



**HAL**  
open science

# Numérique et éducation à l'environnement et au développement durable : le cas des associations françaises

Cédric Gossart

► **To cite this version:**

Cédric Gossart. Numérique et éducation à l'environnement et au développement durable : le cas des associations françaises. [Rapport de recherche] PRATIques Numériques des associations d'éducation à l'Environnement et au Développement durable (PRANED), Institut Français du Monde Associatif. 2021, pp.56. hal-03189184

**HAL Id: hal-03189184**

**<https://hal.science/hal-03189184>**

Submitted on 2 Apr 2021

**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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License



FONDATION  
POUR  
L'UNIVERSITÉ  
DE LYON

---

## RAPPORT SCIENTIFIQUE

### PROJET « NUMÉRIQUE ET ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT ET AU DÉVELOPPEMENT DURABLE : LE CAS DES ASSOCIATIONS FRANÇAISES »

CÉDRIC GOSSART

UNIVERSITÉ PARIS-SACLAY, UNIV EVRY, IMT-BS, LITEM, 91025, EVRY-COURCOURONNES, FRANCE.

*Date : 2 mars 2021*

---

#### Table des matières

|   |    |
|---|----|
| Introduction.....   | 2  |
| Présentation du cadre conceptuel .....  | 2  |
| Présentation de la méthodologie.....  | 4  |
| Retour sur le déroulé de la recherche.....  | 7  |
| Analyse rétrospective .....   | 7  |
| Résultats .....   | 7  |
| Les usages numériques pour la gestion des associations .....                                    | 7  |
| Les pratiques numériques pour les activités d'EEDD .....  | 11 |
| L'EEDD .....  | 11 |
| EEDD et changements de comportement.....  | 12 |
| Les pratiques numériques des associations d'EEDD .....  | 15 |
| Conclusions.....  | 20 |
| Retombées pour le monde associatif.....   | 22 |
| Pour les projets co-construits acteurs-chercheurs.....  | 23 |
| Pistes de recherches futures .....  | 23 |
| Présentation des valorisations du projet .....  | 23 |
| Comparaison entre les dépenses effectivement réalisées et ce qui était budgété.....             | 23 |
| Bibliographie.....  | 24 |
| Annexes .....   | 27 |
| Annexe 1. Guide d'entretien .....   | 27 |
| Annexe 2.....   | 30 |
| Annexe 3. Les pratiques numériques des associations utilisées pour leurs activités d'EEDD ..... | 33 |
| Annexe 4_Liste brute des pratiques.....   | 50 |
| Annexe 5_Liste consolidée des pratiques .....   | 54 |

## Introduction

Ce projet propose une recherche-action (Bradbury 2015) vise à identifier les pratiques numériques des associations françaises d'éducation à l'environnement et au développement durable (EEDD). Le numérique peut être un puissant levier éducatif, mais qu'en est-il en matière de sensibilisation aux grands défis de l'humanité ? Mettre à jour ces pratiques implique d'identifier leurs trois composantes : les technologies utilisées (matériels), les compétences nécessaires pour ce faire, et les représentations symboliques associées au numérique par les associations françaises d'EEDD (le sens qu'y placent leurs usagers).

Les associations d'EEDD manquent souvent de ressources pour mener à bien leurs missions, et le numérique peut être un levier crucial pour leur permettre de les réussir, cela d'autant plus qu'en France l'immense majorité des acteurs est relativement bien équipé en technologies numériques. Si certaines études font un rapide état des lieux de l'usage du numérique par les associations françaises (Eynaud 2010), ça n'est pas le cas pour les associations d'EEDD. En outre, le concept de pratiques que nous proposons d'utiliser n'a jamais été mobilisé pour le faire.

Après une présentation du cadre conceptuel et de la méthodologie, ce rapport présente les résultats du projet, en commençant par une description des technologies numériques utilisées pour la gestion quotidienne des associations. Il présente ensuite les différentes pratiques numériques mobilisées dans les actions d'EEDD.

## Présentation du cadre conceptuel

L'EEDD vise à sensibiliser tous les acteurs de la société aux grands défis de l'humanité, ces formulations de problèmes globaux complexes ne pouvant être résolus que par des actions multi-parties prenantes coordonnées (George et al. 2016). Ils correspondent par exemple aux 17 objectifs de développement durable (ODD) et aux 9 limites planétaires (Steffen et al. 2015), et marque l'entrée dans une nouvelle ère géologique que le feu Prix Nobel Paul Crutzen a nommé l'« Anthropocène »<sup>1</sup>.

La sensibilisation des acteurs socioéconomiques aux grands défis, en vue de les inciter à agir pour relever ces défis, mobilise différents facteurs internes et externes aux acteurs (Kollmuss and Agyeman 2002, Li et al. 2019). Parmi les facteurs internes, l'EEDD peut s'appuyer sur les processus d'apprentissage de premier et de second ordre (Grin et al. 2010). L'apprentissage de premier ordre (« first-order learning ») consiste en la simple transmission à des acteurs hétérogènes (individus, organisations, ...) d'informations et de connaissances sur les grands défis de l'humanité. Il n'utilise donc qu'une seule boucle d'apprentissage (« single loop », (Argyris and Schön 1996)) qui ne permet pas de changer les grilles de compréhension du monde, les valeurs et les identités des individus. Dans la vie quotidienne, il se peut qu'aider les acteurs à observer et agir comme ils l'ont fait dans des situations passées, tout en restant dans un espace confortable de convictions façonnées antérieurement. Ces dernières sont difficiles à changer et nécessitent un apprentissage à double boucle « double-loop », (Argyris and Schön 1996, Mezirow 1997)), plus favorable à une transition écologique et sociale solide (Köhler et al. 2019). En effet, des changements systémiques n'advieront que si nous sommes capables de transformer nos croyances, nos hypothèses et nos valeurs (Schot et al. 2019), au-delà de l'adoption de simples « petits gestes » quotidiens. L'apprentissage de second

---

<sup>1</sup> Voir <https://www.philomag.com/articles/mort-de-paul-crutzen-lun-des-peres-de-lanthropocene>. Dernière consultation le 12/01/2021.

ordre ou profond (« second-order learning » ou « deep learning ») (Geels and Schot 2007, Schot and Steinmueller 2018, van Mierlo and Beers 2020), nous pousse à réfléchir à nos propres processus d'apprentissage et à comment changer nos grilles de compréhension du monde, nos valeurs voire notre identité même<sup>2</sup> (Mezirow 1997, Fazey et al. 2020, van Mierlo and Beers 2020).

Parmi les facteurs externes aux acteurs, les politiques publiques d'EEDD ont joué un rôle important notamment en France, dès les années 1980 (Jacqué 2016) et plus particulièrement depuis 2004 (Considère and Tutiaux-Guillon 2013)<sup>3</sup>, avec un rôle important joué par les associations (Bonhoure and Hagnerelle 2003).

Si être bien informé des enjeux écologiques n'est pas forcément synonyme de comportement vertueux en la matière (Wallenborn and Dozzi 2007), on peut constater que les nouvelles générations sont de plus en plus sensibles à ces grands enjeux, notamment aux changements climatiques, et cela en France<sup>4</sup> comme au niveau international<sup>5</sup>. Dans le même temps, alors que le 5<sup>ème</sup> paradigme techno-économique centré sur le numérique bat son plein (Perez 2010), ces technologies à usage général (« general purpose technologies », Bresnahan (2010)) offrent de nombreuses contributions aux transitions écologique et sociale (Gossart and Garello 2015). Outre le fait de corriger leurs propres maux (Gossart 2009), elles peuvent également jouer un rôle clé dans les processus d'apprentissage de premier et de second ordre, comme nous l'expliquons ci-après. En effet, l'ampleur des enjeux sociétaux auxquels nous faisons face implique une accélération et un approfondissement des transitions écologique et sociale auxquelles contribuent les associations d'EEDD, y compris par des pratiques numériques qui leur sont propres.

