

LES CPIE DE MIDI-PYRÉNÉES
présentent

S'ENGAGER POUR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE



Une expérimentation de la communication engageante
dans des lieux de vie et de travail

SOMMAIRE

Edito P. 3

Un projet ambitieux P. 4

Une dynamique collective
d'expérimentation régionale P. 5

Repenser nos actions...
pour faire le premier pas P. 7

Baromètre de la situation engageante P. 8

Résultats de l'expérimentation auprès des entreprises P. 9

Fiches : retour d'expérience

Le lancement P. 10 Le public P. 12

L'allié P. 14 L'acte préparatoire P. 16

Les défis P. 18 L'accompagnement P. 20

La valorisation P. 22 La suite P. 24

Les porteurs de projets et les partenaires P. 26

S'ENGAGER POUR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE. ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT

Comment suscite-t-on l'envie et la motivation pour agir en faveur de l'environnement dans les actions concrètes de nos quotidiens ? Quelles sont les situations qui engagent l'individu vers "l'agir environnemental" au sein d'une entreprise ou de son lieu de vie ? Nombreux sont les ouvrages qui traitent de ces enjeux sociétaux avec des approches souvent trop théoriques ou trop éloignées de nos habitudes quotidiennes.

Ce livret se démarque par le concret des retours d'expériences *in situ* et par un panel d'outils déployés et testés qui pourront vous inspirer dans des démarches d'engagement de salariés et d'habitants vers des comportements plus écologiques.

Nous avons choisi de partager notre expérience, non sous la forme d'un livre de recettes, mais sous celle d'un recueil de questionnements-expérimentations, qui ont accompagnés notre démarche. Illustré par le triple témoignage des animateurs, chercheurs et bénéficiaires, vous avez entre vos mains un condensé de réflexions à mettre en pratique.

Dans ces fiches, nous tentons d'éclaircir les situations et les stades d'engagement pas à pas. Notre but est de vous aider à identifier si votre contexte d'intervention est propice à l'engagement. Nous tentons également d'attirer votre attention sur les marges de manoeuvre dont nous pouvons bénéficier sur le terrain.

L'équipe de cette recherche-action vous souhaite le même apprentissage que celui que nous avons reçu face à la complexité de cette société en pleine Transition. Nous restons à votre disposition et à l'écoute de vos propres expérimentations.

L'Équipe de rédaction

UN PROJET AMBITIEUX

En 2016, les Centres Permanents d'Initiatives pour l'Environnement (CPIE) de Midi Pyrénées ont choisi d'aller vers de nouveaux publics – celui des salariés en entreprises et des résidents d'habitat collectif – avec une nouvelle méthode : la communication engageante !

S'engager dans l'après COP 21 : le défi proposé par les CPIE

Ce projet visait à engager l'individu vers un changement de pratiques plus écologiques, plus durables en adoptant des éco-gestes en matière d'électricité, d'énergie, d'eau, d'alimentation, de gaspillage alimentaire, de tri/réduction des déchets, de déplacements, de jardinage ou de biodiversité...

L'objectif était d'aller à la rencontre des personnes soit sur leur lieu de vie soit sur leur lieu de travail. Pour cela nous avons ciblé les habitats collectifs et les entreprises. Il s'agissait de mobiliser un groupe de salariés ou de voisins sur un challenge (défi), de manière à stimuler l'ensemble des participants par une réussite collective.

La démarche a intégré les principes de la communication engageante dans le cœur de

sa méthodologie et un doctorant travaillant sur les questions d'engagement éco-citoyen nous a accompagné tout au long de l'action. Ce projet s'est déroulé dans six départements, pendant deux ans, dans une cinquantaine d'entreprises et habitats collectifs. Des entreprises de toutes tailles, de tout secteurs activités (production ferroviaire, chambre des métiers, tourisme, cabinet comptable etc...) et des habitats aussi variés que les CROUS, Foyer de Jeunes Travailleurs, Foyer d'hébergement pour personnes en situation de handicap... ont ainsi répondu à la proposition des CPIE.

Ce qui suit vous raconte cette expérience, bonne lecture !

DÉCOUVREZ LE PROJET EN VIDÉO !



Pour vous permettre de mieux connaître et comprendre le programme "S'engager dans l'après COP21", l'URPIE Occitanie a produit une série de clip-vidéo qui proposent des témoignages et des retours en images sur l'expérimentation de la communication engageante dans plusieurs lieux de vie et de travail.

<https://vimeo.com/urcpieoccitanie>

UNE DYNAMIQUE COLLECTIVE D'EXPÉRIMENTATION RÉGIONALE

Le programme "S'engager pour l'après COP21" est le fruit d'une dynamique collective entre les 7 CPIE de la région ex Midi-Pyrénées. En s'inspirant des méthodes dites "agiles", les chargés de missions et les animateurs environnement des CPIE ont, tout au long du programme, partagé leurs expériences et mutualisé leurs compétences afin d'avancer ensemble dans l'expérimentation des techniques de la communication engageante.

Cette dynamique collective s'est traduite par :

- l'organisation de séminaire de formation et de culture commune : formation et co-développement sur la communication engageante et la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), définition d'une méthodologie commune pour accompagner les groupes, partage d'expériences et évaluation croisée...
- l'initiation à l'analyse de pratiques professionnelles ou de situations éducatives
- une collaboration étroite avec le laboratoire LERASS pour la mise en pratique de la théorie et l'étude de l'accompagnement des entreprises (enquête pré et post accompagnement)
- la capitalisation et la diffusion de nos expériences à travers ce livret
- l'organisation de réunions téléphoniques de suivi : échanges de pratiques, identification des freins et des leviers...
- la création d'outils de communication partagés (plaquette de communication pour les entreprises et pour les habitants)
- la rédaction d'outils d'intervention mutualisés : fiches-jeu, fiches-thématiques et d'animation de défis engageants sur la biodiversité, les déchets, le papier, la mobilité, l'eau, l'énergie...(enjeux, chiffres-clé, ressources...)
- l'utilisation d'outils de suivi et de partage d'informations (liste de diffusion, documents partagés...)

