



HAL
open science

REUSE: QUEL IMPACT DES MEDIAS SUR LES PERCEPTIONS SOCIALES ?

Benjamin Noury, Patrice Garin, Celine Pascual Espuny, Nils Ferrand, Jacques Beraud

► **To cite this version:**

Benjamin Noury, Patrice Garin, Celine Pascual Espuny, Nils Ferrand, Jacques Beraud. REUSE: QUEL IMPACT DES MEDIAS SUR LES PERCEPTIONS SOCIALES ?. 97ème congrès de l'Astee, Jun 2018, Marseille, France. hal-02875401

HAL Id: hal-02875401

<https://hal.science/hal-02875401v1>

Submitted on 19 Jun 2020

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.

REUSE : QUEL IMPACT DES MEDIAS SUR LES PERCEPTIONS SOCIALES ?

B.NOURY^{1,2,3}; P.GARIN²; C.PASCUAL³; N.FERRAND²; J.BERAUD¹

MOTS-CLES

REUSE, Perceptions, Médias, Acceptabilité, Information

CHAPO

Dans un contexte de changement climatique, la réutilisation des eaux usées traitées (REUSE) est une ressource complémentaire fréquemment citée comme alternative aux prélèvements en eau. Cette pratique est encore peu développée en France comparativement aux autres pays méditerranéens. En 2016, l'Agence de l'Eau Rhône Méditerranées Corse a lancé un appel à projets sur la thématique pour pallier ce retard français. Les résultats présentés ci-dessous questionnent la notion d'acceptabilité sociale de la REUSE. Ils résultent des projets lauréats Read'Apt et Sopol. Ces travaux sont réalisés dans le cadre d'une thèse Cifre co-encadrée par la SCP, IMSIC et IRSTEA.

L'ACCEPTABILITE SOCIALE DE LA REUSE : UN FACTEUR DE BLOCAGE RECONNU

« La réutilisation des eaux usées traitées (REUSE) est un processus industriel dans lequel des eaux usées sont collectées et traitées jusqu'à un niveau satisfaisant pour le nouvel usage ciblé » (CVT AllEnvi 2016). Cette pratique, dans sa forme planifiée, s'est développée depuis une cinquantaine d'années comme une alternative à l'approvisionnement en eau conventionnelle. Elle a émergé pour aborder la pression croissante sur les ressources en eau. La rareté de la ressource et la perspective d'une meilleure gestion ont été les principaux moteurs de l'usage de la REUSE à des fins domestiques, agricoles, industrielles et urbaines.



L'évolution de la réglementation sur la REUSE⁴ a introduit des exigences technologiques et sanitaires qui encadrent la mise en œuvre de cette pratique. Pour autant, il apparaît important de coupler ces enjeux techniques avec des enjeux socio-économiques liés à l'acceptabilité sociale de cette pratique (Lazarova et Brissaud 2007). La consommation de produits irrigués avec des eaux usées traitées n'est pas acquise. Cette « notion embarrassante » d'acceptabilité (Barbier et Nadaï 2015) est rapidement perçue comme un enjeu clé au même titre que les enjeux techniques (Baumann et Kaspersen 1974). Les très commentés projets de Toowoomba en Australie et San Diego aux États unis démontrent que la contestation sociale suscitée par la REUSE peut compromettre la réalisation et la viabilité des projets (Bridgeman 2004; Hurlimann et Dolnicar 2010).

L'acceptabilité sociale de la REUSE a engendré de nombreux travaux pour identifier les principaux facteurs sociotechniques influençant les perceptions des acteurs. (Fielding, Dolnicar, et Schultz 2018; Hurlimann, Dolnicar, et Meyer 2009; Po, Kaercher, et Nancarrow 2003). Ces travaux inspirés de la théorie du comportement planifié d'Ajzen, visent à hiérarchiser les variables sociodémographiques et psychologiques qui influencent les attitudes et les intentions de comportement.

¹ Société du Canal de Provence (SCP)

² Institut de recherche en sciences et technologies pour l'environnement et l'agriculture (IRSTEA)

³ Institut Méditerranéen des Sciences de l'Information et de la Communication (IMSIC)

⁴ NRMMPCEPHC-NHMRC, 2009 ; USEPA, 2012 et CDPH, 2014

MIEUX INFORMER POUR MIEUX CONVAINCRE ?

L'information et la sensibilisation sont très fréquemment citées comme les instruments principaux pour dépasser les barrières sociales. Les praticiens et décideurs insistent sur l'importance des outils communicationnels. Ils les considèrent comme clés dans le processus d'adoption du consommateur qui suit la logique suivante : l'information permet la compréhension qui mène à l'acceptation.

