

---

# Compte-rendu de la journée d'échanges **EEDD et grand public**

*Eduquer le grand public à l'environnement : un public ou des publics ; pour quelles approches pédagogiques ?*

---

---



---

# SOMMAIRE

---

Remerciements .....	3
Programme de la journée .....	4
Synthèse de la présentation de Marie Jacqué.....	5
Synthèse des échanges .....	7
Interventions : présentation de projets EEDD à destination du grand public.....	9
Ecopolénergie et les Espaces Info Energies.....	9
Les campagnes « Eco Attitude » et « inf'eau mer » .....	10
La campagne Eco Attitude : .....	10
La campagne Inf'eau mer : .....	11
Natural Solutions et le projet ecoBalade .....	12
Les outils de la Maison Régionale de l'Eau.....	13
Le Village du Développement Durable de la Foire de Marseille.....	14
Bilan de la journée « EEDD et grand public » .....	16
Annexe 1 : Liste des participants .....	17
Annexe 2 : Diaporama de Marie Jacqué .....	18
Annexe 3 : Diaporama d'Ecopolénergie .....	32
Annexe 4 : Diaporama des campagnes Eco Attitude et Inf'eau mer .....	38
Annexe 5 : Diaporama du projet EcoBalade .....	60

# Remerciements

Le GRAINE PACA remercie l'Atelier Méditerranéen de l'Environnement qui nous a accueillis pour cette journée d'échanges. Nous remercions également les intervenants qui ont apporté un éclairage sur le sujet grâce à leurs expériences, et tous les participants, qui ont permis d'enrichir cette journée par leurs interrogations, leurs discussions, leurs points de vue.



---

# Programme de la journée

---



**11h30** : Présentation des différentes actions et projets à destination du grand public et temps d'échanges.

**13h30** : Echanges informels autour d'un pique-nique.

**9h30** : Accueil des participants autour d'un petit déjeuner.

**10h** : Présentation du GRAINE PACA et du déroulement de la journée.

Intervention de Marie Jacqué, sociologue et maître de conférence à Aix-Marseille Université, suivi d'un temps d'échanges



**14h30** : Présentation du Village du développement durable à la Foire de Marseille, par Valérie Miravalls

**15h** : Temps d'échanges

**16h30** Clôture de la journée d'échanges.

---

# *Synthèse de la présentation de Marie Jacqué*

---

**Marie Jacqué** est sociologue et maître de conférences à Aix-Marseille Université. Elle se spécialise sur les questions d'éducation à l'environnement et d'écocitoyenneté dans le cadre de ses travaux au Laboratoire Population Environnement Développement (unité de recherche). En 2002, elle présente sa thèse sur l'EEDD : "Développement du mode de pensée environnementale et vulgarisation de l'écologie scientifique : l'éducation à l'environnement". Depuis, elle bénéficie d'un certain recul par rapport à ses travaux et a été amenée à se poser la question suivante : pourquoi les éducateurs se tournent vers le grand public ? A travers sa présentation, Marie Jacqué explique comment la sociologie peut apporter des éléments à l'EEDD sur cette question des publics et comment cette notion de « grand public » est révélatrice d'un repositionnement des actions d'éducation à l'environnement autour des pratiques éco-citoyennes.

**Le « grand public » est une catégorisation opérée par les pouvoirs publics** dans leur volonté de toucher le plus grand nombre. Les actions d'éducation à l'environnement sont de plus en plus liées à ses politiques et s'inscrivent ainsi dans une logique gestionnaire, dans un rapport de contractualisation entre associations et collectivités. Le « grand public » a peu de sens en sociologie, le sociologue opère une catégorisation par tranche d'âge et/ou catégories socio-professionnelles. Au vu de cette catégorisation, il s'interroge sur les déterminants de l'action sociale : quels sont les facteurs sociaux qui expliquent les pratiques et les représentations sociales des individus ? La sociologie part du principe qu'un individu est un être socialement construit qui intériorise les valeurs et normes de son groupe social d'appartenance. Le sociologue analyse la société par différenciation, en fonction de cette appartenance, en intégrant l'idée que la structure sociale produit des inégalités et des rapports de dominations. Et on observe clairement des différenciations dans les pratiques environnementales. Exemple : Nous n'achetons pas tous bio.

**Comment les pratiques environnementales sont le reflet de cette différenciation et des rapports sociaux ?** Deux exemples sont cités pour illustrer ces déterminants sociaux et le paradoxe entre valeurs et pratiques: le **mode de transport** et les **pratiques de nature**.

On constate que les cadres, les professions intermédiaires, les revenus assez élevés, mettent en place des pratiques environnementales (on les retrouve dans les AMAP). Mais la motivation de la pratique est-elle réellement environnementale ? Les pratiques environnementales reposent sur une logique distinctive : « bonnes et « mauvaises » pratiques. Mais ce sont aussi des pratiques de consommation, et dès lors, le revenu entre en ligne de compte dans l'analyse de ces pratiques. Une enquête a été menée sur les modes de transport. Le choix de prendre le bus ou la voiture était-il orienté par l'intérêt écologique ? On interroge dans un premier temps la notion de choix : acte volontaire ou déterminisme social ? Les politiques publiques tendent à dire qu'on a le choix, tandis que les sociologues penchent pour un déterminisme. Et dans le cas du transport on constate un paradoxe entre les valeurs prônées et les pratiques réelles: ce sont ceux qui ont des hauts revenus qui prennent la voiture. Plus le revenu diminue, plus les individus prennent les transports en commun, ce qui apparaît comme un choix subi. Le facteur économique est le plus lourd dans cette pratique. C'est pourtant la catégorie de personnes à hauts revenus qui dit vouloir faire le plus de

choses pour l'environnement. L'accès à la voiture s'inscrit dans des logiques de distinction sociale et de consommation très ancrées, la voiture représente un mode de vie idéal.

**On observe également une grande différence dans les pratiques de nature.** On constate une rupture urbaine/rurale, deux modes d'agir : pratiques de prélèvement / d'observation contemplation. Cela crée de nombreux conflits dans l'appropriation de l'espace rural. Ce qui est remis en cause, c'est la rupture rural/urbain et la représentation de l'espace productif.

#### **Que signifie « grand public » pour l'EEDD ?**

On passe du public scolaire au grand public parallèlement à un recentrage sur l'écocitoyenneté qui marginalise les autres formes d'intervention associatives. On entend généralement par éduquer le grand public « former à l'écocitoyenneté », ce qui induit une transformation comportementale. Aujourd'hui, que signifie sensibiliser le grand public ? Est-ce possible ? D'après les sondages, les français sont déjà « sensibilisés » à l'environnement. Une [enquête du CREDOC](#)<sup>1</sup> réalisée en juin 2011 fait état d'un acte de tri des déchets majoritaire quel que soit le groupe social (voir chiffres en annexe et dans l'étude) et 92% des personnes sondées déclarent être prêts à s'engager dans une action en faveur de l'environnement. **Comment expliquer cette adhésion ?** L'action écocitoyenne permet un engagement ponctuel et individuel à une cause collective. La logique collective est de moins en moins forte dans notre société, même s'il y a une recherche d'adhésion à des valeurs collectives comme l'environnement. L'acte écocitoyen regroupe les deux dimensions. Aujourd'hui l'environnement n'est plus une valeur revendicative. On observe un paradoxe écocitoyen : nous sommes entourés par la morale écologiste et la très grande majorité des actions se recentrent autour de l'écocitoyenneté. Cela aboutit à une dépolitisation. Nous ne sommes plus dans l'économie, le social, mais dans le traitement gestionnaire. De son côté, le secteur industriel propose des solutions, ce qui n'amène plus à considérer la question environnementale comme économique, politique et sociale. Le développement de ce secteur économique ne résout pas le problème environnemental puisqu'il propose une finalité économique et non écologique. Exemple : quand le pétrole augmente, Veolia vend mieux ses déchets recyclés. Il y a un détournement de cette volonté d'engagement écocitoyen par la logique économique.