Ces différentes productions sont consultables. En complément de ce livret, si vous souhaitez en savoir plus, n'hésitez pas à nous contacter pour recevoir la boîte à outil du projet "**S'engager pour l'après COP21**" et réutiliser les fiches thématiques, défis etc....

La définition de la communication engageante

Extrait du guide "Sensibiliser pour engager" de l'UNCPIE - 2015

“

La communication engageante est une démarche qui vise à rendre les individus acteurs de la situation. La phase de sensibilisation est précédée par une phase d'action où le public est invité à réaliser des comportements préparatoires, et si possibles engageants. Ces actes préparatoires facilitent ensuite la prise de décision par l'individu, elle-même indispensable à l'adoption de nouvelles habitudes.

La communication engageante est issue d'un croisement des sciences de l'information et de la communication avec la psychologie sociale. Elle a été imaginée pour dépasser les limites de la communication persuasive en s'appuyant sur la théorie de l'engagement. Il s'agit de s'appuyer notamment sur la propension des individus à vouloir réduire leurs dissonances cognitives, c'est à dire l'écart entre leurs actes et pensées.

”



Actes préparatoires

On me propose une petite action, je décide d'agir.



Sensibilisation

On donne un sens à mon action, en utilisant mon langage.



Acte d'engagement

On me propose de m'engager publiquement par un écogeste.

L'ŒIL DU CHERCHEUR

Repenser nos actions pour faire le premier pas

Cela fait presque 15 ans que la communication engageante a montré ses vertus, ses applications (santé, sécurité routière, environnement...*) et ne cesse d'être déployée pour accompagner nos changements de comportements. La communication engageante nous invite à repenser nos techniques et pratiques de sensibilisation, puisqu'elle questionne l'essence même des comportements du quotidien que l'on aimerait infléchir. Nous sommes habitués à croire que nous agissons rationnellement en fonction de nos connaissances et convictions.

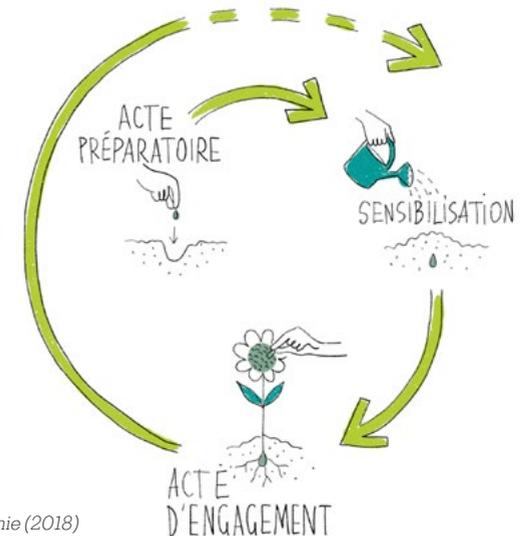
Pourtant, nos meilleures intentions ne se transforment pas forcément en actions concrètes. Nous sommes plutôt irrationnels, guidés par nos émotions, nos préjugés sur

notre propre capacité à agir et, par ce que les Autres font ou pas. Nous arrivons toujours à justifier nos inactions, en nous disant que ce n'est pas de notre faute ou que c'est trop difficile à réaliser tout de suite, là maintenant, dans la situation actuelle – je le ferai demain... Autrement dit la sensibilisation, l'information, la persuasion, ne suffisent pas pour passer à l'acte. Alors comment mettre en acte une envie de changement ? La communication engageante nous propose de tester un acte, un geste, de s'essayer "tout de suite" à un autre comportement...

Et peut-être se rendre compte que finalement ce n'est pas si compliqué de prendre le vélo pour aller au travail ce matin, c'était même agréable !

Innovations en communication engageante

Ici, il s'agissait de comprendre nos comportements dans les réalités du terrain dans lesquels ils sont réalisés, c'est-à-dire nos interactions dans le tissu social du quotidien – au bureau et à la maison – avec nos collègues, nos familles et nos voisins. Comment le "Je" individuel est impliqué et agit dans des dynamiques de "Nous" ou "Eux" du collectif. Car nous le savons, l'individu engagé seul, n'est pas engagé très longtemps et retourne vite à ses habitudes, aux habitudes des Autres.

