



FICHE DESCRIPTIVE

GUIDE RADIO

GUIDE DE SENSIBILISATION

---

# COMPRENDRE LES LIENS ENTRE LA CONSOMMATION ET LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

RDC

## COMPRENDRE LES LIENS ENTRE LA CONSOMMATION ET LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

A l'échelle mondiale, nationale et locale, nos économies reposent sur l'idée que la croissance est quelque chose de positif : plus les individus consomment, plus les économies se développent; et à mesure que les économies se développent, un plus grand nombre d'individus prospèrent. Cependant, la croissance est fortement dépendante des ressources naturelles et de l'énergie fossile. Comment nous l'avons vu dans notre introduction au changement climatique, tout ce que nous consommons vient de la Terre, et la majeure partie de ces ressources est limitée. La surconsommation des riches et de la classe moyenne, cette dernière connaissant un développement rapide, ont été associées aux crises environnementales auxquelles nous sommes aujourd'hui confrontés, et notamment au changement climatique, à la pollution et à l'épuisement des ressources naturelles.

Ce qui signifie que nous devons totalement repenser l'influence de la croissance et de la consommation sur notre bien-être.

Dans ce contexte mondial de surconsommation, l'Afrique se trouve confrontée à un défi bien différent. Jusqu'à très récemment, de nombreux pays d'Afrique connaissaient les niveaux de consommation de ressources les plus faibles du monde - une tendance qui commence à changer en raison de la croissance de la

population, de l'urbanisation et des millions de personnes qui sont parvenues à s'extraire de la pauvreté. Et pourtant, près de la moitié des habitants du continent ne disposent pas des ressources matérielles dont ils ont besoin pour bien vivre. C'est pourquoi il est urgent d'améliorer le bien-être matériel et de bâtir des sociétés prospères, sans détruire l'environnement. Comme nous l'avons vu dans notre introduction au changement climatique, notre impact sur la nature se rapporte directement à nos habitudes individuelles et aux choix que nous faisons au quotidien. Si vous pouviez choisir, achèteriez-vous à manger dans une chaîne de restauration rapide ou chez un vendeur local ? Préfereriez-vous acheter un nouveau téléphone portable, ou une nouvelle robe spécialement créée par un tailleur local? Comme vous le verrez dans cette série, nos habitudes individuelles et les choix que nous faisons au quotidien sont importants. Quand vous décidez d'acheter quelque chose, il est important de considérer non seulement le prix et la qualité du produit, mais aussi sa provenance et comment il a été fabriqué. Les choix que vous faites en tant que consommateur affectent la santé et le bien-être de votre communauté, ainsi que de la planète - ce qui à son tour affecte votre propre bien-être.

## DÉFINITIONS

- **Un consommateur** - est une personne qui achète des biens et des services pour son propre usage. Nous sommes tous des consommateurs, car nous avons besoin de choses - de la nourriture, de l'eau, des vêtements, un toit, une éducation et des soins de santé, etc. La plupart d'entre nous paie pour y accéder. Mais nous ne consommons pas seulement ce dont nous avons besoin. Nous consommons aussi des choses que nous voulons, et c'est

là qu'est le problème. A mesure qu'un plus grand nombre de personnes entrent dans la classe moyenne, elles peuvent se permettre d'acquérir davantage de biens de consommation, comme des smartphones, des équipements électroniques, des plats de restauration rapide, des voitures et des voyages en avion. Ceux-ci contribuent aux émissions de gaz à effet de serre, à l'épuisement des ressources, à la pollution et à la production de déchets.

- **La stratégie de marque** est une technique qu'utilisent les entreprises pour donner de l'importance à leurs produits dans l'esprit des consommateurs. L'influence de la stratégie de marque est l'une des principales raisons pour lesquelles nous achetons parfois des choses dont nous n'avons pas vraiment besoin. A première vue, vous diriez qu'un t-shirt, n'a rien d'exceptionnel. Mais imaginez que ce t-shirt porte le logo Nike. Comment vous sentiriez-vous si vous portiez ce logo ? Par exemple, cela vous donnerait-il confiance en vous, cela vous procurerait-il un statut ? Quels que soient les sentiments que le logo suscite chez vous - c'est là le pouvoir de la stratégie de marque.
- **Jetable** - Signifie qu'il s'agit de quelque chose qui a été conçu pour être utilisé, puis jeté. De nombreux produits de consommation disponibles sur le marché sont jetables - par exemple, la majorité des aliments et des boissons vendus en supermarché et dans les boutiques de restauration rapide se présente dans des boîtes jetables. Du pétrole, des métaux et de l'énergie sont nécessaires à la production de ces sacs, de ces boîtes de conserve, de ces cartons et de ces boîtes qui ne sont souvent utilisés que brièvement avant d'être jetés.
- **L'obsolescence programmée** - Nombre des objets que nous achetons ne sont pas faits pour durer. Les vêtements bon marché perdent leurs couleurs, ils passent de mode. De nouveaux téléphones dotés de toutes nouvelles fonctions arrivent sur le marché à un rythme effréné, votre téléphone actuel faisant pâle figure en comparaison. Plutôt que de concevoir des produits de sorte qu'ils soient durables et puissent être facilement réparés, de nombreuses entreprises fabriquent des smartphones, des lave-vaisselles et des radios qui sont certes bon marché, mais cassent facilement et ne peuvent être réparés. Cela crée un cycle de consommation sans fin, les consommateurs étant constamment encouragés à acheter de nouveaux objets.
- **La chaîne logistique** - est la série d'étapes par lesquelles une marchandise, un produit ou un service est développé, de l'idée au produit fini vendu aux consommateurs. Par exemple, la chaîne logistique de la plupart des smartphones débute en RDC où des minerais comme l'étain, le tantale et le tungstène, essentiels à leur fabrication, sont exploités. Du fait de la mondialisation des chaînes logistiques, le plus souvent, nos téléphones portables, nos vêtements et même, de plus en plus, les produits que nous mangeons, proviennent d'autres régions du monde, et ont parfois fait plus d'une fois le tour de la planète au fil des différentes étapes de leur production.
- **La croissance économique** - se produit lorsque la consommation augmente - c'est-à-dire quand un plus grand nombre de biens et de services sont produits et consommés, et que la valeur monétaire de ces biens et services augmente. La croissance économique est souvent présentée comme quelque chose de positif. Cependant, outre son coût élevé pour l'environnement, la croissance économique ne réduit pas nécessairement la pauvreté et ne permet forcément pas aux gens de vivre mieux, car tout le monde n'en bénéficie pas équitablement.

## MYTHES ET RÉALITÉS

### MYTHE

Des marques comme Nike, Samsung ou Adidas sont populaires car elles offrent aux consommateurs une meilleure qualité et une meilleure valeur que des produits sans marque.

### RÉALITÉ

Souvent, la différence entre les produits des marques populaires et les produits sans marque est inexistante ou mineure, bien que les produits de marque puissent être beaucoup plus chers. Leur valeur réside dans le pouvoir de leur stratégie de marque, que les gens absorbent par les messages transmis dans les publicités et au sein des groupes de pairs. La stratégie de marque peut nous influencer très fortement en tant que consommateurs, par exemple en nous incitant à posséder certains produits, ou en influençant notre volonté d'acheter des articles et des marques que nous percevons comme cool.

Les supermarchés et les galeries commerciales sont un signe de progrès : ils créent de l'emploi et permettent aux individus de bénéficier d'un meilleur accès aux biens de consommation.

