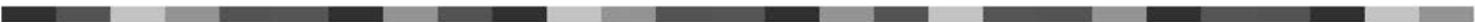


REVUE DE PRESSE

service communication



Paris-Normandie

AGENDA

Publié le 4/02/25

DEMAIN

Le Petit-Quevilly

Atelier : la terre animée

Réalisation en direct et en continu d'un film d'animation image par image ou « stop motion » à partir d'un matériau naturel et élémentaire : l'argile. Une expérience visuelle, ludique et plastique autour des métamorphoses, transformations et mutations. De 14 h à 17 h à la médiathèque. Dès 6 ans. Entrée libre.

Atelier : aqua wash

Création d'un tampon et réalisation d'impressions en négatif. Possibilité d'apporter un t-shirt blanc. De 10 h à 12 h à la médiathèque. À partir de 6 ans, sur réservation : 02 35 72 58 00.

Paris-Normandie

Petit-Quevilly. Arts et sciences : une journée de rencontres et de découvertes au CDN

Le 7 février 2025, toute la journée, se tient au théâtre de La Foudre un moment de rencontres où l'INSA Rouen (Institut National des Sciences Appliquées) se rapproche des arts. Et les ponts sont nombreux.



La philosophe Gabrielle Halpern entend bâtir des ponts entre les mondes - DR

Par Antoine Boyer

Publié: 3 Février 2025 à 14h43

L'hybridation, le monde de demain ? C'est le terrain sur lequel évolue Gabrielle Halpern, philosophe, qui ouvrira cette journée par une conférence appuyée en grande partie sur son ouvrage de 2020 « Tous centaures : éloge de l'hybridation ». Un livre qui propose : « *c'est le mariage improbable, c'est le fait de mettre ensemble des métiers, des arts, des sciences, des compétences, des générations, des activités, des secteurs, des matériaux, des usages qui, a priori n'ont pas grand-chose à voir ensemble, voire qui peuvent sembler contradictoires, et qui, ensemble, vont donner lieu à quelque chose de nouveau* ».

Des tables rondes

Tiers-lieux, tiers-usage, tiers-service... Des tables rondes pour comprendre comment chaque secteur travaille, pour comprendre les enjeux de la diffusion et de la création culturelle, pour comprendre les moteurs de coordination pour les projets croisant arts et sciences.

Également au programme, un speed dating scientifique et la projection d'Aequo, court-métrage réalisé par le tandem Julia Borderie / Eloïse Le Gallo mêlant paysages océaniques, glaciers et numérique.

Journée de rencontres Arts et Sciences, vendredi 7 février à La Foudre à Petit-Quevilly de 9 h à 16 h 30. Gratuit sur inscription insa-rouen.fr

Paris-Normandie

Football – National : huis clos confirmé pour le FC Rouen suite aux incidents face à QRM

La commission supérieure d'appel de la FFF a confirmé le huis clos infligé au FC Rouen après les incidents ayant eu lieu durant le match contre QRM.



Le FC Rouen a notamment été sanctionné pour l'utilisation de feux de Bengale et autres fumigènes - Photo Stéphanie Péron

Par Grégory Caru-Thomas

Publié: 3 Février 2025 à 18h00

Les dirigeants du FC Rouen espéraient bien obtenir gain de cause. Sanctionnés d'un match à huis clos après les problèmes rencontrés durant [le rendez-vous face à QRM \(2-0, 14e j.\)](#), ils pensaient voir la sanction révisée notamment eu égard au fait qu'il n'y avait eu aucun incident entre les supporters des deux clubs.

Raté. La commission supérieure d'appel de la FFF a confirmé le huis clos, principalement en raison de l'utilisation de feux de Bengale, de fumigènes, de pétards, de stroboscopes et de lasers.

Banderoles et insultes remarquées

Au-delà de cela, la commission n'a également pas apprécié les diverses banderoles déployées pendant le match ainsi que les insultes répétées envers le club de QRM.

Ainsi, c'est donc sans supporter que le FCR affrontera Concarneau le vendredi 28 février 2025. Le club a par ailleurs aussi écopé de 4 000 € d'amende pour les faits susmentionnés.

Paris-Normandie

Les Services civiques à l'arrêt faute de budget : le point en Normandie

Les contrats de Service civique sont suspendus jusqu'à l'adoption du budget de l'État. Ceux signés avant le 1er février 2025 sont bien enregistrés mais certains jeunes seront indemnisés avec retard. Explications avec Frédéric Morlot, responsable des antennes Unis-Cité de Rouen et d'Évreux.