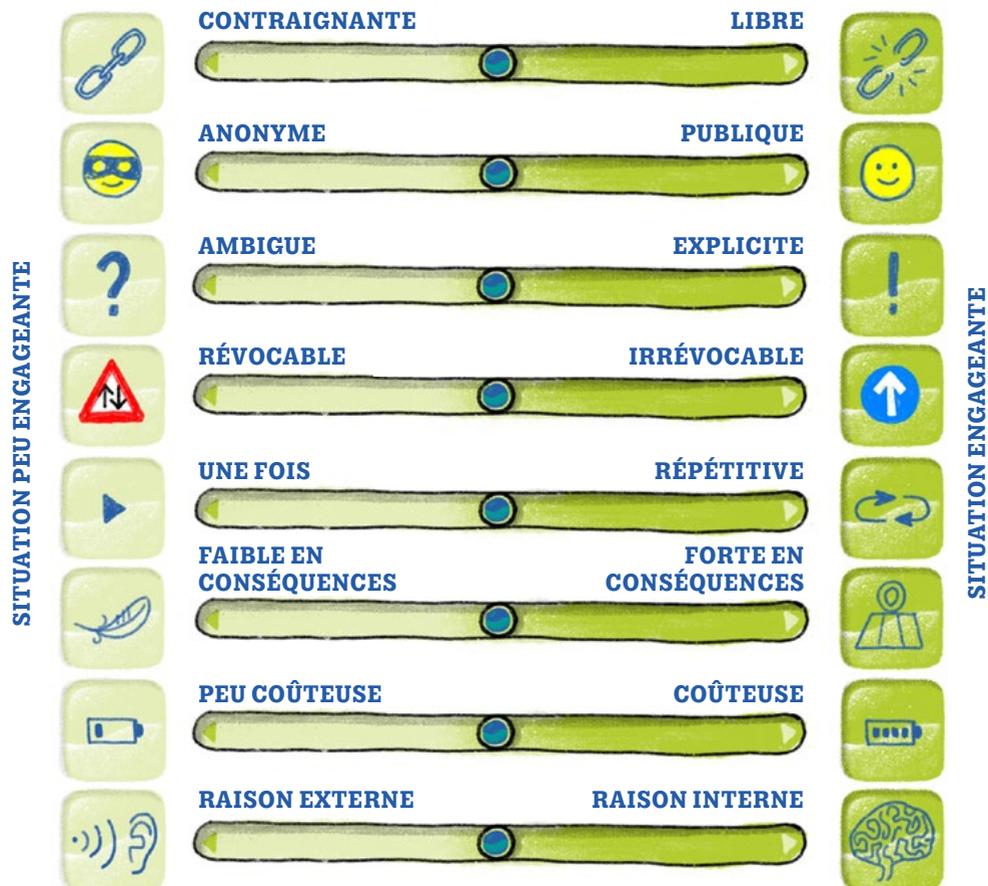


* Guide de l'engagement citoyen - GRAINE Occitanie (2018)

BAROMÈTRE

DE LA SITUATION ENGAGEANTE

Ce baromètre a pour objectif d'aider à mesurer si une situation peut être considérée comme plutôt "engageante" ou "peu engageante". À l'aide des différents critères, vous pouvez évaluer si votre situation d'intervention présente des conditions favorables à l'engagement des individus ou des groupes.



RÉSULTATS DE L'ÉVALUATION DE L'EXPÉRIMENTATION COMMUNICATION ENGAGEANTE DANS LES ENTREPRISES

menée par le laboratoire LERASS

Effets classiques



Les salariés trouvent que les éco-gestes sont plus utiles et faciles à faire, ils ont plus d'intention d'agir et font plus d'actions

Effets identitaires

Les salariés se sentent plus proches des actions en faveur de l'environnement et globalement de l'écologie



Effets secondaires



Les éco-gestes réalisés au travail ont des effets d'entraînements sur les comportements chez soi

Effets sur l'engagement

Les salariés sont plus volontaires, encouragent plus leurs collègues, se tiennent plus informés et s'engagent plus.



Effets sur la crédibilité de la source



Les associations de protection environnementale sont plus crédibles dans leurs actions aux yeux des salariés

Une enquête a été menée auprès de plus de 400 participants au total avant et après la réalisation du projet. Deux questionnaires en ligne ont été proposés.

LE LANCEMENT OU BIEN PRÉPARER SON ARRIVÉE



Construire un cadre d'intervention adapté au projet et à tous les participants nécessite la connaissance de nombreux éléments. Nous avons travaillé avec différents types de structures : cabinet comptable, foyer d'hébergement, usine de construction ferroviaire, micro-entreprise ou firmes internationales; établissements publics ou privés, engagés dans des démarches de développement durable ou au contraire dans

des pratiques néfastes pour l'environnement... Le cadre d'intervention a donc varié car il était construit, avec plus ou moins de réussite, avec chacun de nos interlocuteurs. Nous avons néanmoins constaté qu'il est essentiel de consacrer du temps à ce "démarchage" et qu'il conditionne une partie de la suite du projet : si tout le monde a bien compris le projet (objectifs, méthode etc.), le lancement est moins risqué !

- L'établissement a-t-il déjà participé à des actions similaires ?
- Dans le cas d'une entreprise, est-elle déjà engagée dans un projet/programme de durabilité écologique (RSE, etc.) ? La structure dispose-t-elle d'une personne en charge du développement durable ou de l'environnement ?
- Quel est l'intérêt pour l'établissement de participer à ce genre de démarche ? (économique, cohésion d'équipe, communication, stratégie environnementale...)
- L'entreprise ou le lieu de vie sont-ils soumis à des règles juridiques ou de sécurité particulières qui influencent le choix et le déroulement des actions ? (ICPE, etc.)
- L'opération est-elle cadrée par une convention déterminant le rôle et les engagements de chacun et les conditions du déroulement de la démarche ?
- Les conditions demandées par l'établissement (réunion hors temps de travail par exemple etc.) sont-elles en accord avec la démarche ? La direction qui donne son accord est-elle capable de reformuler le projet ? Quel est son niveau d'engagement, entre laisser faire et moteur de changement ?

Un démarchage parfois laborieux

Pendant la phase de démarchage pour ce projet, nous avons contacté les entreprises par téléphone. Quand nous arrivions à décrocher un rendez-vous, il fallait alors expliquer de façon concise le projet. Pour certaines étapes, peu claires, il nous a souvent été demandé des exemples. Hors, nous n'en avons pas ! Les codes de l'entreprise sont très différents des nôtres et nous n'avons pas de recul sur la méthodologie : nous montrions un visage incertain. Il a parfois fallu plusieurs rendez-vous avant que l'entreprise accepte

de partir dans le projet. Nous avons parfois accepté des conditions qui n'étaient pas optimales : groupe non constitué, réunion hors temps de travail... Mais nous étions pressés par le temps et ne savions pas que certaines conditions pouvaient rendre plus difficile le bon déroulé du projet. Aujourd'hui, je procéderais différemment : je présenterais une méthode "carrée" et préciserais les éléments à consigner dans une convention : cadre d'intervention, horaires, composition du groupe et obligation ou non de présence...

Hélène du CPIE Terres Toulousaines

Un cadre juridique contraignant

Nous avons mené la démarche dans une entreprise répertoriée Installation Classée pour la Protection de l'Environnement (ICPE). Ainsi, malgré la forte volonté de l'entreprise et des salariés, les actions et les défis ont dû être définis selon des règles de sécurité strictes. Par conséquent, plusieurs défis envisagés n'ont pas pu avoir lieu car ils entraient en contradiction avec la réglementation en vigueur. Certains défis n'ont pas pu avoir lieu

sur le lieu de production de l'entreprise mais à l'écart. D'autres défis ont vu leurs modalités complètement modifiées. Ainsi, un défi d'inventaire participatif via une application sur téléphone portable a dû être révisé car l'utilisation des téléphones était interdite. Lors du lancement de l'opération, ni l'entreprise ni nous n'avions conscience de l'impact de la sécurité sur la démarche. Nous aurions sinon orienté les actions différemment.