---

<sup>1</sup> Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observations des Conditions de vie.

---

# Synthèse des échanges

---

- **EEDD et passage à l'acte : comment l'éducation à l'environnement peut développer l'esprit critique et être porteuse de formation politique ?**

Les éducateurs à l'environnement ont l'impression qu'on leur demande de faire du dressage comportemental. De forts doutes subsistent quant au passage à l'acte par rapport au déclaratif (situation de « schizophrénie » : il y a un écart entre ce que les individus disent. La sociologie révèle qu'aujourd'hui l'environnement est une valeur socialement partagée (ce qui n'a pas toujours été le cas), il s'agit d'une idéologie dominante. Mais en fin de compte, quel lien existe-t-il entre les pratiques écocitoyennes et la réalité environnementale ? Très peu de personnes sont au courant des enjeux économiques et sociaux autour de l'environnement. Paradoxe : l'écocitoyenneté fonctionne comme un voile. Qu'est-ce que l'écocitoyenneté peut faire pour développer l'esprit critique ? Comment l'éducation peut-elle être porteuse de formation politique ? On constate **une dérive** : l'intention sous-jacente est devenue « comment normaliser le grand public vers des actes écocitoyens ? ». Cette dérive s'est faite par l'écogeste à la portée de tous. Ce caractère de dérive de l'acte écocitoyen est d'autant plus prégnant que le choix en sociologie n'existe pas, il est toujours déterminé par quelque chose de plus fort que l'individu. La participation du public étant très encadrée, comment le collectif peut-il s'auto-organiser pour recréer des logiques autonomes dans les instances ?

- **Quelles évolutions pour l'éducation à l'environnement ?**

- La question environnementale par la segmentation rural/urbain : certains considèrent qu'on a perdu l'ancrage avec la nature, qu'en milieu rural on comprend mieux les interactions entre l'homme et la nature. Mais les ruraux ont aussi beaucoup prélevé.
- On constate que le problème ne se situe pas au niveau des connaissances. Plus on descend dans les couches de population, moins il y a de consommation. **Il faut interroger les usages**, repenser l'écocitoyenneté. Il faut revoir notre regard sur les couches populaires. Les politiques simplifient les problématiques environnementales afin d'être réélus.
- L'éducation populaire a pour objectif le développement de l'esprit critique des individus. Cet esprit critique a tendance à être remplacé par un discours prémâché, contre lequel on a du mal à lutter après coup, d'autant plus que ce sont des choses auxquelles on croit. On n'est plus dans l'analyse, la compréhension du milieu.
- Une inquiétude politique : les propositions qui sont sorties des assises sont les mêmes qu'il y a quelques années, elles n'ont pas été mises en œuvre. Le budget de l'EEDD a été coupé de 40% par la Région. Le terme « écocitoyenneté » est considéré par certains comme réducteur, on ne sait pas bien ce qu'il y a derrière. Comment former à la compréhension globale du milieu et à l'esprit critique ?
- Les médias ont un rôle à jouer pour la compréhension et mobilisation des citoyens.
- Il faut renforcer le lien entre monde scientifique et associatif. Relocaliser les problématiques grâce aux universitaires.
- Comment l'éducation à l'environnement peut intégrer les grands groupes d'entreprise? L'expérience montre que la compatibilité entre les deux mondes est un réel défi.
- Il faut repenser les pratiques pédagogiques : techniques, didactiques, théories. Exemple : envisager les technologies comme moyen de connexion ? Le problème se pose en termes de pérennité par rapport aux valeurs que l'on défend. Aujourd'hui on est dans du normatif alors qu'il faudrait interroger les besoins.

- **Envisager des portes d'entrée particulières par public**

- Le grand public est trop général, il y a DES publics. Aujourd'hui, on parle de public scolaire, public culturel (nouveau). Exemple de public culturel : Les [Envies Rhônements](#) (les arts de la rue) qui représentent environ 500-600 personnes rassemblées sur une journée. Il y a une porte d'entrée particulière par public. Il faut respecter la biodiversité du public, tous les publics sont intéressants. Multiplier les portes d'entrée. Il faut diversifier les supports, s'approprier les NTIC, faire du grand public un relai. Certains suggèrent un retour au militantisme. On met en garde contre l'uniformisation des approches et des pratiques.
- La question des publics de l'EEDD devient **politique** quand on vise ceux qui prennent les décisions, et les avis divergent. Qui sont le public de décideurs : les élus ? les électeurs ? comment faire pour que les gens s'impliquent ? Les élus ont une vision limitée du développement durable, et les gens s'impliquent peu politiquement. Mais attention à ne pas faire de la question du public une question trop politique.

- **S'accorder sur les objectifs à atteindre : la création d'espaces de concertation**

On constate des divergences sur les objectifs à atteindre. Les gestionnaires de territoire sont déjà sur site tandis que les éducateurs vont à la rencontre du public. Qu'attend-on de ce public ? Exemple : l'objectif de la Maison régionale de l'Eau est de donner à la population les moyens de participer au débat public. De plus en plus la population est associée à la prise de décision, des espaces de concertation se créent (exemple : concertation sur l'eau), il ne faut pas que ces concertations deviennent des parodies de débats publics. Exemple : pour la constitution du Parc des Calanques, les personnes consultées autour de la table étaient peu informées des véritables enjeux. Il est nécessaire d'instruire ces personnes au préalable. Dans les SCOT, les PLU, il est stipulé que le public doit être associé aux prises de décisions.

- **Où fait-on de l'éducation à l'environnement ? comment toucher les publics ?**

Pour beaucoup, l'éducation à l'environnement commence à l'école. Quand on sort de l'école, comment former les adultes ? Il faut d'abord les informer. Certains se disent gênés par l'idée communément répandue selon laquelle les enfants éduquent leurs parents. Les adultes sont aussi en demande d'éducation, d'information. Il faut aller là où les adultes sont, occuper leur « espace-temps » (Ex : les centres commerciaux à Noël). Une expérience qui a fonctionné : aborder les adultes le soir le long de la plage sur le marché. Il faut rentrer dans les logiques commerciales, les toucher à tous les niveaux : « On doit devenir comme les panneaux publicitaires : incontournables ! » Il s'agit aussi de répondre à une demande indirectement. Ex : pour le lancement de l'Agenda 21, Ecoute Ta Planète a proposé d'intervenir en amont dans les écoles, puis dans les événements grand public. « Nous étions présents avec des sketches pour expliquer la démarche. Nous nous sommes inscrits dans la durée ». Il faut que la commune impliquée dans la démarche y trouve son compte. C'est aux éducateurs à l'environnement de trouver un argumentaire pour convaincre les élus de la plus-value. Cet objectif est difficile à atteindre.

