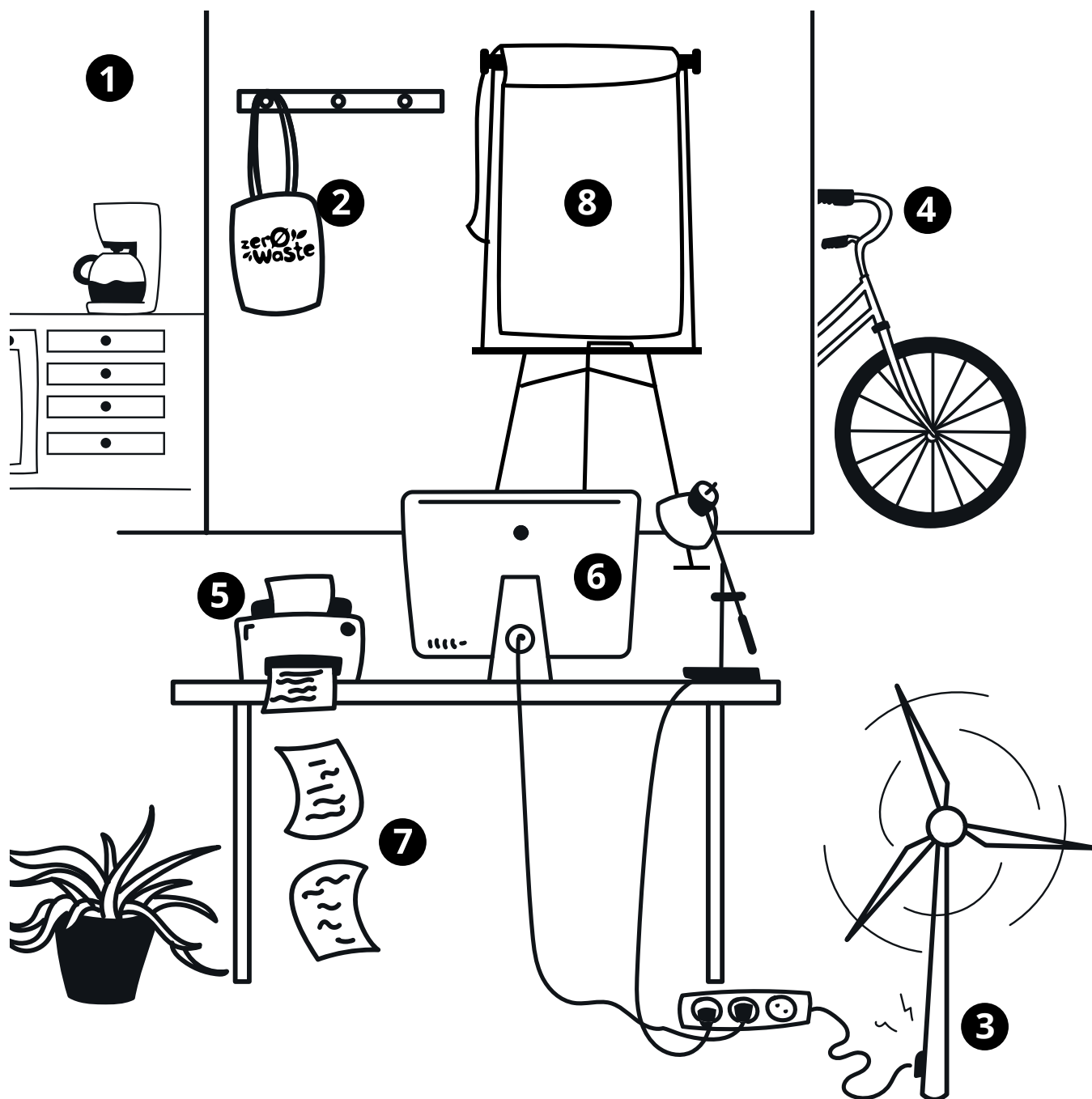
Ensemble, vous pouvez vous mettre d'accord sur des mesures concrètes pour **améliorer la durabilité environnementale de vos opérations en interne**, en abordant des questions comme le transport, l'utilisation de l'énergie et de l'eau, le recyclage et les déchets plastiques. En fonction des ressources disponibles, vous pouvez décider de mener cet exercice vous-même ou bien faire appel à des experts externes qui réaliseront un audit et toute la démarche, en incluant une dimension d'apprentissage et/ou de construction d'équipe.



MESURER VOTRE EMPREINTE CARBONE

L'empreinte carbone mesure les émissions de gaz à effet de serre de toutes les activités d'une structure (empreinte de la structure), ou bien d'un produit ou service spécifique. La mesurer vous permet d'identifier et de quantifier vos principales sources d'émissions. Vous serez ensuite en mesure de définir des solutions, fixer des objectifs de réduction des émissions de carbone et de contrôler vos avancées. Plusieurs normes internationales peuvent servir à calculer le bilan carbone d'une organisation, comme la norme ISO 14064-1, la norme d'entreprise du protocole des GES et la norme de la chaîne de valeur du protocole des GES. Si vous souhaitez inscrire vos actions dans le cadre de ces normes, il faudra faire appel à un expert.

Vous disposez également d'outils gratuits en ligne pour mesurer votre empreinte carbone individuelle. Les calculateurs [Eco Footprint](#), [Carbon Footprint](#) et [Water Footprint](#) aident les particuliers à déterminer leur impact sur l'environnement. Ils portent sur notre vie quotidienne, pas sur les environnements de travail. Ils peuvent servir à sensibiliser individuellement les membres de votre équipe avant de commencer le brainstorming. Voir aussi l'activité 9 au chapitre 4.



Vous pouvez organiser les discussions autour de différents éléments qui sont généralement couverts lors d'un exercice de ce type :

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1. Cuisine / parties communes | 5. Papier / Impressions |
| 2. Réduction des déchets | 6. Usages du numérique et équipement informatique |
| 3. Efficacité énergétique | 7. Politiques de marchés publics |
| 4. Transports | 8. Ressources humaines et formation |

VOICI QUELQUES MESURES SUR LESQUELLES VOUS POUVEZ ÉCHANGER

- Chacun éteint son ordinateur ainsi que tous ses appareils électroniques et débranche son chargeur de téléphone portable avant de partir du bureau.
- Choisissez un jour dans la semaine où tout le monde mange un repas végétarien (voir Meatless Monday pour trouver des idées). Vous pouvez vous informer et vous procurer votre nourriture à partir de sources biologiques locales (par exemple, agriculteurs, marché).
- Expliquez les règles et aménagez l'espace : installez une zone de recyclage à un endroit bien visible de vos locaux, notamment une boîte pour le recyclage des piles usagées et des petits appareils électroniques, ainsi que des boîtes pour le recyclage du papier à jeter près des imprimantes et dans les salles du personnel.
- Incitez vos collègues à utiliser de « vrais » tasses, verres, plats et couverts plutôt que des jetables, et à privilégier les serviettes en tissu ou le sèche-mains.
- Prenez un engagement individuel et collectif pour éliminer l'eau en bouteille. Distribuez à vos collègues des bouteilles de 0,5l en verre ou réutilisables à remplir avec de l'eau provenant de la fontaine ou de l'évier (voir la vidéo éducative sur [l'histoire de la bouteille d'eau en plastique](#)).
- Utilisez des filtres à café en papier recyclé ou bien, encore mieux, achetez une cafetière qui ne nécessite pas de filtres en papier ou de capsules. Compostez le marc de café si possible.
- Éteignez les lumières des pièces lorsqu'il n'y a personne (y compris dans les toilettes) et pour la nuit. Envisagez l'utilisation de capteurs d'économie d'énergie.
- Encouragez chacun à emprunter les escaliers au lieu de l'ascenseur lorsque c'est possible et à être attentif à l'utilisation du chauffage et de la climatisation.
- Réduisez votre pollution numérique en vous désabonnant aux newsletters et courriers électroniques non désirés et en évitant d'envoyer des courriers électroniques inutiles (2 % des émissions mondiales de CO2 proviennent de notre consommation d'Internet, le saviez-vous ?).
- Au lieu d'envoyer un courrier électronique à votre collègue dont le bureau est à côté du votre, profitez de l'occasion pour bouger un peu et parler avec lui/elle.

AUTRES CONSEILS À L'ATTENTION DES CADRES

- Plantez un petit potager ou un jardin d'herbes aromatiques dans votre entreprise si vous avez de la place. Il existe différentes options qui peuvent aller du simple jardin alimentaire à l'aquaponie (un système qui combine l'aquaculture conventionnelle et l'hydroponie, qui consiste à cultiver des plantes dans l'eau). Cela peut être une excellente activité pour renforcer la cohésion d'équipe.
- Veillez à ce qu'il y ait au moins une grande plante dans votre bureau. Elles ne se limitent à pas à la décoration, elles sont parfaites pour recycler l'air.
- Lors du choix d'une entreprise de nettoyage et de l'achat de produits de nettoyage, assurez-vous de

l'obligation d'utiliser des produits écologiques qui ne nuisent pas à l'environnement.

- Remplacez les ampoules à incandescence standard par des lampes fluorescentes compactes ou des ampoules à LED dans la mesure du possible (vous économiserez jusqu'à 75 % de consommation d'énergie par rapport aux ampoules traditionnelles pour un même rendement lumineux).
- Trouvez des modes de transport alternatifs et prenez des mesures pour inciter vos collègues à changer leurs pratiques, en venant à vélo par exemple.
- Pour les déplacements professionnels, lorsque c'est possible, encouragez les déplacements en train plutôt qu'en avion. Si l'avion est la seule option, votre structure pourrait souscrire à un programme de compensation des émissions de CO2.
- Si vous avez un espace vert comme une cour, utilisez-le ! Aménagez-le avec des bancs ou des canapés, rendez-le confortable pour que votre équipe apprécie d'y passer du temps, de communiquer et de respirer l'air frais pendant les pauses. Organisez régulièrement des réunions dans cet espace vert. Si suffisamment de personnes sont intéressées, organisez-y de courtes séances de stretching.

Une fois que vous avez convenu d'un ensemble de mesures, pouvez-vous identifier les objectifs à atteindre ? Cela vous aidera à mesurer les progrès accomplis et à rappeler les engagements pris.

Enfin, n'oubliez pas que ces mesures sont également bonnes pour le bien-être de votre équipe ! Le Centre pour la santé et l'environnement mondial de Harvard a publié les résultats de travaux de recherche sur [l'impact des bâtiments écologiques sur les fonctions cognitives](#). Ils montrent que les bâtiments écologiques ont un effet positif sur la santé et les fonctions cognitives !



© Ciel mon radis Facebook

ÉTAPE 3 : ENGAGEMENT ET SIGNALÉTIQUE PARTAGÉS

Une fois que vous vous êtes mis d'accord sur ces objectifs, vous pouvez les transformer en **stratégie verte**. Montrez que vous avez pris en compte les propositions que vous avez recueillies ! Il est important de le faire le plus concrètement possible en utilisant les objectifs fixés par l'équipe.



VISUELS PNUD ET PNUE

Le PNUD et le PNUE ont créé une série d'affiches et d'autocollants en français et en anglais que vous pouvez utiliser librement. Source : <https://www.greeningtheblue.org/tools>



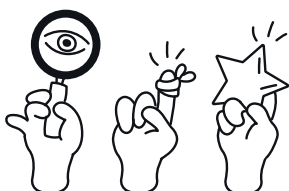
Une fois que cela est fait, il est conseillé de **créer une signalétique** adaptée aux personnes ciblées. Vous pouvez soit utiliser des affiches existantes, soit créer vos propres supports (voir les affiches Eurodesk et ERYICA en annexe de ce manuel, page 96).

ÉTAPE 4 : CONTRÔLEZ, RAPPELEZ ET RÉCOMPENSEZ

Enfin, il est important d'assurer une suivi de la mise en œuvre des engagements et des objectifs fixés par l'équipe et l'organisation. Si vous avez des objectifs concrets (par exemple réduire de moitié l'utilisation de plastique), veillez à **communiquer les résultats et à encourager chacun à poursuivre !**

Certains employeurs offrent également des récompenses à leurs « **saliés respectueux de l'environnement** ». Il peut s'agir d'un système complexe (par exemple, la personne qui obtient les meilleurs scores peut gagner un dîner pour deux dans un restaurant bio) ou d'un système plus facile à gérer, comme un défi mensuel (par exemple, la personne qui parvient à éviter l'utilisation de plastique pendant tout le mois peut gagner un petit prix). Certaines structures utilisent des applications pour ce type de défi. Cela peut être très motivant, mais testez l'idée lors de l'étape de réflexion avant d'investir dans des solutions évoluées.

Bien sûr, il faut que ça reste amusant ! Il vaut mieux éviter que les membres de l'équipe considèrent ces actions comme une corvée de plus sur leur liste de choses à faire. Veillez à ce que votre stratégie verte soit agréable.



BONNES PRATIQUES ET INITIATIVES

PLAN VERT POUR RÉDUIRE L'IMPACT ÉCOLOGIQUE

Agenzija Zghazagh, Malte

L'Agence a mis en place un plan vert pour réduire son impact écologique.

Exemples de mesures prises dans ce cadre :

- Afin de réduire la consommation de papier et d'autres matériaux, nous diffusons des informations en ligne, et les contacts avec nos prestataires de services et les jeunes se font principalement par courrier électronique, par téléphone et en face à face.
- En tant que prestataires de services, nous utilisons les transports en commun lorsque nous nous rendons à des événements ou des réunions qui ne se déroulent pas dans nos locaux.
- Nous veillons à ce que nos objets promotionnels soient respectueux de l'environnement et utiles. En utilisant des objets promotionnels respectueux de l'environnement, nous créons une conscience environnementale et agissons de manière responsable vis-à-vis de notre environnement, tout en attirant la majorité de notre public cible qui prône un mode de vie écologique, par exemple avec des pailles en aluminium. Nous encourageons aussi les jeunes à utiliser des bouteilles réutilisables et à consommer l'eau disponible sur place plutôt que d'acheter de l'eau en bouteille dans les magasins.
- Nos locaux sont équipés de différentes poubelles de recyclage afin que les déchets soient séparés et recyclés.
- Lors de l'achat de matériel destiné à la distribution de nourriture pendant les manifestations, nous évitons tout emballage en plastique. Nous utilisons également des produits biodégradables et biologiques plutôt que du plastique.

POLITIQUE « ZÉRO DÉCHET » ET UTILISATION RAISONNÉE DE L'ÉNERGIE

BBDK Bodrum Youth Culture & Art Centre, Turquie

Pour contribuer à l'objectif « zéro déchet », aux objectifs de développement durable et à l'utilisation efficace de l'énergie, nous avons élaboré un ensemble de règles fondamentales à mettre en œuvre dans notre centre. Exemples de mesures prises :

- Nous utilisons du vinaigre et des produits naturels pour le nettoyage.
- Nous n'utilisons pas de poubelles individuelles pour chaque poste de travail, mais une poubelle principale installée près de la sortie de nos locaux.
- Nous recyclons le plastique, le papier et les déchets organiques et les transportons chaque semaine vers les déchetteries municipales.
- Nous n'utilisons pas de produits en plastique au bureau.
- Nous utilisons principalement des documents en ligne et la signature électronique afin de ne pas gaspiller de papier.

- Nous mangeons vegan un jour par semaine pour réduire la consommation de viande.
- Nous mettons chaque mois un jeûne à l'honneur en le désignant « membre le plus vert » du mois.
- Nos systèmes d'éclairage reposent sur la technologie LED et nous utilisons également des panneaux solaires.

RÉDUIRE LES ENVOIS POSTAUX ET LES IMPRESSIONS PAPIER

CRIJ Auvergne-Rhône-Alpes, France

Le Centre Régional Information Jeunesse (CRIJ) Auvergne-Rhône-Alpes met en œuvre une stratégie progressive pour réduire et éliminer les déchets de papier.

« En tant que structure ressource, nous produisons des supports d'information pour les jeunes et les acteurs de jeunesse qui accompagnent les jeunes lors d'entretiens individuels ou en groupe. Ces supports sont envoyés à toutes les structures Information Jeunesse de notre région au format papier. Dans un premier temps, nous visons à réduire le nombre d'exemplaires papier envoyés. Notre objectif final est de supprimer les envois papier d'ici 2021 et de dématérialiser l'ensemble de ces supports d'information ».



CULTURAL ADAPTATIONS : LE DOMAINE DE LA CULTURE COMME SOURCE D'INSPIRATION

Cultural Adaptations travaille sur le rôle de la culture dans l'adaptation de la société au changement climatique, et sur les questions d'adaptation auxquelles les organisations culturelles doivent réfléchir. Cultural Adaptations est un projet de coopération internationale financé par le programme « Europe Créative » de l'Union européenne, pour la période allant d'octobre 2018 à mars 2021, et dirigé par Creative Carbon Scotland. Quatre organisations culturelles étudient ensemble comment cette approche peut fonctionner dans des pays confrontés à des défis climatiques similaires, mais à des cadres socio-politiques différents.

Ce projet du domaine culturel peut inspirer les services Information Jeunesse pour l'évaluation de leur propre rôle et de leur contexte spécifique, dans l'optique de participer à l'adaptation de la société au changement climatique. La collaboration et les échanges sur ces aspects avec des organisations homologues dans d'autres pays montrent comment la coopération européenne peut conduire à des échanges et des perspectives inspirants sur la durabilité environnementale. Tout comme les organisations culturelles, les services Information Jeunesse ont un impact écologique et doivent réfléchir aux adaptations nécessaires pour l'atténuer. Un projet européen similaire pourrait encourager le secteur de l'Information Jeunesse à soutenir l'adaptation globale de la société et à trouver leurs propres stratégies et mesures.

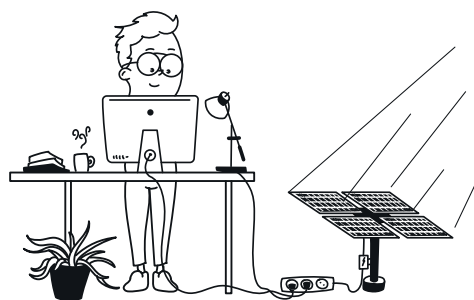
www.creativecarbonscotland.com/project/cultural-adaptations/





2.2 ALLER PLUS LOIN

FOURNITURES ET ÉQUIPEMENT DE BUREAU RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT



CONSEILS POUR DES FOURNITURES ET UN ÉQUIPEMENT DE BUREAU PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

De plus en plus d'organisations décident de prendre en compte **les aspects écologiques** dans leur **choix des biens et des services**. « Passer au vert » consiste à acheter des produits à des producteurs écologiquement et socialement responsables, ainsi qu'à réduire la quantité de produits que nous utilisons ou à les utiliser le plus longtemps possible. Que vous utilisiez les marchés publics ou non, voici quelques conseils pour des fournitures de bureau plus durables.

À première vue, l'achat de produits ou de services respectueux de l'environnement peut sembler plus cher. Mais si vous les faites de manière intelligente (voir la section précédente), les coûts supplémentaires potentiels seront compensés par les économies réalisées par votre équipe (par exemple, moins d'impressions papier, économies d'énergie). Le rapport coûts-avantages est donc positif à long terme, sans parler de votre réputation, de la motivation de votre équipe, et de la planète !

CONSEILS POUR DU PAPIER PLUS ÉCOLOGIQUE

- Économisez le papier en évitant d'imprimer le plus possible ! Mettez un message en ce sens bien visible dans vos locaux et sous la signature de vos courriers électronique pour rappeler aux utilisateurs et aux destinataires de n'imprimer que lorsque c'est nécessaire.
- Notez le nombre d'exemplaires imprimés par les membres de votre équipe pour rappeler à chacun les engagements et les objectifs (voir section 2).
- Partagez les règles d'impression de base et adaptez vos modèles : réduisez les marges des documents, diminuez la taille de la police (12 pt : est-ce vraiment nécessaire ?), relisez avant d'imprimer (utilisez un PDF), n'imprimez que le texte et pas les images si c'est juste pour relire, privilégiez l'impression en mode brouillon.
- Réutilisez le papier qui n'a été utilisé que d'un côté.
- Achetez du papier 100 % recyclé après consommation, traité sans ajout de chlore pour blanchir le papier (voir les labels).
- Recherchez un papier dont la luminosité est de 85, car tout papier ayant une luminosité supérieure peut avoir été fabriqué à l'aide de procédés inutiles.
- Au lieu d'utiliser du papier pour paperboard et des post-

it, utilisez des tableaux blancs et essuyez-les simplement après usage (si vous utilisez des post-it, coupez-les en plus petits morceaux en fonction de vos besoins).

CONSEILS POUR DES STYLOS PLUS ÉCOLOGIQUES

- Achetez des stylos, des crayons et des marqueurs fabriqués à partir de matériaux recyclés ou renouvelables, et de bois provenant d'une exploitation forestière durable.
- Privilégiez les stylos qui peuvent être rechargés.