Clara du CPIE des Pays Tarnais

LES PUBLICS ET L'ANALYSE DU CONTEXTE



Comme dans toute démarche pédagogique, la connaissance du public est importante. Dans ce projet, l'idée était de travailler sur une forte "dimension collective", donc la prise en compte des caractéristiques du "groupe" doit jouer un rôle essentiel. Certaines conditions semblent faciliter le bon déroulement du projet (groupe déjà constitué notamment), mais nous avons aussi constaté de très belles réussites dans des conditions moins optimales.

POINTS DE VIGILANCE

- Le groupe est-il déjà constitué ? Les participants se connaissent-ils ? Y-a-t-il une cohésion du groupe ? Une parole libre au sein du groupe ?
- Les participants font-ils partie du même service ?
- Quelles sont les particularités des participants (âge, handicap, etc.) ? Quel est leur rapport aux problématiques environnementales (très concerné ? Peu sensibilisé ?) Quelles sont leurs motivations pour participer au projet ?
- Les participants ont-ils une plage horaire à disposition ? Ou bien le projet se déroule sur leur temps de pause ?
- Les participants sont-ils volontaires ou convoqués par l'entreprise ? Par la structure qui les héberge ?
- La direction souhaite-t-elle montrer l'exemple ? Soutient-elle les demandes des salariés en matière d'éco-gestes ? Participe-t-elle à certains ateliers ?
- Quels sont les modes de communication du groupe (mails, journal de l'entreprise, téléphone, réseaux sociaux, etc.) ?
- Y-a-t-il déjà des éco-gestes en place dans l'entreprise ? Quelle organisation, quel équipement ? Le groupe est-il libre de choisir la thématique ou celle-ci a-t-elle déjà été définie en amont par la direction de l'établissement ?

“ Mobiliser sur la pause méridienne, challenge difficile !

Dans une grosse entreprise, toutes nos interventions étaient placées sur la pause méridienne. Nous avions comme consigne de mobiliser les salariés... mais sans les rendre captifs. Cela faisait partie des conditions imposées par la direction. Nous étions donc sur un format stand, proche de la cafétéria. Avec le recul, concevoir toutes les séances selon ce modèle n'a pas rendu service au projet. Il faut à un moment engager le salarié à venir à une vraie séance, avec un vrai groupe constitué. De plus nous n'avions pas vraiment l'effet escompté : malgré le café offert et les sourires, nous avons l'impression d'avoir un effet répulsif sur les salariés ! Etait-ce parce que notre emplacement était parfois occupé

par des représentants divers, vendant des produits ou des services ? La thématique était-elle boudée ? Cela, plus la faim et les impératifs professionnels qui rendaient les salariés peu disponibles, les dates choisies parfois peu pertinentes (pendant les vacances)... Ce besoin d'insister pour capter les passants plus de cinq minutes nous renvoyait une image peu séduisante de "racleurs", que nous avons eu beaucoup de mal à assumer. Note : dans certaines entreprises la mobilisation sur la pause méridienne a très bien fonctionné et les salariés étaient heureux de se retrouver autour d'un café pour réfléchir ensemble à l'amélioration de leurs lieux de travail.

Nathalie du CPIE Terres Toulousaines

“ Connaître les canaux de communication du collectif

L'opération se déroulait dans une résidence universitaire. Le public visé était donc des jeunes étudiants. Afin de les amener à participer aux actions, des affiches avaient été installées dans les pièces communes de la résidence. Les étudiants communiquent via un groupe Facebook. Nous avons donc utilisé ce réseau pour transmettre des informations. Ainsi, pour cette cible assez jeune, nous avons utilisé une communication importante, visuelle et dynamique.

Clara du CPIE des Pays Tarnais

“ Une direction et des salariés peu engagés

La 1ère réunion du projet a rassemblé 10 salariés. La direction a validé le projet mais a complètement délégué le suivi au référent développement durable. Lors de la réunion de lancement, les salariés ont manifesté leur envie de mieux trier tous les papiers. (Une entreprise était en charge de la collecte des papiers, à l'exclusion des papiers kraft ou froissés). Peu de salariés ont participé aux réunions suivantes. La mise en place du défi a reposé uniquement sur le référent. Il a

installé des cartons et consignes de tri dans tous les bureaux, pour collecter les papiers kraft et froissés. Les salariés ont déposé leurs autres déchets papiers dans les conteneurs. L'amélioration du tri dans les bureaux a augmenté le volume des déchets recyclables ; le nombre de conteneurs extérieurs est devenu insuffisant. La direction n'a pas validé l'achat de poubelles de bureau demandées par les salariés ni organisé la demande de conteneurs extérieurs supplémentaires.

Fabien du CPIE Quercy-Garonne

L' ALLIÉ. UN AMI QUI VOUS VEUT DU BIEN



L'allié est l'une des personnes les plus importantes de ce type de projet. Il peut s'agir d'une étudiante, d'un responsable environnement, d'une secrétaire, d'un animateur de structure d'hébergement, voire même d'un petit groupe de 2 ou 3 personnes...L'allié est un peu notre "homologue" ou notre "relais" au sein de la structure, c'est à dire la personne sur laquelle on peut s'appuyer pour inviter aux réunions, pour faire circuler les infos, pour relancer et motiver les collègues, pour trouver des solutions techniques propre à chaque structure (exemple : dans quelle salle se réunir etc...). L'allié est très motivé par le projet et sans allié solide, ce type de démarche est vouée à l'échec !

POINTS DE VIGILANCE

- Quel est la personne la plus motivée par ce projet ?
- Quel est son rôle dans la structure ?
- Quelle est sa fonction dans le projet (informer, organiser les réunions, relancer, etc) ?
- De quelle légitimité auprès des autres participants dispose-t-elle ?