Le succès de ces associations dépend notamment de leur capacité à atteindre ces deux niveaux d'apprentissage ; on peut dès lors se demander quels rôles peuvent jouer les technologies numériques, alors mêmes qu'elles présentent par ailleurs des risques d'enfermement informationnel peu propice aux changements de comportement (Gossart 2014). Comment analyser ces pratiques numériques ? Lorsqu'une association utilise le numérique pour des activités d'EEDD, elle a besoin de matériels et de connaissances pour s'en servir. Mais il manque à ces deux éléments un troisième qui permet de comprendre ce que ces technologies symbolisent pour les associations, ce que Shove et al. (2012) appellent le sens (« Meaning »). Par exemple, les associations de protection de la nature perçoivent parfois le numérique comme un facteur qui isole les humains de la nature plus qu'il ne les en rapproche.

En effet, près de 80% des français.e.s habitent des grandes aires urbaines<sup>6</sup>, et leurs rapports au monde (communications interpersonnelles, recherche d'informations, divertissement, ...) sont de plus en plus

---

<sup>2</sup> Voir le rôle joué par Daryl Davis, véritable héros du quotidien, qui s'est donné pour mission de convaincre les adeptes du KKK d'abandonner leur combat raciste, <https://www.theguardian.com/music/2020/mar/18/daryl-davis-black-musician-who-converts-ku-klux-klan-members>. Dernière consultation le 12/01/2021.

<sup>3</sup> Voir le rapport du groupe de travail interministériel sur l'éducation au développement durable, <https://www.vie-publique.fr/rapport/29555-rapport-du-groupe-de-travail-interministeriel-sur-leducation-au-developp>. Dernière consultation le 12/01/2021.

<sup>4</sup> Voir <https://ree.developpement-durable.gouv.fr/themes/enjeux-de-societe/les-francais-et-l-environnement/preoccupations-environnementales/article/opinions-des-francais-sur-l-environnement>. Dernière consultation le 12/01/2021.

<sup>5</sup> Voir "64% of the world's people are believing in a climate emergency", <https://www.theguardian.com/environment/2021/jan/27/un-global-climate-poll-peoples-voice-is-clear-they-want-action>. Dernière consultation le 12/01/2021.

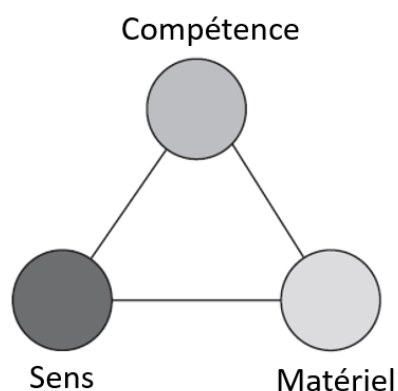
<sup>6</sup> Voir <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1281191>. Dernière consultation le 12/01/2021.

médiés par les technologies numériques. Dès lors, comment les associations d'EEDD peuvent-elles parvenir à générer de l'apprentissage profond ou même seulement de premier ordre ? Si les urbains ont de moins en moins de contacts directs avec la nature, comment pourraient-ils développer à son égard des émotions assez fortes les poussant à s'engager pour la protéger (Barberá-Tomás et al. 2019) ? Quels impacts positifs et négatifs peuvent avoir les technologies numériques sur ces deux niveaux d'apprentissage ? Par exemple, même si le numérique est un puissant vecteur de diffusion de connaissances, la constitution de bulles informationnelles peut priver les acteurs d'informations nouvelles contredisant leurs savoirs établis (Gossart 2014), par exemple en matière de climat-scepticisme. Les trois dimensions d'une pratique sociale (Shove et al. 2012) vont nous permettre de structurer notre analyse et de répondre à ces questions.

## Présentation de la méthodologie

Afin de mieux comprendre comment les associations d'EEDD s'emparent du numérique, nous proposons d'étudier leurs pratiques numériques en la matière. Afin d'étudier ces dernières, nous utilisons le concept développé par Shove et al. (2012) pour étudier les pratiques environnementales.

**Figure 1. Les trois composantes d'une pratique**



Source : Shove et al. (2012), p. 25.

Pour illustrer ce concept, prenons un exemple simple souvent utilisé pour l'illustrer, celui de la douche. Prendre une douche nécessite des objets matériels (alimentation en eau, ...), des compétences (régler la température de l'eau, ...), et d'associer à cette activité une signification particulière (une douche doit être prise chaque jour au réveil, ...). C'est la combinaison de ces trois dimensions qui fait exister une pratique sociale. La dimension « **matériel** » regroupe des objets, infrastructures, outils, quincaillerie, et le corps humain. La dimension « **compétence** » correspond à différentes formes de compréhension et d'acquisition pratique de connaissances. Quant à la dimension du « **sens** », elle se réfère aux activités mentales, émotions et motivations représentant la signification symbolique et sociale de toute participation à une activité donnée. Une pratique émerge lorsque ces trois éléments sont combinés, et elle est d'autant plus stable que ces trois éléments sont robustes et complémentaires.

Prenons l'exemple d'une activité numérique émergente d'EEDD : la réalisation d'un MOOC, tel que celui intitulé « Éducation à l'Environnement et au Développement Durable »<sup>7</sup>. Une analyse détaillée de cette pratique mettrait en évidence des objets techniques (caméras, micros, ordinateurs, serveurs, plateforme, ...), des compétences (pédagogiques, techniques, d'EEDD, ...), et des représentations

<sup>7</sup> Voir <https://www.fun-mooc.fr/courses/course-v1:uved+34008+session01/about>. Dernière consultation le 12/01/2021.

(conviction que le MOOC est un outil pertinent pour transmettre des connaissances sur des enjeux complexes, instrument efficace de communication en matière de relations publiques, ...). Des entretiens semi-directifs (Yin 2008) avec des associations d'EEDD nous ont permis d'identifier des pratiques numériques spécifiques à ces acteurs, sur la base d'un guide d'entretien présenté en Annexe 1.

La démarche repose sur une recherche-action, dont le sujet a émergé au fil de 20 années de bénévolat du porteur du projet auprès d'une association d'EEDD très active en matière d'usages numériques. Comme le précise Bradbury (2015), la recherche-action est une approche participative et démocratique de la création de connaissance. Elle permet de travailler non pas *sur* ou *pour* les acteurs, mais *avec* eux. Cela nécessite que ces derniers soient impliqués dès la phase du design de la recherche, ce qui permet de coproduire des connaissances et facilite la transformation de la réalité (Allard-Poesi and Perret 2003).

La dimension participative d'une recherche-action peut intervenir au niveau de son design, de sa réalisation, ou de son évaluation. La participation des acteurs leur permet de développer par eux-mêmes des connaissances pratiques ; ainsi les chercheurs contribuent à un processus de « création de connaissances transformatrices » (*transformational knowledge creation*)<sup>8</sup>. Cela permet pour une recherche d'aller au-delà de la simple génération de connaissances, en privilégiant une recherche génératrice d'impacts sociétaux positifs, ce qui implique de diversifier la légitimité des postures épistémologiques par-delà celles des sciences sociales conventionnelles orientées vers la création « objective » de connaissances *sur* les sociétés humaines. De fait, comme le souligne Bradbury (2015), une recherche-action solide passe par la participation de tous les acteurs de la recherche, qui peuvent si le temps le permet devenir de véritables chercheurs associés au projet.

Pour les différentes approches de recherche-action, la participation des acteurs au projet de recherche est soit avant tout un moyen d'accéder à la connaissance comme pour Lewin ou Argyris (Allard-Poesi and Perret 2003), soit un vecteur changement sociétal à la travers la co-construction de connaissances utiles à l'action. Nous nous situons dans cette dernière approche, et plusieurs associations ont donc été consultées sur le design de la recherche, notamment concernant la pertinence des questions de recherche et la fluidité du guide d'entretien.

Étant donné le temps limité du projet et la crise sanitaire, nous avons choisi d'étudier des associations menant des campagnes d'EEDD pour lesquelles l'accès nous était le plus évident. Des entretiens semi-directifs ont été réalisés par un ingénieur de recherche<sup>9</sup> recruté pour le projet (4 mois à mi-temps) et par son responsable. Étant donnée la situation sanitaire, les entretiens ont été menés par téléphone ou en visioconférence, avec prise de notes détaillée. Les personnes interrogées ont été anonymisées pour la publication de ce rapport public, comme nous nous y sommes engagés lors des entretiens. L'analyse des outils numériques utilisés dans la gestion quotidienne des associations a été enrichie par une analyse en ligne qui a permis de compléter certains usages n'ayant pas été précisés lors des entretiens, par manque de temps, de connaissance ou d'expertise technique des personnes interrogées.