CONSEILS POUR DES IMPRIMANTES PLUS ÉCOLOGIQUES

- Achetez et utilisez une imprimante multifonctions plutôt que des imprimantes séparées pour imprimer, photocopier, scanner et/ou faxer. Assurez-vous que l'imprimante que vous achetez a la capacité d'imprimer recto-verso et fonctionne en mode éco.
- Économisez du papier en imprimant sur les deux faces et imprimez deux pages par feuille dans la mesure du possible : veillez à configurer tous les logiciels pour une impression recto-verso par défaut.
- Utilisez le mode éco de votre imprimante, si elle en a un. Les modes d'économie d'encre et de toner conviennent parfaitement aux brouillons et autres documents imprimés qui ne nécessitent pas un résultat de haute qualité.
- Rechargez les cartouches d'encre et de toner usagées lorsque c'est possible, sinon recyclez-les.
- Utilisez de l'encre de toner reconditionnée sans mercure, plomb, cadmium ou chrome (voir les labels).

CONSEILS POUR DES ORDINATEURS PLUS ÉCOLOGIQUES

- Éteignez votre ordinateur lorsque vous ne l'utilisez pas.
- Vérifiez les paramètres de l'ordinateur pour le mode veille, et réglez-les pour un délai court.
- Maintenez le matériel informatique à jour ; les nouveaux ordinateurs et écrans sont généralement plus économes en énergie que les anciens. Veillez à prendre en compte la durabilité des produits lors de l'achat d'équipements, et pas seulement les économies à court terme.

- Lorsque vous remplacez du matériel informatique, donnez l'ancien matériel à une association caritative ou à une organisation à but non lucratif si possible. Sinon, apportez-les à un centre de recyclage de matériel électronique.

CONSEILS POUR DES FOURNITURES ET ACCESSOIRES DE BUREAUX PLUS ÉCOLOGIQUES

- Recherchez et achetez des produits fabriqués à partir de contenus recyclés (matériaux récupérés sur des produits précédents et transformés en nouveaux produits), comme les produits en papier et en plastique.
- Réduisez ou stoppez votre utilisation de produits qui n'ont pas d'alternatives écologiques, comme les élastiques.

LABELS ENVIRONNEMENTAUX

Il existe de nombreux labels environnementaux qui aident les acheteurs à identifier les produits et services durables. Les labels multicritères sont les plus courants. Différents ensembles de critères sont établis pour chaque groupe de produits/services couverts. Parmi les exemples de ce type de label, on peut citer le label écologique de l'UE, le Nordic Swan et le Blue Angel allemand.

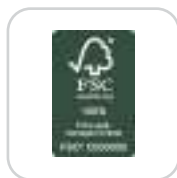
Pour les produits en papier, vous pouvez trouver différents labels (liste non exhaustive). Les principales différences concernent le pourcentage de fibres recyclées (de 50 à 100 %) et les procédés de production utilisés.



BLUE ANGEL

Tout papier recyclé ayant reçu ce label environnemental est garanti fabriqué à partir de papier 100 % recyclé. L'utilisation de chlore, de blanchissants optiques et d'agents de blanchiment halogénés est interdite pendant la production.

<https://www.blauer-engel.de/en>



FSC 100%

Le label FSC 100 % du Forest Stewardship Council signifie qu'un produit est exclusivement fabriqué à partir de matières forestières certifiées FSC.

www.fsc.org/



ÉCOLABEL EUROPÉEN

Le label écologique de l'UE garantit que la matière première a été acquise de manière responsable et que les produits chimiques utilisés pour la production du papier, la consommation d'énergie, les émissions de production et le traitement des déchets

répondent aux exigences environnementales les plus strictes. La matière non certifiée (50 % maximum) doit être couverte par un système de vérification qui garantit qu'elle provient d'une source légale et satisfait à toute autre exigence du système de certification s'appliquant à la matière non certifiée.

<https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

NORDIC SWAN

L'écolabel Nordic Swan garantit que le papier a un impact environnemental minimal en ce qui concerne la production, l'utilisation et les déchets. Pour ce faire, on utilise des matières premières certifiées, en limitant l'utilisation de produits chimiques nocifs pour l'environnement, en produisant de faibles émissions dans l'air et dans l'eau, et en réduisant la consommation d'énergie.

<https://www.svanen.se/en/>



LABEL PEFC CERTIFIÉ

Les produits ayant ce label sont composés d'au moins 70 % de matières forestières certifiées PEFC ou recyclées. Le reste doit provenir de sources contrôlées PEFC.

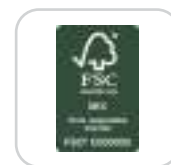
www.pefc.org



FSC MIXED LABEL

Le label FSC mixte du Forest Stewardship Council indique que le bois certifié a été complété par des matières non certifiées ne respectant pas encore certaines normes.

www.fsc.org



APUR 100 %

L'association française des producteurs et utilisateurs de papier recyclé attribue un label aux produits contenant au moins 50 % de fibres de cellulose recyclées. Le % de fibres recyclées utilisées est indiqué sur le label.

www.apur-papiersrecycles.com

Liste des écolabels : <https://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/ecolabels.pdf>



Il existe différents labels pour les **produits de haute technologie**. Certains sont officiels, comme la certification NF et l'écolabel européen, d'autres sont des labels indépendants gérés par des sociétés privées et des groupes d'intérêt écologiques (comme ils sont nombreux, assurez-vous de vérifier les labels que vous trouvez sur les produits que vous envisagez d'acheter).

Exemples de labels (liste non exhaustive) :



ÉCOLABEL EUROPÉEN

Le label écologique de l'UE pour les ordinateurs portables vous informe sur les critères suivants : haute efficacité énergétique, conçu pour avoir une durée de vie plus longue, limitation des substances dangereuses, conçu pour être facile à réparer, à mettre à niveau et à recycler, conditions de travail en usine contrôlées.

<https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>



ÉTIQUETTES ÉNERGETIQUES DE L'UE

Une étiquette énergétique européenne doit être apposée sur tous les nouveaux produits ménagers mis à la vente, la location ou la location-vente. L'efficacité énergétique des appareils est évaluée en fonction d'un ensemble de catégories d'efficacité énergétique allant de A à G sur l'étiquette, A étant la plus efficace, G la moins efficace.

https://ec.europa.eu/info/energy-climate-change-environment/standards-tools-and-labels/products-labelling-rules-and-requirements/energy-label-and-ecodesign/about_fr



BLUE ANGEL

Les ordinateurs et claviers labellisés Blue Angel répondent à des exigences strictes en matière de conception et de sélection des matériaux recyclables, ce qui permet de créer des conditions cadres favorables à une récupération efficace des matériaux utilisés, tout en contribuant à la préservation des ressources naturelles.

<https://www.blauer-engel.de/en>



CERTIFICATION TCO

La certification TCO couvre 11 catégories de produits, dont les ordinateurs, les appareils mobiles, les produits d'affichage et les produits de centres de données. La conformité est vérifiée de manière indépendante, avant et après la certification.

C'est une certification ISO 14024, ce qui signifie que les critères sont basés sur des principes scientifiques et qu'une évaluation de la conformité est effectuée par un organisme indépendant pour garantir que le produit et sa fabrication sont conformes à tous les critères.

<https://tcocertified.com/>

80 PLUS

Ce programme de certification volontaire est destiné à promouvoir l'utilisation efficace de l'énergie dans les unités d'alimentation des ordinateurs. La spécification de performance 80 PLUS exige que les blocs d'alimentation des ordinateurs et des serveurs aient une efficacité énergétique de 80 % ou plus.

<https://www.plugloadsolutions.com/80PlusPowerSupplies.aspx>



ENERGY STAR

Energy Star est un programme de l'Agence américaine pour la protection de l'environnement qui aide les entreprises et les particuliers à économiser de l'argent et à protéger notre climat grâce à une efficacité énergétique accrue. Les produits Energy Star sont certifiés de manière indépendante pour économiser l'énergie sans sacrifier les caractéristiques ou les fonctionnalités.

<https://www.energystar.gov/>



Enfin, n'hésitez pas à contacter les agences spécialisées et les organisations à but non lucratif qui proposent un soutien aux organisations désireuses de mettre en place des espaces de travail plus respectueux de l'environnement. Par exemple, le [WWF de Finlande](#) propose un soutien pour gérer son lieu de travail de manière responsable sur le plan environnemental. Son local vert permet de construire un système environnemental basé sur un modèle tout fait qui aide à réduire l'empreinte carbone de son lieu de travail et à utiliser les ressources naturelles de manière judicieuse.



MARCHÉS PUBLICS ÉCOLOGIQUES

Les marchés publics écologiques (MPE) constituent un outil important pour atteindre les objectifs de la politique environnementale relatifs au changement climatique, à l'utilisation des ressources, à la consommation et à la production durables. Par exemples : ordinateurs éco-énergétiques, papier recyclé, électricité de sources d'énergie renouvelables, etc. La Commission européenne a publié un [manuel](#) sur les marchés publics écologiques et mis en place un [service d'assistance](#) afin de diffuser des informations sur les MPE. Pour en savoir plus, découvrez cette [étude de cas](#) en Flandres (BE).



2.3 ALLER PLUS LOIN RÉDUIRE VOTRE EMPREINTE NUMÉRIQUE



CONSEILS POUR RÉDUIRE VOTRE EMPREINTE NUMÉRIQUE

Le passage au numérique semble souvent être la meilleure solution pour limiter les déchets et donc notre empreinte carbone. Toutefois, **les nouvelles technologies sont aussi une source importante de pollution**. L'industrie des technologies de l'information et des communications produit environ 2 % des émissions mondiales de CO₂, soit le même pourcentage que le transport aérien mondial ! Sans parler des déchets générés par les vieux ordinateurs, serveurs et smartphones.

Les émissions proviennent de la fabrication et de l'expédition de matériel (par exemple, les ordinateurs, les serveurs, les smartphones), mais aussi de leur alimentation et de leur refroidissement. La plupart de ces émissions sont dues aux informations stockées dans d'énormes centres de données qui consomment beaucoup d'énergie. Chaque fois que vous utilisez un moteur de recherche, que vous regardez une vidéo, que vous envoyez un courrier électronique, vous produisez du carbone. Comment pouvons-nous être plus respectueux de l'environnement devant nos écrans²⁹ ?



Source: <https://www.custommade.com/blog/carbon-footprint-of-internet/>

CONSEILS POUR VOTRE MATÉRIEL ÉLECTRONIQUE

Des millions d'appareils électroniques sont fabriqués chaque année, ce qui génère une forte pression sur les ressources de la Terre. L'exemple des smartphones est révélateur. Malgré

l'utilisation de métaux rares, le transport et les conditions de travail nécessaires pour réunir les différents éléments, nous jetons nos smartphones en moyenne au bout de deux ans seulement pour en acheter un nouveau (bien que leur durée de vie soit d'environ quatre ans).

On estime que seulement 12 % à 15 % des téléphones portables sont correctement recyclés en Europe³⁰. D'après la Commission européenne, **les déchets liés aux technologies de l'information dans l'UE devraient atteindre plus de 12 millions de tonnes par an**³¹. Comme le monde est de plus en plus dépendant des outils numériques, nous devons sérieusement repenser notre utilisation de ces technologies et encourager la « sobriété numérique ».

Voici quelques recommandations pour réduire la pollution liée au matériel :

- Optez pour des produits de qualité qui dureront le plus longtemps possible.
- Choisissez un fabricant éco-responsable, comme Fairphone et Shiftphone qui affirment garantir des conditions de travail décentes et proposent des produits durables et/ou réparables exempts de minéraux de conflit.
- Privilégiez les produits portant des écolabels qui garantissent une moindre émission de pollution pendant la fabrication et la phase d'utilisation. Voir les exemples page 40.
- Prolongez la durée de vie de vos ordinateurs ou téléphones portables le plus longtemps possible (par exemple, en passant à la version supérieure de certains éléments au lieu de remplacer l'appareil).
- Empruntez ou louez du matériel numérique si vous n'en avez pas d'usage fréquent, par exemple une caméra professionnelle 360° pour enregistrer des vidéos pour un projet spécifique.
- Recyclez correctement les appareils électroniques arrivés en fin de vie, vérifiez les services de recyclage ou de collecte appropriés.

³⁰ CESE, Etude (2019), [Identifier l'impact de l'économie circulaire sur l'industrie des biens de consommation à circulation rapide : opportunités et défis pour les entreprises, les travailleurs et les consommateurs - les téléphones portables comme exemple.](#)

³¹ Commission européenne (2020), [Déchets d'équipements électriques et électroniques. \(DEEE\)](#)

²⁹ Custom Made (2015) [The Carbon Footprint of the Internet.](#)

CONSEILS POUR LE STOCKAGE

Il faut d'abord comprendre que les fichiers que vous stockez ne sont pas dans le « cloud ». Ils sont en fait stockés dans des centres de données qui pour certains contiennent des milliers d'ordinateurs en ligne et fonctionnent sans interruption. Les centres de données stockent et envoient en permanence des courriers électroniques, des vidéos et des documents. Ils nécessitent d'énormes quantités d'énergie ainsi que des systèmes de refroidissement adéquats.

Voici quelques recommandations pour réduire la pollution liée au stockage :

- Choisissez un prestataire de services de cloud respectueux de l'environnement (utilisez [l'annuaire](#) de la Green Web Foundation).
- Lorsque vous envoyez un fichier volumineux, choisissez un service d'hébergement de fichiers qui utilise un lien de téléchargement sur un site Internet comme WeTransfer, Google Drive ou OneDrive. Cela permet d'éviter que le fichier ne soit stocké sur plusieurs serveurs. Si vous utilisez un lien, il ne sera stocké que sur le serveur qui l'héberge.
- Utilisez une clé USB si vous avez besoin de transférer un fichier à un collègue.
- Limitez le nombre de fichiers stockés dans le cloud. Vous pouvez par exemple stocker les anciens fichiers sur un disque dur au lieu d'avoir des milliers de fichiers stockés dans des centres de données et filtrer ce qui doit être sauvegardé.
- Évitez qu'un même fichier soit stocké sur différents systèmes en effaçant régulièrement vos messages (la même photo de vacances partagée sur Instagram, WhatsApp, Facebook, Twitter ou Messenger y est stockée, sur votre téléphone et sur le cloud !).
- Supprimez votre ancien compte MySpace ou les vidéos YouTube publiées il y a plusieurs années. Elles sont encore stockées sur des serveurs et génèrent de la pollution pour rien.

CONSEILS POUR VOS ENVOIS DE COURRIERS ÉLECTRONIQUES



En janvier 2020, près de 4,54 milliards de personnes étaient actives sur Internet, soit 59 % de la population mondiale³². Au niveau mondial, un peu moins de 300 milliards de courriers électroniques sont envoyés chaque jour, ce qui représente une moyenne de 66 courriers électroniques par jour et par personne. Pour mettre les choses en perspective, l'empreinte carbone liée à l'envoi de 66 courriers électroniques est similaire à celle d'une voiture de taille moyenne parcourant un kilomètre³³ !

En effet, **la simple action qui consiste à envoyer un courrier électronique demande beaucoup d'énergie** : votre message passe par un prestataire de services Internet, atteint son centre

de données et est ensuite redirigé vers le centre de données du destinataire. On estime que l'envoi d'un petit courrier électronique ajoute environ 4g d'équivalent CO₂ à l'atmosphère, jusqu'à 50g de CO₂ avec une pièce jointe volumineuse³⁴. De plus, un courrier électronique stocké dans un compte de messagerie pendant un an émet 19g de CO₂.

Voici quelques **recommandations pour réduire la pollution liée aux courriers électroniques** :

- Optez pour un prestataire de courrier électronique respectueux de l'environnement comme Posteo, Mailbox.org, Tutanota ou Runbox.
- Désabonnez-vous des newsletters que vous ne lisez jamais. Vous pouvez utiliser Cleanfox pour trier votre boîte aux lettres électronique. Il détecte automatiquement toutes les newsletters et vous aide à filtrer ce qu'il faut garder ou non.
- Limitez le nombre de destinataires en copie de vos courriers électroniques : pour chaque destinataire ajouté, 6g de CO₂ supplémentaires sont émis.
- Évitez d'envoyer des messages inutiles, téléphonez ou bien passez tout simplement dans le bureau d'à côté pour parler avec votre collègue.
- Utilisez un outil de messagerie interne comme Slack, Trello ou le chat de Workspace afin de consommer moins d'énergie qu'avec les courriers électroniques.
- Relisez attentivement vos courriers électroniques avant de les envoyer afin d'éviter de devoir envoyer un message de suivi parce que vous avez oublié une question, une pièce jointe ou autre chose.
- Utilisez un outil antispam et videz régulièrement votre corbeille et vos spams.
- Consacrez quelques moments chaque jour à la gestion de vos courriers électroniques. Non seulement vous ferez quelque chose pour la planète, mais vous serez aussi plus efficace, car votre travail sera moins discontinu.
- Optimisez les fichiers que vous envoyez par courrier électronique en les compressant ou en réduisant la résolution des documents.
- Si vous passez du temps sur un document numérique, il est plus écologique de l'imprimer que de l'ouvrir plusieurs fois.

CONSEILS POUR L'UTILISATION DE VOTRE NAVIGATEUR

Chaque fois que vous faites une recherche sur Internet, votre demande porte sur des milliers de kilomètres de câbles. Laisser plusieurs onglets ouverts en même temps consomme également de l'énergie car chaque page Internet ouverte est connectée en permanence à son serveur.

Chaque jour, Google traite 3,5 milliards de requêtes de recherche. Quand on sait qu'une simple requête numérique émet environ 7g de CO₂, on parle de 24,5 milliards de grammes de CO₂ par jour³⁵ !

32 Statista.com (2020) [Internet Usage Worldwide Statistics & Facts](#).

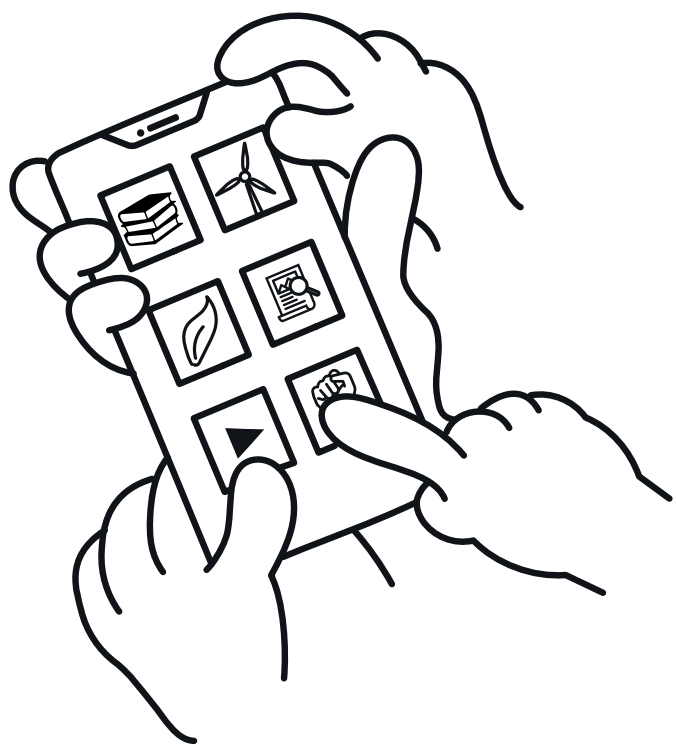
33 Statista.com (2020) [Number of sent and received courriers électronique per day worldwide from 2017 to 2023](#).

34 Berners Lee, M. (2010) « How Bad are Bananas?: The Carbon Footprint of Everything ».

35 Custom Made (2015) [The Carbon Footprint of the Internet](#).

Il est possible de limiter votre pollution **en utilisant intelligemment votre navigateur** :

- Utilisez des moteurs de recherche respectueux de l'environnement comme Lilo ou Ecosia. Ils compensent vos émissions de CO2 en finançant des projets pour l'environnement.
- Utilisez des favoris pour éviter de répéter les mêmes recherches.
- Cessez les requêtes inutiles, par exemple au lieu de taper « prévisions météorologiques » ou « Parlement européen » dans votre moteur de recherche pour accéder aux pages que vous consultez régulièrement, enregistrez-les dans vos favoris pour y accéder directement (ou utilisez des signets).
- Soyez précis dans vos recherches en utilisant des mots-clés spécifiques. Votre recherche sera plus efficace.
- Écrivez directement dans la barre d'adresse du navigateur (au lieu du moteur de recherche) lorsque vous voulez aller sur une page que vous avez déjà visitée.
- Pensez à fermer les onglets que vous n'utilisez pas car les pages sont toujours connectées à leurs serveurs.
- La diffusion de vidéos et de musique en continu émet beaucoup de carbone. Vous polluerez moins en téléchargeant les films, les émissions et les playlists que vous allez regarder/écouter encore et encore que si vous les regardez / écoutez à chaque fois en streaming.
- Enfin, déconnectez-vous chaque fois que vous le pouvez. Il n'est pas nécessaire de passer toute la journée sur les réseaux sociaux.



2.4 ALLER PLUS LOIN

RÉUNIONS ET ÉVÉNEMENTS

CONSEILS POUR DES RÉUNIONS ET ÉVÉNEMENTS PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

Les réunions, conférences et autres événements sont une pratique professionnelle courante pour les organisations et projets de dimension européenne, car ils constituent souvent le moyen le plus efficace et le plus rapide d'échanger des idées et des savoir-faire, de trouver des solutions et de parvenir à des accords, tout en communiquant en présentiel. Ce n'est toutefois pas forcément la seule option.

Les événements et les réunions peuvent laisser une empreinte écologique conséquente car elles entraînent une consommation d'énergie, d'eau et d'autres ressources naturelles, génèrent des déchets, provoquent la pollution de l'air, contribuent indirectement à la pollution des sols et de l'eau, et au changement climatique par les émissions de gaz à effet de serre. Explorez les moyens de limiter et de compenser l'empreinte carbone des activités en présentiel.