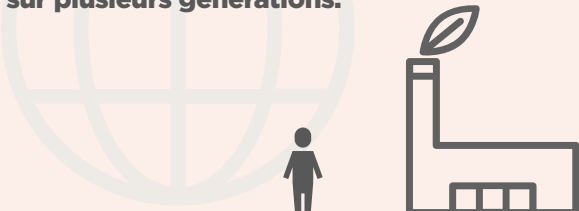
Les supermarchés et les galeries commerciales fournissent un certain nombre d'emplois dans le secteur de la vente au détail, ainsi qu'un éventail de biens de consommation, souvent à des prix bas ou concurrentiels. Mais dans le monde d'aujourd'hui, nous devons véritablement repenser notre idée du progrès. Si de nombreux produits présents dans une galerie commerciale sont des importations issues de chaînes logistiques mondiales, dépenser votre argent dans des produits fabriqués localement peut être un moyen puissant d'aider votre communauté et, en même temps, de lutter contre le changement climatique.

Je suis quelqu'un de simple et je n'ai pas beaucoup d'argent. Par conséquent, mes habitudes de consommation ne feront aucune différence en matière de changement climatique.

Les habitudes individuelles sont importantes, aujourd'hui plus que jamais, car nous vivons dans un village global et avons besoin d'adopter un état d'esprit global. Le téléphone portable est un parfait exemple d'un petit appareil qui peut paraître insignifiant à un niveau personnel, mais 1,4 milliard de nouveaux smartphones ont été produits en 2016. Leur empreinte sociale et environnementale au niveau mondial est ahurissante. Pensez simplement aux minerais, à l'eau, au conditionnement et au fuel nécessaires pour produire des millions de nouveaux téléphones et les transporter chaque année dans le monde. Pensez également aux déchets qui s'accumulent lorsque ces appareils, une fois hors d'usage, sont jetés. En réduisant notre consommation et en faisant des choix plus intelligents quant à ce que nous achetons et la manière dont nous concevons et produisons ces articles (par ex. en concevant des produits faits pour durer plutôt qu'à usage unique ou destinés à être utilisés sur du court terme), nous permettons à la nature de récupérer, de survivre et de s'épanouir, nous permettant d'assurer notre survie sur le long terme.

## LE SAVIEZ-VOUS ? INFORMATIONS AU NIVEAU INTERNATIONAL

Une décision en rayon ne prend au consommateur que **6 secondes** **MAIS TOUTE L'ÉNERGIE ET LES DÉCHETS NÉCESSAIRES À LA PRODUCTION, AU CONDITIONNEMENT, AU TRANSPORT**, à l'utilisation et au rejet de ce produit auront des conséquences écologiques sur plusieurs générations.



Les grandes entreprises considèrent le continent africain comme le prochain grand marché. Une forte tendance à l'urbanisation devrait ouvrir de nouveaux marchés de consommation africains d'une ampleur considérable, et d'ici 2020, il est prévu que près de 60 % des dépenses soient enregistrées dans seulement 20 villes du continent.



### LES CONSOMMATEURS SONT RESPONSABLES DU CHANGEMENT CLIMATIQUE :

SELON UNE ÉTUDE RÉCENTE, LES HABITUDES DE CONSOMMATION DES HABITANTS DE LA PLANÈTE - QU'IL S'AGISSE DES ALIMENTS, DES VÊTEMENTS, DES TÉLÉPHONES ET AUTRES PRODUITS QUE NOUS ACHETONS TOUS - SONT RESPONSABLES DE 60 % DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE DANS LE MONDE, ET DE 50 À 80 % DES TERRES, DES MATÉRIEAUX ET DE L'EAU UTILISÉS.



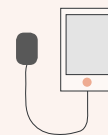
80 % de l'empreinte écologique des individus ne provient pas de l'utilisation directe qu'ils ont des ressources (comme allumer les lumières, recharger un téléphone portable ou prendre un bain), mais des ressources utilisées pour fabriquer ce qu'ils achètent.



L'économie mondiale devrait **tripler de volume** d'ici la moitié du 21e siècle, ce qui signifie qu'à moins de changer le mode de fonctionnement de nos économies, il est probable que d'ici 2050, nous voyions une production et une consommation trois fois supérieures à ce que nous connaissons aujourd'hui. Et nous utilisons déjà des ressources et polluons à un niveau bien supérieur à ce que la planète peut endurer.



Depuis 2007, environ **968 térawatt-heures d'électricité ont été consommés pour produire 7 milliards de smartphones**. Soit autant d'énergie que ce que consomme en une année la totalité de l'Inde, qui abrite un cinquième de la population mondiale ! Nombre de ces appareils ne seront utilisés que 12 à 24 mois avant d'être jetés.



### ET POURTANT, LA CONSOMMATION ACTUELLE DE RESSOURCES DANS LE MONDE EST FORTEMENT INÉGALE :

42 % de la population d'Afrique subsaharienne vit sous le seuil de pauvreté mondial fixé à 1,90 dollars américains par jour, ce qui veut dire que sa consommation est très faible.



## LE SAVIEZ-VOUS ? INFORMATIONS AU NIVEAU NATIONAL

En RDC, La Sape, abréviation de « La Société des Ambianceurs et des Personnes Élégantes » est une sous-culture consistant à se vêtir de tenues flamboyantes et coûteuses, les adeptes du mouvement exprimant leurs aspirations à une identité cosmopolite par leur style vestimentaire opulent.

**L'extraction minière des métaux utilisés dans les smartphones, les batteries et les produits électroniques grand public est responsable de 80 % des revenus d'exportation de la RDC.**

**Le manque de transparence dans les chaînes logistiques des produits électroniques grand public a des impacts majeurs en RDC. On estime que la moitié des 200 mines en activité dans l'Est de la RDC est contrôlée par des groupes ou des milices armées, impliquant les smartphones et autres produits électroniques grand public dans une exploitation généralisée de la main-d'œuvre, ainsi que des conflits armés et de la violence, et notamment des violences sexuelles et autres violations des droits humains.**

**Le travail forcé et le travail des enfants sont des pratiques courantes dans ces mines, où les mineurs ne disposent pas de protection en matière de santé et de sécurité, et sont payés entre 1 dollar et 5 dollars américains par jour.**



**Chaque dollar "capté" par les groupes armés est un dollar qui aurait pu être dépensé dans la santé, l'éducation ou le développement économique dans la région.**



## POURQUOI ACHETONS-NOUS ?

Qu'est-ce qui rend ce flacon de parfum vendu dans une boîte raffinée si attirant ? Pourquoi une superbe femme pose-t-elle dans cette publicité pour une voiture de luxe ?

Les chercheurs en psychologie du consommateur ont découvert que la psychologie et la neurobiologie jouaient un rôle important dans nos habitudes de consommation. Les distributeurs savent depuis longtemps qu'ils vendront davantage s'ils nous communiquent des images et des messages faisant appel à notre désir de nous percevoir comme séduisants et riches. Ils sont experts dans l'utilisation de la stratégie de marque et de la publicité pour faire appel

aux facteurs psychologiques qui nous incitent à vouloir consommer plus.

D'une certaine manière, il est naturel de vouloir posséder autant de choses que possible. Pour la majeure partie de l'histoire de l'humanité, les hommes et les femmes ont dû travailler dur pour produire tout juste suffisamment de nourriture, de vêtements et d'abris pour répondre à leurs besoins élémentaires. Même dans les sociétés les plus riches du monde, la disponibilité de tous ces biens de consommation, et le fait de ne pas avoir à se demander d'où ils viennent ou comment ils sont faits - est un phénomène très récent !