---

<sup>8</sup> Voir <http://www.tipconsortium.net/resource/transforming-experimentation-experimental-policy-engagements-and-their-transformative-outcomes>. Dernière consultation le 12/01/2021.

<sup>9</sup> Mr Lucas RICHARD, titulaire d'un M2 en sciences sociales au cours duquel il a rédigé un mémoire pour lequel il a fait plusieurs entretiens qualitatifs. Il est membre actif du Collectif pour un réveil écologique. Voir <https://www.linkedin.com/in/lucas-richard-5b5657106>. Dernière consultation le 12/01/2021.

Le guide d'entretien (voir Annexe 1) a été conçu de manière à pouvoir collecter des données sur chacune des trois composantes d'une pratique. Nous pourrions ainsi juger si une pratique existe ou non, et si des faits viennent corroborer l'existence de chaque composante. Si l'une d'entre elles n'est pas avérée, la pratique est jugée inexistante.

**Tableau 1. Liste des entretiens réalisés** (les noms des associations et des personnes ont été anonymisés)

| Association | NOM Prénom | Poste occupé                               | Date de l'entretien |
|-------------|------------|--|---------------------|
| 1           | Anonyme    | Directrice                                 | 27/11/2020          |
| 2           | Anonyme    | Coordinatrice du réseau                    | 27/11/2020          |
| 3           | Anonyme    | Vice-président                             | 08/12/2020          |
| 4           | Anonyme    | Chargée de programme                       | 16/12/2020          |
| 5           | Anonyme    | Directeur                                  | 26/11/2020          |
| 6           | Anonyme    | Membre de l'équipe du webmaster            | 25/08/2020          |
| 7           | Anonyme    | Responsable communication                  | 10/08/2020          |
| 8           | Anonyme    | Coordinatrice du réseau des groupes locaux | 23/09/2020          |
| 9           | Anonyme    | Directeur de l'Engagement citoyen          | 31/07/2020          |
| 10          | Anonyme    | Responsable de campagne                    | 02/07/2020          |
| 11          | Anonyme    | Responsable communication                  | 13/07/2020          |
| 12          | Anonyme    | Membre actif de l'association              | 09/07/2020          |
| 13          | Anonyme    | Déléguée générale                          | 16/07/2020          |

**Tableau 2. Tranche d'âge des personnes interrogées**

| < 25 ans | 26 - 49 ans | 50 - 65 ans | > 65 ans |
|----------|-------------|-------------|----------|
| 1        | 10          | 2           | -        |

**Tableau 3. Dernier diplôme obtenu par la personne interrogée**

| L3 | M1 | M2 | Autre |
|----|----|----|-------|
| 1  | 1  | 11 | -     |

**Tableau 4. Statut de la personne interrogée dans l'association**

| Bénévole | Salarié.e |
|----------|-----------|
| 1        | 12        |

**Tableau 5. Fonction de la personne interrogée dans l'association**

| Direction | Communication | Support technique | Responsable de programme/pôle/... | Autre |
|-----------|---------------|-------------------|-----------------------------------|-------|
| 4         | 1             | 1                 | 7                                 | -     |

**Tableau 6. La personne interrogée a-t-elle des responsabilités spécifiques en matière de technologies numériques ?**

| Oui | Non |
|-----|-----|
| 9   | 4   |

## Retour sur le déroulé de la recherche

La principale difficulté a été de concrétiser les entretiens, car s'il n'est déjà pas facile en temps normal d'en décrocher auprès des acteurs, la crise sanitaire n'a pas facilité les choses. Nous avons mis notre réseau à contribution et avons pu décrocher 13 entretiens, ce qui est tout à fait satisfaisant pour une étude exploratoire. Le fait que les derniers entretiens réalisés recouvraient des pratiques utilisées par les autres associations nous conforte dans l'idée que notre échantillon a permis une riche observation de la réalité de ces acteurs.

## Analyse rétrospective

Comme précisé ci-dessus, nous aurions pu faire 20 entretiens hors crise sanitaire, mais à cause de celle-ci certaines associations étaient dans une situation de stress inhabituelle, et donc moins disponibles pour nous répondre. Toutes ont montré un fort intérêt pour notre projet, et d'en lire les conclusions.

## Résultats

Avant de mettre en relief dans la conclusion les résultats pour la recherche et pour les associations, nous présentons ces résultats en deux parties : les usages numériques pour la gestion de l'association, et les pratiques numériques pour les activités d'EEDD. Ils sont basés sur des entretiens réalisés auprès d'associations d'EEDD implantées en France. Les noms des associations et des personnes interrogées ont été anonymisées pour la publication de ce rapport public, comme nous nous y sommes engagés lors des entretiens. Par conséquent, les pratiques numériques ne sont pas nominativement associées à une association afin d'en préserver l'anonymat, comme nous nous y sommes engagés lors des entretiens.

### Les usages numériques pour la gestion des associations

Comme le souligne le Mouvement associatif (2018) : « A l'instar de l'ensemble de la société, les associations sont actuellement en pleine transition numérique et expriment le besoin d'être accompagnées, d'un point de vue technique et éthique, pour mobiliser les outils adaptés à la mise en œuvre de leurs projets ». En matière d'EEDD, des recherches ont par exemple été menées dans des écoles (Fauville et al. 2014), mais beaucoup moins dans le secteur associatif alors même que les



pouvoirs publics comptent beaucoup sur ces acteurs pour développer l'EEDD<sup>10</sup>. Par ailleurs, l'usage du numérique par les associations est en forte progression, et de nouveaux usages apparaissent (MOOCs, dons en ligne, applis, ...).

**Figure 2. Les usages du numérique par les associations françaises**



Source : Solidatech (2016), p. 9.

Le numérique permet aux associations de mieux gérer leurs activités, leur communication (interne et externe), le développement de projets ainsi que leur suivi et évaluation, mais aussi de réaliser des actions de formation (Solidatech 2016). Quant aux usages spécifiques du numérique pour l'EEDD, les pratiques sont moins bien connues : quelles technologies sont utilisées ? quelles compétences sont nécessaires à leur déploiement ? comment sont-elles perçues par les acteurs ? Ce projet propose de répondre à ces trois questions, pour comprendre dans quelle mesure le numérique renforce la capacité d'action d'acteurs non lucratifs aux ressources fragiles.

Pour commencer, on peut noter avec le tableau suivant qu'aucune des associations interrogées ne se perçoit comme débutante en matière de technologie numérique. Nous verrons à la page suivante que par rapport à l'ensemble des associations françaises (voir Figure 2), celles que nous avons interrogées ont un niveau de maturité numérique plus élevé.

**Tableau 7. Niveau de maîtrise des technologies numériques par l'association (autodéclaratif)**

| Débutante | Confirmée | Experte | Ne sait pas |
|-----------|-----------|---------|-------------|
| -         | 10        | 3       | -           |

<sup>10</sup> Voir <https://www.ecologique-solaire.gouv.fr/education-lenvironnement-et-au-developpement-durable>. Dernière consultation le 12/01/2021.

**Tableau 8. Fréquence d'utilisation des technologies numériques par l'association par outil**

| Outils permettant de ...                                  | Aucun usage (0) | Très peu fréquent (1) | Peu fréquent (2) | Fréquent (3) | Très fréquent (4) |
|---|-----------------|-----------------------|------------------|--------------|-------------------|
| Animer votre réseau                                       | -               | -                     | 1                | 1            | 11                |
| Gagner en visibilité sur le web                           | -               | -                     | -                | 1            | 12                |
| Travailler de manière collaborative                       | -               | -                     | 1                | 1            | 11                |
| Financer votre projet                                     | 2               | 3                     | 2                | 3            | 3                 |
| Gérer vos ressources humaines et financières              | 1               | -                     | -                | 1            | 10                |
| Sécuriser votre association et suivre les réglementations | -               | 4                     | 1                | 4            | 3                 |
| Piloter votre stratégie numérique                         | 2               | 1                     | 2                | 4            | 4                 |

**NB :** (1) = moins d'une fois par mois ; (2) = au-moins une fois par mois ;  
(3) = une fois par semaine ; (4) = plusieurs fois par semaine.

