

# « Épicurieux participe à la prise de conscience de l'état de notre planète et met en avant les gestes et les démarches à adopter »

JAMY GOURMAUD (ÉPICURIEUX)

Cette année au Grand Prix de la Good Économie, Épicurieux, programme vidéo de vulgarisation scientifique mené d'une main de maître par l'excellent Jamy Gourmaud, attribue un prix « coup de cœur ». Interview avec Jamy Gourmaud qui nous explique son choix.

## TheGood : Pourquoi Épicurieux est-il partenaire du Grand Prix de la Good Économie 2023 organisé par TheGood ?

**Jamy Gourmaud :** Nous sommes animés par le même souffle ! Vous vous intéressez à des entreprises qui innovent et nous aux personnes qui créent et innovent également dans l'environnement et l'écologie au sens large. Le Grand Prix de la Good Économie est l'occasion pour nous d'entrer en contact avec eux et de mettre en lumière leurs travaux sur nos réseaux.

## TheGood : Quel est le coup de cœur Épicurieux cette année et pourquoi ?

**Jamy Gourmaud :** Nous nous sommes emballés pour Emblème. Nous avons aimé le modèle économique de cette startup originale. Cette joaillerie prévoit de fabriquer des bijoux à partir de métaux précieux recyclés comme l'or issu de vieux ordinateurs. Ce qui est un déchet pour certains est une source de richesse pour les autres ! Ce type de démarche illustre parfaitement un optimisme auquel nous avons droit. Nous espérons que notre mise en lumière les aidera pour leur campagne de crowdfunding. De plus, c'est une formidable histoire que j'ai envie de raconter sur l'origine des bijoux jusqu'à leur confection. Cela peut aider le grand public à prendre conscience des nouveaux modèles dont notre monde a besoin aujourd'hui. C'est beau de fabriquer des bijoux à partir de déchets, au sens propre comme au figuré !

## TheGood : Comment Épicurieux contribue-t-il à sensibiliser le grand public au développement durable ?

**Jamy Gourmaud :** Épicurieux aide à la prise de conscience sur l'état de notre planète et sur les gestes à adopter. Passionné de pédagogie scientifique depuis 30 ans, c'est une démarche qui coule dans mes veines depuis longtemps ! D'ailleurs, je me souviens d'une émission que j'avais réalisée en 1995 sur le traitement des déchets, qui s'intitulait Ma poubelle vaut de l'or. Avec le temps, le développement durable est un sujet qui a pris de l'importance et qui est toujours en toile de fond de chacun des sujets que je traite. À l'heure où l'on se parle, je suis à la Réunion

pour tourner un prochain numéro du Monde de Jamy consacré aux impacts du réchauffement climatique sur les terroirs de notre territoire. L'une des dernières vidéos « Épicurieux » portait sur les crèmes solaires et leur impact sur les océans. Nous avons parlé des solutions sans blâmer ni condamner, mais en donnant les gestes à appliquer pour sortir de cette impasse : ne pas s'exposer quand le soleil est trop fort, porter un vêtement à manches longues qui protège du soleil, afin de réduire les surfaces sur lesquels on dépose de la crème ! Saviez-vous que dans certains pays, l'usage de certaines crèmes solaires est interdit ?

## TheGood : Épicurieux collabore-t-il avec des entreprises pour les aider à communiquer sur leurs engagements responsables ?

**Jamy Gourmaud :** Nous le faisons beaucoup indirectement, mais parfois directement avec des partenaires triés sur le volet avec qui nous partageons la même vision. Nous travaillons avec eux sur l'ensemble des angles du sujet à aborder, en étant transparents avec le grand public qui n'est pas dupe. Par exemple, pour Dacia, sur l'émission au sujet du fonctionnement d'un moteur électrique, nous avons aussi évoqué l'enjeu du recyclage des batteries et de leur fabrication dans des conditions parfois problématiques et avec des ressources menacées. Pour Orange, nous avons abordé la durée de vie des téléphones.

Propos recueillis par Émilie Kovacs



Épicurieux réalisera un mini-reportage d'une durée de quatre minutes à destination de ses réseaux sociaux de plus de 6,5 millions d'abonnés. Objectif : découvrir les coulisses de la mise en place du processus de fabrication de cette série de bijoux d'Emblème avec interview du fondateur, images de l'atelier, explication du savoir-faire. Cette vidéo sera également déclinée en format très court (1 min 30) pour Instagram et Tiktok. Ce mini-reportage sera tourné une fois que le crowdfunding aura permis le lancement en production des 100 premières pièces.