EST-IL VRAIMENT NÉCESSAIRE D'ORGANISER UNE RÉUNION EN PRÉSENTIEL ?

- Organisez des réunions en ligne. En limitant le nombre de réunions en présentiel, vous réduirez les déplacements inutiles.
- Associez des participants en ligne et d'autres en présentiel, par exemple en faisant participer en ligne ceux qui viennent de régions plus éloignées et ne peuvent pas voyager en train.



CHOISISSEZ BIEN LE LIEU

- Réduisez le plus possible la distance de déplacement des participants en organisant vos événements à proximité de votre lieu de travail et/ou à équidistance pour la majorité des participants.
- Choisissez l'endroit le plus facile d'accès par les transports en commun à faible émission de carbone.
- Vérifiez que les horaires de début et de fin sont adaptés aux participants voyageant en transports en commun.
- Mettez des autocars à disposition pour réduire les déplacements en voiture (vers les sites en périphérie de la ville, ou depuis les aéroports et les gares).
- Choisissez des lieux gérés par des entreprises sociales ou des sociétés qui appliquent des mesures respectueuses de l'environnement, comme les économies d'énergie. Si cela n'est pas possible, assurez-vous qu'il y a suffisamment de lumière naturelle afin d'éviter d'utiliser la lumière artificielle toute la journée (ce qui est également mauvais pour le bien-être des participants).

EMPRUNTEZ LES TRANSPORTS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

- Encouragez l'utilisation de moyens de locomotion utilisant des technologies à faibles émissions, et si vous voyagez en avion, compensez avec le programme de compensation de la compagnie aérienne avec laquelle vous voyagez, ou en participant à un programme de compensation des émissions de carbone comme Climatecare ou Carbon Footprint.
- Informez et encouragez expressément les participants à marcher ou à utiliser des moyens de transport alternatifs, comme le covoiturage et les transports en commun. Pour les petits groupes, envisagez de louer des vélos.
- Informez les participants pour les inciter à prendre les transports en commun : donnez-leur des cartes, des itinéraires de bus et de métro. Leur offrir un billet gratuit pour les transports locaux est également un excellent moyen de les motiver !
- Assurez l'égalité des chances pour les personnes handicapées dans les transports en commun et veillez à inclure des informations sur l'accessibilité.

- Si vous avez un grand groupe qui arrive tôt ou tard à l'aéroport, il vaut mieux prévoir une navette ou des taxis collectifs plutôt que des taxis individuels. De plus, ce trajet peut faire partie de l'expérience si vous en profitez pour faire un briefing sur l'événement ou une visite guidée de la ville à pied.

LIBÉREZ-VOUS DU PAPIER

- Il est préférable de demander aux participants de s'inscrire en ligne plutôt que sur papier avec un formulaire d'inscription à renvoyer.
- Essayez de passer au « zéro papier » en n'imprimant les documents que si nécessaire. Il existe aujourd'hui des applications sympas qui permettent de partager des ordres du jour et d'autres documents pour les réunions. Veillez à supprimer les données stockées dans le cloud dès qu'elles ne sont plus nécessaires, car elles consomment de l'énergie.
- Utilisez des appareils mobiles ou des rétroprojecteurs pour afficher les ordres du jour des réunions plutôt que de les imprimer et de les distribuer.
- Recyclez les documents, les badges et la signalétique : veillez à les récupérer à la fin de votre événement pour les réutiliser, en particulier les cordons et les badges.

GÉREZ LES DÉCHETS

- N'oubliez pas que le meilleur déchet est celui qui n'est pas produit.
- Lorsque vous faites des achats pour votre événement, choisissez des matériaux recyclables et durables faciles à réutiliser et recycler.
- Vérifiez auprès de l'établissement qui vous accueille s'il a une politique de recyclage et demandez des poubelles de tri pour le recyclage.
- Réduisez le plus possible l'utilisation du papier et optimisez la réutilisation de tout document d'information (par exemple, coupez les post-it en deux ou trois si vous demandez aux participants d'écrire un seul mot).
- Si vous devez absolument imprimer, vérifiez le nombre exact de participants avant de lancer les impressions, afin d'éviter le surplus (par exemple, vous pouvez également imprimer deux pages par feuille, ou demander aux participants de lire à plusieurs).
- Récupérez vos brochures non distribuées pour les réutiliser lors d'autres événements !
- Utilisez des récipients en verre et des tasses lavables et réutilisables pour servir de l'eau ou du café aux participants. Utilisez du ruban adhésif pour que les gens puissent écrire leur nom sur les tasses et les réutiliser. Évitez les tasses et les bouteilles en plastique !

VÉRIFIEZ LA POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE DE L'HÔTEL

- Choisissez un hôtel qui a un programme d'économie d'énergie et d'eau, par exemple un programme de recyclage et de réduction des déchets.
- Si vous ne trouvez pas d'hôtel de ce type, exigez la mise en place de mesures d'économie d'énergie pour vos participants (par exemple, ne pas changer les serviettes de toilette tous les jours, ni jeter les pains de savon chaque jour). En effet, beaucoup d'hôtels ont des autocollants sur les économies d'eau dans les salles de bains, mais continuent à appliquer les anciennes pratiques.

OPTEZ POUR DES SERVICES DE RESTAURATION RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

- Faites appel à des traiteurs et à des lieux qui s'approvisionnent en produits locaux, biologiques et équitables. Veillez à ce que les produits proviennent de sources durables et faites-le savoir : profitez de cette occasion pour montrer que votre structure est respectueuse de l'environnement !
- Prévoyez la bonne quantité de nourriture et de boissons pour les participants. Commandez pour moins que le nombre de participants : dans les grands événements, jusqu'à 20 % des personnes qui s'inscrivent ne viennent pas.
- Pensez à rappeler leur éco-responsabilité aux participants et demandez-leur de vous confirmer leur venue ou non.
- Proposez des plats végétariens par défaut et demandez éventuellement si quelqu'un veut de la viande, qui a une empreinte carbone beaucoup plus importante (surtout le boeuf).
- Si vous proposez un menu avec différentes options, montrez d'abord les options végétariennes afin d'augmenter le nombre de choix sans viande.
- Demandez à vos participants d'indiquer lorsqu'ils s'inscrivent quels sont leurs régimes alimentaires afin d'éviter tout gaspillage inutile et de garantir que leurs besoins sont pris en compte.
- Demandez à votre traiteur ce qu'il advient des restes de nourriture (sont-ils donnés ou compostés).
- Réduisez au maximum la nourriture et les boissons conditionnées individuellement (par exemple, optez pour une brique de lait plutôt que des dosettes) et utilisez de la vaisselle, des verres et des couverts réutilisables (refusez le plastique !)
- Évitez les bouteilles d'eau et utilisez des carafes d'eau que vous pouvez agrémenter d'une tranche de citron et/ou de menthe. L'eau du robinet est parfaitement potable dans la plupart des régions d'Europe !
- Veillez à ce que des bacs de recyclage et des poubelles soient disponibles.

OUTILS DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION

- Optez pour des outils de promotion respectueux de l'environnement, durables, recyclés et recyclables que les participants apprécieront réellement (par exemple des plaquettes de chocolat personnalisées issues du commerce équitable).
- Réalisez des objets promotionnels faits main lors d'une activité de groupe. Cela permettra aux participants de créer des souvenirs sur place à partir de matériaux écologiques.
- Réduisez le matériel à usage unique. Pensez à ce qu'il adviendra de tout ce matériel après l'événement : allez-vous le réutiliser ? Si ce n'est pas le cas, envisagez des alternatives.



- Réutilisez le matériel de conférence des événements passés à différentes fins (par exemple, de vieilles bâches transformées en sacs).
- Utilisez des applications et des outils en ligne plutôt que des documents papier (n'oubliez pas de les supprimer du cloud lorsqu'ils ne sont plus utiles).
- À la fin de votre événement, prévoyez comment vous allez récupérer le matériel et informez-en vos participants (par exemple, une boîte visible est là pour collecter et recycler les badges et les cordons lorsque vous sortez de la salle).

En conclusion, veillez à informer vos participants avant, pendant et après l'événement sur vos choix écologiques. N'ayez pas peur d'« avoir l'air radin » parce que vous demandez aux participants de réutiliser leurs tasses : veillez à créer une bonne histoire autour de tous ces choix. En les expliquant de manière positive, vous montrerez votre engagement en tant que structure responsable. Assurez-vous que vos participants peuvent faire partie de l'histoire en leur donnant les moyens d'agir et en les encourageant à contribuer (par exemple, apportez vos bouteilles d'eau, c'est un événement sans plastique ! Boîte verte ou concours pour recueillir des idées afin de rendre les prochains événements encore plus écologiques) !

LIGNES DIRECTRICES DE LA COMMISSION EUROPÉENNE SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE AU TRAVAIL



La Commission européenne est responsable des politiques et des réglementations visant à garantir que les États membres développent des économies plus durables et réduisent ainsi leur impact sur l'environnement. Avec ses lignes directrices, la Commission européenne a réfléchi à la manière dont ses institutions peuvent être plus respectueuses de l'environnement. Elles sont axées sur l'établissement d'une norme pour l'organisation de réunions à la Commission, mais comprennent de nombreux conseils qui peuvent être utilisés dans n'importe quel bureau ou dans le cadre d'un événement.

Cette publication comprend une check-list et donne des indications sur la manière d'être plus responsable dans tous les domaines, de l'organisation de la logistique à la réservation des repas, en passant par la prise en compte des aspects sociaux et la sensibilisation à l'environnement pendant l'événement.



ACCREDITATIONS POUR LES ÉVÉNEMENTS VERTS

Les accréditations comme la norme ISO 20121 certifient que votre structure répond aux normes de systèmes de gestion pour les événements durables. Pour simplifier, la norme ISO 20121 décrit les éléments constitutifs d'un système de gestion qui aidera toute structure organisant des événements à :

- Utiliser son budget de façon raisonnée
- Devenir plus socialement responsable
- Réduire son empreinte environnementale

Une fois accrédité, vous pouvez en faire un élément de votre marque lors de l'organisation d'événements : c'est excellent pour l'environnement, et votre certificat de normes de durabilité est une excellente promotion pour votre structure. Toutefois, ce type d'accréditation est plus adapté aux événements de grande envergure. Pour les structures plus petites, certaines entreprises proposent des services d'accompagnement pour rendre leur programme d'activités plus respectueux de l'environnement.

BONNES PRATIQUES ET INITIATIVES

DES ÉVÉNEMENTS PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

One World Association- Service Civil International Pologne

Cette structure met en œuvre un ensemble de principes pour rendre ses événements plus respectueux de l'environnement :

- Nous optons la plupart du temps pour des repas végétariens.
- Nous encourageons toujours nos participants à choisir des moyens de transport respectueux de l'environnement (par exemple, le transport terrestre au lieu de l'aérien).
- Nous discutons des thèmes du changement climatique et de l'environnement lors de nos activités (par exemple, les projets de volontariat, les ateliers).
- Nous utilisons du papier recyclé pour les impressions dans nos locaux.
- Nous économisons le papier et d'autres matériaux.
- Nous économisons l'énergie (en éteignant nos équipements de bureau lorsqu'ils ne sont pas utilisés).
- Nous recyclons.
- Nous achetons des produits locaux issus du commerce équitable autant que possible.



2.5 ALLER PLUS LOIN

PUBLICATIONS ET OBJETS PROMOTIONNELS

CONSEILS POUR DES PUBLICATIONS ET OBJETS PROMOTIONNELS ÉCO-RESPONSABLES

De nombreuses structures, comme les services Information Jeunesse, produisent des objets promotionnels pour attirer l'attention de leur public et renforcer la notoriété et la visibilité de leur marque : t-shirts, kakemonos, carnets de notes, stylos ou sacs portant leur logo, à distribuer en cadeau. Le plus souvent, ces objets sont produits dans de mauvaises conditions de travail à l'autre bout du monde et avec des matériaux nocifs.

L'objectif de ces objets est de rappeler aux jeunes la structure dont ils portent le nom ou le logo. Mais est-ce qu'ils les utilisent vraiment ? Peut-être pas. **En moyenne, nous nous débarrassons de la plupart des objets promotionnels dans les deux semaines**, même ceux que nous avons trouvés intéressants au début. Si l'on considère les coûts sociaux et environnementaux liés à leur fabrication et à leur élimination, il s'agit d'une durée de vie assez courte.

Malgré ces contraintes, les objets promotionnels restent un outil de marketing essentiel pour les services Information Jeunesse. Que pouvons-nous faire ? Nous devons tout d'abord avoir une stratégie claire à ce sujet et faire des choix à la fois durables et éthiques. Voici les différents aspects à prendre en compte.

POURQUOI VOUS DEVEZ PASSER À DES OBJETS PROMOTIONNELS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

Les objets promotionnels que nous diffusons transmettent un message. En fabriquant des produits durables et éthiques, **nous nous positionnons en tant que structure responsable**. C'est encore plus important lorsqu'il s'agit de cibler les milléniaux, également appelés « génération verte ». La demande d'alternatives écologiques est en augmentation. Le choix d'objets jugés durables nous permet de promouvoir cela et de générer des relations publiques positives avec nos structures et nos réseaux.

Pouvons-nous vraiment nous le permettre ? **Fabriquer des objets durables** peut sembler plus coûteux, mais il y a un meilleur retour sur investissement : Imaginez simplement que votre objet (avec votre logo !) sera utilisé plus longtemps et que, par conséquent, la visibilité de votre marque sera accrue.

Veillez à **souligner les propriétés écologiques de l'objet**

que vous offrez en racontant l'histoire de sa production (par exemple, fabriqué localement, en plastique recyclé) afin de lui donner une valeur qui va au-delà de son utilisation fonctionnelle. Un objet promotionnel est considéré comme durable s'il présente au moins l'une des caractéristiques suivantes :

- Fabriqué à partir de matériaux recyclés
- Créé à partir de ressources renouvelables (par exemple, le bambou ou le coton)
- Sans plastique
- Conçu pour être réutilisé et pour éviter l'usage unique
- Efficace en terme d'énergie (ne commandez pas de produits venant de l'autre bout de la planète !)
- Biodégradable
- Compostable/Recyclable
- Compensation carbone
- Petite taille

ASSUREZ-VOUS QUE VOS OBJETS SERONT APPRÉCIÉS PAR VOTRE PUBLIC CIBLE

Si vous voulez offrir des objets promotionnels, assurez-vous qu'ils soient beaux et que les gens aiment être vus avec eux ! Si vous créez quelque chose que les gens aiment, il y a de fortes chances qu'ils l'utilisent plus souvent et plus longtemps. Beaucoup de logos ou de messages publicitaires n'ont aucune chance d'avoir une longue durée de vie.

Investissez dans la conception des objets. Le sac fourre-tout est un exemple bien connu : il peut durer des années et vous avez potentiellement une armée d'ambassadeurs de votre marque dans les rues. Mais pour cela, il faut que votre public cible aime son style. Un t-shirt à motif créatif plutôt qu'un



STATISTIQUES CLÉS

Selon une [étude de l'Advertising Specialty Institute \(ASI\)](#), 58 % des adultes de 18 à 24 ans sont plus susceptibles d'avoir une opinion favorable d'une entreprise proposant des objets promotionnels durables. Et ce groupe démographique est suivi de près par le groupe des 25-34 ans, qui a 57 % d'avis favorables.



logo et la date de l'événement aura plus de chances d'être apprécié et donc porté plus souvent. Pourquoi ne pas tester quelques motifs en allant dans la rue et en demandant aux jeunes s'ils aimeraient porter votre sac fourre-tout ou votre t-shirt ? Adaptez votre motif en fonction de leurs réactions et optez pour le sac fourre-tout qui plaît ! Il y a de nombreuses options. Pour les réduire, recherchez un lien pertinent entre le type d'objet et votre structure. Dans le cas d'Eurodesk, les objets promotionnels sont généralement liés au voyage,

comme les étiquettes de voyage ou d'autres objets vraiment utiles aux jeunes. ERYICA a réduit la quantité et la taille de ses objets promotionnels afin de limiter le matériel nécessaire à leur production, et les a fait correspondre à ses objectifs (par exemple, des caches pour webcam pour préserver la vie privée des jeunes en ligne).



CAMPAGNE EURODESK TIME TO MOVE

Chaque année, Eurodesk invite les jeunes à concevoir un élément de sa campagne « Time to move ». Les créations qui remportent le concours sont utilisées sur le matériel promotionnel du réseau Eurodesk pour l'année suivante. En plaçant les jeunes au centre de cette campagne, Eurodesk veille à ce que le processus créatif soit fait par les jeunes et pour les jeunes. Plus de 300 créations sont réalisées et soumises à un vote public en ligne chaque année. Trois lauréats sont sélectionnés et leurs créations figurent sur les affiches des événements, la communication en ligne, les t-shirts et les gadgets utilisés pour promouvoir la mobilité des jeunes à des fins d'apprentissage.



CHOISISSEZ DES OBJETS RÉUTILISABLES, RECYCLABLES OU COMPOSTABLES

Ces objets sont **destinés à être réutilisés encore** et encore et sont conçus pour avoir une longue durée d'utilisation. Il s'agit notamment d'objets à la mode comme les sacs fourre-tout, les bouteilles d'eau et les pailles métalliques réutilisables. Les bouteilles d'eau réutilisables sont un excellent exemple d'objets réutilisables et très visibles. Elles peuvent être fabriquées en acier inoxydable sans BPA, durer facilement plus de 10 ans et être ensuite recyclées. Cela permet non seulement de réduire la quantité de plastique utilisé, mais aussi de garantir un retour sur investissement imbattable par rapport à d'autres objets promotionnels. En effet, votre bouteille (et votre logo dessus !), si elle est de qualité, sera visible dans les clubs sportifs, les établissements scolaires, dans les foyers, etc.

Recherchez des **objets fabriqués à partir de matériaux recyclés et biodégradables**, comme les stylos en bambou. Un stylo fabriqué à partir de carton ou de bambou recyclé est non seulement meilleur pour l'environnement, mais aussi bien plus visible que le stylo traditionnel en plastique qu'on a tous déjà chez soi. Les carnets de notes sont toujours des cadeaux très appréciés. De plus en plus d'objets sont fabriqués à partir de matériaux organiques (par exemple, Eurodesk Royaume-Uni a fabriqué un frisbee en fibres recyclées ou des articles promotionnels pour la Semaine européenne de la jeunesse fabriqués à partir de matières biologiques).

Un objet promotionnel ne doit pas nécessairement être un objet physique, vous pouvez également sélectionner des **cadeaux virtuels ou permettant de vivre une expérience**. En fait, ce type de cadeaux peut être plus apprécié pour plusieurs raisons : ils sont marquants et leur empreinte est plus réduite. Il peut s'agir d'un billet pour un festival de musique, d'un billet de train ou d'une formation. Chase Belgium, par exemple, offre aux gagnants de son concours annuel une formation sur YouTube (ils ciblent les jeunes influenceurs). Quels sont les sujets qui intéressent votre public cible ?



CONNAISSEZ-VOUS LE CONCEPT DES 3R : RÉDUIRE, RÉUTILISER, RECYCLER ?

Il s'applique à la gestion des déchets et vous aide à adapter vos habitudes de consommation. En voici les trois éléments :

1. Réduisez votre production de déchets (notamment le plastique !).
2. Réutilisez ce que vous pouvez et donnez aux objets une seconde vie (et achetez des produits d'occasion). →

- Recyclez tout ce que vous ne pouvez pas réutiliser. Avec le plastique, c'est plus compliqué car il ne peut généralement être recyclé qu'une ou deux fois, et ne disparaît jamais vraiment, il se dégrade juste en morceaux de plus en plus petits.

Cela signifie que nous devons repenser notre utilisation du plastique et d'autres matières. On peut préférer le concept des 6R qui est plus complet : repenser, refuser, réduire, réutiliser, recycler, remplacer. Cette nouvelle façon de penser peut aider chacun d'entre nous à réduire son impact sur l'environnement.

Vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=i4a7aeA8F60>

OPTEZ POUR DES FOURNISSEURS VERTS ET LOCAUX

Choisissez des objets porteurs d'un **message respectueux de l'environnement**. Certains objets portent des messages de durabilité, comme ceux fabriqués par des producteurs locaux et ceux qui invitent l'utilisateur à faire une action respectueuse de l'environnement (par exemple, planter une graine). Vous pouvez même apposer votre logo au laser sur des fruits, c'est un cadeau mémorable et entièrement compostable ! Assurez-vous de communiquer cette caractéristique sur l'objet promotionnel pour le rendre visible.

Essayez de **privilégier les fournisseurs locaux et respectueux de l'environnement**. En effet, la question du transport est à prendre en compte. Les objets promotionnels sont-ils produits à l'autre bout de la planète ? Certains fournisseurs proposent des mesures de compensation, par exemple la plantation d'un arbre pour une certaine quantité d'objets commandés, afin de contrebalancer l'impact de leur production sur l'environnement.

Enfin, **soyez cohérents dans vos choix**. Il est difficile de promouvoir les droits des jeunes et de produire ensuite un t-shirt promotionnel qui a été cousu par des enfants travaillant pour moins d'un dollar par jour à l'autre bout de la planète ! Un des moyens d'améliorer le bilan social d'un t-shirt est d'utiliser du coton biologique certifié équitable. Gardez à l'esprit que six des sept plus grands producteurs de coton ont été accusés de recourir au travail des enfants³⁶. Pensez-y lorsque vous comparez les offres. Enfin, veillez à informer votre public cible sur vos choix durables !

LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE

Les certifications, labels et checklists sur la durabilité peuvent faciliter la prise de décision. Mettez-vous aux t-shirts en coton écologique issus du commerce équitable. Voici une liste non exhaustive de ces labels :

MAX HAVELAAR

Le label Max Havelaar Fairtrade apparaît sur de nombreux types de produits (denrées alimentaires, textiles, cosmétiques, etc.). Il certifie que les marques portant son logo se sont engagées à respecter les spécifications établies par FLO - Fairtrade Labelling Organisations International.



Ce label garantit un prix d'achat minimum garanti stable dans le temps et exige le respect des normes de l'Organisation internationale du travail (OIT) en matière de conditions de travail. Il comprend également des critères écologiques, par exemple qu'aucun OGM n'est utilisé et interdit l'utilisation de plus de 118 pesticides chimiques.

<https://maxhavelaarfrance.org/>

GARANTIE DE COMMERCE ÉQUITABLE WFTO

Elle signifie que les produits que vous vous procurez sont fabriqués dans le respect des 10 principes du commerce équitable, qui couvrent les droits de l'homme et du travail, ainsi que les processus d'achat et de gestion.

Les membres de WFTO adhèrent aux exigences éthiques les plus élevées. En tant qu'entreprises sociales et de commerce équitable, ils font l'objet d'une vérification complète. Ils sont soumis à un examen par les pairs et à un audit indépendant, tout comme leurs fournisseurs du commerce équitable.

<https://wfto.com/>



³⁶ Equiterre (2008), [Guide du vêtement responsable](#).



BETTER COTTON INITIATIVE

Better Cotton Initiative (BCI) est une organisation à but non lucratif qui vise à améliorer la production mondiale de coton du point de vue des personnes qui la produisent, du respect de l'environnement dans lequel il est cultivé, et de l'avenir du secteur.

Lorsque vous voyez le logo BCI sur un produit, cela ne signifie pas qu'il est fabriqué à partir du coton Better Cotton, physiquement traçable. Cela signifie que vous achetez un produit majoritairement en coton, fourni par un détaillant ou une marque qui s'engage à s'approvisionner en meilleur coton et à investir dans des producteurs BCI.

<https://bettercotton.org/>



ECOCERT FAIR FOR LIFE

La labellisation par un organisme de certification indépendant comme Ecocert permet d'afficher le logo Fair For Life sur les produits dont 80 % des matières premières proviennent du commerce équitable.

www.fairforlife.org

ÉCO-LABELS



OEKO-TEX

OEKO-TEX® permet aux consommateurs et aux entreprises de prendre des décisions responsables qui protègent notre planète pour les générations futures. Le processus de test et de certification garantit une sécurité maximale pour les consommateurs.

Le STANDARD 100 d'OEKO-TEX® est l'un des labels les plus connus au monde pour les textiles testés pour les substances nocives. Il est synonyme de confiance des consommateurs et de sécurité élevée des produits.

<https://www.oeko-tex.com/>



RÉFÉRENTIEL MONDIAL SUR LES TEXTILES BIOLOGIQUES (GOTS)

Le référentiel mondial sur les textiles biologiques est une référence internationale pour les textiles fabriqués à partir de fibres biologiques. Il définit des critères environnementaux et sociaux reposant sur une certification indépendante tout au long de la chaîne d'approvisionnement des textiles.

Ce référentiel couvre la transformation, la fabrication, le conditionnement, l'étiquetage, le commerce et la distribution de tous les textiles fabriqués à partir d'au moins 70 % de fibres naturelles certifiées biologiques.

<https://www.global-standard.org/>

REDUCE
REDUCE
REDUCE



CHAPITRE 3

RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES



Nous pouvons tous contribuer à la construction d'un avenir durable. Toutefois, il est essentiel d'avoir un soutien suffisant de la part des décideurs politiques et des parties prenantes pour créer un environnement favorable à la transition écologique. Nous avons défini trois types de recommandations destinées à ceux qui élaborent des politiques et à ceux qui travaillent avec et pour les jeunes.

3.1

UNE INFORMATION JEUNESSE DE QUALITÉ POUR TOUS

1. DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL DES INFORMATEURS JEUNESSE

L'information et le conseil des jeunes sont mentionnés et pris en compte dans de nombreux documents politiques produits au niveau international, européen et national³⁷. Bien que de nombreux pays européens offrent une éducation formelle aux professionnels de la jeunesse, seuls quelques pays proposent des notions d'Information Jeunesse. ERYICA et Eurodesk élaborent et organisent des formations pour combler ces manques³⁸. Elles sont indispensables à la professionnalisation de l'Information Jeunesse, en particulier au niveau local et national. Étant donné l'importance de fournir des informations fiables aux jeunes et de soutenir leur capacité à rechercher, produire et partager des informations de qualité, nous invitons les décideurs à :

- **Offrir des possibilités de développement professionnel continu aux professionnels de l'Information Jeunesse** afin qu'ils acquièrent de nouvelles méthodologies, compétences et connaissances qui peuvent soutenir l'adaptation de leurs services aux besoins actuels des jeunes.
- **Veiller à ce que les sujets liés à l'environnement fassent partie du développement professionnel continu** des professionnels de l'Information Jeunesse. Inclure la durabilité environnementale et la manière d'aider les jeunes à accéder à des informations de qualité sur ce sujet dans les programmes de formation en Information Jeunesse. Les professionnels de l'Information Jeunesse doivent être familiarisés avec les questions de durabilité environnementale, avoir des compétences avancées en matière de médias et d'information, et promouvoir une réflexion et un engagement éco-responsables chez les jeunes.

37 Commission européenne (2018), [Mobiliser, connecter et autonomiser les jeunes : une nouvelle stratégie de l'Union européenne pour les jeunes](#), [Conclusions du Conseil et des représentants des gouvernements des États membres, réunis au sein du Conseil, sur l'éducation et la formation des animateurs socio-éducatifs](#), (2019) UNESCO [Feuille de route pour l'éducation en vue du développement durable](#), (2014)

38 [Système de formation ERYICA](#) et [Cadre de compétences Eurodesk](#), (2018)

2. INVESTIR DANS LES SERVICES INFORMATION JEUNESSE

Partout en Europe, des milliers de jeunes reçoivent chaque jour un soutien et une orientation professionnels afin d'avoir plus de possibilités de faire des choix éclairés pour une vie meilleure. Ces choix doivent être fondés sur une information objective, complète et exhaustive. Il va sans dire que la durabilité environnementale de ces décisions ne peut être introduite assez tôt. Nous pensons qu'il est essentiel de veiller à :

- **Investir dans une Information Jeunesse de qualité** afin d'atteindre les objectifs écologiques fixés par les Nations unies et l'Union européenne. Il est également essentiel que les décideurs à tous les niveaux investissent dans une Information Jeunesse de qualité. Cela implique non seulement le maintien et l'élargissement de ces services, mais aussi, et surtout, l'investissement dans ces structures et la reconnaissance de l'information des jeunes comme une profession.
- **Contribuer à l'éducation des jeunes aux médias et à l'information** en cette époque numérique. Les jeunes doivent être conscients de la nécessité de remettre en question les informations qu'ils trouvent et connaître toutes les méthodes permettant d'évaluer et de déterminer des critères de qualité. L'Information Jeunesse vise à intégrer ces techniques en développant différents moyens de transmettre aux jeunes les compétences clés nécessaires dans le monde d'aujourd'hui.
- **Intégrer les questions de durabilité environnementale** dans les offres et les pratiques des services Information Jeunesse. Par exemple, aménager un coin vert avec des informations sur le sujet dans un centre Information Jeunesse, avoir une section verte spécifique sur le site Internet du service, trouver des endroits verts en ville (par exemple des cafés et des points de vente respectueux de l'environnement, des ateliers de recyclage, des cafés de réparation, etc.) ou mettre les jeunes au contact de la nature dans le cadre de leurs activités.
- **Soutenir l'adoption de normes respectueuses de l'environnement**. Il est non seulement important que les services Information Jeunesse informent les jeunes sur la durabilité environnementale, mais ils doivent également adopter des normes respectueuses de l'environnement dans le cadre de leur travail quotidien et de leur stratégie organisationnelle. Il est donc essentiel d'encourager et de soutenir les structures dans l'application des normes respectueuses de l'environnement et d'obtention de certifications, comme la norme ISO 14064-1.



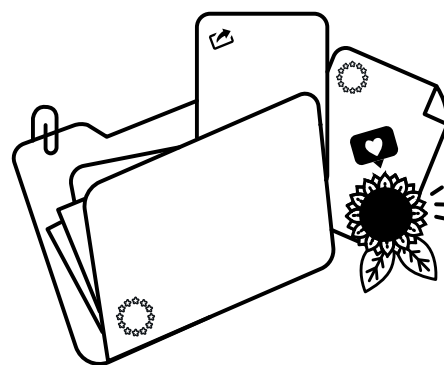
3.2 DES DÉMARCHES PARTICIPATIVES : DONNER LA PAROLE AUX JEUNES

L'Eurobaromètre sur le changement climatique a révélé que, par rapport à leurs aînés, les jeunes, dans une plus large proportion, pensent que le changement climatique est l'un des problèmes mondiaux les plus graves³⁹. Les mouvements de jeunes militants du monde entier montrent que les jeunes sont déterminés à participer à la construction d'un avenir durable. Ils sont, la plupart du temps, plus sensibilisés à l'environnement que les générations précédentes et ont des idées à partager : veillez à les impliquer.

- **Faire entendre la voix des jeunes dans tous les secteurs.** La participation des jeunes à l'élaboration des politiques ne doit pas se limiter aux politiques de la jeunesse, mais s'étendre à tous les secteurs. Nous encourageons les décideurs politiques et les parties prenantes à tous les niveaux à s'intéresser aux nouvelles formes de participation et à investir dans l'engagement des jeunes afin de favoriser l'appropriation et l'impact des politiques.
- **Co-crée et évaluez des actions avec les jeunes.** Afin de concevoir des activités de sensibilisation qui soient efficaces auprès des jeunes, il est important de les associer à la définition de stratégies, à la création et à l'évaluation d'actions en faveur de la durabilité environnementale. Nous encourageons ceux qui travaillent avec et pour les jeunes à les consulter et à co-crée des modèles de services attrayants et de sensibilisation efficaces.



³⁹ Commission européenne (2019), Eurobaromètre sur le changement climatique.



3.3 DES PROGRAMMES PLUS VERTS POUR LES JEUNES

Les services Information Jeunesse et les organisations de jeunesse reçoivent des financements et/ou des subventions au niveau local, national, européen et international par le biais de divers dispositifs. Ces règles administratives et financières favorisent-elles les choix environnementaux ? Pas toujours ! Comme les situations varient d'un pays à l'autre, nous nous concentrons ici sur les systèmes de financement de l'UE et du Conseil de l'Europe. Cependant, la plupart des recommandations s'appliquent à tous les niveaux.

1. PRINCIPES VERTS

Lors de la définition des principes pour les règles financières et administratives et les critères d'évaluation applicables aux projets, il est important de faire du respect de l'environnement une priorité pour les programmes.

- **La sensibilisation et l'action pour la durabilité environnementale** constituent une priorité thématique des programmes de financement tels que le Corps européen de solidarité, Erasmus+ et DiscoverEU. Des régimes de financement spécifiques devraient être mis à la disposition des jeunes entrepreneurs qui créent une éco-entreprise (régimes de micro-financement). Une source d'information complète devrait être mise à disposition pour expliquer les différentes possibilités de financement offertes par l'UE aux jeunes désireux d'agir pour la planète.
- **Les règles financières doivent soutenir les choix respectueux de l'environnement et privilégier la qualité par rapport à la quantité.** Pour la mobilité des jeunes (par exemple lorsqu'ils effectuent un stage ou un semestre à l'étranger), il est important de réfléchir au niveau de la bourse accordée pour soutenir leurs

dépenses quotidiennes. Une somme forfaitaire mensuelle de 170 à 520 euros pour les étudiants Erasmus est-elle suffisante pour faire des choix de consommation écologiques dans le pays d'accueil ? Il en va de même pour le niveau de la bourse allouée aux transports. Un équilibre entre la qualité (par exemple, le niveau de la bourse, les conditions) et la quantité (par exemple, le nombre de jeunes qui voyagent) doit être trouvé.

- **Introduire des incitations écologiques** dans les critères d'évaluation. Pour donner une dimension verte aux projets, les candidats pourraient être invités à expliquer s'ils ont l'intention de prendre des mesures écologiques dans leurs projets. Cela pourrait leur donner des points supplémentaires. Bien entendu, des informations et un soutien leur seront fournis pour les aider à se préparer. Les évaluateurs externes doivent avoir la capacité d'évaluer ces mesures.

2. CRITÈRES FINANCIERS

Aujourd'hui, la règle financière la plus fréquente est de « privilégier le mode de transport le plus économique », qui n'est pas toujours le plus respectueux de l'environnement (par exemple, le train par rapport à l'avion).

Il faudrait modifier cette règle en indiquant « **le mode de transport le plus économique et le plus respectueux de l'environnement** » et/ou inciter à choisir un mode de transport écologique. Lorsqu'un voyage en avion ne peut être évité, le coût d'un programme de compensation carbone pourrait être prévu et intégré à la subvention. Dans le cadre du programme Erasmus+ et du Corps européen de solidarité, les « coûts exceptionnels pour frais de voyage élevés » sont désormais autorisés. Cela permet aux bénéficiaires de demander un soutien financier pour les frais de voyage élevés des participants en tant que « coûts exceptionnels » (jusqu'à 80 % maximum du total des coûts éligibles), y compris dans les cas où les participants optent pour des moyens de transport plus propres et à plus faible émission de carbone (par exemple le train), qui entraînent des frais de voyage élevés. Cette option devrait être complétée par la possibilité de **compter plus de jours de voyage** lors du choix d'un mode de transport respectueux de l'environnement. Dans le cas d'Erasmus+, par exemple, les participants ne peuvent compter qu'un jour avant et un jour après l'activité d'apprentissage comme jours de voyage.

- **Faire des éco-modes de transport le mode de transport par défaut** pour les périodes de mobilité à long terme (le court terme étant généralement considéré comme inférieur à 2 semaines), sauf si une justification ou une mesure de compensation peut être fournie.
- **Les réunions et les formations en ligne doivent pouvoir être financées et encouragées.** Dans le cas des projets et des subventions de fonctionnement (par exemple, l'action clé 3 d'Erasmus+) ou des projets de formation des animateurs jeunesse (par exemple, les actions clés 1 et 2 d'Erasmus+), la subvention est calculée en fonction du nombre de mobilités (les candidats doivent fournir des listes de signatures et les billets de transport, si nécessaire). Les réunions virtuelles ou les activités de formation e-Learning ne sont pas toujours reconnues et ne sont pas éligibles pour un financement, bien qu'elles aient également un coût.

3. SUIVI DE L'EMPREINTE ET MESURES DE COMPENSATION

Un élément clé pour une stratégie durable sur le plan environnemental est de surveiller l'impact des régimes financiers : quelle est l'empreinte carbone des actions proposées ?

- **Prévoir des mécanismes de compensation :** Si l'organisme de financement mesure l'impact des programmes, il serait possible de prévoir des mécanismes d'indemnisation. Par exemple, dans le cas d'Erasmus+, si 10 000 étudiants parcourent en avion une certaine distance, pourquoi ne pas mettre en place un système de compensation, par exemple pour planter des arbres ? Chaque pays pourrait avoir une « forêt Erasmus+ » (proposition faite lors d'un atelier du Forum des partenaires organisé par la DG EAC sur l'avenir d'Erasmus+ et du Corps européen de solidarité).
- **Les logiciels d'application sans support papier et faciles à utiliser :** Ils seront privilégiés pour réduire l'empreinte administrative des programmes. Lorsque les structures demandent des subventions et rendent compte de leurs actions, elles doivent souvent imprimer des documents et les envoyer par la poste. Si vous organisez un événement réunissant 50 participants dans le cadre de l'action clé 1 du programme Erasmus+, les participants individuels peuvent remplir leur rapport en utilisant l'outil électronique au lieu d'envoyer un document papier (c'est toujours le cas pour les subventions gérées par le Fonds européen pour la jeunesse du Conseil de l'Europe). Cela réduit considérablement le nombre de documents imprimés et transportés, mais aussi le temps passé à remplir les demandes, contrats et rapports en ligne (par exemple, les conventions de subvention).

4. SENSIBILISATION DES CANDIDATS

Les organismes de financement doivent informer et encourager les candidats à appliquer des normes écologiques dans leurs projets. Les conseils doivent inclure des moyens de compenser l'empreinte carbone du projet (par exemple, si vous avez 10 participants qui voyagent en avion de A à B, alors peut-être pourriez-vous réduire votre empreinte en proposant des déjeuners sans viande, en choisissant un hôtel respectueux de l'environnement). D'autres mesures d'incitation comme la gratuité des transports en commun (déjà en place en Écosse, au Luxembourg et à Tallinn) pourraient également être envisagées.

- **Partagez** avec les candidats/bénéficiaires potentiels **des boîtes à outils** sur les différentes dimensions couvertes par les projets, comme des moyens plus écologiques de voyager, d'organiser des réunions/événements, etc.
- **Donnez de la visibilité aux bonnes pratiques respectueuses de l'environnement** et utilisez-les pour inspirer d'autres organisations et secteurs. Il est important de communiquer les bons résultats/projets financés par les différents programmes et de les partager en tant que bonnes pratiques.

CHAPITRE 4

BOÎTE À OUTILS DES ACTIVITÉS D'ÉDUCATION NON FORMELLE VERTES



Comme indiqué au Chapitre 1, afin de promouvoir la durabilité environnementale, en tant que professionnel de l'Information Jeunesse, vous pouvez préparer et co-organiser des ateliers, des débats, des discussions, des journées d'information, des visites de sites, des campagnes de sensibilisation et d'autres **activités d'éducation non formelle** avec les jeunes. Ce chapitre a pour objectif de vous donner quelques conseils et recommandations sur la manière de **rendre vos activités de formation plus respectueuses de l'environnement** et sur la façon d'utiliser les méthodes d'éducation non formelle pour discuter et aborder les questions environnementales.

Les activités proposées ne sont qu'une **sélection d'exemples pertinents**. Elles visent à vous inspirer sur la manière d'utiliser votre expérience d'éducation non formelle pour soutenir la sensibilisation des jeunes à l'environnement, l'éducation à l'EMI verte, les compétences en matière de campagnes écologiques et de défense de l'environnement ou encore leurs attitudes et pratiques écologiques.

4.1

CONSEILS POUR RENDRE VOS FORMATIONS PLUS VERTES

Lorsque vous menez des activités d'éducation non formelle pour sensibiliser les jeunes à l'environnement, il est important de ne pas se limiter à des activités sur le sujet, mais de s'assurer que vos choix sont cohérents avec votre message, par exemple le matériel et la logistique employés pour soutenir ce message. Il y a plusieurs façons de **repenser votre logistique pour soutenir un programme respectueux de l'environnement**, dont certaines ont été présentées au chapitre 2, par exemple sur la manière de réduire votre empreinte carbone au bureau, et peuvent être appliquées à ces paramètres. Voici quelques suggestions pour vous aider dans votre démarche :

- **Réfléchissez au lieu** dans lequel se déroule votre formation. Existe-t-il des conditions susceptibles de renforcer votre message (par exemple, des activités éducatives organisées à l'extérieur, sur un terrain de camping ou pendant une randonnée) ?
- **Réfléchissez au matériel que vous utilisez**. Est-il respectueux de l'environnement ? Existe-t-il des moyens de réduire le nombre de post-it, de paperboards et de marqueurs ? Peut-être en investissant dans des tableaux blancs, ou des paperboards et des post-it réutilisables, ou en trouvant des moyens créatifs d'utiliser les ressources de la nature à des fins éducatives.
- **Envisagez de partager les informations en ligne au préalable**. Réfléchissez aux informations qu'il est vraiment nécessaire d'imprimer pour vos participants. Vous pouvez toujours projeter les informations sur un écran, les écrire sur un point central au lieu de plusieurs, ou les envoyer à l'avance.
- **Réinventez les badges**. Recherchez des entreprises qui impriment sur du papier ensemencé, fabriquez vos propres badges réutilisables qui peuvent être employés d'un événement à l'autre, ou prévoyez une série de jeux portant sur les noms ; nous avons passé la plupart de notre vie sans badges et avons quand même réussi à retenir un certain nombre de noms.





4.2

EXEMPLES D'ACTIVITÉS D'ÉDUCATION NON FORMELLE

Cette sélection d'activités vise à illustrer comment le matériel existant peut être utilisé ou adapté pour aborder les questions de durabilité environnementale. Chaque activité est indépendante et peut être menée séparément des autres. Les informations pratiques relatives à chaque activité, comme la taille du groupe, la durée, etc., ne sont pas une règle absolue et ne sont données qu'à titre indicatif. De nombreux facteurs peuvent déterminer la manière dont une activité sera menée. Chaque activité doit être adaptée aux besoins spécifiques de son public et aux ressources disponibles.

