



HAL
open science

L'innovation sociale dans la communication territoriale sur le changement climatique

Marième Pollèle Ndiaye

► **To cite this version:**

Marième Pollèle Ndiaye. L'innovation sociale dans la communication territoriale sur le changement climatique. Presses universitaires de Bordeaux (PUB). Les laboratoires du lien social. L'expérience Aquitaine de la solidarité sous la direction de Gino Gramaccia, 2014. hal-02524736

HAL Id: hal-02524736

<https://hal.science/hal-02524736>

Submitted on 6 Jun 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'innovation sociale dans la communication territoriale sur le changement climatique

Marième Pollèle Ndiaye

marieme-pollele.ndiaye@ugb.edu.sn

Université Gaston Berger (St-Louis, Sénégal)

Le défi climatique est incontestablement une des préoccupations majeures de notre temps. Les rapports scientifiques notamment ceux du Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat (2007, 2013) indiquent que les mutations du climat auront des répercussions de plus en plus étendues sur les écosystèmes, l'élévation mondiale du niveau de la mer et sur les conditions météorologiques. Les impacts sur la société humaine sont annoncés comme étant potentiellement catastrophiques : pénuries d'eau, baisse de la productivité agricole, etc. Dans ce contexte, l'injonction écologique a émergé et appelle à la « *responsabilisation collective et à l'implication individualisée* » (Salles, 2006) face aux questions climatiques. Le bouleversement physique du climat a évolué en un phénomène social (Hulme, 2009).

En France, les enquêtes montrent que, malgré les nombreuses campagnes de sensibilisation aux risques climatiques, il y a une déconnexion entre la prise de conscience du phénomène et l'adoption de pratiques écologiques quotidiennes. Par exemple, une étude du Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie (CREDOC), pour le compte de l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME, 2012), affirme que « 93 % des Français s'accordent à penser que les efforts individuels peuvent avoir un impact important sur la protection de l'environnement » et dans le même temps, ils sont 78 % à reconnaître « *qu'ils pourraient faire plus ou mieux dans leur vie quotidienne pour veiller au respect* » de l'environnement. Ce qui précède nous autorise ainsi donc à introduire la question de l'innovation sociale dans la communication sur le changement climatique.

En effet, si l'on accepte de penser que l'innovation sociale s'articule autour des quatre caractéristiques suivantes (Rapport du Conseil Supérieur de l'Économie sociale et Solidaire, 2011 cité par Chibani-Jacquot, 2013, p. 15) :

- « l'innovation sociale répond à un besoin social pas ou mal satisfait ;
- elle concerne tout autant la création d'un nouveau service qu'un mode d'organisation ou de distribution inédit ;
- elle est issue d'une démarche d'expérimentation impliquant un risque d'échec (méthode R&D) ;
- elle suppose l'implication des acteurs concernés (bénéficiaires, clients, opérateurs...) ».

L'on peut alors considérer la lutte contre le changement climatique comme relevant de l'innovation sociale puisque ce champ d'exercice s'intègre dans les démarches relevant du Développement Durable (DD). Celui-ci promeut des façons alternatives de penser les problématiques environnementales et sociétales en mettant en exergue le lien social entre les individus et la coopération entre les territoires. À ces fins, des dispositifs expérimentaux sont de plus en plus investis pour intéresser, convaincre et inciter les publics à réviser leurs modes de vie. Ces démarches sont généralement conduites par les collectivités locales du fait de leurs statuts d'interlocutrices privilégiées de la population, mais aussi de « forces d'appui aux politiques de l'État » (Nédjar-Guerre & Gagnebien, 2013).