Les technologies numériques étant des technologies à usage général (« general purpose technologies », Bresnahan (2010)), toutes les organisations un tant soit peu formalisées les utilisent, même en ayant des degrés de maturité numérique différents. La crise sanitaire a renforcé la place du numérique dans les organisations, mais dans les entretiens nous avons demandé à raisonner hors situation sanitaire exceptionnelle. Malgré cela 3 associations ont déclaré que les outils numériques qu'elles utilisaient très fréquemment leur semblaient tous indispensables. Quant à l'importance relative de ces outils, « Travailler de manière collaborative » est placé quatre fois en outil n°1 (notamment quand l'association est organisée en réseau et quand les équipes sont éclatées géographiquement), devant « Animer votre réseau » et « Financer votre projet ».

Mais si l'on ne tient pas compte des classements d'outils et que l'on se focalise sur les plus utilisés, ces derniers sont :

- 1) Gagner en visibilité sur le web
- 2) Travailler de manière collaborative
- 3) Animer votre réseau
- 4) Gérer vos ressources humaines et financières

Le détail des entretiens, complétés par des recherches en ligne sur les sites internet des associations, révèle une diversité de degré de maturité numérique et d'usage d'outils selon les associations (voir Annexe 2). Ayant plus de moyens, les associations les plus grandes tendent à être plus expertes, alors que les plus petites compensent par des soutiens techniques bénévoles, du « bricolage », et l'utilisation de logiciels libres (ce qui peut résulter d'une stratégie délibérée pour sortir du « tout GAFAM »). La plupart déclarent que des compétences numériques sont indispensables dans tout recrutement, afin de pouvoir gérer le maximum de choses en interne comme la communication via les réseaux sociaux.

L'Annexe 2 mentionne quel outil est utilisé par quelle association (nous avons anonymisé leurs noms), nous résumons ces outils par catégorie ci-dessous.

## **Communication externe :**

- **Site internet** : 100% en ont un et certaines en font le cœur de leur stratégie de communication.
  - o Exemples de prestataires : Webflow, pascaltournaire.com (conception), Aim Services (développement), design UltraNoir, SMOL (conception), Stéphane Lecourbe (développement), Nicolas Poissonnet (développement), Happyculture (conception), yannrolland.com & tcaroli.com (réalisation), Bol d’Air, Agence BRONX (conception), Mahi-Mahi (développement), Les Semeurs Design (graphisme), Hugo Viricel (conception), fabien-raymondaud.fr.
  - o Exemples d’hébergeurs : OVH (dans au-moins 7 associations sur 13), Webflow, Ovea, Hetzner Online AG.
  - o Exemples de CMS : Drupal, WordPress, Python.
- **Outils d’emailing** : mailjet, Engaging networks, Sendinblue.
- **Réseaux sociaux** : Facebook (100%) ; Twitter (12/13) ; Instagram (11/13) ; LinkedIn (12/13) ; 1/13 : logiciels libres (mastodon, Framasphere), uTip, Diaspora, TikTok.
- **Newsletter** : CiviCRM (open source), mailchimp, Sendinblue (outil le plus fréquemment utilisé).
- **Images** : Chaîne YouTube (12/13).
- **Écrits** : Publications diverses en ligne (13/13), 1 magazine en ligne, 1 flux RSS.

## **Organisation interne :**

- Outre les outils de bureautique, on trouve parmi les outils de gestion Salesforce (gestion de la relation client - CRM).
- Près de la moitié des associations gèrent des bases de données, que certaines exploitent via des expertises externes comme l’ADEME.
- Elles utilisent des outils de partage, et malgré une certaine appétence pour les solutions libres (Silverpeas, Next cloud), Google drive et Google Sheets restent souvent utilisés pour leur côté pratique.
- Certaines associations construisent via un prestataire externe des plateformes de gestion spécifiques à un programme, et donc y allouent des moyens humains et financiers.

## **Animation et collaboration :**

- Outils collaboratifs : près de la moitié déclarent utiliser Slack.
- Échanger : WhatsApp, Telegram, Discord ; réunions créatives en ligne : Mindmap, Mural, Klaxoon ; gérer des projets : Airtable, Trello.
- Wiki libre : YesWiki.
- Visioconférences (pour réunions, formations, ...) : Jitsi (libre), Zoom, Teams, GoToMeeting.

## Recherche de ressources :

- Dons en ligne : près de la moitié utilisent i-raiser (qui peut aussi permettre de gérer les adhésions en ligne), d'autres HelloAsso, voire des solutions PAYPAL, GOCARDLESS, Ulule, uTip, ou Logilys.
- Recruter des bénévoles : 8/13 ont une page web ad hoc, certaines ont également un espace « cotisants ».

Après cette aperçu des outils numériques utilisés pour la gestion quotidienne des associations étudiées, nous proposons maintenant une analyse de leurs pratiques numériques lorsqu'elles mènent des activités d'EEDD. Contrairement au compte-rendu précédent, nous proposons une analyse de ces pratiques avec la grille de lecture utilisée en sociologie de l'environnement basée sur les travaux de Shove et al. (2012). Celle-ci précise qu'une pratique peut être identifiée lorsqu'elle combine trois composantes qui concernent le matériel, les compétences et le sens. Ce triptyque assure la pérennité de la pratique, qui s'affaiblit et peut disparaître lorsqu'un des trois éléments s'affaiblit ou disparaît lui-même.

## Les pratiques numériques pour les activités d'EEDD

### L'EEDD

Comme le rappelle l'association FNE<sup>11</sup>, « Le courant pédagogique 'éducation à l'environnement' apparaît dans les années 1970 », pour prendre le nom d'EEDD en 2004 et d'EDD (Éducation au Développement Durable) en 2007 (Hagnerelle 2010). Il dispose aussi d'une revue francophone (*Éducation relative à l'environnement*<sup>12</sup>), d'un Congrès mondial<sup>13</sup>, de rencontres nationales<sup>14</sup>, et les revues professionnelles lui consacrent régulièrement des numéros spéciaux. C'est l'occasion de discuter de son déploiement dans l'enseignement secondaire et des changements que cela implique de la prendre au sérieux<sup>15</sup>, notamment d'aller au-delà des « petits gestes » (Simonneaux 2010)<sup>16</sup>. Il offre également un courant de recherche académique, qui a par exemple débouché en 2014 sur la publication d'un « International Handbook of research on environmental education » (Laberge 2014).

---

<sup>11</sup> Voir <https://www.fne.asso.fr/espace-education>. Dernière consultation le 12/01/2021.

<sup>12</sup> Voir <https://journals.openedition.org/ere/>. Le numéro 13(1) de 2016 s'intitulait « Entre deux mondes, la recherche associative en éducation à l'environnement », <https://doi.org/10.4000/ere.298>. Toutefois, cette revue ne compte pas un seul numéro en lien direct avec le numérique.

<sup>13</sup> Voir <https://weecnetwork.org/>. Dernière consultation le 12/01/2021.

<sup>14</sup> Voir <http://reseaucoleetnature.org/assises-nationales.html>. Dernière consultation le 12/01/2021.

<sup>15</sup> *Les Cahiers Pédagogiques*, N° 405, juin 2002, « L'éducation au développement durable », <http://www.cahiers-pedagogiques.com/No405-L-education-au-developpement-durable> ; N° 478, janvier 2010, « L'éducation au développement durable : comment faire ? », <https://www.cahiers-pedagogiques.com/No478-L-education-au-developpement,6601> ; N° 460, février 2008, « Repères pour une éducation citoyenne au développement durable », <https://www.cahiers-pedagogiques.com/Reperes-pour-une-education-citoyenne-au-developpement-durable> ; *diversité* N° 198, mai-août 2020, « L'école écologique », <https://www.reseau-canope.fr/notice/diversite-n-198-mai-aout-2020.html>.

<sup>16</sup> Voir également <https://www.cahiers-pedagogiques.com/Des-petits-gestes-a-l-ecocitoyennete>. Dernière consultation le 12/01/2021.