On peut conclure qu'il faut être là où on ne nous attend pas et ne pas forcément se présenter avec l'entrée EEDD mais une entrée ludique. Il faut former les professionnels en même temps que les enfants. On insiste sur l'importance du **bénévolat** et de l'échelle de l'action : l'expérience tend à montrer que les actions à petite échelle fonctionnent mieux. Enfin, on met en garde contre une tendance à la déformation du vocabulaire « il faut ».

---

# *Interventions : présentation de projets EEDD à destination du grand public*

---



## Ecopolénergie et les Espaces Info Energies

*Présentés par Olivier Giovannangelli, directeur d'Ecopolénergie*  
Voir annexe 3

**Ecopolénergie** est une association loi 1901 créée en mai 2001 à Gardanne. Elle est composée de 4 bénévoles formant le bureau, de 9 salariés et 60 adhérents. Elle a pour objet la sensibilisation, l'information, l'éducation, le conseil et la formation d'un large public à la maîtrise d'énergie, la diversification énergétique et aux énergies renouvelables. Ces missions sont mises en œuvre autour de quatre secteurs : Formation, Education à l'énergie et à l'environnement, Précarité énergétique, et Conseil en énergie partagée/Espace Info Energie (EIE).

L'Espace Info Energie a pour vocation de viser le « grand public », l'objectif souhaité par les pouvoirs publics étant de toucher le plus grand nombre de personnes afin de satisfaire aux engagements nationaux. Les conseillers info Energie orientent les particuliers vers des solutions personnalisées pour mieux maîtriser les consommations d'énergie. **On distingue un décalage entre la cible institutionnelle, le « grand public », et la cible effective, les particuliers en démarche d'achat ou de réhabilitation de leur logement**, ce qui implique une certaine catégorie sociale qui a les moyens d'entreprendre des travaux. Cela implique aussi que les particuliers en demande connaissent déjà les EIE et soient déjà un public sensibilisé aux enjeux de l'environnement). Au final, le public touché est donc très restreint : on compte 400 contacts dans l'année.

A travers les missions du secteur précarité énergétique, Ecopolénergie travaille avec des bailleurs sociaux pour la maîtrise des consommations d'énergie des locataires. Ce sont les habitudes des particuliers qui sont visées : si des travaux sont entrepris, comment les gens acceptent-ils le changement dans leur maison ? Comment se servent-ils de leurs appareils ? Ecopolénergie applique alors la devise « Bâtiment passifs, habitants actifs » : en effet, il n'est pas utile de faire des travaux d'isolation si le bénéficiaire n'est pas éduqué. Une méthodologie en place : des ateliers où on apprend aux gens à lire leur facture ont été organisés

On s'aperçoit qu'on ne touche pas du tout le grand public, on touche les particuliers. Cela implique qu'ils connaissent les EIE et qu'ils soient déjà sensibilisés. Au final, le public est restreint : Dans l'évaluation on ne connaît pas l'impact de ces entretiens. Pour toucher le grand public, il faudrait que l'ADEME mène des campagnes nationales. On a essayé d'intégrer dans notre démarche de grands groupes tels que Leroy Merlin, cela s'est soldé par un échec dû à leur logique mercantile.

Aujourd'hui, l'avenir des EIE est remis en question, les collectivités menacent de couper leurs subventions car ils ne touchent pas la cible escomptée. Le grand public est vécu comme une cible « subie » : « on arrive à toucher tous les publics mais pas le grand public ».



## Les campagnes « Eco Attitude » et « inf'eau mer »

*Présentées par Corinne Roux, directrice d'Écoute Ta Planète*

Voir Annexe 4

Créée en 2005, l'association [Écoute Ta Planète](#) est basée à Châteauneuf les Martigues. Son objectif est de sensibiliser les jeunes et les adultes, sur leur environnement naturel, urbain et industriel. Ses activités :

- Dirige des animations pédagogiques auprès des scolaires ;
- Organise des après-midi découvertes pour les adhérents ;
- Anime des stands lors de manifestation (Mer en fête, Fête de la Science, Journées de la mer à Carry, Semaine du développement durable,...) ;
- Participe à des campagnes de sensibilisation (Ecogestes, Inf'Eau Mer, Ma plage moi je la respecte ...)
- Est Coordinateur départemental de la campagne Ecogestes ;
- Réalise et anime des expositions ;
- Sensibilise le personnel des collectivités et des entreprises au développement durable ;
- Anime à l'aide d'un outil électronique avec système de vote, projection sur écran géant d'un quizz interactif. La technologie utilisée permettra d'établir des statistiques instantanées sur les résultats des participants.

Corinne Roux, directrice d'Écoute ta Planète, témoigne sur deux campagnes animées par l'association, Eco Attitude et Inf'eau Mer.



### La campagne Eco Attitude :

Depuis 3 ans. Objectif : toucher un public non sensibilisé. Répondre à une problématique de consommation et loisir, on s'adresse à des vacanciers.

Plusieurs structures participent avec quelques questions communes et d'autres plus spécifiques aux territoires. Les hébergeurs paient la prestation. Questions de connaissance et sensibilisation. On parle d'économie, les hébergeurs y trouvent leur compte car les gens économisent plus alors que les vacanciers ont tendance justement à se relâcher durant le temps de congé. Le format « animateur + boitier » est à la mode, aspect ludique. Les partenaires ne financent que les lots (cadeaux spécifiques : déchets, bio, eau), la communication et la logistique. Nous recevons des requêtes particulières de la part des hébergeurs. Les questions déchets partent en débat.

La campagne Inf'eau mer :

---

Inf'eau mer est une campagne régionale d'information et de sensibilisation à l'environnement destinée à un large public qui fréquente les plages et les littoraux. 12 structures se mobilisent sur cette campagne organisée dans le cadre du Réseau mer et coordonnée par Méditerranée 2000. Elles font le relai entre les gestionnaires de milieux, les politiques et le public pour informer ce dernier sur les actions locales. Des questionnaires sont remis aux usagers de la plage pour mieux comprendre les comportements et cerner les attentes du public. Ces questionnaires sont récupérés sur des stands où sont proposés des jeux éducatifs, des brochures d'information, une exposition. Des objets en lien avec la protection de l'environnement y sont offerts (exemple : sacs réutilisables, cendriers de plage). Les éducateurs sur la plage abordent les usagers en fonction de leur disponibilité.

Constat de ces deux campagnes : En situation de loisir, on a un autre comportement.

Composée d'ingénieurs informatiques et biologistes, [Natural Solutions](#) est une entreprise qui édite depuis 2008 des logiciels et outils pour naturalistes. Natural Solutions est encouragée par ses partenaires à mettre l'innovation technologique au service de l'écocitoyenneté et du grand public.