“ Quand l'alliée mobilise les groupes

Nous avons eu la chance d'avoir des alliées particulièrement efficaces notamment en habitat collectif. Ainsi dans un quartier de Tarbes, la médiatrice donne beaucoup de son temps pour les habitants. En retour, nombreux sont ceux qui répondent à ses sollicitations, ce qui nous a permis d'avoir un nombre important de participants à nos différentes actions : nettoyage de quartier, ateliers éco-gestes (eau, énergie...). Son rôle a été d'autant plus déterminant qu'un grand nombre de nationalités est présent dans ce quartier. Elle était probablement la seule per-

sonne capable de rassembler les habitants. Dans une entreprise de Bagnères de Bigorre, la responsable qualité-environnement, très motivée, a réussi dans un premier temps à convaincre son directeur général de libérer du temps aux salariés volontaires, puis à constituer un groupe de travail qui a aménagé un espace nature au sein de l'usine. Elle a répondu promptement à chaque fois que je la sollicitais, ce qui a aidé à maintenir la motivation et la présence régulière des salariés engagés dans la démarche.

François-Xavier du CPIE Bigorre-Pyrénées

“ Une alliée témoinne

En 2017, le CPIE du Pays Gersois m'a proposé le projet éco-gestes et l'accompagnement du CPIE. J'ai tout de suite été intéressée et ai proposé à tout le personnel d'ECOCERT de prendre part au projet. Six volontaires nous ont rejoint et ensemble, nous nous sommes mis d'accord sur le thème des déchets relativement concret et facilement applicable par tous, pour sensibiliser nos collègues. Nous avons réalisé plusieurs actions : formation de tous les employés de la France - 300 personnes au tri des déchets ; achat d'Eco-cup pour les événements internes ; achats

et distribution de gourdes en inox pour les auditeurs qui se déplacent sur le terrain ; révision des affichages des poubelles pour faciliter le tri ; bannettes pour récupérer le papier brouillon ; bilan compostage pour le lancer sur les nouveaux sites. Les responsabilités ont été réparties pour que chacun puisse prendre part au projet. Pour clore cette aventure, nous avons visité le centre de tri et le centre d'enfouissement de Trigone à Auch, avec toute l'équipe.

Projet à renouveler avec plaisir !

Fanny R. d'Ecocert

L'ACTE PRÉPARATOIRE. FAIRE LE PREMIER PAS



Il s'agit ici de l'un des principes de la communication engageante. Souvent réalisé en tout début de projet, il doit permettre aux participants de réaliser un geste inhabituel et de les amener doucement sur le terrain du changement.

L'acte préparatoire est un petit acte librement consenti tel que remplir un questionnaire en ligne, venir à un premier atelier, faire une affiche, porter un badge ou le coller sur son ordi, etc... Il a été pour les animateurs du projet l'occasion d'inventer des outils ludiques et adaptés. Comme par exemple un tir à l'arc pour le recyclage des poubelles, un cendrier dit "participatif" qui permet de voter pour telle ou telle question...

POINTS DE VIGILANCE

- À quel niveau de sensibilisation par rapport aux enjeux environnementaux se situent les participants ?
- Dans quelles conditions matérielles se déroulent ses actes préparatoires ?
- Est-ce que je peux utiliser mes outils habituels (exemple les photos langages qui questionnent les représentations). Et si non, comment les adapter ?
- Est-ce que la situation est propice à l'engagement ? Servez vous du baromètre proposé page 5 de ce guide.

De l'action à la sensibilisation

Afin d'engager les gens dans la démarche, nous avons procédé de différentes façons. Dans un quartier, nous avons organisé une opération de nettoyage accompagnée d'un atelier de fabrication de produits ménagers économiques et écologiques. Au fil de la matinée, nous avons eu l'occasion de discuter avec les habitants et de leur demander s'ils seraient prêts à s'engager pour le quartier. La matérialisation, pour les volontaires, consistait à inscrire leur nom sur une feuille de paperboard, accompagné d'un petit dessin

les représentant (ou leur pays d'origine par exemple). Afin de rappeler l'engagement, l'affiche ainsi réalisée est affichée dans le bureau de la médiatrice de quartier, visible par tous les (nombreux) habitants qui passent à la conciergerie.

Dans une entreprise, lors de la première rencontre, nous avons fait une photo de groupe qui est passée dans la presse locale : une copie de l'article a été diffusée dans différents lieux de passage, au vu de tous les collègues, afin de rappeler l'engagement de chacun.

François-Xavier du CPIE Bigorre-Pyrénées

Des actes préparatoires ludiques

Dans plusieurs entreprises, nous avons comme contrainte de constituer nous-mêmes le groupe. Nous avons donc créé des outils pour mobiliser les salariés en amont et les inciter à venir à la réunion de lancement du projet. Nous nous sommes appuyés pour cela sur les méthodes de la communication engageante.

Parmi les outils créés : des poubelles en forme de colonnes transparentes permettant aux salariés de "voter" en y jetant leur gobelet (question à choix multiple) ; des

quizz "flash" (4-5 questions) portant sur des thématiques variées ; des pesées de poubelles façon "jambon de foire" ... Ces activités d'accroches (il y en avait parfois plusieurs proposées de manière progressive) amenaient les participants à s'inscrire librement sur une affiche pour être tenus au courant de la prochaine session, programmée environ un mois après. Celle-ci permettait d'amener des réponses sur les activités proposées ("qui a gagné au jeu de la pesée de poubelle ?") et de commencer la "vraie" phase d'engagement.

Mathilde du CPIE Terres Toulousaines

SEMAINE GROS PULL

Les salariés de l'entreprise Gersycoop ont souhaité mettre en place une semaine Gros pull en décembre ! L'objectif était de baisser la température des bureaux de 1° tous les jours durant une semaine en portant des vêtements plus chauds ! Afin de motiver les salariés, un concours photo du plus beau pull de Noël a été organisé !