Dans les institutions de l'Éducation Nationale, l'EEDD passe par l'adoption de nouvelles compétences (Rousseau 2014), tout comme dans l'enseignement supérieur. On peut citer le référentiel de compétences proposé dans le récent « Manuel de la transition »<sup>17</sup>, celui de l'INSA pour les écoles d'ingénieur<sup>18</sup>, ou celui de la CGE et de la CPU pour les universités et autres grandes écoles<sup>19</sup>. L'auteur de ce rapport pilote lui-même un groupe de travail chargé de l'intégration du développement durable et de la responsabilité sociale (DDRS) dans le cursus d'une grande école de management en suivant une approche par les compétences et en privilégiant le « mainstreaming » (Trechsel et al. 2018), c'est-à-dire « l'inscription progressive dans les programmes d'enseignement » (Hagnerelle 2010).

Ces efforts vont dans le sens d'une prise en compte croissante des enjeux du DDRS par les grandes écoles de management en France<sup>20</sup> et à l'étranger<sup>21</sup>, y compris dans les processus de déclaration/labellisation<sup>22</sup>, d'accréditation<sup>23</sup> ou dans les politiques publiques<sup>24</sup>. *Last but not least*, les étudiant.e.s sont de plus en plus sensibles aux enjeux du DDRS, y compris en termes des métiers qu'ils ou elles souhaitent exercer. En effet, l'utilité sociale de leur travail est un « prérequis absolu » pour la majorité d'entre elles, les deux tiers étant prêts à « Refuser un poste dans une entreprise qui manque d'engagement social/environnemental », alors que « 7 talents sur 10 aimeraient travailler ou faire un stage dans l'ESS »<sup>25</sup>.

Forts de ces constats, que peut-on dire du rôle que peut jouer l'EEDD dans les changements de comportement, alors qu'être bien informé des enjeux écologiques n'est pas forcément synonyme de comportement vertueux en la matière (Wallenborn and Dozzi 2007) ?

### EEDD et changements de comportement

Depuis les années 1970, des recherches ont été menées pour mieux comprendre les ressorts psychologiques des comportements pro-environnementaux : messages incitatifs, engagements, commentaires critiques, normes sociales, incitations, mais aussi timing de ces stratégies d'influence (Schultz 2014). Certains travaux soulignent l'importance de transmettre des compétences ainsi que de

---

<sup>17</sup> Voir « Un nouveau « manuel de la grande transition » pour former tous les étudiants au défi climatique », *Le Monde*, 16/11/2020, [https://www.lemonde.fr/campus/article/2020/11/16/un-nouveau-manuel-de-la-grande-transition-pour-former-tous-les-etudiants-au-defi-climatique\\_6059871\\_4401467.html](https://www.lemonde.fr/campus/article/2020/11/16/un-nouveau-manuel-de-la-grande-transition-pour-former-tous-les-etudiants-au-defi-climatique_6059871_4401467.html).

<sup>18</sup> Voir <https://theshiftproject.org/former-les-ingenieurs-a-la-transition/>. Dernière consultation le 12/01/2021.

<sup>19</sup> Voir <https://www.cge.asso.fr/liste-actualites/version-2021-du-referentiel-ddrs/>. Dernière consultation le 12/01/2021.

<sup>20</sup> Voir <https://www.cge.asso.fr/commissions/developpement-durable-et-responsabilite-societale-ddrs/>. Dernière consultation le 12/01/2021.

<sup>21</sup> Voir <https://www.rrbm.network>. Dernière consultation le 12/01/2021.

<sup>22</sup> E.g. les "Principles for Responsible Management Education": <https://www.unprme.org> ; ou le label DD&RS : <https://www.label-ddrs.org>. Voir également le Trophée des campus responsables : <https://www.greengownawards.org/2020-winners>.

<sup>23</sup> Voir <https://grii.org/resources/business-school-rankings-for-the-21st-century-january-2019/> ; <https://grii.org/resources/ers-accreditation-perspectives/> ; <https://www.aacsb.edu/blog/2019/april/moving-forward-sustainable-development-goals-and-business-schools>. Dernière consultation le 12/01/2021.

<sup>24</sup> Voir le Plan Vert, <http://campusresponsables.com/ressources/article-65/le-plan-vert.html>. Dernière consultation le 12/01/2021.

<sup>25</sup> Voir e.g. <https://www.ipsos.com/fr-fr/enjeux-environnementaux-et-sociaux-les-grandes-entreprises-ne-sont-pas-encore-la-hauteur-des>.

motiver les acteurs pour les mettre en œuvre (Heimlich and Ardoin 2008). D'autres avancent que si la prise de conscience est un facteur indirect important de changement de comportement environnemental, elle est directement impactée par les normes morales et sociales, la culpabilité, et les processus d'attribution –i.e. d'explication causale d'un évènement ou comportement (Bamberg and Möser 2007). Ces changements de comportement peuvent alors influencer les autres acteurs, notamment les organisations à but lucratif pour qui les pressions des parties prenantes sont un facteur clé de leur propre performance environnementale (Valero-Gil et al. 2017).

Mais comme le souligne Abrahamse (2019) : « When asked, people will generally say that they care about environmental protection. This concern for the environment, however, does not always translate into action ». La psychologie de l'environnement nous apprend que pour que cette action advienne, il convient de s'intéresser tout d'abord aux valeurs que l'on veut changer, surtout s'il l'on vise un apprentissage de second ordre. Le tableau suivant présente une typologie de ces valeurs selon la fameuse classification de Schwartz.

**Tableau 9. La typologie des valeurs de Schwartz**

| Dimension              | Value type            | Motivational goals  |
|------------------------|-----------------------|---|
| Self-enhancement       | Power                 | Social status and prestige, control over people and resources                             |
|                        | Achievement           | Personal success; demonstrated competence according to social standards                   |
|                        | Hedonism <sup>a</sup> | Pleasure and gratification for oneself  |
| Openness to change     | Stimulation           | Excitement, novelty, challenge in life  |
|                        | Self-direction        | Independent thought and action; choosing, creating, exploring                             |
| Self-transcendence     | Universalism          | Understanding, appreciation, tolerance, protecting the welfare of other people and nature |
|                        | Benevolence           | Preserving and enhancing the welfare of people one is close to                            |
| Conservation/tradition | Tradition             | Respecting and accepting customs and traditions   |
|                        | Conformity            | Restraining actions likely to harm others, or that violate social norms                   |
|                        | Security              | Safety, harmony, stability of society   |

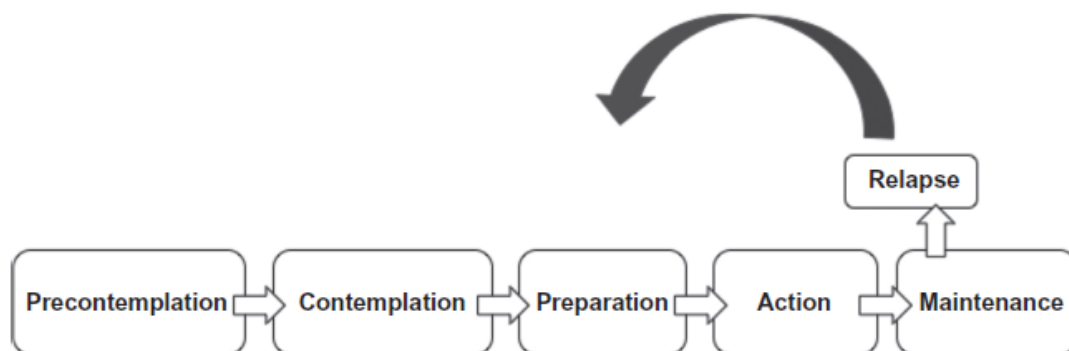
<sup>a</sup>Hedonism is also part of the openness to change value type.

Adapted from Schwartz, S.H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of Social Issues*, 50(4), 22.

Source : Abrahamse (2019), p. 18.

Ensuite, il faut comprendre les étapes du changement, à chacune d'elle l'EEDD peut agir par l'intermédiaire du numérique sur des processus d'apprentissage de premier et de second ordre.