En 2011 le concept d'[ecoBalade](#) voit le jour. L'objectif du projet est de proposer un outil qui aide à reconnaître les plantes, les oiseaux, etc. L'outil, une application pour smartphone, permet au promeneur d'identifier en toute autonomie des espèces remarquables grâce aux clés de découvertes proposées, en cochant les caractéristiques. La dimension participative du projet réside dans la possibilité qu'a l'utilisateur de l'outil de marquer ses découvertes et créer des fiches de données biodiversité. Il peut aussi partager sa connaissance avec une communauté sur une plate-forme collaborative. L'outil se veut accessible au plus grand nombre car il repose sur une activité à portée de tous, non discriminante, la marche.

Le projet bénéficie du dispositif [PACA Labs](#) qui subventionne les innovations numériques en PACA et se développe en partenariat avec la Communauté d'Agglomération Toulon Provence Méditerranée, l'Ecole d'ingénieurs ISEN, le Laboratoire I3M (Sophia) et le programme [ERIC](#)<sup>2</sup>.

Au cours de sa phase d'expérimentation, 4 parcours ont été testés, notamment avec les publics des ERIC. [Le Naturoscope](#) a accompagné cette expérimentation. Même si l'objectif est de faire des écobalades tout seul, il s'agit aussi de voir comment un animateur nature peut se saisir de l'outil comme d'une aide pour son animation. L'outil est destiné à être utilisé sur des itinéraires pré-définis. Fin avril 2013, une expérimentation est prévue en mode livre.

Les données issues de ces observations sont destinées à être partagées, diffusées, ce sont des données libres de droits (Opendata). L'information pourrait être transmise par exemple à TPM ou aux offices de tourisme. Il est cependant nécessaire de préciser que l'outil est un facilitateur, il n'amène pas un nouveau public. Ce sont des personnes convaincues qui l'utilisent.

---

<sup>2</sup> Espaces Régionaux Internet Citoyens



## Les outils de la Maison Régionale de l'Eau

---

Présentés par Karine Viciano, directrice adjointe de la Maison Régionale de l'Eau

Fondée en 1991 par la volonté de scientifiques et l'appui de collectivités territoriales, la [Maison Régionale de l'Eau](#) crée et diffuse des connaissances sur l'eau et les milieux aquatiques. Son objet principal est donc l'information du public, de tous les publics, une information qu'elle veut avant tout accessible et gratuite. La Maison Régionale de l'Eau propose pour cela différentes formules pédagogiques (journées de sensibilisation, classes d'eau,...) dont certaines sont gratuites pour les classes de la région. L'association dispose d'un pôle scientifique met son savoir et ses compétences à disposition d'acteurs publics ou privés.

La Maison Régionale de l'Eau touche le public adulte par des actions de communication, des conférences. Le grand public est sensible aux catastrophes naturelles. Durant ces périodes, on constate qu'il y a plus de monde aux conférences. Paradoxalement, il y a urgence : la Directive Cadre sur l'Eau (qui définit un cadre européen pour la gestion et la protection des eaux) vise un bon état écologique des eaux en 2015. Comment le grand public peut-il être acteur du bon état écologique ?

Quelques exemples d'outils sont proposés :

### Malle Hydropolys

La Maison Régionale de l'Eau a conçu l'outil pédagogique **Hydropolis** à destination de tout animateur du territoire qui intervient dans l'éducation à l'environnement sur le thème des milieux aquatiques. Il permet d'appréhender auprès de tout public, à travers six cours d'eau types de notre région, l'évolution des peuplements benthiques et de la qualité des milieux aquatiques. L'objectif de cet outil interactif est de comprendre le fonctionnement des rivières de PACA et de devenir acteur de la reconquête de la qualité des cours d'eau.

100 malles ont été produites, disponibles gratuitement, accompagnée d'une formation des animateurs.

### Le théâtre au service de l'eau

Le spectacle de théâtre "Les Olympides" a été conçu en 2005 par la Maison Régionale de l'Eau (Barjols) et la Compagnie Art.27 (Avignon), à l'occasion de la première consultation du public sur l'eau et les milieux aquatiques. L'objectif était d'attirer « Monsieur et madame Tout-le-monde » à travers une problématique culturelle représentant les différentes visions des enjeux de l'eau que peuvent avoir les acteurs concernés : élus, associations de protection de l'environnement, industriels, consommateurs, amoureux de la nature, services de l'Etat, etc...

### Exposition Denthos

Le public branché « high tech » pourra être séduit par cette exposition basée sur des hologrammes en 3D représentant les « bestioles » des milieux aquatiques. Exposition à paraître en juin 2013.

---

# *Le Village du Développement Durable de la Foire de Marseille*

---



*Présenté par Valérie Miravalls, chargée de développement à l'Atelier Méditerranéen de l'Environnement*



Depuis trois ans, l'Atelier Méditerranéen de l'Environnement, contactée par la SAFIM<sup>3</sup>, coordonne le Village du Développement Durable à la Foire de Marseille qui a lieu tous les ans en septembre. Objectif : représenter toutes les facettes du développement durable. Les acteurs de l'EEDD ont toute leur place dans cette manifestation : tous les ans le GRAINE PACA réserve un stand et offre la possibilité à ses adhérents de présenter leur structure et activités (appel à intérêt lancé en août via la liste de diffusion des adhérents).

C'est l'occasion durant 11 jours de faire découvrir l'EEDD à un public de non convaincus (contrairement au public du salon : [Artémisia](#)). En 2012, 310000 visiteurs, de PACA et hors PACA ont fréquenté les différents pavillons de la Foire. En septembre 2013, avec le projet Marseille Provence 2013, on s'attend encore à d'avantage d'affluence. Tous les publics sont représentés, et tous les domaines : bâtiment, tourisme, mobilité, institutions... Le Village du Développement Durable est situé à l'entrée de la Foire, à l'esplanade 1, dans le Hall regroupant notamment les thématiques Beauté et Bien-être qui attirent généralement beaucoup de publics. L'Atelier Méditerranéen de l'Environnement est en charge l'animation du village qui grossit au fil des années : « A nous de capter

---

<sup>3</sup> La SA Foire Internationale de Marseille (SAFIM), gestionnaire du Palais des Congrès et des Expositions de Marseille, organise et reçoit des événements et manifestations à Marseille.

le public, avec l'aide du micro (une année, nous avons circulé en pousse-pousse dans la Foire pour rassembler du monde autour du Village), on intéresse les gens par entrée (cuisine, jardin,...) ». Dès qu'il y a une animation, le public est attiré. C'est le moment d'amener vos expositions. Autre avantage : on peut rencontrer de potentiels partenaires.

Les craintes exprimées face à ce type d'événements sont les suivantes :

- **Cet événement est-il géré de manière écologique ?**  
En 2012, un centre de tri a été mis en place, des ambassadeurs du tri ont été employés, mais des progrès sont à faire quant à la gestion de l'événement qui reste globalement peu écologique.
- **Comment attirer le public ? Y a-t-il un intérêt si les structures n'ont rien à vendre ?**  
La curiosité est la principale raison qui fait que les gens s'arrêtent. Il y a 2 ans, nous avons touché un public de convaincus. Pour les Espaces Info Energies qui participent ou souhaiteraient participer, les expositions sont bien visuelles. Exemple : en 2012, four solaire, animation. Confédération paysanne.
- **Quel est le coût de la participation ?**  
Le coût n'est pas le même pour les associations et les entreprises. On essaie d'avoir des aides, des sponsors.