Donc dans une certaine mesure, il semble que nos habitudes consuméristes soient fortement ancrées en nous. Mais les comprendre nous donne davantage de pouvoir pour nous permettre de faire des choix conscients quant à la manière dont nous agissons en tant que consommateurs, et comment nous répondons à ces puissants moteurs capables d'influencer nos comportements.

Après tout, il est bien plus important d'assurer notre avenir sur cette planète que de posséder des biens matériels. Nous sommes arrivés à un point où l'humanité doit changer ses objectifs et

ses rêves - notre idée de ce qui est sophistiqué, de ce qui est désirable, de ce qu'est la réussite. Nous devons repenser nos valeurs et développer de nouvelles habitudes de consommation pour assurer la survie de notre planète.

## RESOURCES

- Le projet Story of Stuff: <https://www.youtube.com/watch?v=rdunyX3jymk>
- The Wellbeing Economy (l'Économie du bien-être): <https://wellbeingeconomy.org/> (Taper Translate to French)
- Kate Raworth, au sujet de la croissance économique: [https://www.ted.com/talks/kate\\_raworth\\_a\\_healthy\\_economy\\_should\\_be\\_designed\\_to\\_thrive\\_not\\_grow/reading-list?language=fr&fbclid=IwAR2uzl7pJqG036WSfZ3nek-CISp2sWuFavX3UOGx1k2BPBEZoO\\_qp3VVdeds](https://www.ted.com/talks/kate_raworth_a_healthy_economy_should_be_designed_to_thrive_not_grow/reading-list?language=fr&fbclid=IwAR2uzl7pJqG036WSfZ3nek-CISp2sWuFavX3UOGx1k2BPBEZoO_qp3VVdeds)

# COMPRENDRE LES LIENS ENTRE LA CONSOMMATION ET LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

## GUIDE RADIO



PRÉPARATION DE L'ÉMISSION

ANGLES

**DIFFÉRENTES MANIÈRES DE PARLER DU CHANGEMENT CLIMATIQUE ET DE LA CONSOMMATION**

**Réfléchissez aux questions suivantes, et discutez avec des membres de votre communauté (un élève, un enseignant, un entrepreneur, un travailleur de la santé) pour recueillir différentes perspectives sur la consommation et le changement climatique:**

- Quelles sont vos habitudes de consommation et comment contribuent-elles (ou non) au changement climatique ?
- Quels types de changements seriez-vous prêts (ou non) à faire pour réduire votre empreinte écologique ?
- Réfléchissez aux biens matériels que vous possédez. Quelles sont les choses dont vous avez besoin, et celles que vous possédez simplement parce qu'elles vous faisaient envie ? Comment faites-vous pour faire la différence entre les deux ? A quelles choses accordez-vous le plus de valeur, et pourquoi ?
- Pensez à comment la stratégie de marque peut influencer les choses que vous voulez posséder et votre volonté à dépenser de l'argent pour les obtenir ?
- Observez-vous les influences du consumérisme dans votre communauté ?
- Pensez-vous que les gens changent de comportement en tant que consommateurs, et si tel est le cas, pourquoi ?
- Ressentez-vous parfois une certaine pression de la part de votre communauté ou de votre groupe d'amis vous incitant à acheter ou à avoir certaines choses ? Quel est votre sentiment à cet égard ?
- Dans votre communauté ou au sein de votre groupe d'amis, observez-vous des pratiques (comme l'échange de vêtements ou l'ouverture d'une petite boutique de réparation de téléphones portables et de petits appareils électroniques, par exemple) qui pourraient indirectement contribuer à lutter contre le changement climatique et à la bonne santé des communautés, à la fois au niveau local et international ?

### CHOISIR UN ANGLE

Quels types de changements seriez-vous prêts à faire pour réduire votre empreinte écologique ?

#### **Différentes manières de parler des changements que vous seriez prêts à faire pour réduire votre empreinte écologique**

- Êtes-vous prêt à changer/capable de changer vos modes de déplacement ? Plutôt que de conduire, choisissez de marcher, de circuler à vélo ou d'emprunter les transports publics vers une destination chaque jour.
- Choisir de consommer des fruits et des légumes cultivés localement, manger plus de repas faits maison et moins de plats tout prêts.
- Comment procédez-vous à l'élimination de vos déchets ? Recyclez-vous ce que vous pouvez pour réduire votre empreinte environnementale ?
- Rachetez-vous des vêtements à chaque changement de saison ? Plutôt que d'acheter des vêtements « à la mode » bon marché, achetez des vêtements de qualité qui dureront plus longtemps, qui ne s'useront pas et ne se déchireront pas au premier lavage.



## FORMATS

Nous pouvons utiliser des formats radio pour créer le segment. Comprendre la croissance et la consommation segment vert. Les formats que nous proposons favorisent l'écoute de ce que d'autres ont à dire sur le sujet, et incitent les auditeurs à participer au programme.



### MICRO-TROTTOIR



#### Objectif du micro-trottoir

Recueillir différentes opinions sur un sujet donné.



#### À qui parlez-vous

A toute personne au sein de la communauté.



#### Question

D'où vient votre téléphone portable ?

OU

A votre avis, comment les choses que vous consommez affectent l'environnement ?

OU

Pensez-vous que les gens accordent trop d'attention à la possession d'objets de marque et à la consommation de biens dans votre communauté ?



### COMMENTAIRE AUDIO



#### Objectif du commentaire audio

Recueillir l'opinion des gens sur un sujet qui leur tient à cœur.



#### À qui parlez-vous

Aux jeunes et aux adultes de votre communauté qui peuvent parler de la manière dont la croissance et la consommation affectent l'environnement.



### PORTRAIT



#### Objectif du portrait audio

Que les auditeurs écoutent un récit inspirant, qui véhicule un message d'encouragement associé au sujet du programme.



#### À qui parlez-vous

- Un entrepreneur local qui fabrique un produit qui a une faible empreinte écologique
- Un étudiant qui répare les objets des autres pour gagner de l'argent et payer ses études



#### Question pour la personne que vous interviewez avant d'enregistrer son portrait audio

- Comment vous êtes-vous impliqué dans la création de ce produit à l'origine ?
- Le fait d'avoir une entreprise à faible empreinte écologique était-il une priorité dès le départ ?
- Comment se passe la création d'un produit qui a une faible empreinte écologique? Comment vous y prenez-vous ?
- Quels sont les avantages de la création d'un tel produit pour votre entreprise ?
- En quoi une telle gestion de votre entreprise a-t-elle fait une différence dans votre propre vie ?
- Qui sont vos clients et comment trouvez-vous un marché pour votre produit ?
- Quelles sont les opportunités associées à la gestion d'une telle entreprise ?
- Comment d'autres aspirants entrepreneurs peuvent-ils s'y prendre pour créer une entreprise de ce type ?



## QUIZ TÉLÉPHONIQUES OU WHATSAPP



### Objectif d'un quiz téléphonique ou WhatsApp

Inviter les auditeurs à participer à une opportunité d'apprentissage divertissante. Vous pourriez offrir un prix, par exemple l'opportunité de passer un message à l'antenne ou une visite à la station de radio.



**Presenteur 1 :** Amis auditeurs, vous pensez tout savoir sur le changement climatique ? Nous vous proposons de mettre vos connaissances à l'épreuve avec ce quiz ! Appelez-nous au [NUMÉRO DE TÉ LÉPHONE DE LA STATION] ou envoyez-nous vos réponses par WhatsApp au [NUMÉRO WHATSAPP].

**Presenteur 2 :** Écoutez attentivement. Dans les affirmations suivantes sur la croissance, la consommation et le changement climatique, laquelle est FAUSSE ?