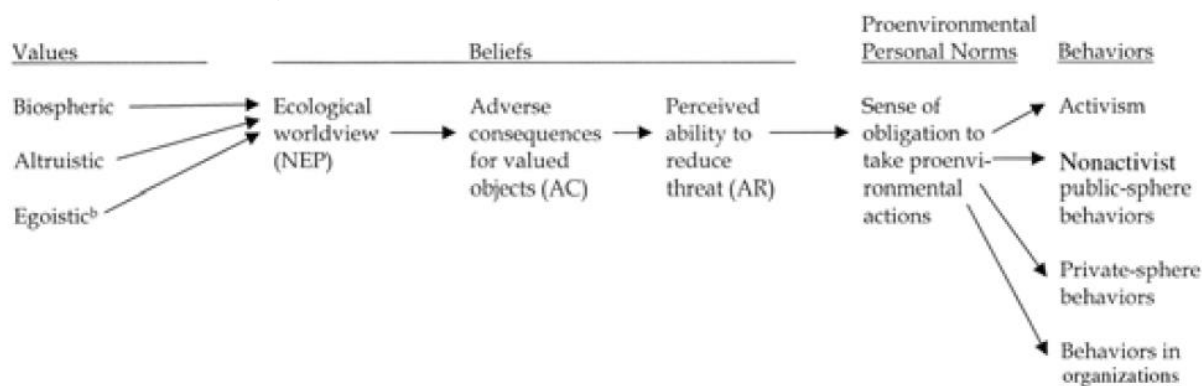
**Figure 3. Les étapes d'un changement de comportement**



Source : Abrahamse (2019), p. 21.

Forts de ces grilles de lecture d'une réalité complexe, il est possible de cibler des changements de comportements ayant un fort impact positif sur l'environnement, loin des « petits gestes » de portée plus symbolique. Ces changements significatifs, dont nous avons cruellement besoin au vu de l'ampleur des crises écologiques actuelles et à venir, sont aussi appelés « environmentally significant individual behaviors » (Stern 2000). La figure suivante montre le lien entre les valeurs, les « croyances », les normes personnelles et les comportements.

**Figure 4. Les variables expliquant les comportements écologistes selon la théorie VBN (value-belief-norm)**



Source : Stern (2000), p. 412.

Sur cette base, la théorie VBN identifie 4 catégories de variables influençant les comportements écologiques (attitudes, compétences individuelles, facteurs contextuels, habitudes et routines), ainsi que les plus vertueux de ces comportements. D'autres recherches ont poursuivi ces travaux et confirmé l'importance de variables similaires (Kollmuss and Agyeman 2002, Bamberg and Möser 2007, Steg and Vlek 2009, Li et al. 2019). D'autres encore comme Casaló et al. (2019) ont étudié le rôle des différents types de connaissances dans ces changements de comportement. Nous en reparlons en conclusion afin de confronter ces propositions à nos résultats, qui sont présentés dans la section suivante.

## Les pratiques numériques des associations d'EEDD

Le numérique a depuis de nombreuses années fait son entrée dans les salles de classe<sup>26</sup>, et aujourd'hui, comme le précisent Fauville et al. (2014), « there is a rich variety of such tools and applications available ». Quant au sujet du numérique et des associations, il reste émergent dans la littérature (Eynaud 2010). Nous avons vu que le niveau de maturité numérique des associations était varié, il semblerait par exemple que « C'est dans les petites équipes de 6 à 9 salariés et dans les plus grandes (plus de 50 salariés) que les usages sont les plus diversifiés »<sup>27</sup>. En est-il de même avec les pratiques numériques mises en œuvres dans leurs activités d'EEDD ?

Le tableau suivant résume le nombre de pratiques identifiées par association, et l'Annexe 3 présente le détail par association de toutes les pratiques numériques d'EEDD identifiées ; elles sont au nombre de 131.

**Tableau 10. Nombre de pratiques identifiées par association**

|                  | Nombre de pratiques identifiées | % Total     |
|------------------|---------------------------------|-------------|
| Association n°1  | 18                              | 14%         |
| Association n°2  | 10                              | 8%          |
| Association n°3  | 10                              | 8%          |
| Association n°4  | 3                               | 2%          |
| Association n°5  | 16                              | 12%         |
| Association n°6  | 15                              | 11%         |
| Association n°7  | 14                              | 11%         |
| Association n°8  | 8                               | 6%          |
| Association n°9  | 9                               | 7%          |
| Association n°10 | 8                               | 6%          |
| Association n°11 | 4                               | 3%          |
| Association n°12 | 7                               | 5%          |
| Association n°13 | 9                               | 7%          |
| <b>TOTAL</b>     | <b>131</b>                      | <b>100%</b> |

Il faut souligner que ces résultats inégaux sont tributaires de la richesse relative des 13 entretiens réalisés, qui dépend notamment de la connaissance qu'a la personne interrogée des actions d'EEDD réalisées dans son association. Par exemple, dans le cas d'une personne interrogée celle-ci était arrivée très récemment dans l'association pour bien connaître ces actions d'EEDD ; pour une autre personne elle avait des responsabilités techniques et ne les connaissait pas très bien non plus. Si nous avions eu plus de temps et de disponibilité du côté des associations nous aurions pu faire d'autres entretiens

<sup>26</sup> Pour un état des lieux, voir *Les Cahiers Pédagogiques*, N° 498, « Apprendre avec le numérique », juin 2012, <http://www.cahiers-pedagogiques.com/No498-Apprendre-avec-le-numerique>.

<sup>27</sup> Source : Recherches & Solidarités (2019), *La place du numérique dans le projet associatif*, <https://recherches-solidarites.org/numerique-et-associations>.



complémentaires, mais fort heureusement la grande majorité des entretiens ont été très riches et nous pouvons donc être satisfaits des résultats de cette étude exploratoire.

**Les associations intéressées trouveront dans les 131 pratiques numériques utilisées par les associations d'EEDD matière d'inspiration pour améliorer leurs propres pratiques.**

Ces 131 pratiques sont présentées dans le tableau suivant et classées en trois catégories, comprenant chacune des pratiques principales (voir Tableau 11), elles-mêmes composées de pratiques plus spécifiques détaillées dans l'Annexe 5. Par exemple, la pratique « 1.2\_Communiquer via les réseaux sociaux » comprend 20 pratiques spécifiques concentrées sur trois pratiques principales :

- Communiquer via les réseaux sociaux (sur l'association, les campagnes, les enjeux, ...) : 17 pratiques ;
- Utiliser les réseaux sociaux pour mobiliser les jeunes sur le climat : 1 pratique ;
- Valoriser les actions des membres d'un réseau via les réseaux sociaux : 2 pratiques.

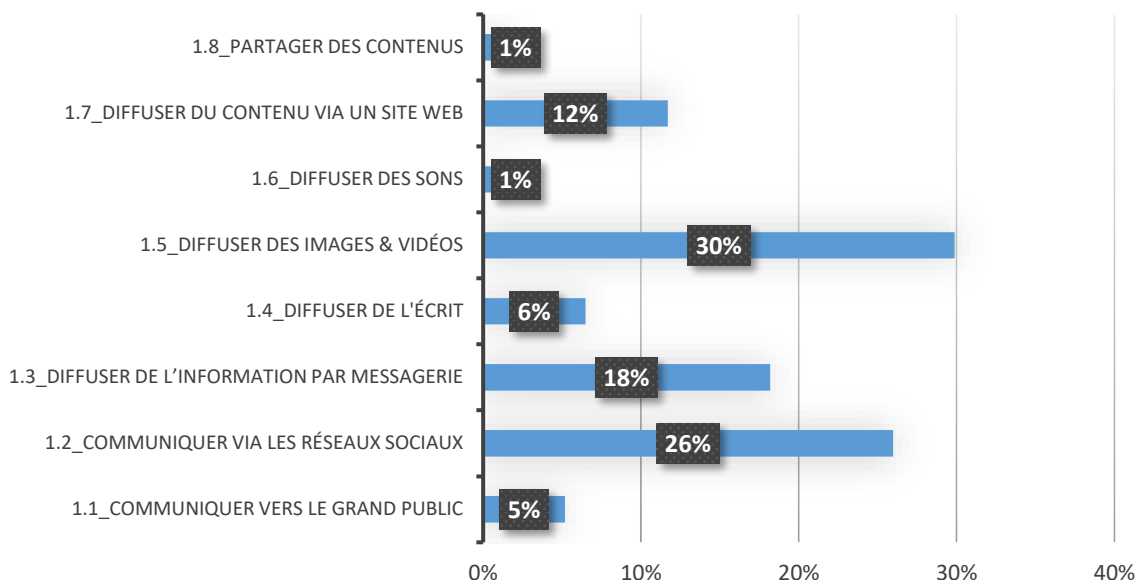
**Tableau 11. Classification des pratiques numériques utilisées par les associations d'EEDD**