LE DÉFI. VERS L'ACTE D'ENGAGEMENT



Le défi a pour but de confirmer l'engagement au changement, initié par l'acte préparatoire, notamment en l'inscrivant dans une dynamique visible et collective. Il induit d'être cohérent entre son engagement et son comportement pour remporter ce défi. Les défis, choisis par les groupes et accompagnés par les CPIE ont consisté principalement à proposer aux individus de réaliser de petits actes comportementaux, faciles à effectuer, qui vont ensuite les engager dans une relation plus profonde où le comportement éco-citoyen désiré sera plus facile à obtenir.

POINTS DE VIGILANCE

- Le défi est-il adapté au groupe concerné ?
- Le défi demande-t-il un budget particulier ?
- Le défi a-t-il été décidé par les salariés ou par la direction ?
- Le défi est-il collectif ou individuel ?
- Le défi a-t-il des conséquences sur le long terme ?
- Le défi engendre-t-il un engagement sur le long terme ?
- Le défi engendre-t-il un changement de comportement ?

Des défis pour tous !

Les salariés étaient divisés en plusieurs postes de travail : administratif, atelier et laboratoire. Lors des défis, on a remarqué que les salariés étaient attirés par différentes actions. Par exemple, l'inventaire floral a rassemblé un public plus féminin et administratif alors que l'atelier de construction de nichoirs a attiré un public plus masculin et venant des ateliers. La diversité des défis a donc répondu aux attentes de ces catégories. Il est important de bien identifier les caractéristiques des participants pour être sûr que les défis impliquent un maximum de salariés.

Clara du CPIE des Pays Tarnais

Un défi pour trier des déchets

La 1ère réunion du projet a eu lieu le 26/09/17, dans les locaux du cabinet comptable. 7 salariées présentes sur 19 salariés au total. La direction a validé le projet Éco Gestes dans son entreprise, mais a délégué complètement le suivi du projet aux salariés volontaires. Les participants constatent que le papier n'est pas trié depuis environ 4 ans. Il est déposé dans les poubelles à ordures ménagères.

Les conteneurs de tri sélectif communs aux entreprises partageant le bâtiment, ont été déplacés certainement par la supérette voisine. L'ensemble des entreprises sur le même site d'implantation n'ont plus de conteneurs jaunes, et ne trient pas les papiers. Le groupe des participants s'est engagé pendant 1 semaine à peser les déchets papiers.

La secrétaire s'est engagée à collecter dans un sac poubelle tous les déchets papiers du groupe et à faire la pesée en fin de semaine. Pesée des papiers réalisés du 16 au 20 octobre 2017 : 6 participantes 830 gr/personne/ semaine en moyenne. Le groupe de participants a installé des cartons et consignes de tri dans leurs bureaux. La secrétaire a contacté Veolia pour faire installer 2 conteneurs jaunes dans l'enceinte de l'immeuble. Une affiche d'information a été installée à l'entrée de l'immeuble, pour diffuser la bonne pratique du tri auprès des autres entreprises de l'immeuble. En fin de projet en juin 2018 : le tri des papiers de bureau est en place. 75% des salariés le pratique au quotidien, contre 0 au démarrage du projet éco-gestes. Des poubelles de tri sont installées dans tous les bureaux.

Fabien du CPIE Quercy-Garonne

LE TIR À L'ARC DES DÉCHETS

Installés un peu avant midi devant le restaurant Universitaire nous propositions aux personnes qui passaient par là de venir se tester au tir à l'arc. Les participants piochaient une image d'un déchet (peau d'orange, canette métal etc...) et devaient ensuite, à l'aide de grands

arcs viser l'une des 4 cibles. Chaque cible correspondait à une catégorie de déchets : organique, métal, verre, carton. Une trentaine d'étudiants s'est prêtée au jeu ! À la fin de la séance, nous les invitons à nous laisser leurs coordonnées et à signer une lettre d'engagement en faveur des éco-gestes.

DE L'ANIMATION À L'ACCOMPAGNEMENT



Accompagner les territoires ou les établissements, un nouveau métier ? L'expérimentation de la communication engageante a amené certains animateurs à changer progressivement de posture par rapport au groupe en passant d'une position d'expert ou de "sachant" à celle d'un accompagnateur avec un rôle d'écoute, d'appui, d'aide ou de conseil à la fois pour faire émerger une dynamique de groupe mais aussi pour donner un cadre ou de la méthode.

POINTS DE VIGILANCE

- Accompagner et animer : quelle différence ?
- Quelles compétences professionnelles faut-il mobiliser dans ce genre de projet ?
- Comment faciliter la co-construction des défis et des plans d'actions ?
- Comment impliquer chaque personne du groupe dans le projet ?

“ Un équilibre à chercher

Le choix de la posture dans l'accompagnement de l'Entreprise a été orienté afin que le groupe co-construise chaque étape du projet, s'implique et se responsabilise dans les actions.

Dans cette démarche, l'animateur s'est présenté comme un soutien technique (source d'informations) dans le déroulement du projet, garant d'une gouvernance partagée et accélérateur d'idées si besoin, afin de laisser la place à la participation des salariés et à la co-organisation. Cela a d'ailleurs été posé en préalable au projet. La posture d'accom-

pagnement a également consisté à interroger chaque proposition et chaque étape en vérifiant que l'ensemble des personnes étaient en accord avec ce qui était dit ou fait. La posture choisie dans ce cas a demandé à l'animateur de s'effacer à certains moments pour laisser le groupe s'organiser. Ce retrait dans l'animation doit toutefois être ajusté entre le laisser faire et la présence "cadrante" de l'animateur. La posture d'accompagnement se joue dans cet équilibre dans une optique de sensibilisation et de responsabilisation des salariés, ce qui n'est pas facile !

Elsa du CPIE du Rouergue



LA VALORISATION POUR ANCRER L'ENGAGEMENT



Étape indispensable à tout projet, elle peut s'envisager de nombreuses manières. Elle permet au groupe à la fois d'évaluer le chemin parcouru mais également de célébrer leur engagement, de donner du sens, de se sentir reconnu ou utile...

POINTS DE VIGILANCE

- Comment célébrer la fin du défi ?
- Comment mettre en avant la démarche et valoriser le travail du groupe ?
- Qu'est-ce que je souhaite valoriser ?
- À quel moment du projet est-ce le plus judicieux de l'envisager ?