Par Propos recueillis par Barbara Huet

Publié: 3 Février 2025 à 19h01

L'association [Unis-Cité](#) accompagne les jeunes en contrat de Service civique depuis plus de trente ans, dans toute la France. Elle constitue également un partenaire privilégié de l'État et des collectivités dans le déploiement de ce dispositif. Elle emploie douze personnes à Rouen, quatre au Havre et une à Évreux. Le responsable des antennes de Rouen et d'Évreux, Frédéric Morlot, fait le point suite aux récentes annonces du gouvernement.

Quelle est la situation actuelle et comment faites-vous face ?

Frédéric Morlot : « Le 30 janvier 2025, l'[agence du Service civique](#) a annoncé que les nouveaux contrats signés à partir du 1er février n'étaient plus acceptés, faute de budget. Tout est gelé jusqu'à l'adoption du budget de l'État pour 2025. Nous devons dire aux jeunes qui s'étaient engagés pour une mission à partir de février que celle-ci sera décalée mais on ne sait pas quand. C'est un vrai problème car beaucoup se sont organisés en fonction de ce calendrier, avec leurs études, notamment. En outre, au sein d'Unis-Cité, nous montons au créneau pour ceux qui ont démarré en janvier et risquent de ne pas être indemnisés dans les temps. »

On ne peut pas faire une telle annonce le 30, avec un effet rétroactif de 15 jours : il y a des humains derrière !

C'est-à-dire ?

« Il y a une incertitude concernant l'indemnisation* des jeunes qui ont démarré après le 15 janvier. Ils la recevront mais avec du retard. C'est un vrai problème car ils se retrouvent dans une situation très précaire. Certains ne peuvent pas se nourrir et l'on craint qu'ils quittent leur Service civique et le projet qui va avec pour trouver au plus vite du travail. On ne peut pas faire une telle annonce le 30, avec un effet rétroactif de 15 jours : il y a des humains derrière ! »



Frédéric Morlot, responsable des antennes Unis-Cité de Rouen et Évreux - DR Frédéric Morlot

Qu'en est-il pour ceux qui ont commencé avant mais qui sont toujours en mission ?

« Rien ne change pour eux : ils poursuivent leur mission jusqu'au bout et sont bien indemnisés dans les temps. »

Combien de volontaires sont actuellement accompagnés par Unis-Cité en Seine-Maritime et dans l'Eure ?

« Ils sont 116 à Rouen (dont deux qui ont commencé après le 15 janvier 2025), 68 au Havre et 24 à Évreux. À cela, il faut ajouter une quarantaine de jeunes qui œuvrent au sein de structures partenaires, qui ont l'agrément Unis-Cité. Nous sommes le plus gros pourvoyeur de Services civiques mais de nombreuses associations et organismes sont habilités à accueillir des volontaires dans la région. Parmi elles, les [Missions locales](#) qui, comme nous, font de l'intermédiation. »

Avez-vous déjà connu une telle situation ?

« Jamais ! Cela fait 11 ans que je travaille à Unis-Cité et c'est la première fois que cela arrive. »

Quel va être l'impact pour l'association ?

« Nous vivons grâce aux dons, au mécénat d'entreprises et aux subventions. Or sans visibilité sur l'avenir, les collectivités vont réduire drastiquement leurs enveloppes. Et cela va avoir des conséquences sur notre capacité à lever des fonds pour financer des postes. »

*L'indemnisation mensuelle d'un contrat de Service civique – qui peut durer entre 6 et 12 mois – s'élève à 620 euros.

Paris-Normandie

Laver son jean une fois par mois, son t-shirt tous les quatre jours : faut-il être sale pour être écolo ?

L'Agence pour la Transition écologique (Ademe) recommande dans une de ses publications de moins laver nos vêtements. Pour moins les user et consommer moins d'eau. Mais ne fixe-t-elle pas la barre un peu haut ?



Par Christophe Frébou

Publié: 3 Février 2025 à 12h48

Faut-il être « Mimi Cracra » pour sauver la planète ? Pour l'Ademe, il semble que oui.

Alors que pour tenter de glaner quelques économies substantielles le Premier ministre François Bayrou se penche sur le nombre d'agences de l'État (on en dénombre un millier), cette publication de [l'Ademe](#) a attiré les projecteurs sur elle. Permettant à certains d'alimenter le débat.

Et pour cause, l'Agence pour la transition écologique (Ademe) a publié une enquête qui fait parler d'elle. Parce qu'elle nous concerne tous ? Assurément. Parce que ses préconisations surprennent, voire déçoivent ? Plus encore.

La bonne technique « c'est de renifler »

L'Ademe nous incite à moins laver nos vêtements pour sauver la planète. Ainsi, elle nous conseille de ne laver nos petits tops en coton qu'après les avoir portés quatre à cinq fois, nos pulls en laine après dix à quinze jours, nos soutiens-gorge une semaine. Et nos jeans qu'après les avoir portés quinze à trente jours ! Heureusement, on peut toujours changer tous les jours de culotte ou de caleçon sans culpabiliser.