| PRATIQUES NUMERIQUES                             | Nombre de pratiques |
|--|---------------------|
| <b>1_Diffuser du contenu</b>                     | <b>80</b>           |
| 1.1_Communiquer des informations au grand public | 4                   |
| 1.2_Communiquer via les réseaux sociaux          | 20                  |
| 1.3_Diffuser de l'information par messagerie     | 14                  |
| 1.4_Diffuser de l'écrit                          | 5                   |
| 1.5_Diffuser des images                          | 23                  |
| 1.6_Diffuser des sons                            | 1                   |
| 1.7_Diffuser du contenu via un site web          | 9                   |
| 1.8_Partager des contenus                        | 1                   |
| <b>2_Créer du contenu</b>                        | <b>17</b>           |
| 2.1_Créer des contenus                           | 7                   |
| 2.2_Créer des outils                             | 7                   |
| 2.3_Représenter des acteurs sur une carte        | 3                   |
| 2.4_Vulgariser                                   | 3                   |
| <b>3_Gérer une campagne d'EEDD</b>               | <b>34</b>           |
| 3.1_Collaborer à distance                        | 4                   |
| 3.2_Communiquer par visioconférence              | 1                   |
| 3.3_Favoriser les contacts avec la nature        | 2                   |
| 3.4_Financer l'association                       | 1                   |
| 3.5_Former                                       | 7                   |
| 3.6_Gérer un réseau                              | 2                   |
| 3.7_Interpeller                                  | 11                  |
| 3.8_Autres                                       | 6                   |
| <b>TOTAL</b>                                     | <b>131</b>          |



Concernant les pratiques numériques utilisées pour diffuser du contenu, la figure suivante montre que la pratique numérique de diffusion de contenus la plus répandue à des fins d'EEDD est celle utilisant les matériels numériques « images » et « vidéos » (23 pratiques, dont 15 pour « Sensibiliser via une vidéo ou une image en ligne »). La deuxième est celle utilisant les réseaux sociaux pour communiquer sur l'association, les campagnes, ou les enjeux (17 pratiques sur 20), ou encore pour mobiliser les jeunes sur le climat, voire pour valoriser les actions des membres d'un réseau associatif.

**Figure 7. Poids relatif des pratiques dans la catégorie « 1\_Diffuser du contenu »**



Au sujet des pratiques numériques utilisées pour créer du contenu, la figure suivante montre l'importance de la création de contenus et d'outils. Les pratiques de création de contenu mises en avant dans les entretiens ont essentiellement porté sur la conception d'images et de vidéos, alors que comme nous l'avons souligné dans la section portant sur « Les usages numériques pour la gestion de l'association », toutes les associations étudiées produisent également des écrits en ligne, dont un magazine. Il est toutefois intéressant de souligner que les personnes interrogées insistent sur ces matériels numériques (images & vidéos), qui tendent à avoir un fort pouvoir de suggestion et donc une capacité plus large à provoquer des émotions, et le numérique en fait un large usage. Par exemple, pour Montiel et al. (2020) : « Mobile apps like My Earth, an energy-tracking app that encourages sustainable behavior, foster personal behavioral change about environmental and social perceptions which can increase the students' passion for sustainability by triggering their emotional learning ».

Il est intéressant de souligner cette importance des pratiques liées à l'image et à la vidéo, alors que les outils numériques ont pu dans le passé être cantonnés à des fonctions de lecture, de recherche d'informations, d'écriture, d'échange, de compréhension, ou d'apprentissage (Hortolan 2013). Cette évolution technologique qui serait plus axée sur l'image, notamment à cause de la prégnance de la diffusion d'informations et de la communication via les terminaux numériques (notamment les petits écrans des smartphones), pourrait-elle influencer un certain type d'apprentissage en matière d'EEDD qui serait plutôt du premier ordre que du second ?

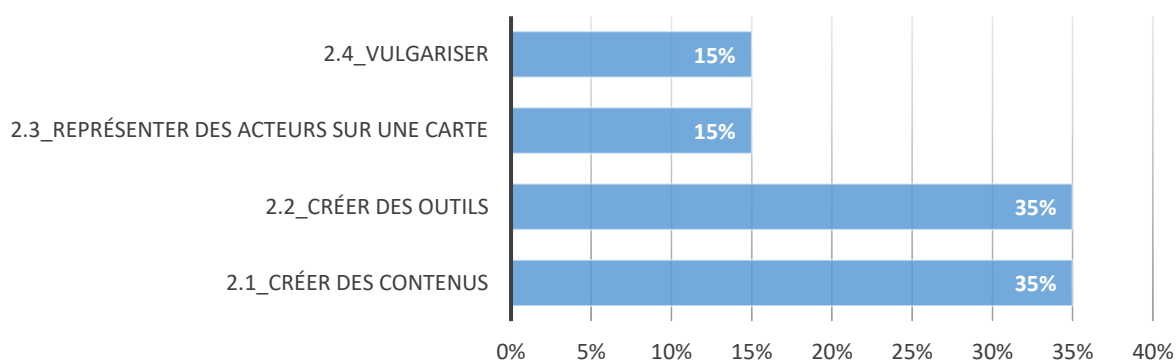
Marshall McLuhan<sup>28</sup> avait en son temps pointé du doigt l'influence de l'outil de diffusion de l'information sur le message lui-même, et Cass Sunstein a plus récemment souligné les risques que

<sup>28</sup> Voir [https://fr.wikipedia.org/wiki/Marshall\\_McLuhan](https://fr.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan). Dernière consultation le 12/01/2021.

peuvent présenter les technologies numériques pour la démocratie, notamment à travers la formation de bulles informationnelles (Gossart 2010). Quant à Olivier Mongin (2004), il avance que ces technologies numériques contribuent à « désobjectiver l'individu »<sup>29</sup>. Le directeur de publication de la revue *Esprit* nous met en garde contre une « société des écrans », d'autant plus forte avec le numérique, et se demande « pourquoi cette surconsommation d'images ne produit pas de l'imagination et casse la relation à l'histoire, i.e. à l'épreuve de la réalité du monde ». Cette « surconsommation d'images » pourrait-elle également contribuer à nous couper de la nature ? Les multiples pratiques numériques en matière d'EEDD tendent à suggérer le contraire, si tant est par exemple que l'on soit sensible aux images et vidéos de la nature projetées sur (petit) écran<sup>30</sup>. Mais l'utilisation d'images à des fins d'EEDD nécessite certaines compétences, comme le suggère une étude de Place To Be sur la façon de communiquer autour du changement climatique à travers la photographie<sup>31</sup>.

La pratique de création d'outils comprend quant à elle 7 pratiques très variées, qui vont de la création d'outils numériques libres pour l'EEDD, de jeux sérieux, d'un documentaire, et d'autres outils pédagogiques, comme un livret ou des fiches de bonnes pratiques.