66 Une valorisation collective

Au CPIE du Rouergue, nous avons accompagné en 2017 et 2018, trois entreprises sur le département de l'Aveyron, dont le Pôle Entreprise de la Chambre de Commerce et d'Industrie. Afin que les équipes de chaque structure puissent mettre en avant les défis réalisés et échanger sur l'expérience de ce nouveau projet, nous avons organisé une demi-journée de rencontre en partenariat avec la CCI.

La diversité des défis présentés et les actions qui en ont découlé ont été très appréciées. Ces moments de partage ont permis d'envisager des perspectives aux actions. Par exemple, étendre la charte mobilité aux élus de la CCI ou proposer une visite du centre de tri de Millau aux salariés de l'entreprise ACTIA ou bien d'avoir des outils de com-

munication engageante pour reproduire le processus. Cela a également permis à la CCI de rassembler des entreprises autour de sa mission "entreprise durable et responsable". Cette rencontre s'est clôturée par un atelier proposé par le CPIE afin que chaque entreprise reparte avec une grainothèque (opération créée par graine de troc en 2013). Chaque grainothèque avait été construite avec des boîtes à chaussures ou cartons par le CPIE en amont. Il s'agissait de sensibiliser à la biodiversité locale (perte des semences anciennes et locales, plantes exotiques envahissantes, etc.) tout en apprenant le pliage des enveloppes pouvant contenir les graines à partir de papier brouillon (réduire les déchets papier).

LA SUITE : UN DÉVELOPPEMENT DURABLE



Une fois les accompagnements des CPIE réalisés, la question du bilan et des perspectives se pose. Quelles suites à donner ? Comment pérenniser le travail engagé dans la durée ? Il s'agit de faire en sorte que la dynamique engagée puisse se poursuivre et à terme intégrer le fonctionnement et les pratiques du lieu de travail ou de vie.

POINTS DE VIGILANCE

- Est-ce que le projet intègre un temps de bilan avec les différents acteurs ?
- Est-ce que le projet intègre un temps de suivi des actions mises en place (comme les composteurs etc...)?
- Comment rendre les participants autonomes ?
- Comment construire des partenariats dans la durée ?

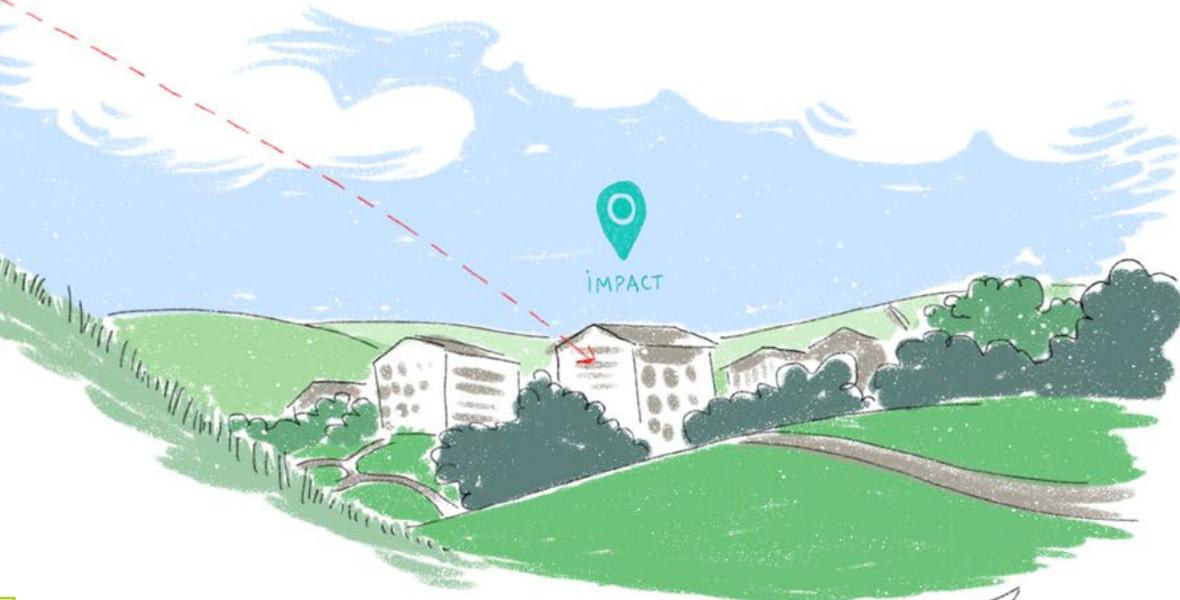
“ Quand le projet est renouvelé

Pendant plus d'un an, nous avons mis en place des ateliers sur les éco-gestes avec les résidents d'un foyer de jeunes. L'objectif est que, à terme, ces jeunes puissent prendre leur autonomie en s'installant dans leur propre appartement. Pour cela, un des buts du foyer est de les responsabiliser au maximum. C'est pourquoi les ateliers ont d'abord porté sur les éco-gestes "eau" et "énergie", car les responsables de l'hébergement s'étaient rendus compte de gaspillages fréquents. Les premiers résultats ont été encourageants (diminution parfois significative de la

consommation) et nous avons mutuellement souhaité prolonger l'expérience en l'étendant à de nouveaux domaines, notamment l'alimentation (pour cause de gaspillage également constaté).

La particularité de cette nouvelle phase est que le directeur de la structure souhaite que l'accompagnement du CPIE concerne les résidents mais aussi le personnel du foyer, qui serait alors considéré autant comme une entreprise que comme un habitat collectif.

François-Xavier du CPIE Bigorre-Pyrénées



À SUIVRE



LES PORTEURS DU PROJET

Le programme “S’engager dans l’après COP21” est une initiative des 7 associations labellisées “Centres Permanents d’Initiatives pour l’Environnement” (CPIE) de la région ex Midi-Pyrénées : CPIE de l’Ariège, CPIE du Rouergue, CPIE Terres Toulousaines, CPIE Pays Gersois, CPIE Bigorre-Pyrénées, CPIE Pays Tarnais et CPIE Quercy-Garonne.