Mais pour d'autres c'est une pratique responsable. On en appelle les adeptes des « slow wash ». Objectif : faire tourner au minimum la machine à laver. Pour Juliette, interrogée par nos confrères du Parisien, la bonne technique « c'est de renifler ».

Pour l'Ademe « ces lavages trop fréquents accentuent la pollution de l'eau et usent aussi nos textiles plus vite. » Mais d'autres y voient surtout un intérêt économique. « Avant, je faisais mes machines chez mes parents, mais maintenant que je paie l'électricité, je fais hyper attention », reconnaît ce jeune Parisien.

Le Monde

Moins de viande, plus de plaisir ? Végétaliser les habitudes alimentaires des Français, un art délicat

Des chercheurs ont étudié les moyens les plus efficaces pour faire baisser la consommation de viande de la population, sans contrainte. L'objectif est de rendre les habitudes alimentaires moins nuisibles pour les émissions carbone et la biodiversité.

Par [Mathilde Gérard](#)

Publié le 02 février 2025 à 20h00, modifié hier à 10h34



Lors d'un atelier d'initiation aux légumes de saison dans une école maternelle de Poitiers, le 18 octobre 2024. JEAN-FRANCOIS FORT / HANS LUCAS VIA AFP

« Quand on parle de plats végétariens à certains de nos clients, on s'entend parfois répondre qu'ils ne sont pas des oiseaux et des mangeurs de graines. » Carole Galissant, directrice de la transition alimentaire chez Sodexo, a bien conscience que, selon que l'on s'adresse à des collégiens et lycéens, à des résidents d'Ehpad, à des entreprises, à des établissements pénitentiaires, etc., les messages ne peuvent pas être les mêmes. A des adolescents préoccupés par l'environnement, la présentation de menus « bons pour la planète » paraîtra très attractive. De leur côté, les personnes âgées seront plus facilement convaincues de se tourner vers des assiettes végétales si l'on insiste sur les atouts pour la santé et la nécessité de manger plus de fruits et légumes frais. Les plus attachés à leur entrecôte seront, eux – peut-être –, tout simplement séduits par un plat appétissant. « On doit adapter nos messages et faire autant de scénarios qu'on a de clients », explique la nutritionniste.

C'est parce que l'alimentation est au croisement des enjeux de lutte contre le réchauffement climatique et l'érosion de la biodiversité, de protection de la santé, de lutte contre les inégalités sociales, mais touche aussi au plaisir et à la convivialité, que l'Institut pour le développement durable et les relations internationales (Iddri), associé à l'Institute for Climate Economics (I4CE), présente, lundi 3 février, [un travail original de prospective](#) sur l'évolution des assiettes des Français à l'horizon 2035. Pensée comme complémentaire des nombreuses études déjà existantes sur la transition des modèles agricoles, cette analyse vise à dépasser l'idée reçue selon laquelle on ne pourrait rien faire pour faire bouger le contenu de nos assiettes et que toute action serait forcément liberticide.

« Il existe un ensemble de scénarios qui décrivent ce qu'est une agriculture durable en 2050 et tous convergent sur la nécessité de végétaliser notre alimentation, mais très peu

décrivent comment s’y prendre », note Mathieu Saujot, chercheur à l’Iddri, qui constate que l’« on parle très mal, dans les travaux scientifiques, des changements de mode de vie ». Pour y remédier, les équipes de chercheurs ont développé un cadre méthodologique mêlant plusieurs disciplines (sociologie, modélisation, étude des politiques publiques...) pour analyser les pratiques sociales de différents groupes et comprendre les conditions d’un éventuel changement.

Le scénario ainsi étudié ne fixe pas de cible idéale de baisse de consommation de viande – dont l’ampleur attendue varie selon les prospectives scientifiques de – 20 % à – 70 % d’ici à 2050. Mais elle décrit un scénario de baisse perçu comme crédible et plausible, qui aboutirait à une diminution moyenne de consommation de viande de 15 % en 2035, rapprochant les Français du niveau actuel de consommation de la population italienne. *« On n’avait pas d’objectif quantitatif préalable en tête, précise Charlie Brocard, de l’Iddri. On a voulu comprendre quels changements d’environnement sont mobilisables à court terme et peuvent conduire à une baisse, et ensuite seulement on les a traduits en résultat quantitatif. »*

Mythe du « consom’acteur »

Pour parvenir à cette baisse, d’ampleur variable selon les catégories de groupes sociaux, aucune contrainte, mais une somme d’actions à entreprendre au sein de la grande distribution, de la restauration collective, de la publicité, des pouvoirs publics, des acteurs de l’aide alimentaire, etc. Avec une constante : tordre le cou au mythe du « consom’acteur », qui à lui seul aurait le pouvoir de changer son alimentation, quand il est en réalité très contraint par ce qu’on lui propose, par son pouvoir d’achat, par sa structure familiale ou encore par son lieu de vie. *« En travaillant sur l’offre, on a une vraie capacité d’influence sur les consommateurs, sans mettre en péril leur liberté de choisir. On ne vient pas les contraindre, on ne les “moralise” pas, et on ne crée pas de taxe supplémentaire qui générerait des inégalités », résume Charlie Brocard.*