À présent, pour illustrer nos propos, nous nous appuyons sur nos travaux de thèse en cours consacrée à l'étude de la mobilisation autour de la démarche des « pionniers du climat » de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB). Notre contribution s'articule ici autour d'une réflexion sur le rôle de l'innovation sociale dans la communication territoriale sur le changement climatique: est-elle un véritable levier pour relever le défi climatique dans la mesure où elle serait la substantifique moelle des pratiques de communication? Ou à l'inverse, serait-elle la résultante de l'injonction écologique et aurait uniquement pour rôle de s'ériger en rempart pour éviter une disqualification aux instances locales ? Autrement dit, nous allons nous intéresser aux facteurs explicatifs de la relation entre l'innovation sociale, la communication territoriale et la mobilisation autour des « pionniers du climat ». D'un point de vue méthodologique, nous avons opté pour l'observation en situation et des entretiens semi-directifs réalisés entre 2011 et 2012 (analysés en 2013) auprès des différents acteurs impliqués dans l'opération « pionniers du climat ». Sur un échantillon de quarante-sept sujets, trente-sept ont pris part à notre étude. Notamment, nous nous sommes intéressée aux rapports que les parties prenantes (communes, associations, représentants institutionnels) entre-

tiennent avec les problématiques complexes de la communication territoriale en faveur du défi climatique.

Le contexte des « pionniers du climat » de la CUB

En 2007, la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) s'est dotée d'un Plan Climat-Energie Territorial (PCET) en amont des prescriptions du « Grenelle de l'Environnement » (2010), lequel fixe, dans le cadre des compétences des collectivités de plus de 50000 habitants, les objectifs stratégiques et opérationnels en matière d'atténuation et d'adaptation aux changements climatiques. Entre 2007 et 2010, la collectivité a expérimenté des dispositifs pour sensibiliser le grand public à la lutte climatique. Il y a eu ainsi une concertation publique autour du Plan climat. L'idée était d'inviter les acteurs locaux (représentants institutionnels, acteurs économiques, associations, regroupements de citoyens) à identifier des pistes d'actions prioritaires dans la lutte territoriale contre le changement climatique. Par suite, la thématique de l'habitat est apparue comme prioritaire et partant de là, l'opération « thermographie aérienne » a été amorcée. Grâce à un système de géolocalisation disponible en ligne, les habitants ont pu décrypter la consommation énergétique de leurs logements. Plus tard, en 2011, le plan d'actions du PCET de la CUB fut adopté par le conseil communautaire. La CUB affichait ainsi sa volonté de contribuer à l'effort collectif de lutte contre le changement climatique en déclinant sur son territoire les engagements nationaux et internationaux pris par la France de réduction des émissions de gaz à effet de serre par quatre d'ici 2050. En 2012, la structure intercommunale entame le déploiement de son plan d'actions avec la mobilisation territoriale pour moteur. La CUB a souhaité fédérer les habitants et principalement les communes autour d'un projet socialement innovant: les « pionniers du climat ».

L'innovation sociale comme levier de la lutte territoriale contre le changement climatique ?

Les « pionniers du climat » est un dispositif mis en place en décembre 2012 visant à promouvoir un mode vie écologique à l'échelle communautaire. Précisément, la démarche repose sur le concept de « tribus du climat ». Une centaine de foyers volontaires ont été recrutés par le biais d'un appel à candidature afin d'obtenir un échantillon représentatif de la population de l'agglomération bordelaise. Répartis en dix tribus, les candidats retenus bénéficient d'un accompagnement personnalisé. Grâce au Coach

Carbone, un outil en libre accès développé par l'ADEME et la Fondation Nicolas Hulot, les pionniers sont invités à réaliser le bilan carbone⁴ de leur foyer et de leur mode de vie et à élaborer un plan d'actions de réduction. À travers des ateliers, stages, formations et visites organisés en partenariat avec de nombreux acteurs locaux engagés dans la lutte contre le dérèglement climatique, les foyers reçoivent de nombreuses informations leur permettant de modifier leurs comportements au quotidien. Le programme d'animation s'articule autour de trois domaines d'actions : les consommations d'énergie et d'eau dans le logement; les transports et la mobilité; les consommations de biens et de services, notamment l'alimentation et les déchets. Notons aussi que ce dispositif de sensibilisation est scindé en trois périodes étalées sur quatre mois (des phases) dédiées chacune à l'une de ces thématiques.