A. Votre téléphone portable est directement lié aux problèmes globaux que sont le changement climatique, la pollution et les déchets, ainsi qu'aux abus relatifs au travail et aux droits humains.

B. La croissance économique réduit la pauvreté et génère des ressources pour faire face au changement climatique.

C. 60 % des émissions de gaz à effet de serre au niveau mondial sont générées par la fabrication des biens que les consommateurs achètent.

**Presenteur 1 :** Réponses par WhatsApp au [NUMÉRO WHATSAPP] pour nous dire laquelle de ces affirmations est FAUSSE. Nous voulons vous entendre !



## NOTES VOCALES WHATSAPP



Au début de votre programme ou de votre segment « Comprendre la croissance et la consommation », vous pouvez inviter vos auditeurs à envoyer une note vocale WhatsApp. N'oubliez pas, elle ne doit pas durer plus de 1 minute et doit porter sur le sujet.



Dans ce cas précis, le sujet peut être une expérience de comment la consommation est associée au changement climatique et à la dégradation de l'environnement, ce qu'ils font pour changer leurs habitudes de consommation ou ce que sont selon eux les principales difficultés pour changer les habitudes en matière de croissance et de consommation.

**Pensez à passer la note vocale en utilisant une bonne intro et une bonne conclusion, et en indiquant le nom de la personne qui l'a envoyée.**



## QUIZ



### But du quiz

Tester les connaissances de vos auditeurs sur le sujet.

A partir de la fiche d'informations, nous avons créé les deux quiz suivants que vous pourrez diffuser durant vos émissions. Une fois que vous aurez diffusé ces deux quiz, n'hésitez pas à en créer de nouveaux pour tester les connaissances de vos auditeurs !



### Quiz 1 :

Question : Parmi les régions suivantes, laquelle est considérée comme le prochain marché de consommation par les grandes entreprises ?

- A. Les Etats-Unis d'Amérique
- B. Cuba
- C. L'Afrique

La bonne réponse est la C.

### Quiz 2 :

Question : L'empreinte écologique des individus vient :

- A. Des ampoules qu'ils allument pour éclairer chez eux
- B. Des ressources qu'ils utilisent pour fabriquer les produits qu'ils achètent
- C. Du chargement de leur téléphone portable pendant toute la journée

La bonne réponse est la B.

**N'oubliez pas d'enregistrer la réponse que vous donnent vos auditeurs dans le formulaire d'évaluation de l'émission !**



## COMMUNIQUÉ D'INTÉRÊT PUBLIC (CIP) OU SPOT



### Objectif d'un CIP

Créer un message pour sensibiliser le public.



Créer un CIP pour sensibiliser au fait que les habitudes de consommation des habitants de la planète contribuent à augmenter le réchauffement climatique.



### Par exemple

**Presenteur 1 :** Hé Mariame, tu as vu le nouvel iPhoneX ? Ouais ouais, il est top, je me l'achète la semaine prochaine.

**Presenteur 2 :** Mais Aminata, ton téléphone est parfait, pourquoi tu en veux un nouveau ?

**Presenteur 1 :** Ahhh, tu es trop sérieux Jabu, t'inquiètes pas. J'ai un contrat MTN et j'ai droit à un nouveau téléphone. J'ai besoin de pouvoir prendre de meilleurs selfies, tu vois. Un nouveau téléphone ! Un nouveau moi !

**Presenteur 2 :** Mais ton téléphone actuel, qui est en parfait état, tu en fais quoi ? Tu vas utiliser deux téléphones maintenant ?

**Presenteur 1 :** Non, je vais juste le garder au cas où, tu vois.

**Presenteur 2 :** Arrête Mariame, c'est du gaspillage, tu sais combien il faut d'énergie et de ressources pour fabriquer un téléphone ? Juste pour que tu puisses en avoir un autre que tu garderas que deux ans. Tu n'as jamais entendu parler des émissions de gaz à effet de serre ? Tu y contribues personnellement !

### Slogan

Les habitudes des consommateurs affectent le changement climatique. La nourriture, les vêtements, les téléphones et autres articles que nous achetons tous - comptent pour 60 % des émissions de gaz à effet de serre au niveau planétaire. Ne consommez pas aveuglément. Réfléchissez avant d'acheter !

## COMMENTER PRÉSENTER VOTRE ÉMISSION



Nous pouvons utiliser des formats radio pour créer le segment. Comprendre la croissance et la consommation segment vert. Les formats que nous proposons favorisent l'écoute de ce que d'autres ont à dire sur le sujet, et incitent les auditeurs à participer au programme.

[INTRO:]

**Présentateur 1 :** Il est tout juste [HEURE] et aujourd'hui et lors de chacune des émissions à venir, nous allons faire quelque chose de nouveau dans [NOM DE L'ÉMISSION]. [STATION DE RADIO] et [NOM DU GROUPE DE JEUNES REPORTEURS] adorons trouver des moyens de consommer moins pour sauver notre planète. Nous, les hommes, avons un grave problème, nous achetons trop de choses, et ça détruit l'environnement !

**Présentateur 2 :** C'est vrai [NOM], nous avons donc décidé de faire quelque chose pour y remédier durant chaque émission que nous diffusons, car nous voulons prendre soin de notre environnement, pour que les générations futures puissent profiter de notre magnifique planète. Alors bienvenue dans le segment « Croissance, consommation et changement climatique », nous serons avec vous pendant les [10/5] prochaines minutes.

**Présentateur 1 :** Oui, nous voulons parler du changement climatique et de notre environnement - car nous avons tous besoin de réfléchir sérieusement à la manière dont tout ce que nous utilisons et consommons affecte notre planète - les téléphones portables, les appareils électroniques, les sacs en plastique que nous n'utilisons qu'une fois pour les jeter directement après. A l'heure actuelle, la planète compte 7 milliards d'habitants, et quand vous additionnez tout ce que nous fabriquons et utilisons, toute l'énergie qu'il faut pour fabriquer un smartphone que nous utilisons peut-être un an ou deux pour ensuite le jeter, on s'aperçoit bien que c'est l'une des causes principales du changement climatique.

**Présentateur 2 :** Alors nous avons décidé de nous attaquer à ce problème et de vous faire participer pour prendre mieux soin de notre planète. Cette semaine, pour démarrer notre émission intitulée. Croissance, consommation et changement climatique, nous allons directement commencer par un quiz pour savoir si vous comprenez comment notre consommation contribue au problème.

**Présentateur 1 :** Appelez-nous au [NUMÉRO DE TÉLÉPHONE DE LA STATION] ou envoyez-nous vos réponses par WhatsApp au [NUMÉRO WHATSAPP], ou encore laissez-nous votre réponse sur Facebook. Écoutez attentivement. Dans les affirmations suivantes sur la consommation et le changement climatique, laquelle est fausse ?

- A. Votre téléphone portable est directement lié aux problèmes globaux que sont le changement climatique, la pollution et les déchets, ainsi qu'aux abus relatifs au travail et aux droits humains.
- B. La croissance économique réduit la pauvreté et génère des ressources pour faire face au changement climatique.
- C. Les choses que les gens achètent sont responsables de 60 % de nos émissions de gaz à effet de serre au niveau planétaire, et jusqu'à 80 % de l'eau que nous utilisons !

**Présentateur 2 :** Appelez-nous au [NUMÉRO DE TÉLÉPHONE DE LA STATION] ou envoyez-nous vos réponses par WhatsApp au [NUMÉRO WHATSAPP] pour nous dire laquelle de ces affirmations est FAUSSE. Nous voulons vous entendre ! Les présentateurs annoncent le résultat du quiz et désignent le gagnant.