Dans la littérature, l'influence de l'information et de la connaissance ne fait pas consensus. Certains chercheurs argumentent que l'acceptabilité n'est pas directement liée à une bonne information ou communication (Goodwin et al. 2017; Po, Kaercher, et Nancarrow 2003). Les approches empiriques d'autres études (Dolnicar, Hurlimann, et Nghiem 2010; Fielding et Roiko 2014; Price et al. 2015) démontrent que la diffusion d'informations à propos de la REUSE peut avoir une influence mesurable et positive sur l'attitude des participants vis-à-vis de cette pratique. Ces travaux de recherche ont été principalement conduits en Australie et aux États unis. À notre connaissance, seuls les projets NOWMMA (Cerceau 2015) et Demoware (Smith et al. 2018) ont abordé les enjeux d'acceptabilité de la REUSE en France. La question spécifique de l'information n'a pas été traitée. Les projets Sopol et Read'Apt financés par l'Agence de l'Eau RMC et coordonnés respectivement par IRSTEA G-EAU et la SCP visent à renseigner cette thématique sur le territoire français.

Les chercheurs d'IRSTEA G-EAU ont conçu un questionnaire pour recueillir les attitudes et perceptions des habitants de la communauté de communes du Pic Saint Loup vis-à-vis de la REUSE. Ce questionnaire a été administré par les étudiants en première année au Master Eau de l'Université de Montpellier. Ils ont réalisé leurs enquêtes aux abords de marchés et supermarchés du territoire en suivant quatre protocoles d'informations distincts.

845 questionnaires ont été complétés. La première question invitait les participants à évoquer trois mots en lien avec "Eaux Usées Traitées". Plus d'une personne interrogée sur cinq mentionne en premier lieu la station d'épuration. Les résultats présentés dans le nuage de mots ci-contre soulignent le faible imaginaire construit autour de cette notion. Les termes appartiennent à des champs lexicaux proches et peu diversifiés. Nous faisons l'hypothèse que ce constat est lié à une faible couverture médiatique de la REUSE.



UNE COUVERTURE MEDIATIQUE FAIBLE EN FRANCE SUR LES DERNIERES ANNEES

Une analyse médiatique menée sur la période de 2000 à 2017 appuie cette hypothèse. Cette analyse a été réalisée avec le logiciel Factiva puis complétée avec les moteurs de recherches des journaux français absents du logiciel. Les notions « réutilisation des eaux usées traitées » et « recyclage des eaux usées traitées » ont été sondées dans cinquante titres de presse nationaux, régionaux et spécialisés. Seules les parutions quotidiennes et hebdomadaires ont été étudiées. 156 articles ont été comptabilisés pour l'analyse. On constate qu'environ 30% des articles recueillis traitent exclusivement de la REUSE. Dans les autres cas, il s'agit généralement d'une pratique citée dans une énumération de solutions pour lutter contre la rareté de l'eau. Les évolutions réglementaires ainsi que les communiqués du gouvernement sont les événements les plus diffusés sur la thématique de la REUSE.

La faiblesse de la couverture médiatique (156 en près de 20 ans) peut expliquer la méconnaissance de cette pratique chez les français. Elle questionne aussi, par extension, l'ignorance du grand public sur les enjeux de l'eau. Une étude nationale réalisée auprès de 4000 personnes pour le compte du Commissariat Général au Développement Durable montrait en 2014 qu'un français sur quatre pense que les eaux usées, une fois traitées, sont directement redistribuées au robinet. Les résultats de l'enquête menée par les chercheurs d'Irstea G-Eau confirment que 5 à 25% des consommateurs sont réticents à consommer des produits irrigués avec des EUT, selon la distance perçue entre l'eau et l'aliment. Ils démontrent qu'une information de qualité influence de 5 à 20% le taux d'avis favorables à la REUSE. Le taux varie en fonction des usages des eaux usées traitées. Ces chiffres tendent à confirmer le rôle de l'information sur la perception sociale de la REUSE. Il faut cependant mettre en perspective ces résultats obtenus « à chaud ». Des recherches ont en effet démontré le biais d'un effet de récence avec une diminution de l'influence de l'information dans le temps (Kemp et al. 2012). Des approches participatives sont alors plébiscitées par certains travaux (Harris-Lovett et al. 2015; Marks 2006; Hartley 2006) comme un levier à l'acceptabilité. Nous suggérons pour notre part une approche hybride qui couple stratégie de communication et stratégie d'engagement des acteurs. Ce couplage est l'objet de recherche d'une thèse réalisée actuellement dans le cadre du projet Read'Apt.