Ces travaux éclairent ainsi les raisons pour lesquelles les chiffres de la consommation de viande ne baissent pas aussi vite que le laissent entendre les sondages d’opinion, dans lesquels le flexitarisme (le fait de réduire fortement la part de protéines animales) semble surévalué. *« Une des raisons majeures pour lesquelles il y a un hiatus entre les actes et les aspirations, c’est que les gens changent, mais les environnements alimentaires ne changent pas ; c’est ce qui bloque le passage à l’action », observe Lucile Rogissart, chercheuse à l’I4CE.*

En détaillant divers profils de consommateurs, cette étude montre que, si des groupes sociaux ont des aspirations très variées (que l’alimentation leur coûte le moins cher possible, qu’elle leur prenne le moins de temps possible, qu’elle les aide à être en bonne santé, etc.), celles-ci peuvent être mises en cohérence. *« On ne va pas forcément prendre appui sur un discours environnementaliste, mais comprendre ce qui fait sens pour chaque groupe : parler par exemple d’authenticité et de solidarité avec les producteurs, ou de fraîcheur et de diversité, ou encore de praticité », détaille Charlie Brocard. L’étude montre que tous les groupes sont perméables au changement, même ceux qui semblent les plus réfractaires aux messages environnementaux, comme certaines catégories de seniors aisés. « Ils peuvent être convaincus par des valeurs au croisement entre le plaisir et la tradition, fait valoir*

Mathieu Saujot. *Le bond sera peut-être moins important pour eux, mais ils vont bouger avec le reste de la société. »*

Un cap politique nécessaire

Certaines des actions sont presque « invisibles » pour le consommateur. Dans les restaurants de Sodexo, par exemple, cela passe par le positionnement des différents pôles où se servent les clients. « *Dans nos selfs, on peut attaquer par le pôle végétal et mettre la grillade au fond*, détaille Carole Galissant. *C'est ce genre d'opération qui fait qu'on peut guider en tenant la main. Il faut des positionnements réfléchis, en remettant le végétal à sa bonne place. »*

La grande distribution, où s'opèrent 75 % des achats alimentaires, constitue un autre nœud où impulser des changements. « *L'espace dans lequel se retrouvent tous les Français, c'est le supermarché* », remarque Charlie Brocard. A travers la fixation des prix, le marketing, le positionnement en rayon, les catalogues, c'est un lieu d'influence majeur des comportements d'achat. L'enseigne Lidl, qui s'est engagée à augmenter de 20 % les ventes d'aliments d'origine végétale d'ici à 2030, développe ainsi l'accessibilité des fruits et légumes frais ; elle a aussi communiqué durant le « *veganuary* » (un défi pour manger végétalien un mois durant) et expérimente des initiatives de parité de prix entre la viande et ses alternatives végétales. Marianne Naudin, cheffe de projet responsabilités sociétales des entreprises chez Lidl, s'intéresse de près aux travaux de prospective de l'alimentation : « *C'est important pour nous pour creuser et adapter nos messages en fonction de la typologie des clients. »*

Mais l'étude montre que des acteurs isolés ne pourront pas, seuls, impulser le changement, et que la transition doit être pensée et organisée avec un cap. C'est tout l'enjeu auquel devait répondre la stratégie nationale pour l'alimentation, la nutrition et le climat, une feuille de route dont le principe avait été posé par la convention citoyenne pour le climat en 2020, puis acté dans la loi Climat et résilience de 2021. La feuille de route aurait dû aboutir en juillet 2023, mais, malgré de nombreuses concertations et envois de contributions, elle est allée de report en report, et sa finalisation ne figure pas dans les priorités du gouvernement de François Bayrou. Dans les contributions intermédiaires, la question de la baisse de la consommation de viande est notamment apparue comme un des points les plus sensibles et bloquants.

Le risque, si les actions ne sont pas pensées dans un cadre global, est de brouiller les messages et d'aboutir à des effets adverses : « *On peut avoir une trajectoire de consommation de moins de viande et mieux, où l'on favorise une viande française de qualité, ou à l'inverse de moins et pire, où les importations vont augmenter* », met en garde Mathieu Saujot.

Au-delà de la nécessité du cap politique, un enseignement ressort aussi des expériences sur le terrain : c'est par le goût que les Français seront convaincus du changement. « *Si ce n'est pas bon, on n'y arrivera pas* », tranche Carole Galissant.