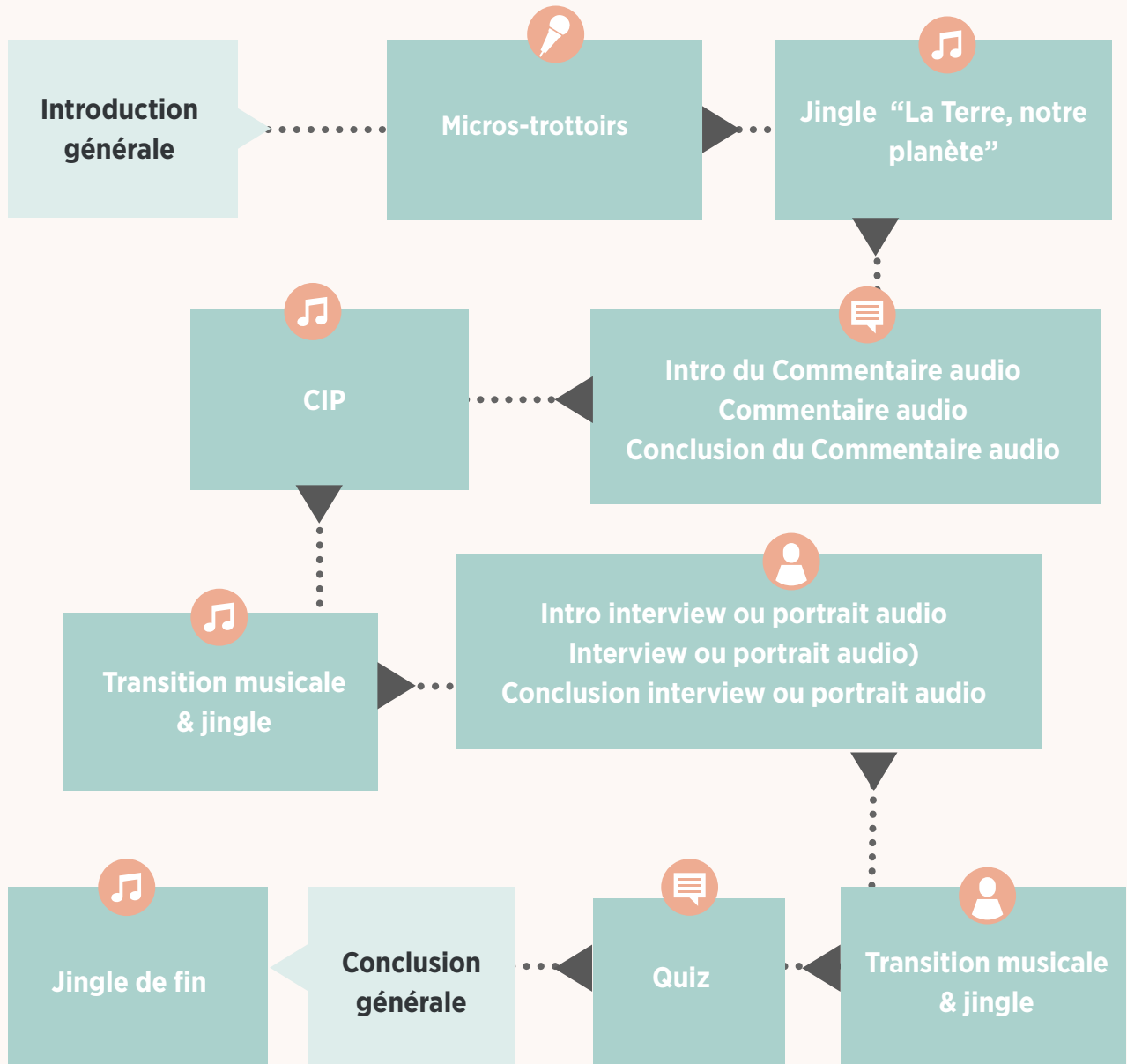
**Présentateur 1 :** Et nous voilà à la fin de notre émission. Merci de nous avoir écouté, de vos appels et de vos messages WhatsApp - et surtout merci de contribuer à faire une différence !

[OUTRO:]

**Présentateur 2 :** Rejoignez-nous dans [NOM DE L'ÉMISSION] la semaine prochaine pour discuter d'un autre sujet brûlant et continuer = à suivre notre thématique sur « la consommation et le changement climatique ». Prenez bien soin de vous et de votre environnement. Bye

## PLAN DE L'ÉMISSION

Emission complete sur le sujet de, La Terre, notre planète, 1 heure.



### ÉTHIQUE ET CONSENTEMENT

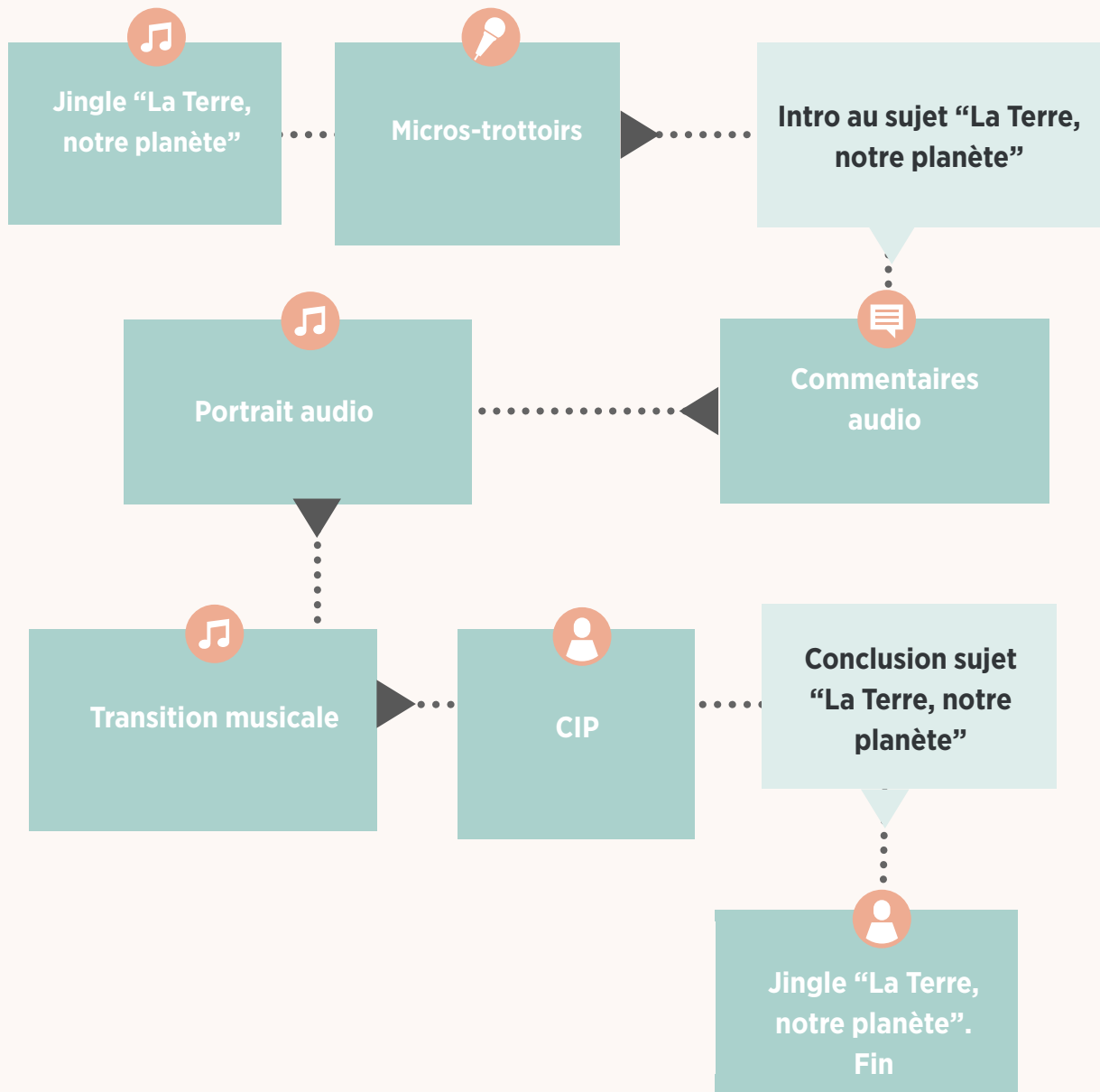
Cela peut être un sujet sensible pour certains, assurez-vous de demander à votre auditoire de respecter ceux qui partagent des histoires personnelles dans cet espace.