Du reste, chaque tribu est composée de dix pionniers et leurs familles. Au sein des tribus, un coach est désigné par ses membres et bénéficie d'une formation spécifique ce qui lui donne le statut de référent au sein de son groupe. Aussi, la symbolique du vent comme dynamique de changement est convoquée pour nommer les tribus afin de favoriser le sentiment d'appartenance, de même un emblème a été créé pour chaque tribu. Les identités visuelles reprenaient donc les noms de vents tels que Autan, Mauka, Zéphyr, Chamsin, etc.. En outre, pour soutenir cette action, une plateforme web collaborative et interactive a été mise sur pied. Sans oublier qu'une évaluation annuelle du dispositif est envisagée dans une optique d'amélioration et de pérennisation.

De manière large, l'idée centrale consistait, en collaboration complète avec les communes, à créer un réseau social d'acteurs engagés qui stimule l'ensemble de la population du territoire à agir concrètement en faveur de pratiques écologiques quotidiennes. Ainsi, en tant que chercheuse, nous avons braqué notre focale sur la propension de la CUB à mobiliser les vingt-sept communes qui la composent autour de ce projet. Dans ce contexte, nous nous sommes préoccupés, tout d'abord, de la place de l'innovation sociale dans les pratiques communicationnelles locales favorables au changement climatique. Sur le territoire communautaire, nous avons noté que la question a fait l'objet de nombreuses réflexions au sein des communes. L'innovation sociale est convoquée pour donner une cohérence aux actions. Elle reflète les enjeux, les domaines de compétences de chaque instance mais aussi, elle a vocation à s'intégrer aux contextes singuliers. Ainsi, dans la commune de Villeneuve d'Ornon, en accord la politique de gestion des espaces naturels de la ville, les autorités

4. Le bilan carbone est un outil de comptabilisation des émissions de gaz à effet de serre.

ont développé l'idée d'une transhumance urbaine; à Lormont, ancien territoire agricole, une ferme urbaine gérée par les habitants a été développée. À St-Aubin-de-Médoc, un jeu l'Esquiraou (l'écureuil en gascon) est distribué dans les collèges, écoles, lycées et centres de loisirs pour sensibiliser les jeunes aux questions climatiques. Dans le même temps, ces pratiques n'échappent pas aux interférences liées aux « discours circulants »⁵ qui les traversent (Charaudeau, 1999) selon des modalités changeantes. Les réseaux locaux (départemental, communal, intercommunal) en sont les premiers exemples; l'occasion pour les acteurs de la communication sur le changement climatique de se rencontrer et d'échanger sur leurs démarches respectives. En effet, les réseaux sont considérés comme des « espaces d'échanges stimulants » et comme des relais incontournables par nos interlocuteurs s'ils veulent donner à leurs actions une efficacité optimale. Au cours de notre terrain, nous avons également observé que quelques sondés citaient souvent en référence et valorisaient les actions des communes voisines. Une attitude qui nous a d'abord étonnée, dans un contexte communicationnel très concurrentiel, mais elle s'avère compréhensible dans la mesure s'intéresser aux précédents permet d'anticiper les erreurs et stimule la dynamique territoriale en faveur du climat en incitant les acteurs à être de plus en plus innovants.

De ces constats, il semble que l'innovation sociale revêt un caractère impérieux dans la lutte locale contre le dérèglement climatique. Elle est devenue normative et traduit aussi une certaine peur de la disqualification. La disqualification est envisagée ici en tant que symbolique de la sportivité ou les joueurs sont disqualifiés s'ils ne respectent pas les règles du jeu. L'innovation sociale est appréhendée tel un outil pour satisfaire l'injonction écologique. Par suite, la mobilisation territoriale sur le changement climatique à l'échelle de l'agglomération bordelaise repose d'abord sur deux éléments : d'une part, l'innovation sociale et de l'autre, sur une « communication par réseautage » (Lavigne, 2008). Ces deux facteurs sont interdépendants, puisque chaque pratique singulière prend sens en s'insérant dans d'autres pratiques. Ceci traduit alors un « besoin de reconnaissance » voire une « lutte pour la reconnaissance », car les communes de la CUB partagent toutes l'ambition de donner à leurs actions une visibilité et une lisibilité les plus larges possibles auprès du public. Dans cette optique, la communication est envisagée tantôt comme un « principe d'association », tantôt comme « un principe de médiation ». La finalité étant, pour