Sauf indication contraire, les activités présentées ne nécessitent pas de connaissances particulières. Il est préférable de se familiariser au préalable avec les ressources et le sujet afin de pouvoir l'adapter au mieux à chaque groupe.

Les activités suivantes visent à encourager les participants à réfléchir de manière critique et à prendre des mesures sur un certain nombre de sujets liés à l'environnement. Ce sont des occasions pour les jeunes de faire des expériences, de réfléchir, d'analyser et de critiquer, mais surtout de s'exprimer sur différents domaines liés aux différents axes identifiés dans le chapitre 1 :

1

ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION VERTE

1. Titres
2. Analyser les médias en 6 dimensions
3. Info ou infox ?
4. Les faits à la loupe
5. Greenwashing

2

LA CITOYENNETÉ ACTIVE ET L'ENGAGEMENT POUR LA DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

6. Réseaux sociaux : un nouveau moyen de pression
7. Construire une campagne de sensibilisation

3

LA PROMOTION DE LA DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE ET DE PRATIQUES RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT

8. Mon environnement vert
9. Quelle est mon empreinte carbone ?
10. Vous êtes ce que vous portez

4.2

1. TITRES

OBJECTIFS

- Identifier les différents types de médias.
- Comprendre que les médias peuvent avoir différents points de vue/opinions selon leur ligne éditoriale.
- Comprendre la différence entre l'information et l'interprétation.
- Faire l'expérience des différentes façons d'interpréter les faits.

PUBLIC

À partir de 12 ans

TAILLE DU GROUPE

Minimum 10 participants

MATÉRIEL

- Des faits (support d'activité 1) : un exemplaire par binôme.
- Types de médias (support d'activité 2) : un type de média (carte) par binôme (plusieurs binômes peuvent avoir le même si le groupe est grand).
- Feuilles et stylos.

DURÉE

60 minutes.

**COMPÉTENCES /
CONNAISSANCES DE
L'ANIMATEUR**

L'animateur devra avoir un minimum de connaissances sur l'éducation aux médias et à l'information.

PRÉPARATION

- Le support d'activité 2 vous permettra de préparer des cartes. Inscrivez sur chacune un type de média différent (un type de média par carte)
- Étalez les cartes des différents types de médias, de telle sorte que le texte ne soit pas visible
- Demandez aux participants de former des binômes

ACTIVITÉ

- Chaque binôme choisit une carte média au hasard et reçoit des faits, un communiqué bref et objectif sur un incident violent qui s'est produit.
- L'un des participants lit ces faits à voix haute.
- Chaque binôme prend un stylo et une feuille et dispose d'un peu de temps pour réfléchir et écrire un titre qui pourrait être utilisé pour un article à propos de ces faits et qui sera diffusé par l'intermédiaire du média défini sur leur carte.
- Les différents titres de chaque binôme sont présentés à l'ensemble du groupe.
- Demandez aux participants quel titre est le plus proche, puis le plus éloigné de ce qu'ils auraient personnellement relaté à propos de ces faits.

ÉVALUATION

Posez les questions suivantes aux participants :

- Les titres auxquels vous avez pensé sont-ils différents ? Les articles seraient-ils également différents ? En quoi seraient-ils différents ? Quels faits devraient être relatés et quelles interprétations devraient être faites ?
- Un média, un titre et un mode de reportage peuvent-ils influencer votre opinion sur un thème ?
- Tous les médias sont-ils neutres lorsqu'ils traitent d'un sujet ? Tous les médias devraient-ils être neutres ? Avez-vous des exemples d'événements réels qui sont traités différemment par différents médias et sources ? Par exemple : souvent, après une manifestation, la police annonce moins de participants que les organisateurs.
- Comment pouvons-nous être résilients vis-à-vis des informations et de l'influence des différents médias dans notre vie de tous les jours ?

CONSEILS !

Il vaut mieux savoir que la manière de présenter les informations peut inciter les gens à les prendre pour argent comptant. Lorsqu'il y a un objectif sous-jacent aux informations (par exemple, convaincre les gens), il est probable que d'autres informations soient dissimulées ou, pire, que des informations soient déformées. Souvent, lorsqu'une information semble « trop belle pour être vraie », il vaut mieux avoir une approche critique. Les publicités, les articles de médias, etc., doivent être abordés avec un certain sens critique.

VARIANTES

- Utilisez un autre thème qui parle aux participants et présentez-leur d'autres faits.
- Les participants réfléchissent/essaient de trouver une image qui peut correspondre à leurs titres. Pendant ce travail, analysez également l'influence des images sur l'opinion.
- Chaque binôme prend deux cartes média et réfléchit à deux titres différents pour leur type de média (par exemple, des points de vue différents)
- Il peut être intéressant de mettre l'exercice en relation avec la propagande extrémiste, dans laquelle les informations sont utilisées pour influencer les autres. Souvent, le choix de l'image présentée, les titres et la façon dont les explications sont données peuvent être convaincants, mais ne sont certainement pas exacts.
- Investissez dans des petits tableaux blancs à utiliser comme des panneaux à la place du papier afin de réduire la quantité de papier utilisée dans l'activité.

SOURCE

Extrait de [Liaisons - Manuel pour la prévention de l'extrémisme violent à travers l'Information Jeunesse](#) (2018) – Agence européenne pour l'information et le conseil des jeunes, p. 191-193.

Les supports des activités ont fait l'objet d'une adaptation à la thématique de la durabilité environnementale dans le cadre de la journée européenne de l'Information Jeunesse 2020.

SUPPORT D'ACTIVITÉ 1 : DES FAITS

Incendies en Amazonie, au Brésil, en 2019

- Émissions de gaz à effet de serre résultant de la déforestation dans la forêt amazonienne.
- Les incendies de forêt se produisent en Amazonie pendant la saison sèche, entre juillet et octobre .
- Ils peuvent être causés par des événements naturels, comme la foudre, mais cette année, la plupart d'entre eux auraient été provoqués par des agriculteurs et des bûcherons qui défrichent des terres pour les récoltes ou le pâturage.
- Le gouvernement actuel refuse d'accepter l'aide de la communauté internationale.
- Comme la population mondiale continue de croître, la demande en viande augmente, ce qui accélère les pratiques de déforestation pour produire davantage.

SUPPORT D'ACTIVITÉ 2 : TYPES DE MÉDIAS

Un journal de qualité et objectif : Relate des faits, pas une interprétation

Un magazine à potins : Défend la souveraineté brésilienne

Un magazine éducatif consacré aux effets de la déforestation : Contribue à la science qui étudie l'impact de l'agriculture

Une page Facebook : Lutte contre l'impact du réchauffement climatique sur les incendies

Un journal local : Interroge des agriculteurs locaux dont les revenus dépendent de ces pratiques

Le blog d'un influenceur vegan : Démontre les conséquences de la production de viande sur la planète

4.2

2. ANALYSER LES MÉDIAS EN 6 DIMENSIONS

PRÉPARATION

- En guise d'introduction, présentez le document médiatique dans son contexte.
- Donnez à chaque participant un exemplaire du support d'activité « Les 6 dimensions de l'éducation aux médias ».
- Demandez aux participants de se mettre en petits groupes (s'ils sont nombreux). Donnez-leur des feuilles et un stylo.

ACTIVITÉ

- Demandez aux participants en petits groupes de passer le document au crible en s'aidant du support d'activité et de retranscrire leur analyse.
- Demandez aux groupes de se rassembler. Chaque sous-groupe aura désigné un porte-parole pour présenter son analyse, les autres membres du groupe pouvant ajouter des éléments manquants au besoin.
- Dressez sur un tableau une synthèse des réflexions du groupe à l'aide du cadre donné par le support d'activité. Chaque thème ne prend complètement son sens que lorsqu'il est connecté à plusieurs autres. Par exemple, on ne peut pas étudier les publics si l'on ne sait pas par quelles technologies les atteindre.

ÉVALUATION

- Que pensent les participants de cette activité ?
- Qu'ont-ils appris au cours de cette activité ?
- Est-ce que cela leur est utile ?

CONSEILS !

Cette activité peut être adaptée en fonction de l'âge du groupe. Le choix du contenu médiatique peut se faire en fonction du public avec lequel on travaille, afin de lier l'intérêt à la pertinence.

SOURCE

Extrait de [Liaisons - Manuel pour la prévention de l'extrémisme violent à travers l'Information Jeunesse](#) (2018) – Agence européenne pour l'information et le conseil des jeunes, p. 194-195.

OBJECTIFS

- Fournir un dispositif d'analyse de tout contenu médiatique.
- Encourager les participants à se poser des questions sur les motivations, les enjeux, les choix inhérents à toute production médiatique.
- Inciter les participants à développer et à utiliser leur esprit critique.

PUBLIC

À partir de 15 ans

TAILLE DU GROUPE

Indifférent

MATÉRIEL

- 1 document médiatique (extrait vidéo, émission de télévision, magazine, campagne de publicité, plateforme en ligne, etc.) ou plus si l'analyse s'assoit sur une comparaison de documents (différences, convergences).
- Support d'activité 1 : « Les 6 dimensions de l'éducation aux médias », autant d'exemplaires que de participants.
- Feuilles et stylos.
- Tableau avec grandes feuilles et marqueurs.

DURÉE

60 minutes

COMPÉTENCES / CONNAISSANCES DE L'ANIMATEUR

L'animateur devra avoir un minimum de connaissances sur l'éducation aux médias et à l'information.

SUPPORT D'ACTIVITÉ 1 : LES 6 DIMENSIONS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

L'analyse critique des médias peut s'appuyer sur six dimensions qui interagissent entre elles :

- **Les producteurs :** Il est important de faire comprendre le monde de la production médiatique, y compris la production audiovisuelle, même pour les formats les plus traditionnels. Qui sont les producteurs ? Sont-ils totalement indépendants ou font-ils partie d'un groupe plus large ? Si oui, que savez-vous sur ce groupe ? Ces producteurs sont-ils empreints d'un courant philosophique ou politique particulier ? Où trouvent-ils les moyens financiers et techniques leur permettant de maintenir la production et la diffusion ?
- **Le langage :** Les messages faits de textes, de sons ou d'images sont complexes. Ils sont constitués de multiples éléments agencés en vue de produire une signification (cadrage, décor visuel, son, mise en page, termes employés...). L'approche, l'analyse et la compréhension de ces langages est essentielle pour être en mesure de décoder l'information reçue et d'en percevoir les subtilités et éléments non verbaux.
- **Les technologies :** On entend par technologies l'équipement audio-visuel utilisé pour transmettre un message. Cela comprend le matériel courant lié à la consommation de médias et à la découverte de nouvelles technologies plus pointues.
- **Les représentations :** Ce thème englobe à la fois la manière dont tout document médiatique aborde un sujet (événements, personnes, objets, situations) et l'effet obtenu sur la perception par le public. Il s'agit de percevoir l'influence que les médias peuvent exercer sur la représentation.
- **Les publics :** Il s'agit ici de réfléchir à la démarche par laquelle un lecteur, un gamer, un auditeur, un spectateur ou un internaute perçoit un contenu médiatique en fonction de sa formation, de son vécu culturel, de ses centres d'intérêt, de son âge et d'autres facteurs.
- **Les catégories de documents :** Pour comprendre des contenus médiatiques, il est important de les classer dans des catégories suivant leur contenu (politique, sport, actualités...) ou leur genre (documentaire, fiction, dessin animé...). Mais ces catégories ne sont pas homogènes et chacune contient une myriade d'approches différentes. L'objectif est de rendre les jeunes capables de caractériser les contenus qu'ils découvrent et de leur faire prendre conscience du caractère relatif de toute classification. Par exemple, une information sur Wikipedia est-elle scientifique, publicitaire ou bien s'agit-il de la dramatisation d'un événement ? Ou encore une information diffusée à la télévision de manière répétitive est-elle une actualité à rebondissements multiples ou un feuilleton, un reportage ou une fiction ?

4.2

3. INFO OU INFOX ?

PRÉPARATION

- Demandez au préalable aux participants s'ils ont déjà entendu des rumeurs ou des infox/canulars sur le changement climatique dans des courriers électroniques ou sur Internet en général. Si ce n'est pas le cas, donnez-leur des exemples d'infox connues sur le changement climatique qui ont été relayées dans les médias.

ACTIVITÉ

- Demandez aux participants de se répartir en petits groupes de 2 à 4.
- Distribuez à chaque participant une rumeur colportée par courrier électronique et demandez-leur de trouver un maximum d'informations à son sujet (notamment via les moteurs de recherche).
- Leur recherche doit porter sur différents points :
 - × L'origine supposée du courrier électronique / de la rumeur.
 - × La diffusion (comment la rumeur s'est répandue sur Internet, mais aussi à travers les médias classiques qui parfois relaient et amplifient des rumeurs).
 - × Les causes et les effets de la rumeur.
 - × Comment l'information a été réfutée.

ÉVALUATION

- Pour terminer, les participants se remettent en grand groupe pour mettre en commun leurs découvertes. Lors de la mise en commun, le groupe classe les différentes rumeurs en catégories, en utilisant par exemple celles proposées par le site <https://hoaxbuster.com/> *
- Demandez au groupe de formuler une définition plus fine de la rumeur telle qu'elle est véhiculée sur Internet.
- Enfin, vous pouvez discuter avec les participants sur leur manière de participer à la propagation ou à la dénonciation de rumeurs (renseigner les sites de dénonciation, avertir d'autres destinataires potentiels d'un message, par exemple).

*Hoaxbuster permet aux internautes de vérifier la véracité de l'information publiée sur Internet et d'y déceler les canulars. Il présente les arguments validant ou non l'information. Il classe les informations en différentes catégories : arnaques, désinformation, légendes urbaines, pétitions, rumeurs, témoignages, virus...

Attention : Le site Hoaxbuster n'est pas infaillible et peut aussi se tromper. Il faut garder son esprit critique en éveil en toute circonstance.

OBJECTIFS

Les jeunes qui utilisent régulièrement Internet, les courriers électroniques et les réseaux sociaux peuvent recevoir divers types de canulars ou de rumeurs (fausses pétitions, faux virus, chaînes...). Ils ont peut-être réagi sans pouvoir exercer leur esprit critique. Cette activité vise à :

- Aider les participants à identifier les fausses informations qui circulent sur Internet.
- Acquérir les compétences et réflexes nécessaires pour mettre en doute une information qui circule sur Internet.

PUBLIC

À partir de 15 ans

TAILLE DU GROUPE

2 à 4 participants, en fonction du nombre d'ordinateurs / appareils mobiles à disposition.

MATÉRIEL

- Ordinateurs avec une bonne connexion Internet ou appareils mobiles.
- Différentes rumeurs sur le changement climatique à envoyer par courrier électronique ou message aux participants. Vous trouverez des exemples sur des sites Internet qui dénoncent les rumeurs, comme : <https://www.hoax-slayer.net/> ou d'autres sites similaires existant dans votre pays.
- Tableau et marqueurs.

DURÉE

60 minutes

CONSEILS !

Pour que l'activité se déroule correctement, choisissez des rumeurs qui ont eu un large écho, afin de trouver suffisamment de contenus en ligne.

SOURCE

Extrait de [Liaisons - Manuel pour la prévention de l'extrémisme violent à travers l'Information Jeunesse](#) (2018) – Agence européenne pour l'information et le conseil des jeunes, p. 197-198.

Cette activité a fait l'objet d'une adaptation à la thématique de la durabilité environnementale dans le cadre de la journée européenne de l'Information Jeunesse 2020.

4.2

4. LES FAITS À LA LOUPE

ACTIVITÉ

Ce qui suit est une compilation de six images retouchées sur Photoshop, accompagnées de leur version réelle non modifiée. L'objectif de cet exercice interactif est de montrer au public par des exemples comment de fausses images sont subtilement produites à l'aide d'outils d'édition comme Photoshop.

- Réunissez les participants près d'un écran / projecteur.
- Projetez les premières images (retouchées) et demandez aux participants de compter le nombre d'images qu'ils pensent être réelles.
- Après leur avoir présenté les photos retouchées, montrez-leur, une par une, les photos originales pour comparer les deux versions.

ÉVALUATION

- Comptez ensemble le nombre de réponses.
- À quelle fréquence les participants voient-ils ce genre d'images sur les réseaux sociaux ?
- Comment vérifier leur véracité ?
- Discutez de l'importance de la pensée critique et de la vérification des sources d'information.

CONSEILS !

Essayez d'examiner les exemples actuels de photos truquées dans votre pays et ajoutez-les.

VARIANTES

Incitez les jeunes à rechercher les photos qui ont attiré leur attention et vérifiez avec eux si elles sont réelles ou si elles ont été détournées.

SOURCE

Photos extraites de [Bored Panda- 30 Fake Viral Photos People Believed Were Real](#)

Cette activité a été créée dans le cadre de la journée européenne de l'Information Jeunesse 2020 pour promouvoir la pensée critique et l'éducation aux médias et à l'information.

OBJECTIFS

- Inciter les participants à mener une réflexion critique sur les informations et les médias qu'ils utilisent régulièrement, et à s'interroger sur leur authenticité.
- Montrer comment les photos peuvent être facilement modifiées et manipulées, ce qui a un impact sur la façon dont les différentes actualités et informations sont perçues.
- Donner des exemples montrant que tout ce que nous voyons en ligne ou dans les kiosques à journaux n'est pas forcément réel.
- Aider à renforcer la capacité des participants à repérer les faux médias et la désinformation.

PUBLIC

À partir de 12 ans

TAILLE DU GROUPE

2 à 20 participants

MATÉRIEL

- Photos du support d'activité 1.
- Ordinateur.
- Projecteur, écran ou équipement similaire.

DURÉE

45-60 minutes

SUPPORT D'ACTIVITÉ 1 : PHOTOS TRUQUÉES



SUPPORT D'ACTIVITÉ 2 : PHOTOS TRUQUÉES

1. #10YEARSCHALLENGE CONTRE LA DÉFORESTATION

Récemment, le hashtag #10yearschallenge est devenu viral lorsque des personnes du monde entier ont partagé la façon dont ils ont changé au fil des ans. Certains ont décidé d'utiliser ce hashtag pour alerter les gens sur l'impact terrible que nous avons sur cette planète. L'un des plus grands problèmes environnementaux du 21^{ème} siècle est la déforestation, et c'est exactement ce sur quoi on a essayé de nous mettre en garde. Malheureusement, l'image qui a été utilisée pour diffuser le message était fautive : les photos « avant » et « après » d'une forêt tropicale complètement abattue étaient en fait la même photo.

2. VENISE SOUS LA GLACE

Venise est sans aucun doute l'un des plus beaux endroits à visiter dans le monde. Il n'est donc pas nécessaire de prendre une photo du lac Baïkal gelé en Russie pour la rendre encore plus magnifique.

3. PHOTO DE LA NAVETTE SPATIALE

Une fois encore, la magnifique photo d'une navette spatiale a trompé beaucoup de monde et elle est rapidement devenue une image populaire à partager en ligne. Ce qui en a dérangé plus d'un, c'est l'intérêt même de photoshoper une image alors que sa version originale est déjà vraiment bien comme ça.

4. UNE ÎLE EN FORME D'ÉTOILE

Des photos comme celle-ci donneront certainement très envie de voyager. Imaginez-vous en train de siroter un délicieux cocktail tout en vous détendant sur une île en forme d'étoile au milieu de l'océan. Malheureusement, cette île n'existe pas, mais vous pouvez visiter l'île en forme de lune Molokini, qui se trouve entre les îles Maui et Kahoolawe à Hawaï.

5. LA LUNE QUI S'ADAPTE PARFAITEMENT À UN GRATTE-CIEL

La lune fait l'objet d'une drôle d'obsession et de nombreuses photos virales. On dirait que pour qu'une photo soit vraiment populaire, il suffit d'ajouter une lune à l'endroit le plus irréaliste et le tour est joué. C'est exactement ce qui s'est passé avec cette photo prise par Mo Aoun.

6. NUAGES LENTICULAIRES PARFAITS

Les nuages lenticulaires sont déjà assez bien comme ça, pas besoin d'utiliser Photoshop à outrance pour les améliorer. Malheureusement, l'auteur de la version photoshoppée n'est pas de cet avis. En fait, il faut croire que tout Internet n'est pas de cet avis, puisque cette photo truquée est devenue un fond d'écran très apprécié.

4.2

5. GREENWASHING

OBJECTIFS

Dans cette activité, les participants analysent des publicités et identifient les faux messages au cœur du greenwashing. Ils utilisent leurs talents créatifs pour développer leurs propres publicités de sensibilisation aux menaces environnementales. Ils se familiarisent également avec des concepts clés tels que le greenwashing, le consumérisme, les menaces environnementales, la durabilité ou les relations publiques. Dans l'ensemble, cette activité aidera les participants à :

- Identifier les menaces environnementales causées par différentes industries.
- Comprendre le rôle des relations publiques (RP) et comment elles peuvent servir à « blanchir » les menaces environnementales.
- Développer l'esprit critique.

PUBLIC

À partir de 15 ans

TAILLE DU GROUPE

4 à 30 participants

MATÉRIEL

- Vous pouvez aussi utiliser des publicités trouvées dans des journaux ou des magazines : recherchez celles qui se vantent du bien fait à l'environnement.
- Exemplaires d'une liste des questions.
- Feuilles et stylos.