Si des informations incorrectes apparaissent dans l'un de vos formats, comme le quiz, le jeu de rôle ou la table ronde, corrigez-les. Ne laissez pas votre public repartir sans avoir brisé les mythes.

Une fois que vous avez finalisé votre scénario, le plan de votre activité de sensibilisation et préparé tous vos formats, et que vous avez trouvé vos artistes, vous pouvez commencer votre émission en direct !

## PLAN DE L'ÉMISSION

### SEGMENT VERT 10 minutes



# COMPRENDRE LES LIENS ENTRE LA CONSOMMATION ET LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

## GUIDE DE SENSIBILISATION



**PRÉPARATION  
DE L'ÉMISSION**

**ANGLES**

**DIFFÉRENTES MANIÈRES DE  
PARLER DU CHANGEMENT  
CLIMATIQUE ET DE LA  
CONSOMMATION**

**Réfléchissez aux questions suivantes, et discutez avec des membres de votre communauté (un élève, un enseignant, un entrepreneur, un travailleur de la santé) pour recueillir différentes perspectives sur la consommation et le changement climatique :**

- Quelles sont vos habitudes de consommation et comment contribuent-elles (ou non) au changement climatique ?
- Quels types de changements seriez-vous prêts (ou non) à faire pour réduire votre empreinte écologique ?
- Réfléchissez aux biens matériels que vous possédez. Quelles sont les choses dont vous avez besoin, et celles que vous possédez simplement parce qu'elles vous faisaient envie? Comment faites-vous pour faire la différence entre les deux ? A quelles choses accordez-vous le plus de valeur, et pourquoi ?
- Pensez à comment la stratégie de marque peut influencer les choses que vous voulez posséder et votre volonté à dépenser de l'argent pour les obtenir ?
- Observez-vous les influences du consumérisme dans votre communauté?
- Pensez-vous que les gens changent de comportement en tant que consommateurs, et si tel est le cas, pourquoi ?
- Ressentez-vous parfois une certaine pression de la part de votre communauté ou de votre groupe d'amis vous incitant à acheter ou à avoir certaines choses ? Quel est votre sentiment à cet égard ?
- Dans votre communauté ou au sein de votre groupe d'amis, observez-vous des pratiques (comme l'échange de vêtements ou l'ouverture d'une petite boutique de réparation de téléphones portables et de petits appareils électroniques, par exemple) qui pourraient indirectement contribuer à lutter contre le changement climatique et à la bonne santé des communautés, à la fois au niveau local et international ?

### **CHOISIR UN ANGLE**

Quels types de changements seriez-vous prêts à faire pour réduire votre empreinte écologique ?

#### **Différentes manières de parler de : des types de changement que vous seriez prêts à faire pour réduire votre empreinte écologique?**

- Are you willing/able to change the way you move around in the world? Instead of driving, choose to walk, bike or take public transport to one destination per day.
- Choosing to eat locally grown fruit and veg and cooking at home more and eating fast foods less.
- How are you disposing of your rubbish? Recycling what you can to lighten your footprint ?
- Shopping for clothes every season? Instead of buying cheaply made 'trendy' clothing, purchase long-lasting high quality clothes that won't wear and tear after one wash.

## FORMATS

Nous pouvons utiliser des formats radio pour créer le segment « Comprendre la croissance et la consommation segment vert. Les formats que nous proposons favorisent l'écoute de ce que d'autres ont à dire sur le sujet, et incitent les auditeurs à participer au programme.



### JINGLE VERT



#### Objectif du jingle vert

Un jingle est une courte chanson ou un court morceau facile à chanter et à retenir, avec un message clair. Le jingle vert est destiné à transmettre un message sur la croissance et la consommation et leur effet sur le changement climatique.



### INTERVIEW



#### Objectif de l'interview

Une interview est une conversation en tête-à-tête. L'interviewer pose des questions, et l'interviewé y répond.



#### Question pour la personne que vous interviewez avant d'enregistrer le portrait audio :

- Comment vous êtes-vous impliqué dans la création de ce produit à l'origine ?
- Le fait d'avoir une entreprise à faible empreinte écologique était-il une priorité dès le départ ?
- Comment se passe la création d'un produit qui a une faible empreinte écologique ? Comment vous y prenez-vous ?
- Quels sont les avantages de la création d'un tel produit pour votre entreprise ?
- En quoi une telle gestion de votre entreprise a-t-elle fait une différence dans votre propre vie ?
- Qui sont vos clients et comment trouvez-vous un marché pour votre produit ?
- Quelles sont les opportunités associées à la gestion d'une telle entreprise ?
- Comment d'autres aspirants entrepreneurs peuvent-ils s'y prendre pour créer une entreprise de ce type ?



### AUDIO PRÉ-ENREGISTRÉ



#### Objectif de l'audio pré-enregistré

Passer une séquence audio permettant de donner à votre public un aperçu de notre sujet, grâce aux voix de leurs semblables



#### Ce dont vous aurez besoin pour cette activité

- Format mp3 audio pré-enregistré
- Enceinte
- Prise



#### Processus

Passez de courtes séquences audios pré-enregistrées partageant un éventail de points de vue sur le sujet. Demandez au public de vous faire part de ses commentaires sur ce qu'il a entendu.



## FORMATS



### DÉBAT



#### Débat objectif

Entendre deux points de vue divergents sur une même question



#### Ce dont vous aurez besoin pour cette activité

- 8 volontaires
- 1 affirmation
- Une équipe qui défend l'affirmation, l'autre qui s'y oppose



#### Processus

- Divisez le groupe en deux équipes de 4
- Les groupes doivent présenter leurs arguments à tour de rôle
- Le médiateur s'assure que tout le monde parle bien à tour de rôle et que les équipes ne s'écartent pas du sujet

#### Exemple d'affirmation

Les parents qui utilisent des couches jetables plutôt que des couches lavables en tissu sont responsables du réchauffement climatique.



### JEU DE RÔLE



#### But d'un jeu de rôle

Fournir un scénario qui permet à l'auditoire de « jouer » un point de l'angle choisi pour l'activité. Décidez du nombre de personnages nécessaires et définissez la scène dans laquelle les acteurs joueront le scénario. Il s'agit vraiment d'une improvisation, et les « acteurs » du public créent le scénario au fil de l'eau.