---

# *Bilan de la journée « EEDD et grand public »*

---

Cette journée d'échanges, à travers le point de vue sociologique confronté aux témoignages du terrain, a permis de questionner la notion de « grand public » et d'engager une réflexion sur les pratiques pédagogiques, le temps de l'éducation, et le rôle de l'EEDD.

Il n'y a pas un grand public mais des publics. L'approche sociologique sur la question des publics opère une catégorisation par tranche d'âge et/ou catégories socio-professionnelles. Cette catégorisation se retrouve dans les faits : selon le type d'action, les éducateurs constatent que ce sont les mêmes types de publics qui sont concernés. L'exemple des Espaces Info Energies, destinés à l'origine au « grand public », et dont les actions ne touchent en fait qu'un public au revenu assez élevé, déjà sensibilisé, et en démarche de travaux pour leur logement, est éclairant. Les publics éduqués sont souvent des publics déjà sensibilisés. La question suivante se pose alors : comment sensibiliser un public de non convaincus ?

Pour éduquer le plus grand nombre, il est nécessaire de diversifier les approches, les outils pédagogiques, les pratiques en interrogeant les usages et en tenant compte des facteurs socio-économiques qui jouent un rôle dans le choix de consommation de l'individu. En termes d'approche et d'outils, les NTIC peuvent être un bon moyen d'attirer les publics, même s'ils ne constituent pas une fin pédagogique en soi ni une solution miracle. L'échelle de l'action a son importance, l'expérience prouvant qu'une petite échelle permet d'être plus efficace. Les médias ont aussi un rôle à jouer en proposant des outils de sensibilisation et en faisant des citoyens des relais d'information ; le secteur de la recherche scientifique (sciences sociales notamment) peut contribuer à l'atteinte des objectifs de l'EEDD en repositionnant les problématiques.

Les limites de l'approche cognitive ont été constatées et des doutes subsistent quant au passage à l'acte. Cette finalité du passage à l'acte est elle-aussi questionnée. On entend généralement par éduquer le grand public « former à l'écocitoyenneté ». De nombreux éducateurs considèrent cette vision de l'EEDD résumée à l'écocitoyenneté et réduite à l'écogeste, comme une dérive alors que l'EEDD doit développer l'esprit critique et donner les moyens intellectuels de participer à la concertation citoyenne sur les problématiques de développement durable.

L'EEDD doit faire face à une double contrainte : il y a urgence à agir par rapport au changement climatique et à l'épuisement des ressources alors que l'éducation est une action en profondeur, qui va au-delà de la sensibilisation et requiert plus de temps. La question du temps est importante et va de pair avec l'approche du public, notamment du public d'adultes. Une fois sorti de l'école, quels peuvent être les temps d'éducation pour un adulte ? Les éducateurs préconisent des actions répétitives, qui s'inscrivent dans la durée. La question de la formation pour adultes et de l'EEDD dans les entreprises a été peu évoquée. Il est nécessaire de sortir des méthodes traditionnelles.

La réflexion est engagée mais des solutions concrètes doivent encore être apportées à cette problématique des publics. Dans la perspective d'une prochaine journée d'échanges sur cette thématique, plus de cadrage serait attendu (par exemple : lister les différents types de « grands publics » et y associer les outils qui fonctionnent - Identifier les manques pour toucher ce public et réfléchir à des solutions).

## Annexe 1 : Liste des participants

Nom	Prénom	Structure	Signature
ASSUNCAO	Olivier	Natural Solutions	<a href="mailto:olivier_assuncao@natural-solutions.eu">olivier_assuncao@natural-solutions.eu</a>
BELDA	Magali	FAIL13 – Ligue de l'enseignement / ALSH municipal Lanbesc	<a href="mailto:alsh.lambesc.fail13@live.fr">alsh.lambesc.fail13@live.fr</a>
BOUQUET	Pierre	Consultant	<a href="mailto:pierre.bouquet9@orange.fr">pierre.bouquet9@orange.fr</a>
CATALA-MALKAS	Lydie	Syndicat Mixte pour la Gestion du Domaine de la Palissade	<a href="mailto:lcmpalissade@palissade.fr">lcmpalissade@palissade.fr</a>
DEPUIT	Laurence	Mativi-Marseille	<a href="mailto:laurence@mativi-marseille.fr">laurence@mativi-marseille.fr</a>
DI ROMA	Paul	AMIEU	<a href="mailto:paul.di-roma@wanadoo.fr">paul.di-roma@wanadoo.fr</a>
ETIENNE	Jennifer	CPIFP Le Loubatas	<a href="mailto:jennifer.etienne.27@gmail.com">jennifer.etienne.27@gmail.com</a>
GAUTHIER	Carine	CCO Relais Nature de la Moline	<a href="mailto:carine.gauthier@cco13.fr">carine.gauthier@cco13.fr</a>
GIOVANNANGELLI	Olivier	Ecopolénergie	<a href="mailto:olivier.giovannangeli@ecopolenergie.com">olivier.giovannangeli@ecopolenergie.com</a>
GOMBERT	Cyril	Naturoscope	<a href="mailto:cyril.gombert@naturoscope.fr">cyril.gombert@naturoscope.fr</a>
JACQUÉ	Marie	Aix-Marseille Université	<a href="mailto:marie.jacque@univ-amu.fr">marie.jacque@univ-amu.fr</a>
LERBEY	Floriane	Individuel	<a href="mailto:floriane@imedlitto.com">floriane@imedlitto.com</a>
LORIN	Vincent	Individuel	<a href="mailto:20100lorin@gmail.com">20100lorin@gmail.com</a>
MIRAVALLS	Valérie	Atelier Méditerranéen de l'Environnement	<a href="mailto:v.miravalls@am-environnement.org">v.miravalls@am-environnement.org</a>
PAYET	Sandrine	San Ouest Provence	<a href="mailto:sabine.payet@ouestprovence.fr">sabine.payet@ouestprovence.fr</a>
PELLEGRINO	Sandrine	Pôle Azur Provence	<a href="mailto:s.pellegrino@poleazurprovence.com">s.pellegrino@poleazurprovence.com</a>
PIERRARD	Claire	GRAINE PACA	<a href="mailto:clairepierrard@grainepaca.org">clairepierrard@grainepaca.org</a>
RAYNAUD	Stéphanie	Prométhic	<a href="mailto:stephanie@radioethic.com">stephanie@radioethic.com</a>
ROUX	Corinne	Ecoute Ta Planète	<a href="mailto:etap@ecoute-ta-planete.org">etap@ecoute-ta-planete.org</a>
SOUTENET	Laure	Champs Libres	<a href="mailto:contact@champs-libres.org">contact@champs-libres.org</a>
VICIANA	Karine	Maison Régionale de l'Eau	<a href="mailto:karine.viciana@mrepaca.com">karine.viciana@mrepaca.com</a>
VILLEMMAIN	Sophie	Maison Régionale de l'Eau	<a href="mailto:sophie.villemmain@gmail.com">sophie.villemmain@gmail.com</a>

Contact : Clélie Régnès – GRAINE PACA [clelieregnes@grainepaca.org](mailto:clelieregnes@grainepaca.org) / 04 42 97 11 51

Le « grand public » : réalité  
sociologique ou repositionnement  
de l'éducation à l'environnement ?