Les CPIE agissent pour que les questions environnementales soient prises en compte dans les décisions, les projets et les comportements des organisations et des personnes (collectivités, associations, entreprises, individus). Tous les CPIE ont deux grandes missions en faveur du développement durable des territoires :

- Être force de proposition et accompagner les acteurs (collectivités, associations, entreprises) pour concevoir et mettre en œuvre leurs projets environnement ;
- Réaliser des actions de sensibilisation et d’éducation à l’environnement pour tous les publics

Attribué pour 10 ans par l’UNCPIE, le label caractérise les modes d’agir des CPIE par 3 verbes d’actions, chercher, développer, transmettre et 3 valeurs, une approche humaniste de l’environnement, la promotion de la citoyenneté, le respect de la démarche scientifique.

Le pouvoir d’agir des citoyens et des acteurs des territoires est au cœur de la charte et des valeurs du label CPIE pour accélérer le changement environnemental par les changements de comportements. Le label engage également les associations dans une démarche de progrès et d’amélioration continue.

A l’échelle de l’Occitanie, les CPIE sont regroupés au sein d’une grande Union Régionale dont les objectifs sont de contribuer à développer des collaborations entre CPIE autour de projets régionaux ; de stimuler et organiser la vie du réseau pour favoriser l’échange et la mutualisation ; et de promouvoir et communiquer sur les actions des CPIE et faire connaître le réseau au sein de la région.

En savoir plus : Sur l’URCPIE Occitanie : www.urcpie-occitanie.fr | Sur l’UNCPIE : www.cpie.fr

LES PARTENAIRES

Le programme “S’engager dans l’après COP21” a été soutenu financièrement par la Région Occitanie et le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER) dans le cadre du programme opérationnel FEDER/FSE “Midi-Pyrénées et Garonne” 2014-2020 et de l’appel à projets pour une information et une sensibilisation des publics tout au long de la vie, en matière de transition écologique.

Labellisé par le programme REPERE du Ministère de la Transition Écologique et Solidaire, ce programme a également été suivi par le Laboratoire d’Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS) rattaché à l’Université Toulouse 3 – Paul Sabatier, afin d’étudier les ressorts psychosociologiques des changements de comportements en faveur des écogestes au sein des entreprises.

Région Occitanie : www.laregion.fr

Programme REPERE – Réseau d’Echange et de Projets sur le Pilotage de la Recherche et de l’Expertise : www.programme-repere.fr

Laboratoire LERASS : www.lerass.com



PROJET COFINANCÉ PAR LE FONDS EUROPÉEN DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL



POUR EN SAVOIR PLUS ...

N'HÉSITEZ PAS À NOUS CONTACTER



URCPIE Occitanie

www.urcpie-occitanie.fr
contact@urcpie-occitanie.fr - 06 80 80 28 03
16 rue Delort 32300 Mirande

CPIE Terres Toulousaines

www.cpieterrestoulousaines.org
contact@cpieterrestoulousaines.org - 05 61 47 51 22
43 rue Bayard 31000 Toulouse

CPIE Bigorre-Pyrénées

www.cpie65.fr
cpie65@wanadoo.fr - 05 62 95 49 67
5 chemin du vallon de Salut - BP 123
65201 Bagnères-de-Bigorre Cedex

CPIE Pays Gersois

www.cpie32.org
contact@cpie32.org - 05 62 66 85 77
16 rue Joseph Delort 32300 Mirande

CPIE Quercy-Garonne

www.maisondupatrimoine-midiqercy.org
mdp82@wanadoo.fr - 05 63 24 06 26
Association Al País de Boneta
Maison du Patrimoine Labarthe 82160 Caylus

CPIE Pays Tarnais

www.cpie81.fr
contact@cpie81.fr - 05 63 34 09 90
Rue René Lencou 81120 Réalmont

CPIE du Rouergue

www.cpie-rouergue.com
cpie-rouergue@wanadoo.fr - 05 65 61 06 57
25 avenue Charles de Gaulle 12100 Millau

CPIE 09 Association des Naturalistes de l'Ariège

www.ariegenature.fr
ana@ariegenature.fr - 05 61 65 80 54
Vidallac 09240 Alzen

LERASS

Laboratoire d'Études et Recherches
Appliquées en Sciences Sociales
115D route de Narbonne
BP 67701
F-31077 TOULOUSE CEDEX 4
andreas.p.eriksson@gmail.com

Ce livret est partagé sous licence Créative Commons

Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions



REMERCIEMENTS

Merci à toutes les personnes qui ont contribué au programme et à la réalisation de ce livret :

CPIE de l'Ariège (09) Sabrina GEFFROY, Anne TISON, Carole HERSCOVICI, Emilie DELILE, Fanny BARBE et Fabienne BERNARD

CPIE du Rouergue (12) Elsa MARANGONI, Laurence MARIE, Marie-Hélène JULHES et Isabelle SALEIL

CPIE Terres Toulousaines (31) Mathilde GALANTUCCI, Hélène GAUTHIER et Nathalie CASTELAIN

CPIE Pays Gersois (32) Claire AUBIN, Elodie CARRE, Pauline FABRE et Sandrine LEBRUN

CPIE Bigorre-Pyrénées (65) François-Xavier CASANOVA et Elizabeth TELLECHEA-LOPEZ, Béatrice MORRISSON et Geneviève DECHA

CPIE Pays Tarnais (81) Clara SIMMONY, Dylan LOPEZ et Yannick JOULIE

CPIE Quercy-Garonne (82) Fabien SCHMITT, Nathalie GROSBORNE et Karine LADEVEZE

URCPIE Occitanie Etienne TISSANDIER et Boris LANDSBERGER-ISAAC

Partenaires

LERASS : Andreas ERIKSSON

GRAINE Occitanie : Karine DEWILDE

Région Occitanie : Elise BELON

Consultante RSE : Laurence GOMEZ

Conception graphique : Raphaël THIROUIN

Illustrations : Emma TISSIER