#### Ce dont vous aurez besoin pour cette activité :

- 6 volontaires
- Des petits prix, comme des chocolats, du crédit de consommation ou des articles de papeterie



#### Processus

- Ecrivez 3 ou 4 scénarios dans lesquels le changement climatique, la consommation et la croissance sont le problème. Laissez les volontaires improviser la fin de la scène
- Assurez-vous que le message final sur le sujet est à visée pédagogique et est positif
- Répartissez les volontaires en groupes de deux et donnez une réplique à chaque groupe
- Chaque groupe a deux minutes pour préparer son jeu de rôle, puis joue le reste de la scène
- Le public applaudit le plus fort le groupe auquel il accorde son vote
- Distribuez les petits prix

**Scénario 1 :** Fanta et Abdoulaye rendent visite à des amis à Lagos, au Nigeria. Leurs amis les invitent à dîner, et ils ont prévu des pizzas. Les pizzas ont été élaborées à Londres, au Royaume-Uni, et sont arrivées par avion. Fanta et Abdoulaye réagissent à ce dîner de luxe...

**Scénario 2 :** Daouda et Brahima sont dans la rue principale, elles sont à la recherche de tenues pour un mariage. Elles adorent les mariages traditionnels, mais les tenues proposées par les créateurs locaux sont très chères. Melissa insiste pour acheter dans les boutiques qui vendent exclusivement des produits locaux. Busiswe insiste pour s'arrêter dans toutes les boutiques qui vendent des produits importés car ils sont moins chers. Elles se mettent à se disputer...

## FORMATS



### LA DISCUSSION SUR LES “OBJETS”



#### Objectif

Comprendre comment les objets que nous possédons et que nous utilisons contribuent au changement climatique.



#### Ce dont vous aurez besoin pour cette activité

8 objets : un téléphone portable, un sac à dos, une paire de chaussures, un ballon de foot, une chaise en plastique, un paquet de nouilles instantanées, un stylo et une paire d'écouteurs.



#### Processus

Présentez chaque objet au public. Ces objets peuvent paraître insignifiants, mais si on les combine tous, pour chacun d'entre nous sur la planète, ils comptent pour BEAUCOUP ! Demandez-leur de discuter du coût de leurs objets en matière d'écologie.



#### Vous pourriez leur demander de réfléchir aux questions suivantes :

- Quels sont les matériaux qui entrent dans leur composition ?
- D'où viennent ces matériaux ?
- A votre avis, où cet article a-t-il été fabriqué ?
- Qui a fabriqué cet article ?
- Selon vous, quelles sont les ressources nécessaires pour fabriquer cet objet ?
- A votre avis, combien de kilomètres a-t-il parcouru pour arriver jusqu'à vous ?
- Combien coûte-t-il ?
- Dans quelle mesure cet objet nous est-il nécessaire ?
- Contribue-t-il à améliorer notre qualité de vie ?
- Pendant combien de temps pensez-vous qu'il sera utilisé ?
- Où ira-t-il ensuite ?

L'objectif de cet exercice n'est pas nécessairement de trouver toutes les réponses, mais de réfléchir à toutes ces questions et de commencer à remettre en question la véritable valeur des objets dans notre vie, ainsi que les matériaux impliqués dans leur fabrication.



#### Vous pourriez ensuite leur demander de réfléchir aux points suivants:

- A votre avis, quelle est la relation entre cet objet et le changement climatique ?
- L'article présente-t-il de la valeur pour les individus ?
- L'article présente-t-il de la valeur pour la Terre ?
- Pourquoi ou pourquoi pas ?
- Pouvez-vous penser à de meilleures alternatives à cet objet, ou à des alternatives plus intelligentes ?

## FORMATS



### QUIZ



#### But du quiz

Tester les connaissances de vos auditeurs sur le sujet

#### Ce dont vous aurez besoin pour cette activité

- Questions et réponses au quiz préparées au préalable
- Petits prix à distribuer aux gagnants



#### Processus

Posez les questions du quiz et remettez des prix à ceux qui ont répondu correctement. A partir de la fiche d'informations, nous avons créé les deux quiz suivants que vous pourrez diffuser durant vos émissions. Une fois que vous aurez diffusé ces deux quiz, n'hésitez pas à en créer de nouveaux pour tester les connaissances de vos auditeurs !

#### Quiz 1 :

Question : Parmi les régions suivantes, laquelle est considérée comme le prochain marché de consommation par les grandes entreprises ?

- A. Les Etats-Unis d'Amérique
- B. Cuba
- C. L'Afrique

La bonne réponse est la C.

#### Quiz 2 :

Question : L'empreinte écologique des individus vient :

- A. Des ampoules qu'ils allument pour éclairer chez eux
- B. Des ressources qu'ils utilisent pour fabriquer les produits qu'ils achètent
- C. Due chargement de leur téléphone portable pendant toute la journée

La bonne réponse est la B.



## LA SERRE



#### Objectif de l'activité de la serre

Comprendre comment les biens que nous possédons et que nous utilisons contribuent au changement climatique



#### Ce dont vous aurez besoin

- Des volontaires du public pour faire part de leurs suggestions
- Une grande feuille de papier de forme arrondie suivant la forme de la Terre (ou un véritable globe terrestre si vous pouvez en avoir un)
- Post-it
- Marqueurs



#### Processus

- Expliquez que "la Terre" dispose exactement de la bonne quantité de gaz à effet de serre dans son atmosphère.
- Demandez aux membres du public de donner le nom d'un objet que les jeunes achètent fréquemment et qui contribue aux émissions de gaz à effet de serre. Si tout le monde s'accorde pour dire que l'objet contribue au réchauffement climatique, le présentateur l'écrit sur un post-it et le colle sur « la Terre » - expliquez au public que chaque post-it représente de nouvelles couches/des couches supplémentaires de gaz à effet de serre lié à chaque scénario.
- Plus il y a de post-it sur la Terre et plus le volume de gaz à effet de serre est important
- Discutez avec la salle de comment les différentes choses que nous consommons peuvent nuire à la Terre, et de ce que nous pouvons faire pour y remédier.

## COMMENTER PRÉSENTER VOTRE ÉMISSION



Utilisez vos formats de sensibilisation et les recherches que vous avez effectuées pour rédiger votre propre script. Un extrait de script est fourni en exemple, que vous pourrez utiliser pour développer le script de votre activité de sensibilisation.

[INTRO :]

**Présentateur 1 :** Il est tout juste [HEURE] et aujourd'hui et lors de chacun des événements à venir, nous allons faire quelque chose de nouveau pendant [NOM DE L'ÉVÉNEMENT DE SENSIBILISATION]. [NOM DE L'ÉCOLE] et [NOM DU GROUPE DE JEUNES REPORTEURS] adorons trouver des moyens de consommer moins de choses pour pouvoir sauver notre planète. Nous, les hommes, avons un grave problème, nous achetons trop de choses, et ça détruit l'environnement!

**Présentateur 2 :** C'est vrai [NOM], nous avons donc décidé de faire quelque chose pour y remédier au cours de chaque événement que nous organisons, car nous voulons prendre soin de notre environnement et que les générations à venir puissent profiter de notre magnifique planète. Alors bienvenue dans le segment « Croissance, consommation et changement climatique » pendant les [10/5] prochaines minutes.

**Présentateur 1 :** Oui, nous voulons parler du changement climatique et de notre environnement - car nous avons tous besoin de réfléchir sérieusement à la manière dont tout ce que nous utilisons et consommons affecte la Terre - les téléphones portables, les appareils électroniques de luxe, les sacs en plastique que nous n'utilisons qu'une fois pour les jeter directement après. À l'heure actuelle, la planète compte 7 milliards d'habitants, et quand vous additionnez tout ce que nous fabriquons et utilisons, toute l'énergie qu'il faut pour fabriquer un smartphone que nous utilisons peut-être un an ou deux pour ensuite le jeter, on voit clairement que c'est l'une des causes principales du changement climatique.