Marie Jacqué  
MCF en sociologie  
Université Aix Marseille  
Laboratoire Population Environnement Développement

- 1) Nous présenterons la façon dont la sociologie peut apporter des éléments dans la compréhension des « publics » de l'éducation à l'environnement
- 2) Comment le recours à cette notion est aussi révélatrice d'un repositionnement des actions d'éducation à l'environnement autour des pratiques écocitoyennes

## Des « publics » aux classes sociales

- Les publics sont construits en lien avec une action de politiques publiques.
- Ils s'appuient sur une catégorisation du monde social qui vise à définir les « bénéficiaire » de l'action publique
- Ces catégorisations se définissent en opposition les unes des autres : public scolaire / grand public; public spécialisé/ grand public

- Cette notion de « publics » n'a pas vraiment de sens sociologique. La sociologie analyse la réalité à partir de ses différenciations sociales.
- Les déterminants de l'action sociale : quels sont les facteurs sociaux qui expliquent les pratiques et les représentations sociales des individus ?

- Socialisation et groupes sociaux

Processus d'apprentissage qui façonne l'individu comme un être social. Intériorisation de normes, de valeurs propres à une société et à un groupe social d'appartenance.

- Pratiques et classes sociales

Analyse des pratiques au regard des rapports sociaux : comment les pratiques s'inscrivent dans des logiques de distinctions.

## Deux exemples

### 1. Les pratiques « environnementales »

Des pratiques socialement différenciées : des pratiques économes aux pratiques de consommation.

Un écart entre les valeurs et les pratiques : l'exemple du mode de transport.

## La voiture : un bien économique qui structure la vie sociale des individus

- Une utilisation majoritaire chez les salariés et dominante chez les étudiants.
- Une pratique déterminée par le revenu
- Les transports collectifs une solution « subie »
- Les individus qui adhèrent le plus aux valeurs environnementales ne modifient pas pour autant leur mode de transport

- Le recours à la voiture, parce qu'il s'inscrit dans l'accès à un « mode de vie idéal », relève avant tout des logiques de distinction et de consommation
  - Une pratique différenciée en fonction de l'âge : plus on vieillit, plus on prend la voiture
  - Posséder un jour une voiture est important pour ceux qui n'en ont pas aujourd'hui

- 2 Les pratiques de « nature »



Le « grand public » : une nouvelle catégorie d'action pour l'éducation à l'environnement

- Du public scolaire au grand public : le repositionnement de l'éducation à l'environnement autour de la notion d'écocitoyenneté
- Sensibiliser le grand public : mythe ou réalité ?

D'après les sondages, les français sont déjà « sensibilisés » à l'environnement

- **Pensez-vous que les efforts de chacun des citoyens peuvent avoir un impact important sur la protection de l'environnement ?**

Oui : 93 / Non : 6/ Nsp : 1

Source : CRÉDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations », juin 2011

- Seriez vous prêt à vous engager dans une action en faveur de l'environnement ?

Oui : 92% / Non : 5%/ Nsp : 3%

- 77% des français déclarent trier le verre, 71% les piles, 71% les emballages, 69% les papiers (credoc 2010). L'acte de tri est majoritaire quelque soit les groupes sociaux mais plus marqué dans certaines catégories sociales (81% chez les cadres et les PI). Plus le revenu augmente plus on trie.

- Au regard de ces données, les français sont conscients, sensibilisés et écocitoyens.
- Pourquoi cette adhésion ? L'acte écocitoyen permet un engagement individuel au nom d'une cause collective. L'environnement est devenue aujourd'hui une morale socialement partagée, intériorisée à laquelle les individus adhèrent.

# La construction du nouveau citoyen et les paradoxes de l'engagement écocitoyen

La diffusion d'une morale écologique : transformation du système de valeurs, dépolitisation des questions économiques et sociales par une moralisation des modes de production et de consommation. Le rachat de la faute par l'acte individuel

Actions de formation, d'éducation, de communication qui concourent à la divulgation d'un discours moral et moralisateur. Actions qui permettent l'intégration à un nouveau marché.



## Pas de grand soir mais de beaux jours : une multitude d'actes singuliers

- Des pratiques de consommation qui valorisent le « bien être individuel » tout en permettant l'adhésion à des valeurs communes.
- Des pratiques en quête de lien social, qui permettent aussi à l'individu d'agir dans son quotidien face à une organisation de la production qui lui échappe de plus en plus.
- Pratiques pas nécessairement cumulables et qui peuvent être discontinues dans le temps.



---

### *Annexe 3 : Diaporama d'Ecopolénergie*

---



## L'association Ecopolénergie



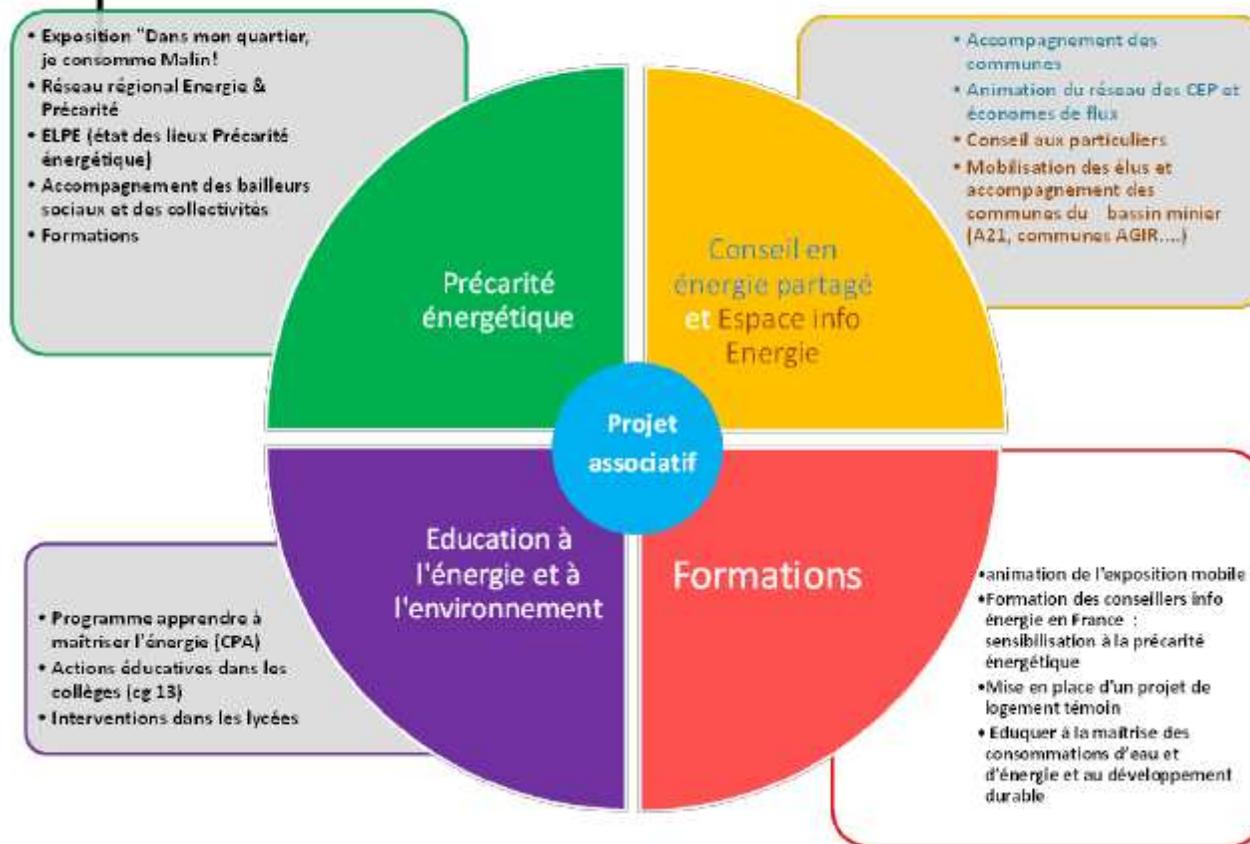
Association, loi 1901  
créée en Mai 2001 à Gardanne  
4 bénévoles formant le bureau, 9 salariés, 60  
Adhérents.