5. « Le discours circulant est une somme empirique d'énoncés à visée définitoire sur ce que sont les êtres, les actions, les événements, leurs caractéristiques, leurs comportements et les jugements qui s'y attachent ».

l'essentiel, de donner l'impulsion à une « communication engageante » (Bernard, 2007) autour du changement climatique.

Nous venons de le voir, la CUB inscrit sa démarche ambitieuse dans un terrain fertile d'initiatives. Le défi à relever tenait alors dans la création d'une synergie avec l'ensemble des communes. Dans ce cadre, le besoin social identifié par la CUB était celui de passer d'initiatives individuelles dispersées sur le territoire communautaire à un mouvement collectif afin de donner aux actions les effets escomptés. Voilà pourquoi, l'intercommunalité a mis au départ sur une continuité avec l'existant. Il s'agissait de repérer les outils pédagogiques créés par les communes afin d'examiner l'opportunité de leur mise à disposition dans le projet des « pionniers du climat ». Le but était également d'organiser des réunions de cadrage pour impliquer les communes dans chaque phase du processus de déploiement de la démarche. L'idée était de déceler lors des réunions les acteurs qui étaient les plus volontaires et les plus intéressés à prendre part à l'action. La CUB revendique ainsi une communication intégrative en se positionnant comme « *un territoire de communication* » (Bernard, 2004), c'est-à-dire un « *processus continu de mise en relation, faisant lien et faisant sens* » (Loneux, 2009).

Cependant, l'analyse du dispositif met en avant des contradictions dans la communication intercommunale. D'abord, certaines communes ont reproché à la CUB de ne pas les avoir suffisamment associées au projet alors que la plupart n'ont pas répondu présentes aux sollicitations adressées. Dans le même temps, l'Établissement Public de Coopération intercommunale (EPCI) bordelais, est partagé entre ses ambitions (devenir un acteur incontournable du paysage local); et l'obligation normative, fixée dans ses statuts, de mise en exergue des politiques communales :

« Je pense que les communes voulaient que leurs dispositifs servent de base [aux pionniers du climat]. En même temps, [...], c'est vrai qu'on avait des objectifs qui n'étaient pas justes ceux du type d'ateliers qui se faisaient sur Pessac, Blanquefort pour nommer ces communes. Donc, on voulait malgré tout, faire autre chose, fabriquer un dispositif sur mesure » (Laure Curvale, Vice-présidente de la CUB chargée du Plan climat).

Aussi, le foisonnement de pratiques déclinées à différentes échelles territoriales a souvent abouti à un enchevêtrement des finalités communicationnelles générateur d'« *effets de cannibalisation* » d'une part, avec le chevauchement d'actions lancées par la CUB. Par exemple, l'opération « 15 000 composteurs »⁶ et celle des « pionniers du climat » ont été lancées

6. Il s'agissait de distribuer gratuitement 15 000 composteurs aux habitants de l'agglomération bordelaise afin de les sensibiliser au tri et au recyclage des déchets ménager. « Le compostage

en simultané ce qui a provoqué une confusion chez certains répondants qui ont cru que la démarche des « pionniers du climat » s’inscrivait dans le cadre des « 15 000 composteurs ». D’autre part, on assiste à des « *effets de mise en abyme* » avec la ville de Bordeaux qui a refusé d’intégrer le dispositif de la CUB, car étant elle-même en train de déployer une action similaire.