DURÉE

90-120 minutes

COMPÉTENCES / CONNAISSANCES DE L'ANIMATEUR

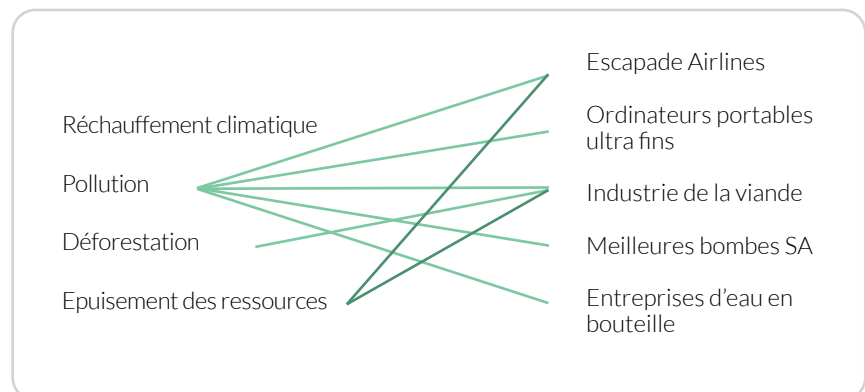
Familiarisez-vous au préalable avec le concept du greenwashing.

PRÉPARATION

Imprimez quelques exemples extraits du site Internet indiqué précédemment ou bien projetez-les sur un écran.

ACTIVITÉ

- Lancez un brainstorming sur les menaces les plus graves pour l'environnement. Faites une liste avec les suggestions des participants sur un côté d'un tableau.
- Demandez-leur ensuite de réfléchir aux produits ou aux entreprises qui contribuent à ces menaces. Écrivez-les au verso du papier et essayez de relier la menace à l'entreprise.
- Vous constaterez probablement que de nombreuses entreprises sont liées à plus d'une menace.



- Au bout de 10 minutes environ, ou lorsque vous avez rempli un tableau, demandez aux participants comment ils connaissent les dégâts que ces entreprises causent à l'environnement. Nous en parlent-elles ?
- Répartissez les participants en groupes de 4 à 5 personnes et donnez à chaque groupe deux exemples de publicités de greenwashing avec les questions figurant en annexe. Demandez-leur d'analyser les publicités à l'aide de ces questions. Donnez-leur environ 10 minutes pour cette activité.
- Lorsque les groupes ont fini de répondre aux questions, organisez un rapide vote à main levée pour la question 4 afin de savoir si le message de la publicité disait la vérité sur le produit. Demandez brièvement aux groupes leurs réponses à certaines des autres questions.
- Expliquez le principe du greenwashing (voir les définitions dans le support d'activité 1). Vous pouvez également expliquer la notion de détournement publicitaire.
- Distribuez des feuilles de paperboard aux groupes. Dites-leur de choisir un de vos produits et une publicité pour « corriger » le message exprimé. Vous voulez que les consommateurs sachent ce qu'ils achètent réellement ! Votre publicité peut être une affiche ou un spot pour la télévision ou bien une publicité à la radio

(pas plus d'une minute). Donnez-leur 20 à 30 minutes pour cette activité.

- Réunissez à nouveau le groupe et demandez à chaque petit groupe de présenter sa nouvelle publicité.

ÉVALUATION

Commencez par un bref retour d'information sur les publicités.

- Qu'avez-vous aimé dans les publicités créées par les autres groupes ?
- Pensez-vous que leur message était plus exact que celui de la société ?
- Pourquoi le greenwashing pose-t-il problème ?
- Avez-vous déjà remarqué des exemples de greenwashing ? Pouvez-vous donner des exemples ?
- Que peut-on faire contre le greenwashing ? Qui doit agir ? Que pourriez-vous faire ?

CONSEILS !

Le brainstorming du point 2 peut aussi se faire en petits groupes, avant de partager les suggestions avec les autres groupes. Cela prendra plus de temps.

Une fois que les groupes ont travaillé sur les questions, ne passez pas trop de temps à discuter des réponses. L'objectif de ces questions est de permettre aux participants de commencer à analyser les publicités, afin qu'ils puissent créer les leurs par la suite.

Vous pourriez vérifier si des organisations se sont engagées dans le détournement publicitaire pour des marques d'entreprises dans votre pays, ou s'il existe des marques internationales qui ont subi un détournement publicitaire et que les participants reconnaîtront. Vous trouverez des exemples sur www.adbusters.org et <http://thesietch.org/mysietch/keith/subvertising-gallery/>

SUGGESTIONS POUR LE SUIVI

L'activité « Une planète avec des limites » examine certaines des hypothèses cachées qui guident la pensée dominante sur le consumérisme et la nécessité de la croissance. Vous pouvez l'utiliser pour vérifier et remettre en question certaines des hypothèses qui se cachent derrière les slogans publicitaires. Vous pouvez également utiliser le « manifeste des déchets », qui examine certains des effets du consumérisme de masse.

Renseignez-vous pour savoir s'il existe un organisme de réglementation de la publicité dans votre pays et si des plaintes relatives au greenwashing, par exemple pour avoir induit le public en erreur, peuvent être déposées. Utilisez la liste que vous avez établie au point 2, ou développez-la, pour repérer les pires élèves en la matière. Aidez les participants à déposer des plaintes, soit auprès de l'organisme de réglementation, soit auprès des entreprises elles-mêmes.

Les participants pourraient également utiliser leurs images « publicitaires détournées » pour faire campagne contre les entreprises. Ils pourraient les transformer en pancartes ou en bannières, ou les utiliser comme des memes sur les réseaux sociaux. Cela permettra d'attirer l'attention sur le problème que l'entreprise souhaitait cacher par son greenwashing !

SOURCE

[T-KIT 13. Sustainability and youth work](#) - Youth Partnership European Union and Council of Europe (2018) ; p. 48-51

SUPPORT D'ACTIVITÉ 1 : DÉFINITION DU GREENWASHING ET DU DÉTOURNEMENT PUBLICITAIRE

Il y a **greenwashing** lorsqu'une entreprise ou une organisation consacre plus de temps et d'argent à prétendre être « verte » par la publicité et le marketing qu'à mettre en œuvre des pratiques de gestion qui minimisent son impact écologique. Il s'agit d'un blanchiment, mais avec une brosse verte.

Guide de l'étudiant sur le greenwashing,
<https://www.westga.edu/~bquest/2011/greenwashing11.pdf>

Greenwash : Le phénomène des entreprises socialement et écologiquement destructrices qui tentent de préserver et d'étendre leurs marchés en se faisant passer pour des amies de l'environnement et des championnes de la lutte pour l'éradication de la pauvreté.

CorpWatch (2001), *Greenwash fact sheet*, www.corpwatch.org/article.php?id=242

Greenwashing : Lorsqu'une entreprise, un gouvernement ou toute autre entité fait la promotion d'initiatives ou d'images écologiques, mais agit en réalité de manière nuisible à l'environnement ou contraire à l'objectif des initiatives annoncées. Il peut également s'agir de tromper les clients sur les vertus écologiques d'un produit par une publicité trompeuse et des allégations non fondées.

Investopedia, *Greenwashing* www.investopedia.com/terms/g/greenwashing.asp

Détournement publicitaire : « Pratique de la satire ou de la parodie des campagnes publicitaires et politiques afin d'en déformer et critiquer le message original référence à la pratique consistant à parodier des publicités d'entreprise et politiques » (Wikipédia). Le détournement publicitaire consiste à transformer l'iconographie des publicitaires en nœud coulant autour de leur cou. Si les images peuvent créer une marque, elles peuvent aussi en détruire une. Le détournement publicitaire est une version satirique ou la défiguration d'une publicité existante, un détournement, une inversion destinée à nous faire oublier le consumérisme et à réfléchir plutôt à des questions sociales ou politiques.

Barley A. (2001), *Battle of the image*, *New Statesman*,
www.newstatesman.com/node/153475

SUPPORT D'ACTIVITÉ 2 : ÉVALUATION DES PRODUITS

	PRODUIT 1	PRODUIT 2
1. Quel est le produit vendu dans cette publicité ?		
2. À quoi sert-il et pourquoi les gens l'achètent ?		
3. Quel message l'entreprise essaie-t-elle de faire passer aux consommateurs avec cette publicité ?		
4. Le message dit-il la vérité sur le produit ? Expliquez.		
5. À votre avis, pourquoi l'entreprise essaie-t-elle de faire passer ce message ?		
6. Faites une liste des conséquences les plus importantes sur l'environnement qu'auront la production et la vente de ce produit.		

4.2

6. RÉSEAUX SOCIAUX : UN NOUVEAU MOYEN DE PRESSION

OBJECTIFS

- Apprendre comment faire du lobbying sur les réseaux sociaux.
- Se familiariser avec les acteurs institutionnels compétents en matière de changement climatique aux niveaux local et national.
- Apprendre à rédiger des textes courts mais percutants pour défendre une cause.

PUBLIC CIBLE

À partir de 15 ans

TAILLE DU GROUPE

1 à 10 participants. S'ils sont plus nombreux, former des groupes

MATÉRIEL

- Ordinateur / smartphone avec accès à Internet.
- Quelques exemples de lobbying (par exemple, les profils de Greta Thunberg sur les réseaux sociaux).
- Feuilles et stylos.

DURÉE

90 minutes

COMPÉTENCES / CONNAISSANCES DE L'ANIMATEUR

L'animateur doit connaître les profils sur les réseaux sociaux des hommes politiques et des institutions de sa municipalité, de son pays ou au niveau européen et international.

ACTIVITÉ

- Demandez aux participants de choisir un sujet lié à l'urgence climatique dont ils veulent parler. Incitez-les à choisir un sujet qui les touche directement, eux et leur mode de vie. Avoir quelques photos qu'ils ont prises est un plus.
- Les participants doivent effectuer un travail de recherche, en se concentrant sur des faits concrets, des chiffres et des données. Ils doivent trouver au moins 2 ou 3 actualités, recherches ou études qui étayent leur idée.
- Ils doivent ensuite cartographier leur environnement de lobbying, en identifiant leurs potentiels alliés et opposants. Les participants doivent chercher qui pourrait soutenir leur idée et qui pourrait s'y opposer sur les réseaux sociaux. Les politiciens, les influenceurs, les scientifiques, les artistes et aussi les amis peuvent être de bons alliés !
- Ensuite, ils doivent établir leur plan d'action. Cela signifie qu'ils doivent identifier la ou les meilleures actions à entreprendre pour présenter leur cas. Doivent-ils faire du lobbying en interne (auprès des partis politiques et du gouvernement) ou en externe (auprès du grand public et des médias) ? Doivent-ils s'adresser aux deux profils ou à un seul ?
- Une fois le plan de lobbying réalisé, il est nécessaire de choisir les meilleurs alliés et de les encourager à rejoindre la cause. Plus leur coalition est large, plus ils ont de chances d'attirer l'attention des décideurs politiques. Ils doivent faire preuve d'ouverture d'esprit ; il n'y a pas que les organisations à but non lucratif qui peuvent s'engager, les entreprises peuvent aussi participer.
- L'étape suivante consiste à planifier la stratégie de communication. Quelle plateforme vont-ils utiliser ? Quel doit être le ton du texte ? Quelle sera sa longueur ? La meilleure façon de vous entraîner à faire passer votre message est d'essayer de faire tenir le texte en 280 caractères (comme sur Twitter).
- Faites-les réfléchir aux visuels qu'ils veulent utiliser. Des services comme Canva proposent des modèles prêts à l'emploi, Unsplash.com fournit gratuitement des photos. Invitez-les à rédiger leurs messages et réfléchir à la fréquence et au moment où ils communiqueront.
- Une fois la stratégie de communication établie, c'est le moment de publier !
- Lors de l'évaluation, il est essentiel de vérifier la performance des publications : combien de personnes ont réagi, partagé et interagi avec les publications ? Leurs alliés les ont-ils partagés ? La personne/institution cible a-t-elle réagi ? Quel a été l'impact du post ?

ÉVALUATION

- Que pensent les participants de cette activité ?
- Qu'ont-ils appris pendant cette activité ?
- Est-ce qu'ils l'ont trouvée utile ?

CONSEILS !

Lors de la création de publications sur les réseaux sociaux, il est important de ne pas oublier de taguer tout profil pertinent à la cause, mais de n'en cibler qu'un ou deux directement (la cible principale de la publication).

Cherchez des conseils sur la structure des stratégies de communication, afin de donner aux participants des éléments de contexte. Le manuel Eurodesk sur les réseaux sociaux « [Eurodesk Social media Guidebook](#) » fournit des conseils et des astuces pour une communication efficace sur les réseaux sociaux.



SOURCE

Inspiré de [Lobbying for Change: Find your voice to create a better society](#), Alberto Alemanno (The Good Lobby, 2017).

Cette activité a été créée dans le cadre de la journée européenne de l'Information Jeunesse 2020 pour renforcer les capacités en matière de lobbying et de défense des médias sociaux.

4.2

7. CONSTRUIRE UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION

OBJECTIFS

- Sensibiliser les participants aux actions environnementales qui peuvent être menées dans leur vie quotidienne.
- Les inciter à partager et à réfléchir à des alternatives à leurs choix.
- Familiariser les participants à la démarche de construction d'une campagne.

PUBLIC CIBLE

À partir de 12 ans

TAILLE DU GROUPE

Maximum 30 participants

MATÉRIEL

- Ordinateur / smartphone avec accès Internet.
- Carnets de notes ou feuilles pour le brainstorming (peut également se faire sur ordinateur).

DURÉE

90 minutes

COMPÉTENCES / CONNAISSANCES DE L'ANIMATEUR

Explorez les informations sur la manière de créer un message de communication percutant pour étayer vos connaissances sur le sujet. Le manuel Eurodesk sur les réseaux sociaux « [Eurodesk Social media Guidebook](#) » contient plusieurs exemples.

ACTIVITÉ

- Commencez l'activité en répartissant les participants en groupes de 3-4 personnes. Demandez-leur de réfléchir à leur impact écologique et de proposer trois choses qu'ils ont en commun. Une fois qu'ils ont terminé, réunissez le groupe pour échanger sur leurs conclusions.
- Demandez aux participants de choisir, dans leurs petits groupes, une action autour de laquelle construire une campagne. Il n'est pas nécessaire que ce soit celle qu'ils ont en commun, ils peuvent choisir n'importe laquelle parmi celles évoquées lors de la mise en commun (par exemple, faire du vélo au lieu de prendre la voiture, manger plus bio et local, mieux recycler, acheter des produits d'occasion, etc.).
- Faites-les réfléchir sur :
 - × Le message qu'ils veulent faire passer. Ils peuvent pour cela rechercher des publications en ligne, des mouvements ou des sources qui défendent leur cause.
 - × Le public qu'ils souhaitent toucher et quels arguments ils utiliseront pour le convaincre.
 - × Pour que la campagne soit marquante, il faut qu'elle ait un nom et un slogan.
- Une fois que le message est clair, invitez-les à créer un produit, par exemple un logo, une affiche ou une publicité (dans ce cas, une scénette), laissez-les donner libre cours à leur créativité !
- Demandez à chaque groupe de présenter sa campagne aux autres.

ÉVALUATION

- Les participants pensent-ils que les campagnes ont été convaincantes et aimeraient-ils en voir plus ?
- Ont-ils appris quelque chose de nouveau en travaillant sur la création d'une campagne ?

CONSEILS !

Cette activité est une excellente occasion pour faire également une séance d'information sur la création de projets pour les jeunes. C'est une bonne introduction au sujet, qui permet aux participants d'être créatifs et de réfléchir à la manière de sensibiliser et d'insuffler le changement.

Veillez à ce qu'il y ait suffisamment de temps pour la création des campagnes et les échanges entre participants après leur présentation.

Cette activité peut avoir lieu n'importe où, à l'extérieur comme à l'intérieur.

4.2

8. MON ENVIRONNEMENT VERT

ACTIVITÉ

- Répartissez les participants en groupes de 2 personnes minimum. Demandez-leur de réfléchir à la manière dont le thème de l'impact écologique peut être identifié dans leur vie quotidienne : le prennent-ils en compte dans leurs actions ou décisions ? Est-il présent dans la structure de leur environnement ? Donnez-leur un document pour guider leur discussion, demandez-leur de réfléchir à l'impact dans les aspects suivants de leur vie :
 - × École / Emploi.
 - × Mobilité (voyages, déplacements, etc.)
 - × Environnement local (ville, village, région).
 - × Famille et amis.

Pour cela, vous pouvez montrer ces 4 aspects à l'écran, les projeter sur un tableau ou demander aux participants de les noter dans leur carnet. L'exercice peut être visuel ou articulé autour d'une conversation.

- Revenez en groupe et discutez sur les résultats. Y a-t-il des similarités et des différences ? Permettre des réflexions critiques et des désaccords, c'est une façon de reconnaître les différents choix que font les participants.
- Demandez au groupe s'il y a des changements en rapport avec l'impact écologique à apporter à ces aspects de leur vie. Profitez de l'occasion pour les informer sur les moyens de réaliser des initiatives et des projets et sur les endroits où ils peuvent trouver un soutien pour la réalisation de leurs idées. (L'Activité 6 « Réseaux sociaux » : un nouveau moyen de "pression" explore comment mener une campagne de lobbying sur les réseaux sociaux).

ÉVALUATION

- Que pensent les participants de cette activité ?
- Qu'ont-ils appris pendant cette activité ?
- L'ont-ils trouvée utile ?

CONSEILS !

Cette discussion peut avoir lieu n'importe où. Si vous en avez la possibilité, allez avec les participants dans un espace vert, menez la discussion pendant une promenade ou une randonnée. C'est une excellente introduction à un programme ou à une formation qui permettra d'approfondir ce sujet.

SOURCE

Cette activité est inspirée du module 2 des Euroclasses Eurodesk sur la participation (2018, p. 7-8). Il a été modifié pour s'adapter au thème de l'impact écologique et de la sensibilisation à l'environnement.

OBJECTIFS

- Familiariser les participants avec le thème de l'impact écologique en identifiant les actions dans leur environnement immédiat qui ont un impact sur l'environnement.
- Lancer le débat et sensibiliser les participants.

PUBLIC CIBLE

À partir de 12 ans

TAILLE DU GROUPE

Minimum 2 participants

MATÉRIEL

Feuilles de paperboard (cette activité peut aussi se faire sans).

DURÉE

60 minutes

COMPÉTENCES /
CONNAISSANCES DE
L'ANIMATEUR

L'animateur doit être sensibilisé au thème de l'impact écologique et aux choix qui, dans notre vie quotidienne, ont un impact sur l'environnement, par exemple les transports respectueux de l'environnement, la nourriture, le recyclage, etc. Il serait préférable que l'animateur connaisse aussi les initiatives ou les organisations qui travaillent au niveau local, régional ou national sur ce thème.

4.2

9. QUELLE EST MON EMPREINTE CARBONE ?

OBJECTIFS

Une partie importante de la réflexion sur notre empreinte carbone est de commencer à prendre des mesures positives pour la réduire ! Lorsque nous le faisons à plusieurs pour multiplier nos actions positives, notre empreinte se réduit encore plus. Cette activité vise à :

- Inciter les jeunes à réfléchir à leurs actions, à leur mode de vie et à leurs choix quotidiens, ainsi qu'à leur impact sur l'environnement.
- Sensibiliser les jeunes aux changements à apporter dans leurs actions au quotidien.

PUBLIC CIBLE

À partir de 12 ans

TAILLE DU GROUPE

Minimum 2 participants

MATÉRIEL

- Support d'activité 1 : Empreinte carbone.
- Support d'activité 2 : 10 domaines d'actions.
- Stylos et marqueurs

TIME

90 minutes

COMPÉTENCES / CONNAISSANCES DE L'ANIMATEUR

L'animateur doit d'abord se familiariser avec le concept d'empreinte carbone.

ACTIVITÉ

- Distribuez à chaque participant une fiche Empreinte carbone (support d'activité 1) et un marqueur.
- Discutez avec eux de ce qu'est une « empreinte carbone ».
- Demandez-leur de réfléchir à 10 domaines d'action : logement, eau, loisirs, chauffage, électricité, transports, nourriture, déchets, voyages et consommation.
- Demandez-leur de passer en revue chacun des 10 domaines d'action (support d'activité 2) et de colorier la partie de l'empreinte qui s'applique à eux et à leur vie.
- Lorsqu'ils ont terminé, discutez de l'impact de notre empreinte carbone en utilisant les questions ci-dessous.

ÉVALUATION

- Comment pouvons-nous réduire l'impact des ménages sur le changement climatique ?
- Quelle influence a un comportement individuel sur la répartition mondiale des ressources ?
- Quelle quantité d'énergie est réellement économisée en éteignant les lumières ?
- Comment chacun d'entre nous peut-il prendre des mesures pour l'environnement ?

CONSEILS !

L'idée d'une empreinte carbone a été développée pour déterminer les conséquences sur l'environnement des actions humaines, comme le transport et la nourriture. L'objectif de l'empreinte carbone est de faire prendre conscience de la contribution de chacun d'entre nous au changement climatique et de l'impact de nos choix personnels sur la planète.

VARIANTES

Il existe également des outils gratuits en ligne qui aident à calculer son empreinte carbone. Les calculateurs [Eco Footprint](#), [Carbon Footprint](#) et [Water Footprint](#) aident chacun d'entre nous à évaluer son impact sur l'environnement. Vous pouvez également demander aux participants de mesurer leur empreinte carbone individuelle en utilisant l'un de ces outils.