Informer, Sensibiliser, Éduquer, Conseiller et Former un  
large public à la maîtrise de l'énergie et aux énergies  
renouvelables, à la **diversification énergétique** et à la  
**protection de l'environnement**

***ECOPOLENERGIE, Une association au  
service du développement durable***



## Les pôles de compétences de l'association Ecopolenergie





## L'espace Info Energie



L'espace Info Énergie du Bassin minier de Provence assure une mission de service public d'informations et de conseils gratuits, neutres et indépendants sur la maîtrise de l'énergie et des énergies renouvelables.

Par une approche globale du projet, les conseillers Info Énergie orientent vers des solutions personnalisées pour mieux maîtriser les consommations d'énergie.



## Les Espaces Info Energie



Cible institutionnelle : Le grand public



Objectif : Toucher le plus grand nombre de personnes afin de répondre aux engagements Nationaux



## Les Espaces Info Energie



Cible touchée: Les particuliers en démarche d'achat ou de réhabilitation



Particuliers:  
-connaissant l'existence d'un Espace Info Energie  
-faisant la démarche de contacter l'EIE  
-Sensibles à l'environnement et MDE



Public très restreint



## Les Espaces Info Energie



Décalage entre cible initiale « Grand public » et cible touchée (public averti)



- Communication « grand public » pas assez développée / efficace
- Les « habitudes » des particuliers



Se pose aujourd'hui la question sur l'avenir des EIE car ils ne touchent pas la cible escomptée ...

Annexe 4 : Diaporama des campagnes Eco Attitude et Inf'eau mer





## Eco Attitude, le jeu interactif pour un tourisme durable

### Des objectifs simples mais ambitieux

- **Promouvoir des comportements respectueux de l'environnement** sur les lieux de vacances mais aussi dans la vie de tous les jours
- **Donner des informations précises, originales, d'actualité**
- **Valoriser le patrimoine** environnemental du territoire.





### Dans la bonne humeur

- Une **projection sur grand écran type quizz** animée par des professionnels de l'éducation au développement durable
- Les participants votent en direct grâce à des **boîtiers interactifs**
- Des petits reportages ponctuent la séance

### A destination de divers publics

- Dans les **structures d'hébergements touristiques**
- Dans les structures d'accueil des touristes
- Lors de manifestations estivales





## Que mange-t-on dans l'oursin?

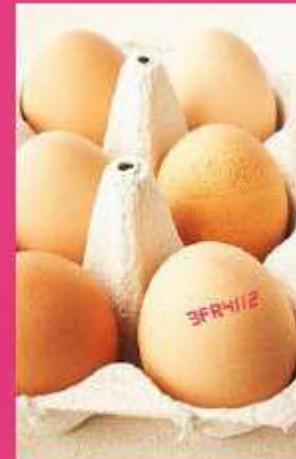


1. L'estomac
2. La matière grise
3. Les gonades



## Que signifie le premier numéro indiqué sur les coquilles d'œufs?

1. Le lieu de production
2. La date de péremption
3. Les conditions de production



ÉCO-ATTITUDE  
LE JEU INTERACTIF



**Observez bien cette photo. Qu'est-ce que c'est?**



1. Une pelote de posidonie
2. Le fruit d'une plante marine
3. Une pelote de réjection d'oiseaux marins
4. Le squelette d'une éponge





## Eco Attitude, le jeu interactif présent sur tout le littoral Paca et la Corse

La campagne Eco Attitude est menée lors de la saison estivale sur tout le littoral PACA et la Corse par **7 structures du Réseau Mer**



ECO-ATTITUDE  
LE JEU INTERACTIF



## Eco Attitude, des partenaires impliqués





## Eco Attitude, le bilan de la campagne

- **179 interventions sur 10 villes du littoral**
- **8 000 personnes sensibilisées** au développement durable grâce au jeu interactif Eco Attitude





## Eco Attitude, en images





Campagne d'information et de  
sensibilisation à l'environnement

## Objectifs de la campagne

- **Inform**er le public sur les actions menées par les instances publiques en faveur de l'environnement
- **Inform**er et **sensibiliser** un large public sur la protection de l'environnement par une **approche ludique et éducative**
- Faire **évoluer les comportements** afin de préserver l'environnement
- **Recueillir des informations** sur la perception du grand public concernant l'environnement

# Les acteurs de la campagne



**12 structures** du Réseau Mer  
toujours mobilisées

**11 années d'actions**

**1 campagne complémentaire :**  
Ecogestes pour la Méditerranée

Le **Réseau Mer** : un collectif qui regroupe associations, collectivités, Agence de l'eau Rhône Méditerranée Corse et Conseil Régional PACA, pour la préservation du littoral



[www.reseaumer.org](http://www.reseaumer.org)

## Nos outils

- **Un questionnaire** adaptable au contexte local pour mieux comprendre les comportements et cerner les attentes du public
- **Des jeux** ludiques et éducatifs
- **Des brochures** d'information
- **Une exposition**
- **Des objets** en lien avec la protection de l'environnement offerts (sacs réutilisables, cendriers de plage...)