Ces difficultés que nous avons relevées, reposent moins sur la nature des pratiques locales spécifiques aux territoires que sur la coordination des actions à mener conjointement pour faire face au changement climatique. Bien qu’il existe une volonté manifeste de la CUB de se saisir de l’innovation sociale comme moteur dans la mobilisation en faveur de son plan climat; il apparaît que le besoin de reconnaissance nourrit principalement la volonté des communes à vouloir affirmer leur identité territoriale au détriment d’une action collective communautaire coordonnée. Au final, la communication pratiqu e par la Communauté Urbaine de Bordeaux n’est pas « intercommunale » comme pourrait le laisser présager son appellation. En effet, il n’y a pas d’articulation logique entre la communication de la CUB et celle des communes. La communication intercommunale, marquée par ses tensions, traduirait la communication de l’établissement public bordelais à destination des habitants du territoire communautaire.

D’ailleurs, Douglas (1999) affirme que « les sociétés [humaines] ne sont pas des collectifs liés de préférence par des affects mais par des cadres de pensée commun ». L’auteure perçoit l’individu comme « prisonnier d’un réseau complexe de relations dans lequel il doit placer sa confiance » par manque de choix. Néanmoins, « l’individu dispose d’une certaine marge de manœuvre, mais s’il choisit de ne pas coopérer, il ruinera son groupe dans son entier ». Transposé à notre étude, cet argumentaire fait écho à la complexité de l’action collective territoriale, car la pratique de l’innovation sociale au sein de l’agglomération bordelaise tend à illustrer ce fait. En effet, s’il existe un relatif consensus sur la pertinence de décliner à l’échelle locale les actions en faveur du défi climatique, force de constater que « coopération » et « coordination » semble être deux notions incompatibles dans la logique de la communication territoriale sur le changement climatique. Cela nous rappelle que la frontière est poreuse entre communication politique et communication territoriale car il est clair qu’on ne peut faire l’économie de la dimension politique quand on traite des enjeux locaux du changement climatique.

est le recyclage des déchets organiques pour produire naturellement un fertilisant, le compost » (<http://compost.comprendrechoisir.com/comprendre/compostage>, consulté le 25/11/13).

Conclusion

La question de l'innovation sociale confrontée à la Communauté Urbaine de Bordeaux nous a permis d'appréhender quelques ressorts de la communication territoriale sur le changement climatique. Les collectivités locales se sont emparées de l'idée et en ont fait un outil incontournable pour stimuler leurs pratiques de communication. Toutefois, comme nous le rappelle Michun (2011, p. 102-103 cité par Chibani-Jacquot, 2013, p. 14), l'innovation sociale n'est pas forcément synonyme « d'idées neuves », elle se limite parfois à être une « réponse différente » face à une problématique définie. Effectivement, signalons que l'initiative « pionniers du climat » n'est pas inédite sur le principe puisque la mécanique s'inspire des actions déjà menées par exemple à Nantes Métropole avec les « Familles à Énergie positive ». Par ailleurs, notre étude de terrain a mis également en évidence le contraste entre la théorie et la pratique. En d'autres mots, si l'innovation sociale apparaît comme un repère consensuel dans la lutte contre le changement climatique; à y voir de plus près l'on se rend compte qu'elle est complexe à mettre en œuvre et qu'il est difficile d'échapper à une vision dépolitisée.

Webographie

Site des « pionniers du climat » : <http://pionniersduclimat.lacub.fr/>.

Hulme M. (2009). Climate change: no Eden, no apocalypse. Repéré le 12/05/12 au <http://www.homepagedaily.com/Pages/article7820-climate-change-no-eden-no-apocalypse-by-mike-hulme.aspx>.

« Enquête sur les attitudes et comportements des Français en matière d'environnement », édition 2011. Repéré le 12/10/13 à <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R279.pdf>.

Loneux, C. (2009). Le management durable: vers une nouvelle forme de régulation des pratiques professionnelles? Repéré le 25/04/13 à <http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00631497>.

« 5^e Rapport du GIEC, le réchauffement de la Planète est sans équivoque ». Repéré le 12/10/13 à : <http://www.notre-planete.info/actualites/3812-rapport-5-changement-climatique-GIEC>.