SOURCE

[My Planet My Pledge: Environment and Climate Change Activity Resource](#) - Youth Work Ireland (2020) ; p. 9-11

SUPPORT D'ACTIVITÉ 1 : EMPREINTE CARBONE

https://www.youthworkireland.ie/images/uploads/general/Carbon_Footprint_pdf.pdf

CHAUFFAGE & CLIMATISATION

- Je n'économise pas l'énergie
- J'essaie d'économiser l'énergie, mais je n'ai pas de thermostat programmable
- J'économise dès que je le peux

LOGEMENT

- J'habite dans une maison avec plus de 3 chambres
- J'habite dans une maison avec 1 ou 2 chambres
- J'habite dans un appartement

TRANSPORTS

- Je conduis une grosse voiture pour tous mes déplacements
- Je conduis une petite voiture pour tous mes déplacements
- Je prends le bus pour aller en cours et la voiture pour mes autres déplacements
- J'essaie de me déplacer à vélo ou à pied dès que je le peux
- Je ne me déplace qu'à pied ou à vélo

DÉCHETS

- Je jette tous mes déchets à la poubelle
- Je recycle tout ce que je peux
- Je fais du compost et je recycle

VOYAGES EN AVION

- Je prends l'avion plusieurs fois par an pour aller à l'étranger (entourez toute l'empreinte deux fois)
- Je prends l'avion une fois par an (entourez toute l'empreinte une fois)
- Je ne voyage jamais en avion

EAU

- Je n'économise pas l'eau
- J'économise l'eau, mais j'ai quand même besoin de me doucher tous les jours
- J'économise dès que je le peux

LOISIRS

- J'aime les activités à forte intensité de carbone (faire du bateau, du quad)
- Je vais souvent au cinéma, au restaurant et/ou à des concerts
- J'ai l'habitude de voir mes amis chez moi ou chez eux

ÉLECTRICITÉ

- Je n'économise pas l'électricité
- Je fais attention à ma consommation d'électricité, mais je pourrais faire mieux
- J'utilise des ampoules à basse consommation et éteins les lumières dès que je le peux

NOURRITURE

- Je mange souvent de la viande
- Je mange parfois de la viande
- Je suis végétarien
- Je ne regarde pas d'où vient la nourriture que je consomme
- Je regarde les étiquettes et m'efforce d'acheter des produits locaux
- Je ne mange que ce qui pousse dans mon jardin

CONSOMMATION

- J'achète tout ce que je veux ou dont j'ai besoin et j'adore faire les magasins
- Je ne fais pas énormément d'achats, mais j'achète tout ce dont j'ai besoin
- Je suis un éco-consommateur informé
- J'achète le moins possible et je suis respectueux de l'environnement

www.climatechangeconnection.org

SUPPORT D'ACTIVITÉ 2 : 10 DOMAINES D'ACTION

https://www.youthworkireland.ie/images/uploads/general/Carbon_Footprint_Areas_of_Action_PDF.pdf

Mon empreinte carbone

- **MA MAISON :** Il faut davantage d'énergie pour chauffer, rafraîchir et éclairer les grandes maisons et les bâtiments
- **CHAUFFAGE ET CLIMATISATION :** Les thermostats programmables permettent de réduire la quantité d'énergie nécessaire pour chauffer et rafraîchir nos maisons, écoles et espaces de travail. Il n'est pas nécessaire de mettre l'air conditionné et le chauffage à fond dans les pièces vides.
- **EAU :** Nous utilisons de l'eau pour cuisiner, se laver et nettoyer, et son acheminement jusque dans les foyers implique des dépenses d'énergie. L'eau doit également être traitée avant et après utilisation, ce qui crée une demande accrue de polluants. Économiser l'eau est un excellent moyen de réduire notre empreinte carbone.
- **LOISIRS :** Passer du temps dans la nature, plutôt qu'à l'intérieur, est agréable et bon pour notre santé. Choisir des activités de loisirs qui génèrent moins de déchets et moins de carburant est un excellent moyen de réduire l'empreinte carbone.
- **ÉLECTRICITÉ :** Les gaz à effet de serre sont nécessaires pour alimenter les foyers en électricité. Éteindre les lumières et les appareils électroniques et ménagers lorsqu'ils ne sont pas utilisés est une solution simple qui peut faire une grande différence dans la réduction de l'empreinte carbone.
- **TRANSPORTS :** Les véhicules de grande taille consomment plus de carburant que les petits ou les plus économes en carburant. La marche et le vélo n'ont pas d'empreinte carbone, car ce sont des activités qui ne génèrent pas de pollution.
- **DÉCHETS :** La plupart des déchets ménagers (comme les emballages, les restes de nourriture et les piles) n'ont pas besoin d'être acheminés vers un site d'enfouissement. Au contraire, nous pouvons composter et recycler de nombreux déchets. Prendre le temps de trier correctement ses déchets est une étape importante pour réduire l'empreinte carbone.
- **NOURRITURE :** La production, la transformation, le transport et l'élimination des aliments créent beaucoup de gaz à effet de serre ! Les produits d'origine animale, comme la viande, le lait et les produits laitiers, sont les aliments les plus gourmands en ressources. Leur production nécessite 4 à 8 fois plus d'énergie qu'elle ne nous en apportent. En revanche, le pain, les huiles, les pommes de terre, les noix et la farine contiennent plus d'énergie qu'il n'en faut pour les produire. Si vous êtes un mangeur de viande, essayez de vous en passer une fois par semaine.
- **CONSOMMATION :** Notre consommation quotidienne contribue à une grande partie de nos émissions de gaz à effet de serre, par la fabrication, l'emballage, le transport, la consommation, le recyclage et l'élimination. La meilleure solution consiste à « faire simple » : privilégier la qualité à la quantité, acheter des produits réutilisables avec moins d'emballage.
- **VOYAGES EN AVION :** L'avion est le mode de transport qui consomme le plus de combustibles fossiles. Réduire le nombre de voyages en avion est également un excellent moyen de réduire son empreinte carbone.

IF NOT US

WHO?

#CLIMATESTRIKE

IF NOT NOW

WHEN?

4.2

10. VOUS ÊTES CE QUE VOUS PORTEZ

OBJECTIFS

L'augmentation rapide du consumérisme au cours des 50 dernières années a exercé une pression considérable sur l'environnement. Cette activité vise à :

- Sensibiliser à la provenance de nos vêtements et à la distance qu'ils ont parcourue.
- Lancer des discussions et sensibiliser le public.

PUBLIC CIBLE

À partir de 12 ans

TAILLE DU GROUPE

Minimum 2 participants

MATÉRIEL

- Support d'activité 1 : Checklist « Vous êtes ce que vous portez ».
- Support d'activité 2 : Tableau des distances entre les pays « Vous êtes ce que vous portez ».
- Stylos.

DURÉE

90 minutes

ACTIVITÉ

- Distribuez à chaque jeune une checklist « Vous êtes ce que vous portez ».
- Demandez-leur de vérifier l'étiquette de chaque vêtement qu'ils portent et d'écrire le pays dans lequel chaque vêtement a été fabriqué sur le document.
- Ensuite, demandez-leur de vérifier le tableau des pays pour déterminer la distance parcourue par chaque vêtement et d'ajouter les points dans les cases correspondantes (par exemple, si leur jupe a été fabriquée au Cambodge, elle a parcouru environ 9 936 km, ce qui équivaut à 12 points).
- Vous pouvez soit partager le document sur les distances par pays, soit indiquer les points pour chaque pays et leur demander de les écrire.
- Remise : si le vêtement a plus de 5 ans, est d'occasion ou acheté dans un magasin d'occasion, divisez les points pour cet article par 2.
- Faites-leur additionner tous les points, et la (ou les personnes) ayant le plus petit nombre de points est la plus respectueuse de l'environnement.

ÉVALUATION

- Pourquoi tant de nos vêtements sont-ils fabriqués dans des pays lointains ?
- Connaissons-nous les conditions de travail des habitants de ces pays ?
- Pourquoi n'y a-t-il pas plus de vêtements fabriqués dans notre pays ?
- Après avoir participé à cette activité, envisagez-vous d'acheter dans des magasins d'occasion ?
- Avez-vous déjà pensé à fabriquer vos vêtements vous-même ?

SOURCE

[My Planet My Pledge: Environment and Climate Change Activity Resource](#) - Youth Work Ireland (2020) ; p. 13-15

SUPPORT D'ACTIVITÉ 1 : CHECKLIST « VOUS ÊTES CE QUE VOUS PORTEZ »

https://www.youthworkireland.ie/images/uploads/general/You_Are_What_You_Wear_Checklist_PDF.pdf

Utilisez le tableau des distances pour savoir combien de kilomètres vos vêtements ont parcouru. Si un vêtement a plus de 5 ans ou s'il est d'occasion, vous obtiendrez une réduction (divisez le score final par 2).

<p>HAUT</p> <p>Fabriquée en</p> <p>Points</p> <p>Réduction</p> <p style="text-align: right;">TOTAL</p>	<p>PULL</p> <p>Fabriquée en</p> <p>Points</p> <p>Réduction</p> <p style="text-align: right;">TOTAL</p>
<p>VESTE</p> <p>Fabriquée en</p> <p>Points</p> <p>Réduction</p> <p style="text-align: right;">TOTAL</p>	<p>T-SHIRT</p> <p>Fabriquée en</p> <p>Points</p> <p>Réduction</p> <p style="text-align: right;">TOTAL</p>
<p>PANTALON</p> <p>Fabriquée en</p> <p>Points</p> <p>Réduction</p> <p style="text-align: right;">TOTAL</p>	<p>CHAUSSURES</p> <p>Fabriquées en</p> <p>Points</p> <p>Réduction</p> <p style="text-align: right;">TOTAL</p>
<p>ROBE</p> <p>Fabriquée en</p> <p>Points</p> <p>Réduction</p> <p style="text-align: right;">TOTAL</p>	<p>CHEMISE</p> <p>Fabriquée en</p> <p>Points</p> <p>Réduction</p> <p style="text-align: right;">TOTAL</p>
<p>JUPE</p> <p>Fabriquée en</p> <p>Points</p> <p>Réduction</p> <p style="text-align: right;">TOTAL</p>	<p>SWEAT-SHIRT À CAPUCHE</p> <p>Fabriquée en</p> <p>Points</p> <p>Réduction</p> <p style="text-align: right;">TOTAL</p>

MON SCORE TOTAL



SUPPORT D'ACTIVITÉ 2 : TABLEAU DES DISTANCES ENTRE LES PAYS « VOUS ÊTES CE QUE VOUS PORTEZ »

Ce tableau calcule les distances entre différents pays et la France.

https://www.youthworkireland.ie/images/uploads/general/You_Are_What_You_Wear_Distance_Chart_PDF.pdf

FABRIQUÉ EN	DISTANCE PARCOURUE EN KM	POINTS
Australie	16 960	20
Bangladesh	7 898	9
Cambodge	9 936	12
Canada	5 998	6
Chine	8 217	9
Corée	8 965	10
Cuba	7 717	7
États-Unis	6 162	6
Éthiopie	5 572	10
Hong Kong	9 628	10
Inde	6 566	8
Indonésie	11 572	15
Italie	1 119	3
Japon	9 716	9
Malaisie	10 427	12
Mexique	9 203	9
Philippines	10 743	12
Sri Lanka	8 510	12
Royaume-Uni	341	1
Taïwan	9 911	12
Thaïlande	9 445	10
Vietnam	9 188	12

ASK NOT WHAT
YOUR PLANET CAN

DO FOR YOU



ASK WHAT YOU CAN

DO FOR YOUR PLANET

GLOSSAIRE VERT



3R

Les 3R signifient réduire, réutiliser, recycler. Ce concept s'applique à la gestion des déchets, à travers un changement dans nos habitudes de consommation.

- Réduire notre production de déchets
- Réutiliser ce que l'on peut et donner aux objets une seconde vie
- Recycler tout ce que l'on ne peut pas réutiliser

ALIMENTS BIOLOGIQUES

Aliments cultivés sans engrais ni pesticides chimiques et vendus au consommateur sans ajout de conservateurs ni d'exhausteurs synthétiques.

<https://medical-dictionary.thefreedictionary.com/organic+food>

CENTRE DE DONNÉES

Un centre de données est une installation physique que les organisations utilisent pour héberger leurs applications et données importantes. Elle est basée sur un réseau de ressources informatiques et de stockage qui permet de fournir des applications et des données partagées. La structure d'un centre de données comprend des routeurs, des commutateurs, des pare-feu, des systèmes de stockage, des serveurs et des contrôleurs de fourniture d'applications. Les composantes d'un centre de données nécessitent une infrastructure importante pour supporter le matériel et les logiciels du centre. Il s'agit notamment de sous-systèmes d'alimentation, de systèmes d'alimentation sans coupure, de ventilation, de systèmes de refroidissement, d'extinction des incendies, de générateurs de secours et de connexions aux réseaux externes.

<https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/data-center-virtualization/what-is-a-data-center.html>

CHANGEMENT CLIMATIQUE

Le changement climatique désigne une variation statistiquement significative de l'état moyen du climat ou de sa variabilité, persistant pendant une période prolongée (généralement des décennies ou plus). Le changement climatique peut être dû à des processus internes naturels ou à des facteurs externes tels que des changements persistants dans l'atmosphère ou des changements dans l'utilisation des terres.

L'article 1 de la Convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques (CCNUCC) définit le « changement climatique » comme « des changements de climats qui sont attribués directement ou indirectement à une activité humaine altérant la composition de l'atmosphère mondiale et qui viennent s'ajouter à la variabilité naturelle du climat observée au cours de périodes comparables ». La CCNUCC fait donc une distinction entre le « changement climatique » imputable aux activités humaines qui modifient la composition de l'atmosphère, et la « variabilité du climat » imputable à des causes naturelles.

<https://public.wmo.int/en/about-us/FAQs/faqs-climate>

COMPENSATION CARBONE

La compensation carbone est un moyen de compenser nos émissions en finançant l'économie de dioxyde de carbone équivalente ailleurs. Nos actions quotidiennes, à la maison et au travail, consomment de l'énergie et produisent des émissions de carbone : conduire, prendre l'avion et chauffer des bâtiments. La compensation carbone permet d'équilibrer ces émissions en aidant à payer les économies d'émissions réalisées dans d'autres parties du monde.

<https://www.carbonfootprint.com/carbonoffset.html>

DÉCHETS ÉLECTRONIQUES

Déchets constitués de produits électroniques mis au rebut, comme les ordinateurs, les téléviseurs et les téléphones portables.

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/e-waste>

DÉCLARATION ENVIRONNEMENTALE

Déclaration concernant les effets attendus sur l'environnement d'un projet ou d'un développement proposé, comme la construction d'une route ou d'une station d'épuration des eaux usées, y compris la manière dont les effets graves sur l'environnement seront traités.

<https://www.epa.ie/footer/a-zglossaryofenvironmentalterms/>
https://www.eea.europa.eu/help/glossary#c4=10&c0=all&b_start=0

DÉTOURNEMENT PUBLICITAIRE

Le détournement publicitaire consiste à transformer l'iconographie des publicitaires en nœud coulant autour de leur cou. Si les images peuvent créer une marque, elles peuvent aussi la détruire. Le détournement publicitaire est une version satirique ou la défiguration d'une publicité existante, un détournement, une inversion destinée à nous faire oublier le consumérisme et à réfléchir plutôt à des questions sociales ou politiques.

Barley A. (2001), Battle of the image, New Statesman, www.newstatesman.com/node/153475

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le développement durable répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs.

<https://www.iisd.org/topic/sustainable-development>

DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

La durabilité environnementale suppose une utilisation des ressources et une interaction avec le monde naturel qui ne compromettent pas la capacité des générations futures à satisfaire leurs propres besoins.

Christiansen, K. (2011) Sustainability in Collection Development: Seeing the Forest and the Trees. Against the Grain, 22(6), p. 1-16.

EARTH HOUR

Earth Hour est un mouvement international organisé par le Fonds mondial pour la nature (WWF). Cet événement a lieu chaque année et encourage les individus, les communautés et les entreprises à éteindre les lumières électriques non essentielles pendant une heure un jour donné, en signe d'engagement pour la planète.

<https://www.earthhour.org/>

ÉCO-ANXIÉTÉ / ANGOISSE CLIMATIQUE

Trouble psychologique assez récent qui touche un nombre croissant de personnes préoccupées par la crise environnementale. Certaines personnes éprouvent un niveau de stress élevé en raison du changement climatique et présentent des symptômes tels que des crises de panique, des pensées obsessionnelles, une perte d'appétit et de l'insomnie.

<https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-me-in-we/201801/coming-terms-ecoanxiety>

ÉCO-CONCEPTION

L'éco-conception est la philosophie qui consiste à concevoir des objets physiques conformément aux principes de durabilité sociale, économique et écologique. Selon McLellan, l'objectif de la conception durable est « d'éliminer complètement l'impact négatif sur l'environnement grâce à une conception ingénieuse et adaptée ». L'éco-conception est également désignée ainsi : conception durable, conception environnementale, conception respectueuse de l'environnement et conception écologiquement durable. Certains des principes de la conception écologique sont les suivants : matériaux à faible impact, efficacité énergétique, qualité et durabilité, réutilisation et recyclage, biomimétisme, renouvelable, etc.

<https://ourpastimes.com/the-concept-of-green-architecture-12343752.html>

ÉCOLOGIE

Branche de la science qui s'intéresse aux relations entre les organismes et leur environnement.

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/ecology>

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

L'économie circulaire est un modèle de production et de consommation qui consiste à partager, réutiliser, rénover et recycler les produits et les matériaux existants le plus longtemps possible afin de prolonger leur cycle de vie.

https://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/expert/2015/12/story/20151201STO05603/20151201STO05603_fr.pdf

ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT

Elle fait référence à notre capacité à percevoir et à interpréter la santé relative des systèmes environnementaux et à prendre les mesures appropriées pour maintenir, restaurer ou améliorer la santé de ces systèmes. Les personnes ayant une culture environnementale ont une compréhension de base de l'environnement et des concepts de durabilité, qui constituent aujourd'hui une compétence essentielle.

Roth, C.E. (1992) Environmental Literacy: Its Roots, Evolution and Directions in the 1990s. ERIC Clearing house for Science, Mathematics, and Environmental Education, Columbus. p. 5

ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION (EMI)

Être éduqué aux médias signifie avoir les compétences pratiques, les connaissances et les attitudes nécessaires pour comprendre le rôle et les fonctions des médias dans les sociétés démocratiques, évaluer de manière critique le contenu des médias, interagir avec les médias pour s'exprimer, pour le dialogue interculturel et la participation démocratique. Les individus sont alors plus susceptibles d'être mieux équipés pour reconnaître l'importance des médias et des autres sources d'information, ainsi que la faiblesse ou la force des messages ou des informations qu'ils diffusent.

UNESCO (2012) Media and information literacy. Policy and Strategy Guidelines.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606>

ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION VERTE (EMI VERTE)

L'EMI verte renforce les capacités de réflexion critique nécessaires pour identifier, sélectionner, utiliser et multiplier les informations les plus fiables, les plus récentes et les plus pertinentes sur les questions environnementales. Elle comprend l'ensemble des compétences déjà comprises dans la maîtrise des médias et de l'information, mais qui visent précisément à soutenir la capacité des citoyens à faire face à la surabondance d'informations sur les questions environnementales et les discours sur le changement climatique.

EFFET DE SERRE

L'effet de serre est le réchauffement de la surface et de la basse atmosphère d'une planète qui est causé par la conversion du rayonnement solaire en chaleur dans un processus impliquant la transmission sélective du rayonnement solaire à ondes courtes par l'atmosphère, son absorption par la surface de la planète, et la ré-émission sous forme d'infrarouge qui est absorbé et partiellement ré-émis à la surface par les gaz atmosphériques.

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/greenhouse%20effect>

EFFICACITÉ ÉNERGETIQUE

Un appareil ou un bâtiment économe en énergie utilise relativement peu d'énergie pour fournir ce dont il a besoin.

<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/energy-efficient>

EMPREINTE CARBONE

La quantité de gaz à effet de serre et plus précisément de dioxyde de carbone émise par quelque chose (comme les activités d'une personne ou la fabrication et le transport d'un produit) pendant une période donnée.

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/carbon%20footprint>

EMPREINTE ÉCOLOGIQUE

Impact des activités humaines mesuré en termes de surface de terre et d'eau biologiquement productive nécessaire pour produire les biens consommés et assimiler les déchets générés. Plus simplement, il s'agit de la quantité d'environnement nécessaire pour produire les biens et services nécessaires au maintien d'un mode de vie particulier.

https://www.panda.org/knowledge_hub/teacher_resources/webfieldtrips/ecological_balance/eco_footprint/

EMPREINTE HYDRIQUE

L'empreinte hydrique mesure la quantité d'eau utilisée pour produire chacun des biens et services que nous utilisons. Elle peut être mesurée pour un seul processus, comme la culture du riz, pour un produit, pour une paire de jeans, pour le carburant que nous mettons dans notre voiture, ou pour toute une entreprise multinationale. L'empreinte hydrique peut également nous indiquer la quantité d'eau consommée par un pays en particulier, ou au niveau mondial, dans un bassin fluvial spécifique ou à partir d'un réservoir aquifère. L'empreinte hydrique est une mesure de l'appropriation de l'eau douce par l'humanité en termes de volumes d'eau consommées et/ou polluées.