# Nos partenaires 2012

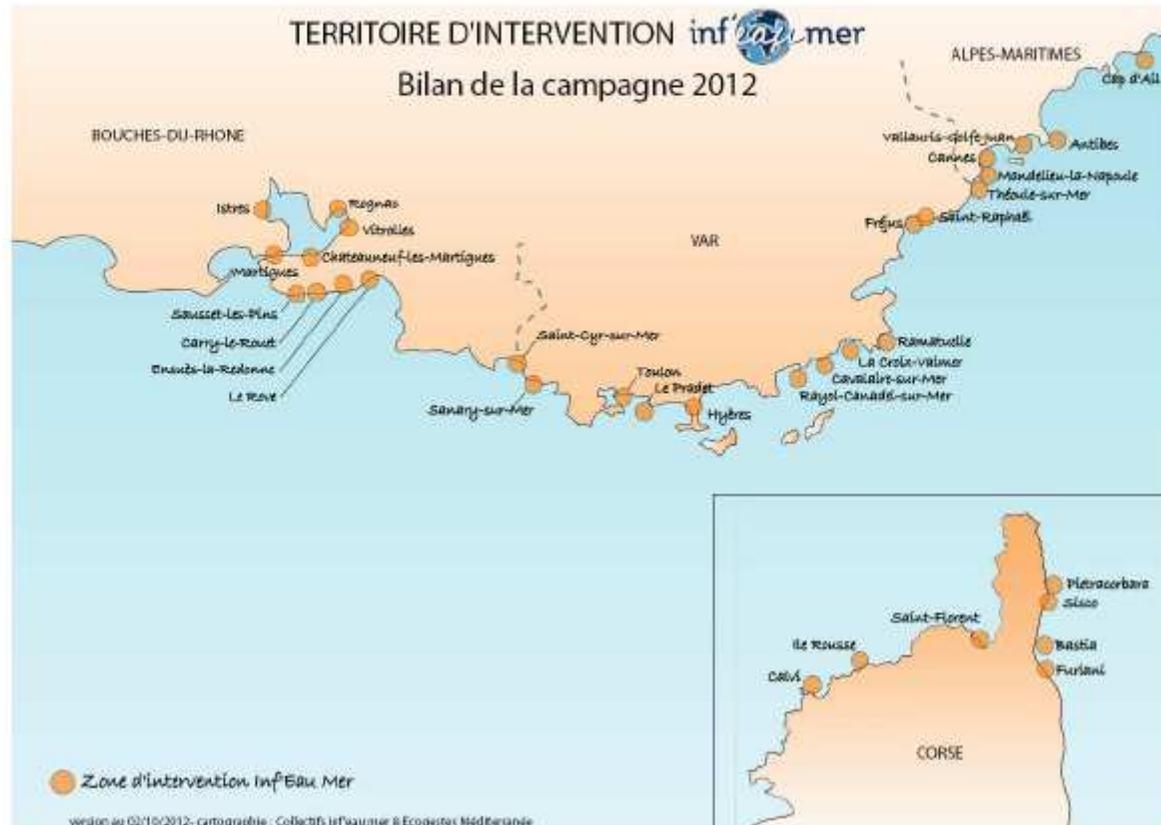
Région



Provence-Alpes-Côte d'Azur



# Territoire d'intervention



## Notre action

Un **stand ouvert et adapté à tous**, tenu **toute l'année** lors d'évènements locaux et sur les plages durant l'été, afin d'informer et de sensibiliser les résidents et les touristes



## Nos outils

- **Un questionnaire** adaptable au contexte local pour mieux comprendre les comportements et cerner les attentes du public
- **Des jeux** ludiques et éducatifs
- **Des brochures** d'information
- **Une exposition**
- **Des objets** en lien avec la protection de l'environnement offerts (sacs réutilisables, cendriers de plage...)



## Bilan annuel

Les questionnaires recueillis sont analysés et un **bilan** est transmis aux communes.

En 2012,

**3 000 questionnaires** ont été recueillis

**6 000 personnes sensibilisées** lors de **119 journées**

« Inf'eau mer » réalisées sur **66 plages** de

**34 communes** de la Région Provence-Alpes-Côte  
d'Azur et en Corse.

# La campagne en images



Plus d'infos : [www.infeaumer.org](http://www.infeaumer.org)

## Contacts

### *Ecoute ta planète*

*rue Erasme Guichet*

*13220 CHATEAUNEUF LES MARTIGUES*

[etap@ecoute-ta-planete.org](mailto:etap@ecoute-ta-planete.org)

04 42 46 95 63 – 06 79 82 26 31

[www.ecoute-ta-planete.org](http://www.ecoute-ta-planete.org)



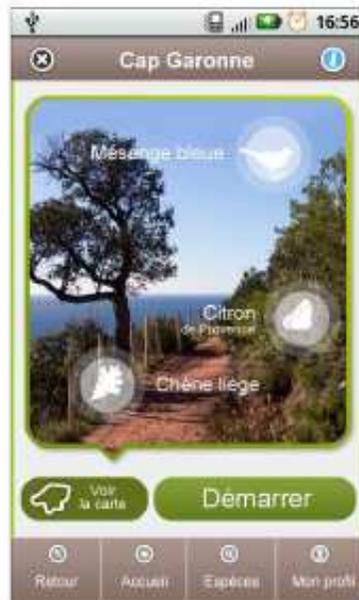
### Coordination de la campagne régionale

04.92.99.10.01

[contact@mediterranée2000.org](mailto:contact@mediterranée2000.org)



## Annexe 5 : Diaporama du projet EcoBalade



Une innovation technologique au service d'une démarche éco-citoyenne



- ↳ Dès 2008, Natural Solutions édite des logiciels et des outils pour naturalistes.

"Composée d'ingénieurs informatique et de biologistes, Natural Solutions propose des services et des solutions technologiques nouvelles au service de la biodiversité."



- ➔ Natural Solutions est encouragée par ses partenaires pour décliner ses solutions pour le grand public : le concept d'ecoBalade voit le jour en 2011



**C'est quoi cette plante ???**

**Pour les curieux de la nature...**

Ne vous-êtes vous jamais poser la question sans pouvoir y répondre dans l'instant?

**C'est possible grâce à ecoBalade!**



Rouge-gorge familier



Amaryllis



Ciste de Montpellier

Comment fait-on la différence entre le pin d'Alep et le pin maritime?

Contrairement aux résineux les feuillus ont des feuilles larges et plates qui tombent en hiver...



## ecoBalade comment ça marche ?

### 1- Identifier les espèces remarquables

Reconnaitre | lister

- Arbres
- Arbustes et plantes
- Insectes
- Mammifères
- Oiseaux
- Reptiles

Retour | Accueil | Espèces | Mon profil

Ces feuilles sont...?

Le bord de la feuille est-il...?

La disposition des feuilles est-elle...?

Comment est le fruit...?

Comment est la fleur...?



ecoBalade comment ça marche ?

## 2- Marquer ses découvertes, créer des données de biodiversité





## L'expérience ecoBalade





---

olivier\_assuncao@natural-solutions.eu



---

04 91 33 53 87

**Ecobalade.fr**







**GRAINE PACA**  
***Réseau régional pour l'éducation à l'environnement vers un  
développement durable***

Domaine du Petit Arbois - Le Marconi - Avenue Louis Philibert  
13 857 Aix-en-Provence Cedex 03

**Téléphone (ligne directe) : 04.42.97.11.52**

Fax : 04.42.97.11.51

Email : [gpaca@grainepaca.org](mailto:gpaca@grainepaca.org) - Site Internet : [www.grainepaca.org](http://www.grainepaca.org)