**Présentateur 2 :** Alors nous avons décidé de nous attaquer à ce problème et de vous faire participer pour prendre mieux soin de notre planète. Cette

semaine, pour démarrer notre émission "Croissance, consommation et changement climatique", nous allons directement commencer par un quiz pour savoir si vous comprenez comment notre consommation contribue au problème.

**Présentateur 1 :** Vous pouvez lever la main, lever les deux mains ou sauter sur place pour nous indiquer que vous connaissez la réponse.

Écoutez attentivement. Dans les affirmations suivantes sur la consommation et le changement climatique, laquelle est fausse ?

- A. Votre téléphone portable est directement lié aux problèmes globaux que sont le changement climatique, la pollution et les déchets, ainsi qu'aux abus relatifs au travail et aux droits humains.
- B. La croissance économique réduit la pauvreté et génère des ressources pour faire face au changement climatique.
- C. Les choses que les gens achètent sont responsables de 60 % de nos émissions de gaz à effet de serre au niveau planétaire, et jusqu'à 80 % de l'eau que nous utilisons !

**Présentateur 2 :** Si vous connaissez la réponse, levez la main pour qu'on vous voit ! Parmi les affirmations que nous vous donnons, dites-nous lesquelles sont FAUSSES. Nous voulons vous entendre ! Les présentateurs annoncent le résultat du quiz et désignent le gagnant.

**Présentateur 1 :** Et nous voilà arrivés à la fin de notre émission. Merci de nous avoir rejoint, de nous avoir écouté, d'avoir participé et de nous avoir fait part de vos opinions ! Mais surtout, merci de faire la différence!

**Présentateur 2 :** Retrouvez-nous lors de notre prochain événement de sensibilisation dans votre école [NOM DATE ET HEURE SI POSSIBLE]. Vous

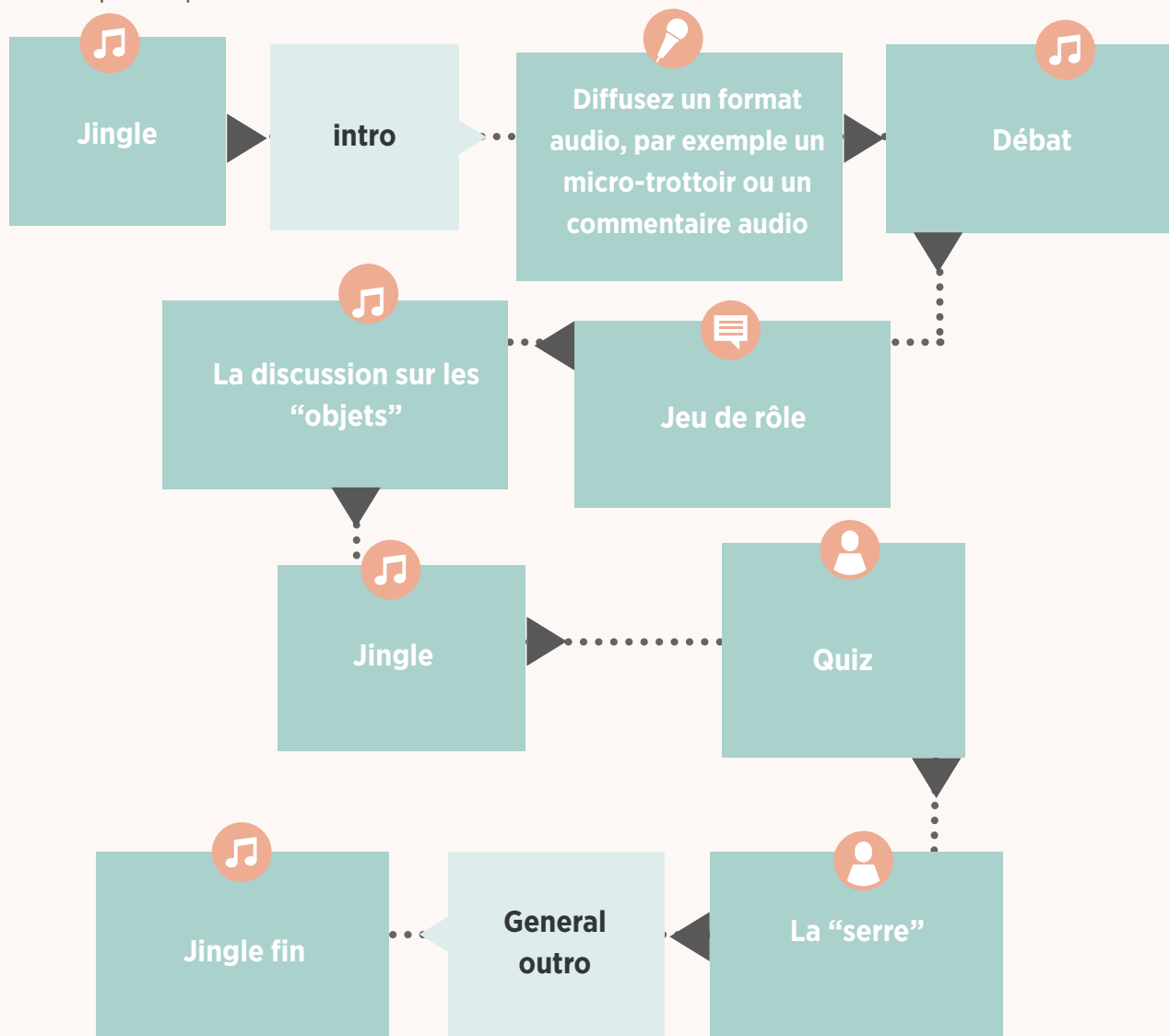
pouvez contacter [NOM DU JEUNE REPORTEUR] pour plus d'informations sur la date de cet événement à venir. Nous discuterons d'un autre sujet brûlant et poursuivrons notre discussion sur "La consommation et le changement climatique". Prenez bien soin de vous et de votre environnement. Bye.

**Une fois que vous avez planifié vos activités de sensibilisation, votre programme de sensibilisation, que vous avez invité vos amis et réservé une salle de classe, vous pouvez passer à votre événement en direct ! Amusez-vous bien !**

## PLAN DE L'ACTIVITÉ DE SENSIBILISATION

Un plan d'activité de sensibilisation vous permet de ne pas perdre le fil lors de votre activité. C'est une liste des activités et l'ordre dans lequel elles vont se dérouler au cours de l'activité de sensibilisation. Allouez un temps spécifique à chaque élément afin de vous permettre de tenir le temps alloué à l'activité de sensibilisation.

Un exemple de plan d'activité de sensibilisation est fourni ci-dessous.



### ÉTHIQUE ET CONSENTEMENT

Cela peut être un sujet sensible pour certains, assurez-vous de demander à votre auditoire de respecter ceux qui partagent des histoires personnelles dans cet espace.

Si des informations incorrectes apparaissent dans l'un de vos formats, comme le quiz, le jeu de rôle ou la table ronde, corrigez-les. Ne laissez pas votre public repartir sans avoir brisé les mythes.

Une fois que vous avez finalisé votre scénario, le plan de votre activité de sensibilisation et préparé tous vos formats, et que vous avez trouvé vos artistes, vous pouvez commencer votre émission en direct !