<https://waterfootprint.org/en/water-footprint/what-is-water-footprint/>

EMPREINTE NUMÉRIQUE

Une empreinte numérique est une trace des données que vous créez en utilisant Internet. Elle comprend les sites web que vous visitez, les courriers électroniques que vous envoyez et les informations que vous soumettez aux services en ligne. Votre « empreinte numérique passive » est une trace de données que vous laissez involontairement en ligne. Par exemple, lorsque vous allez sur un site Internet, le serveur peut enregistrer votre adresse IP, qui permet d'identifier votre fournisseur de services Internet et de vous localiser approximativement. Votre historique, qui est enregistré par certains moteurs de recherche lorsque vous êtes connecté, est une composante plus personnelle de votre empreinte numérique passive. Votre « empreinte numérique active » comprend les données que vous soumettez intentionnellement en ligne, par exemple envoyer un courrier électronique contribue à votre empreinte numérique active, puisque vous vous attendez à ce que les données soient vues et/ou enregistrées par une tierce personne.

https://techterms.com/definition/digital_footprint

FLIGHT-SHAMING OU FLYSKAM

Sentiment d'avoir honte de prendre l'avion en raison de son impact écologique négatif et de sa contribution à l'émission de gaz à effet de serre.

GÉNÉRATION VERTE

Appelées également les milléniaux, les personnes nées entre 1981 et 1991 (1996 selon certaines sources) sont des clients soucieux de la société et de l'environnement. Ils soutiennent une économie circulaire et sont plus disposés à payer plus cher pour des produits durables. Comme ils représentent

aujourd'hui la plus grande partie de la main d'œuvre, leur comportement de consommateurs et leur pouvoir d'achat font que les entreprises sont de plus en plus disposées à leur proposer une offre correspondant à leurs préférences.

GREENWASHING

Le greenwashing est le processus qui consiste à donner une fausse impression ou à fournir des informations trompeuses sur la façon dont les produits d'une entreprise sont plus respectueux de l'environnement. Le greenwashing est considéré comme une affirmation sans fondement visant à tromper les consommateurs en leur faisant croire que les produits d'une entreprise sont respectueux de l'environnement.

<https://www.investopedia.com/terms/g/greenwashing.asp>

GRÈVE POUR LE CLIMAT

Lorsque les personnes s'absentent de l'école ou du travail pour se rassembler dans des marches exigeant des mesures pour lutter contre le changement climatique.

https://www.youthworkireland.ie/images/uploads/general/My_Planet_My_Pledge_Activity_Pack_Online.pdf

INCREDIBLE EDIBLE

Incredible Edible est un projet de jardinage urbain qui vise à rassembler les gens par des actions autour de la nourriture locale et à changer les comportements vis-à-vis de l'environnement.

<https://www.incredibleedible.org.uk/>

JUSTICE CLIMATIQUE

Ce terme relie les questions climatiques aux droits de l'homme et au développement. Il définit le réchauffement climatique comme une question éthique et politique, plutôt que comme une question purement environnementale ou physique.

https://www.youthworkireland.ie/images/uploads/general/My_Planet_My_Pledge_Activity_Pack_Online.pdf

LABEL DE COMMERCE ÉQUITABLE

Label certifiant qu'un produit est conforme aux principes du commerce équitable. Le commerce équitable vise à obtenir de meilleurs prix, des conditions de travail décentes, la durabilité locale et des conditions de commerce équitables pour les agriculteurs et les travailleurs du monde en développement. Le label est accordé par des organisations de labellisation du commerce équitable.

<https://www.fairtrade.org.uk/What-is-Fairtrade>

LABEL ENVIRONNEMENTAL

Les labels environnementaux sont un moyen internationalement reconnu de communiquer les

caractéristiques environnementales des produits en réponse à la demande d'information des consommateurs. Les différents labels adoptent des approches d'évaluation différentes, mais l'objectif commun est de présenter des informations vérifiables et précises et de promouvoir des produits et des services qui ont potentiellement moins d'impact sur l'environnement en aidant les acheteurs à faire des choix mieux éclairés. Les labels environnementaux sont basés sur le volontariat. Elaborés dans le cadre de la série de normes ISO 14020 (ISO (2000), ils se répartissent en trois catégories : Type I, Type II et Type III, la série de normes définissant les principes directeurs pour l'élaboration des labels et déclarations environnementaux (Allison et Carter, 2000).

<https://www.sciencedirect.com/topics/engineering/environmental-label>

MARCHÉS PUBLICS ÉCOLOGIQUES (MPE)

Les marchés publics écologiques (MPE) sont un processus par lequel les autorités publiques cherchent à acquérir des biens, des services et des travaux ayant un impact écologique réduit tout au long de leur cycle de vie par rapport aux biens, services et travaux ayant la même fonction primaire qui seraient acquis autrement.

https://ec.europa.eu/environment/gpp/what_en.htm

ODD

Les 17 Objectifs de développement durable (ODD), également nommés Objectifs mondiaux, ont été adoptés en 2015 par tous les États membres des Nations unies. C'est un appel mondial à agir pour éradiquer la pauvreté, protéger la planète et faire en sorte que tous les être humains vivent dans la paix et la prospérité d'ici à 2030.

<https://www.undp.org/content/undp/fr/home/sustainable-development-goals.html>

RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

Le réchauffement climatique est le phénomène d'augmentation des températures moyennes de l'air près la surface de la Terre au cours des deux derniers siècles. Depuis le milieu du 20e siècle, les climatologues ont recueilli des observations détaillées de divers phénomènes météorologiques (comme les températures, les précipitations et les tempêtes) et des influences connexes sur le climat (comme les courants océaniques et la composition chimique de l'atmosphère). Ces données indiquent que le climat de la Terre a changé sur presque toutes les échelles de temps concevables depuis le début des temps géologiques et que l'influence des activités humaines, depuis au moins le début de la révolution industrielle, a été profondément ancrée dans le processus même du changement climatique.

<https://www.britannica.com/science/global-warming>

RÉFUGIÉ CLIMATIQUE

Ce terme désigne une personne qui a été contrainte de quitter son domicile en raison des effets du changement climatique.

https://www.youthworkireland.ie/images/uploads/general/My_Planet_My_Pledge_Activity_Pack_Online.pdf

SE METTRE AU VERT

C'est acquérir des connaissances et adopter des pratiques pouvant déboucher sur des décisions et des modes de vie plus respectueux de l'environnement et plus responsables dans l'optique de protéger l'environnement. La durabilité est un concept plus large. Être vert fait partie de la durabilité.

<https://www.thrall.org/special/goinggreen.html>

SOBRIÉTÉ NUMÉRIQUE

La sobriété numérique consiste à réduire l'empreinte écologique de notre mode de vie numérique quotidien. Elle peut se manifester par l'achat de machines moins puissantes, leur remplacement moins fréquent et le fait d'utiliser une intensité énergétique moindre lorsque cela est possible.

<https://www.newscientist.com/article/2195771-digital-sobriety-can-halt-tech-fuelled-globalwarming-says-report/>

SYSTÈME D'INFORMATION VERT

Un système d'information vert est un système conçu pour minimiser les émissions de gaz à effet de serre tout au long de son cycle de vie, de la création de contenu à la diffusion, l'accès, l'utilisation et l'élimination.

Chowdhury, G. (2012) Building Environmentally Sustainable Information Services: A Green IS Research Agenda. Journal of the American Society for Information Science and Technology 63(4), 633-647, p. 635.

URGENCE CLIMATIQUE

Problèmes graves et urgents causés ou susceptibles d'être causés par les changements météorologiques dans le monde, en particulier le réchauffement de la planète dû à l'activité humaine qui augmente le niveau de dioxyde de carbone dans l'atmosphère.

<https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/climate-emergency>

ZÉRO DÉCHET

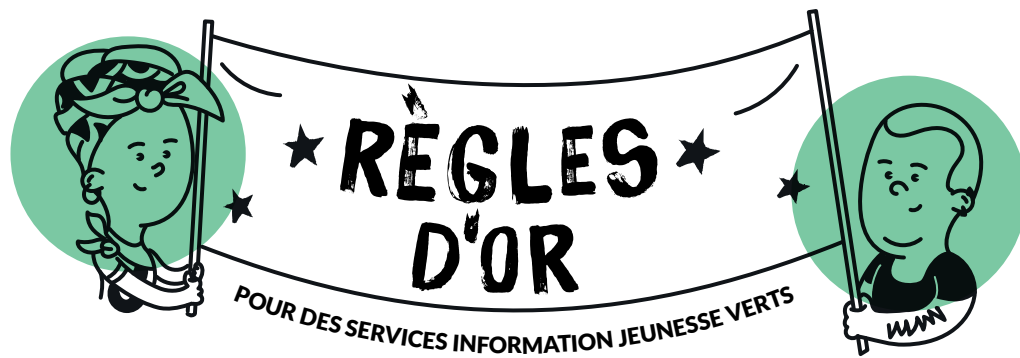
Conservation de toutes les ressources grâce à une production, une consommation, une réutilisation et une récupération responsables des produits, des emballages et des matériaux sans combustion et sans rejet dans le sol, l'eau ou l'air qui menace l'environnement ou la santé humaine.

<http://zwia.org/zero-waste-definition/>

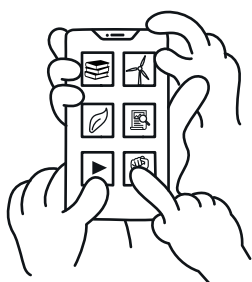


Always
Room
to
Grow

ANNEXE
AFFICHES



RENFORCER L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION (EMI VERTE)



- 1 Sensibiliser à l'importance de vérifier les faits relatifs à la durabilité environnementale et d'être attentif aux sources d'information.
- 2 Fournir aux jeunes les outils et ressources nécessaires pour apprendre à vérifier les sources d'information, à repérer la désinformation et à diffuser l'information sur l'urgence climatique de manière responsable.
- 3 Encourager les jeunes à s'informer sur les dernières nouvelles, les faits et les recherches concernant l'urgence climatique et ce qui peut être fait à différents niveaux.

RESPONSABILISER LES JEUNES EN TANT QUE CITOYENS VERTS

- 4 Donner aux jeunes les moyens d'observer les conséquences du changement climatique dans leur environnement immédiat et de comprendre l'importance de la durabilité environnementale.
- 5 Aider les jeunes à trouver des moyens de réduire leur impact écologique et les encourager à agir et à inciter leur entourage à en faire autant.
- 6 Organiser et co-organiser des formations, des actions de sensibilisation et des sessions d'information avec des jeunes pour promouvoir la durabilité environnementale.



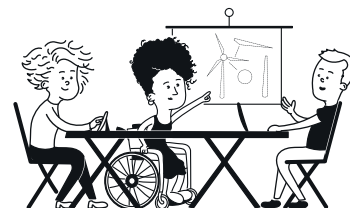
SOUTENIR LA FORMATION TOUT AU LONG DE LA VIE DES PROFESSIONNELLS DE L'INFORMATION JEUNESSE



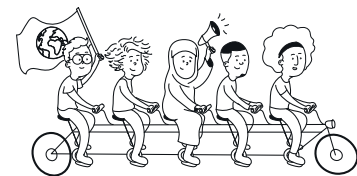
- 7 Se tenir informé des nouvelles formes d'engagement des jeunes, des mouvements dirigés par des jeunes et des campagnes sur l'action climatique à différents niveaux.
- 8 Suivre les politiques et les derniers développements liés à la durabilité et à la protection de l'environnement pour mieux comprendre le contexte.
- 9 Anticiper les futurs besoins des jeunes au vu des changements sociétaux et financiers liés à l'urgence climatique afin de proposer des réponses en temps utile.

DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE VERTE POUR LA STRUCTURE

- 10 Mesurer l'empreinte carbone de votre structure et développer des actions concrètes pour la réduire dans le cadre d'une stratégie verte.
- 11 Introduire des pratiques et des stratégies respectueuses de l'environnement dans les activités quotidiennes et la gestion des locaux dans l'optique d'être exemplaires pour les jeunes et de les inciter à réduire leur impact écologique.
- 12 Coopérer avec les autorités publiques compétentes, les établissements scolaires, les organisations de la société civile et les autres acteurs du domaine de la durabilité environnementale.



LE BUREAU VERT



**FAITES PARTICIPER
TOUT LE MONDE !**

2 RÉDUCTION DES DÉCHETS ET RECYCLAGE

Triez vos déchets, recyclez et encouragez vos collègues à utiliser de vraies tasses, des verres, des couverts et de la vaisselle au lieu de produits jetables. Fermez les robinets et tirez la chasse d'eau de manière responsable.

1 CUISINE / PARTIES COMMUNES

Remplissez le bureau de plantes pour recycler l'air, engagez-vous à éliminer l'eau en bouteille et les emballages inutiles, ou encouragez vos collègues à manger des aliments produits localement et moins de viande.

3 RESSOURCES HUMAINES ET FORMATION

Communiquez les résultats de votre travail collectif et encouragez vos collègues à poursuivre leur engagement.

1

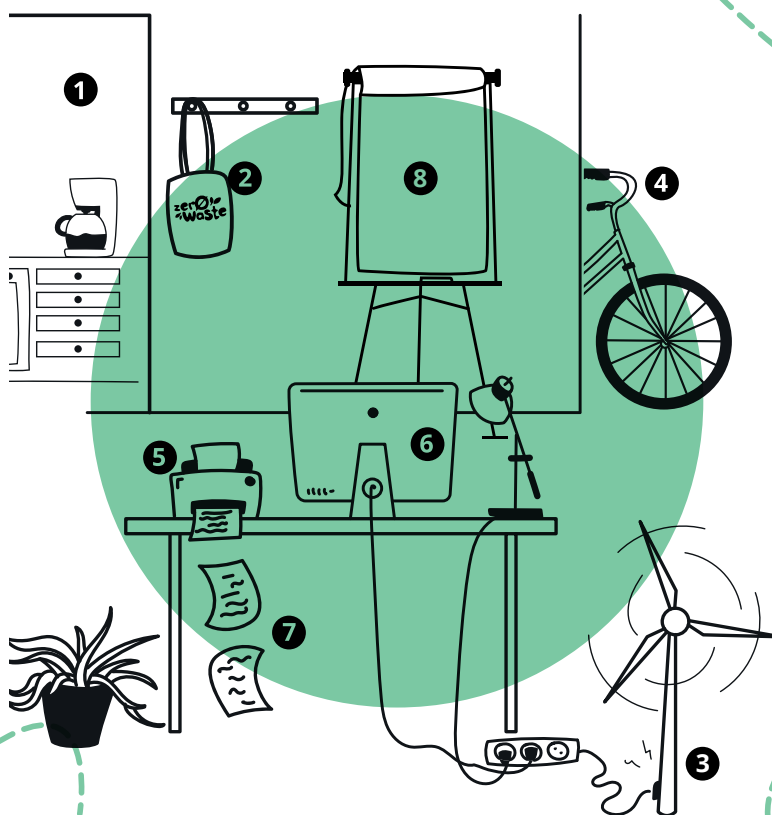
2

3

8

8 POLITIQUES DE MARCHÉS PUBLICS

Privilégiez les entreprises qui utilisent des produits écologiques, qui détiennent des labels écologiques ou qui offrent des services écologiques, par exemple pour le nettoyage, les outils de promotion, les impressions ou le matériel de bureau.



4 EFFICACITÉ ÉNERGETIQUE

Utilisez la lumière naturelle le plus possible. Éteignez les lumières et les appareils électroniques lorsqu'ils ne sont pas utilisés. Baissez le chauffage et la climatisation et fermez les fenêtres quand ils fonctionnent. Utilisez les escaliers plutôt que les ascenseurs dans la mesure du possible.

4

7

7 USAGES NUMÉRIQUES ET ÉQUIPEMENT INFORMATIQUE

Réduisez votre pollution numérique en étant attentif au nombre de courriers électroniques que vous envoyez et recevez. Désinscrivez-vous des bulletins d'information et des courriers électroniques indésirables, et nettoyez régulièrement votre boîte de réception.

5

5 TRANSPORTS

Encouragez les déplacements avec des alternatives écologiques, comme le vélo, les transports en commun, le train ou le covoiturage. Optez pour la marche autant que possible.

6

6 PAPIER / IMPRESSIONS

N'imprimez qu'en cas de nécessité, en recto-verso et en noir et blanc. Utilisez du papier recyclé et réutilisez le papier imprimé sur un seul côté pour la prise de notes. Économisez l'encre et recyclez les cartouches de toner.

eurodesk



european youth information
and counselling agency

POUR DES ACTIVITÉS INFORMATION JEUNESSE VERTES

1 LIEU DE RÉUNIONS ET D'ÉVÉNEMENTS



- Réduisez les déplacements inutiles, combinez les réunions et les événements et organisez-les en ligne lorsque c'est possible.
- Si vous organisez une rencontre en présentiel, choisissez le lieu avec soin. Organisez l'événement à proximité de votre lieu de travail et/ou dans un endroit central pour la majorité des participants.
- Choisissez un lieu facile d'accès et qui applique des mesures écologiques.

2 CHOISISSEZ VOTRE MOYEN DE TRANSPORT DE FAÇON RESPONSABLE

- Encouragez l'utilisation de transports qui font appel à des technologies à faibles émissions, comme les trains et les bus. Si vous voyagez en avion, compensez en utilisant un programme de compensation carbone.
- Informez et incitez activement les participants à marcher, ou à utiliser les transports en commun ou d'autres moyens alternatifs comme le vélo ou le covoiturage lorsque cela est possible.



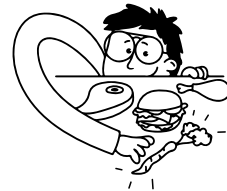
3 N'UTILISEZ PLUS DE PAPIER

- N'imprimez les documents que lorsque c'est nécessaire. Utilisez des projecteurs pour afficher des informations ou un tableau où toutes les informations sont regroupées.
- Explorez diverses applications pour partager votre agenda et d'autres documents relatifs à l'événement.
- Pensez à supprimer les données stockées dans le cloud lorsqu'elles ne sont plus nécessaires.



4 OPTEZ POUR DES REPAS VERTS

- Faites appel à des traiteurs et à des lieux qui s'approvisionnent en produits locaux, biologiques et équitables.
- Faites du régime végétarien l'offre par défaut ou réduisez le nombre de plats de viande.
- Attention au gaspillage de nourriture : ne commandez pas plus que ce dont vous avez besoin.
- Évitez les bouteilles d'eau et fournissez des carafes d'eau que vous pouvez agrémenter d'une tranche de citron et/ou de menthe.



5 LE MEILLEUR DÉCHET EST CELUI QUI N'EST PAS PRODUIT !

- Évitez le plastique au maximum. Choisissez des matières facilement réutilisables.
- Attribuez des tasses réutilisables en collant du ruban adhésif et en demandant aux participants d'y écrire leur nom.
- Informez tous les participants sur votre stratégie de recyclage et indiquez-leur où ils peuvent trier leurs déchets.



6 COMMUNICATION ET OUTILS DE PROMOTION VERTS

- Optez pour des objets promotionnels écologiques, durables, recyclés, réutilisables et recyclables que les participants pourront utiliser et apprécier.
- Faites participer les jeunes à la création graphique et consultez-les pour savoir quels objets pourraient les intéresser.
- Recyclez vos badges et lanières, vos panneaux et votre matériel promotionnel ; assurez-vous de les récupérer à la fin de chaque événement pour les réutiliser ultérieurement.





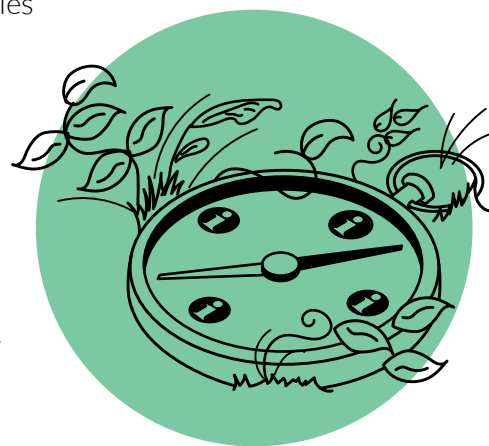
La contribution d'Eurodesk à ce projet a été financée avec le soutien de la Commission européenne.
Cette publication reflète les opinions de l'auteur et la Commission ne peut être tenue
responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qu'elle contient.



L'objectif de l'Information Jeunesse est non seulement de **répondre aux besoins, aux intérêts et aux demandes des jeunes**, mais aussi d'anticiper leurs besoins et de développer des mesures préventives en conséquence.

Le présent guide vise à **explorer le rôle de l'Information Jeunesse dans le contexte de l'urgence climatique**, ainsi qu'à donner **des conseils concrets et des exemples** de bonnes pratiques en matière de conception et de diffusion de services Information Jeunesse plus écologiques. Ce guide fournit aux services d'information des jeunes des exemples sur la manière d'informer, d'engager et de responsabiliser les jeunes en matière de durabilité environnementale.

L'objectif est également de **sensibiliser** les prestataires de services et les décideurs politiques **à l'importance de stratégies d'information et de programmes plus écologiques pour les jeunes**. Cette publication est complétée par des recommandations politiques, des exemples d'activités d'éducation non formelle et un glossaire vert.



ISBN 978-2-919810-19-2



9 782919 810192

eurodesk



european youth information
and counselling agency