

Réactions
« Cet événement ressemble à Météor »



Édouard Haag
Directeur de Météor,
brasseur

Ce week-end, Météor, brasseur depuis 1640, était le fournisseur officiel de bière du festival.

Météor à Paris Paradis, c'est important pour vous ?
C'est un festival qui nous plaît beaucoup, parce qu'il véhicule des valeurs dont nous sommes proches. À Paris Paradis, on croise beaucoup de festivaliers qui viennent en famille. Cette dimension intergénérationnelle et familiale, ce côté très simple... Naturellement, ça nous parle. Cet événement ressemble un peu à Météor.

Parlez-nous de votre histoire...

On est une entreprise à taille humaine. Je viens d'une famille de brasseurs et cela fait huit générations que nous faisons ce métier. Météor, c'est aussi une marque populaire, qui veut proposer à tous des produits à la fois bons et accessibles.

Vous êtes aussi engagés pour l'environnement...

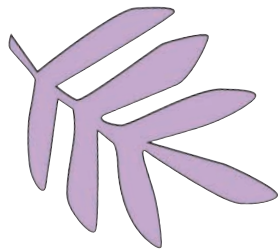
Oui, nous faisons le plus possible pour améliorer notre empreinte carbone. Nous avons notamment mis en place un système de consignes pour économiser l'eau. Au lieu de recycler les bouteilles – faire venir un verrier jusqu'à nous, fondre les bouteilles et en créer des nouvelles –, nous les nettoyons nous-mêmes avant de les réutiliser.

La consigne, c'est bien plus efficace que de recycler ! Cela nous permet d'économiser 30 % d'eau et 79 % de CO₂, puisqu'on ne gâche pas d'énergie en refondant les bouteilles usagées. En parallèle, on a monté notre propre station d'épuration. L'entreprise existe depuis 1640. Si on veut qu'elle puisse continuer, il faut s'assurer de préserver l'environnement.

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION

Bolt, du karaoké aux mobilités douces

Partenaire du festival Paris Paradis, la jeune start-up a organisé un karaoké dans l'une de ses voitures électriques. Un moyen original de sensibiliser aux mobilités douces en ville.



« **LES ENFANTS** sont complètement accros, c'est impressionnant ! » Depuis son petit bout de pelouse, l'animateur en charge du stand Bolt n'en finit pas de sourire. Pour familiariser les festivaliers de Paris Paradis – et surtout les familles – à l'usage des mobilités douces en ville, la start-up a installé l'une des voitures électriques de sa flotte à l'intérieur du parc de la Villette. Dans l'habitacle, un système de karaoké...

Sur un écran installé à l'avant du véhicule, les paroles de tubes les plus cultes, de Céline Dion à Beyoncé, défilent. « Avec la chaleur, on craignait que ça ne marche pas

trop. Finalement, tout le monde adore », poursuit l'animateur, ravi. Devant ce drôle de véhicule, parents et enfants attendent leur tour sur des dizaines de mètres.

Au-delà du divertissement, la jeune entreprise à l'origine d'une application qui permet de commander un véhicule propre pour ses déplacements tient, avec cette animation originale, à réaffirmer ses valeurs. Bolt encourage les citoyens à utiliser les mobilités douces pour se déplacer : voitures électriques, vélos, trottinettes.

« Plus d'espace pour les citoyens »

« On ne vise pas seulement la diminution du nombre de voitures thermiques en ville, explique Julien Mouyket, le directeur général France de l'entreprise estonienne. L'objectif, c'est de réorganiser



Les paroles des tubes les plus cultes, de Céline Dion à Beyoncé, défilent sur un écran installé à l'avant du véhicule.

l'espace public pour permettre aux gens de se déplacer sans émettre de CO₂. » L'entreprise, à la tête d'une flotte de véhicules électriques, imagine même en finir avec la voiture individuelle. « Cela signifie aussi plus d'espace pour les citoyens », souligne encore Julien Mouyket. Pour lui, recourir davantage aux transports les moins polluants pourrait drastiquement améliorer notre qualité de vie.

« Les voitures thermiques contribuent à réchauffer les

ville, qui sont déjà des flots de chaleur, rappelle-t-il. Vu l'ampleur du réchauffement climatique et les températures que nous avons en ce moment, cet argument n'est pas négligeable. » Mieux encore, dédier moins d'espace aux infrastructures de transport, c'est se donner la possibilité « de créer plus d'espaces verts, de détente, comme le Parc de la Villette qui nous accueille aujourd'hui. Faire émerger la ville de demain, c'est ça aussi », conclut-il.

« Apprendre aux jeunes les bons usages d'Internet »

Orange Île-de-France a proposé aux enfants des ateliers de prévention durant Paris Paradis tout le week-end.

LAURENCE THOUVENY, directrice d'Orange Île-de-France, explique l'engagement de la marque sur le festival Paris Paradis. Tout au long de l'année, plus de 800 ambassadeurs sensibilisent les jeunes aux dangers d'Internet.

Pourquoi est-ce important pour Orange d'être présent à Paris Paradis ?

Le festival met en avant une notion très importante, celle

de citoyenneté. Chez Orange, nous voulons nous aussi promouvoir la responsabilité des gens pour permettre à la ville d'être plus respectueuse pour les personnes et la planète.

Vous proposez des ateliers destinés aux plus jeunes. De quoi s'agit-il ?

Ce sont des ateliers sur le numérique. Nous souhaitons apprendre aux enfants et aux jeunes adolescents les bons



La Villette, Paris (XIX^e). Des ambassadeurs d'Orange ont sensibilisé les jeunes aux dangers d'Internet.

usages d'Internet. On souhaite les sensibiliser aux problématiques de cyberviolences, d'e-réputation, leur montrer comment éviter les fake news. En faisant cela, on leur permet de gagner en autonomie, ce qui est essentiel pour se protéger sur le Web.

D'ailleurs, vos salariés s'engagent sur cette problématique toute l'année...

C'est vrai. En Île-de-France, 800 ambassadeurs – des salariés d'Orange formés – viennent sur leur temps libre sensibiliser les élèves aux dangers d'Internet. Nous innovons aussi, avec la création de salles « de confiance » pour permettre aux jeunes victimes de harcèlement d'être aidés par des spécialistes. Si cette initiative fonctionne, nous aimerions la généraliser à d'autres établissements.