**Figure 8. Poids relatif des pratiques dans la catégorie « 2\_Créer du contenu »**



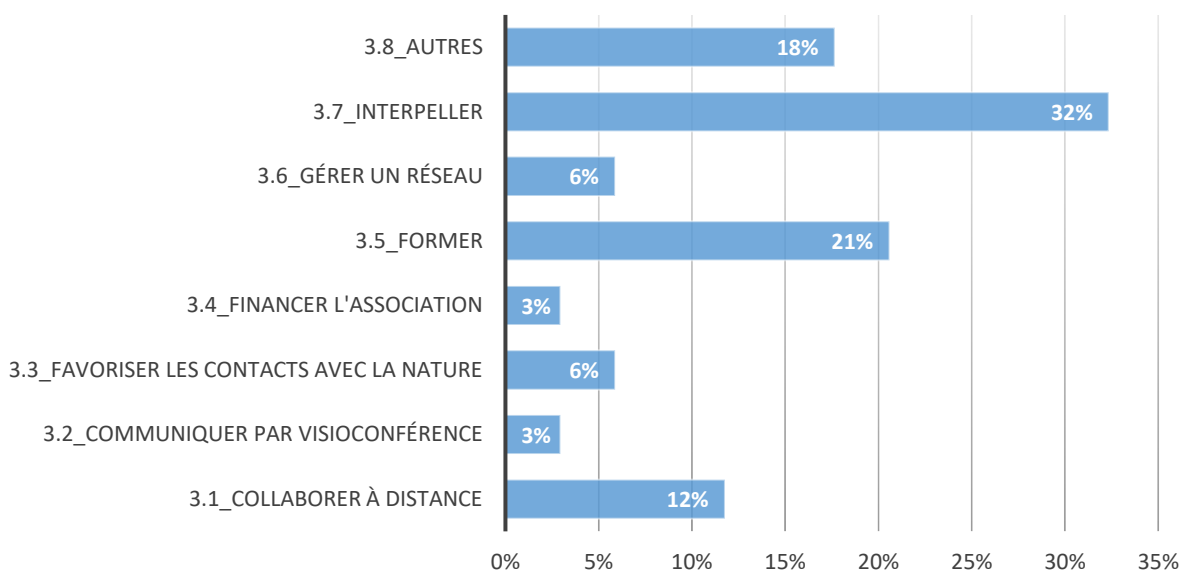
Enfin, concernant la catégorie « 3\_Gérer une campagne d'EEDD », c'est surtout la pratique d'interpellation via des matériels numériques qui est utilisée, que ce soit par exemple pour mobiliser via des pétitions en ligne, ou pour interpellier les acteurs nationaux ou européens, y compris les politiques. La pratique de former par le numérique est également souvent utilisée, que ce soit pour les salariés, les membres d'un réseau, les élus, et les citoyens (notamment via des webinaires ou des MOOCs).

<sup>29</sup> Mongin, O. (2004), « La société des écrans », *Communications* 75(75), pp. 219-227. La subjectivation est la capacité à agir et à se déterminer en fonction de critères personnels. Source : Académie Française, op. cit.

<sup>30</sup> La lectrice ou le lecteur pourra faire le test en consultant <https://twitter.com/OceansBeauties?s=09>. Dernière consultation le 12/01/2021.

<sup>31</sup> Voir <http://www.placetob.org/des-images-et-des-actes>. L'objectif du projet était d'« Étudier les émotions véhiculées par certains types de photographie et les incitations à l'action qu'elles peuvent engendrer » (ibid.). Dernière consultation le 12/01/2021.

Figure 9. Poids relatif des pratiques dans la catégorie « 3\_Gérer une campagne d'EEDD »



## Conclusions

L'objectif principal de ce projet était d'identifier les pratiques numériques des associations françaises d'EEDD. Nous en avons étudié 13 et pu collecter des informations sur 131 pratiques, dont certaines étaient communes entre associations. Nous avons donc produit une liste consolidée de pratiques communes à toutes les associations étudiées (voir Annexe 5), et avons conservé 62 pratiques distinctes réparties de la manière suivante : 25 pour la catégorie « 1\_Diffuser du contenu » (voir Figure 7), 15 pratiques dans la catégorie « 2\_Créer du contenu » (voir Figure 8), et 22 pratiques dans la catégorie « 3\_Gérer une campagne d'EEDD » (voir Figure 9).

Concernant les pratiques numériques utilisées pour diffuser du contenu, la pratique numérique de diffusion de contenus la plus répandue à des fins d'EEDD est celle utilisant les matériels numériques pour **diffuser des images et vidéos**, la deuxième étant celle utilisant les réseaux sociaux pour communiquer sur l'association, les campagnes, ou les enjeux, voire pour mobiliser les jeunes sur le climat, voire pour valoriser les actions des membres d'un réseau associatif.

Quant aux pratiques numériques utilisées pour créer du contenu, c'est la création de contenus et d'outils qui semble privilégiée. Les pratiques de création de contenu mises en avant dans les entretiens ont essentiellement porté sur la **conception d'images et de vidéos**.

Dans les deux cas, les pratiques mobilisant des images et des vidéos sont très fréquents en termes absolus (nombre de pratiques les utilisant). Mais cela ne traduit pas pour autant une influence plus forte en termes d'impacts sur les changements de comportement. Si ces matériels numériques sont réputés avoir un fort pouvoir de suggestion et émotionnel, nous avons vu que les compétences nécessaires à la génération d'un tel impact n'étaient pas données au premier venu. Il serait d'ailleurs intéressant d'identifier les compétences nécessaires à une telle réalisation, car les images habituellement utilisées ne sont pas forcément les plus efficaces pour pousser à l'action<sup>32</sup>.

<sup>32</sup> Voir <http://www.placetob.org/des-images-et-des-actes>.

Les auteurs du rapport « Des images et des actes » conseillent par exemple de « privilégier les visuels qui offrent un univers émotionnel large ». Quant à Montiel et al. (2020), ils avancent que les applis peuvent être très utiles :

« Apps are useful to combine traditional cognitive (intellectual) learning with physical, emotional, or spiritual learning, and they consider the specific institutional contexts that characterize societal grand challenges.”

Nous proposons pour finir une discussion sur la capacité des pratiques numériques à générer des changements de comportement *durables*, c'est-à-dire ayant des impacts positifs substantiels sur les écosystèmes naturels. Nous postulons que les associations d'EEDD pourraient contribuer à la constitution d'un système de connaissances soutenant les transformations favorables à la permanence de la vie sur Terre (Fazey et al. 2020) en mettant toute leur énergie au service de la transmission de compétences correspondant à des apprentissages profonds. Ces derniers nous poussent à réfléchir à nos propres processus d'apprentissage et à comment changer nos grilles de compréhension du monde, nos valeurs, voire notre identité même. Alors que l'apprentissage de premier ordre se focalise sur la vie quotidienne, et les fameux « petits gestes » pourraient fort bien verrouiller le comportement de acteurs dans un espace confortable de convictions façonnées antérieurement : « je pratique les écogestes, alors pourquoi aller plus loin maintenant que je suis déculpabilisé ? ».

Afin de déterminer quels rôles peut jouer le numérique dans ces apprentissages, les apports théoriques de la psychologie environnementale pourraient être utiles. Par exemple, comme nous l'avons vu précédemment, la théorie VBN identifie quatre catégories de variables influençant les comportements écologiques, ainsi que quatre types de comportement qui sont les plus significatifs d'un point de vue écologique. Une analyse plus approfondie de l'influence des pratiques numériques que nous avons identifiées sur ces variables et comportements pourrait être réalisée.

**Figure 10. Comportements écologiques et variables d'influence**

| Causal variables                                     | Environmentally significant behaviors             |
|--|---|
| <i>Attitudinal</i>                                   | <i>Environmental activism</i>                     |
| General environmentalist predisposition <sup>a</sup> | <i>Nonactivist public-sphere behaviors</i>        |
| Behavior-specific norms and beliefs <sup>b</sup>     | Environmental citizenship                         |
| Nonenvironmental attitudes                           | (e.g., petitioning, joining groups)               |
| (e.g., about product attributes)                     | Policy support                                    |
| Perceived costs and benefits of action               |   |
| <i>Personal capabilities</i>                         | <i>Private-sphere environmentalism</i>            |
| Literacy   | Consumer purchase behaviors                       |
| Social status  | Maintenance of household equipment                |
| Financial resources                                  | Changes in equipment use, lifestyle (curtailment) |
| Behavior-specific knowledge and skills               | Waste disposal behaviors                          |
|  | “Green consumerism”                               |
| <i>Contextual factors</i>                            | <i>Other</i>                                      |
| Material costs and rewards                           | Behaviors affecting organizational decisions      |
| Laws and regulations                                 |   |
| Available technology                                 |   |
| Social norms and expectations                        |   |
| Supportive policies                                  |   |
| Advertising  |   |
| <i>Habit and routine</i>                             |   |

<sup>a</sup>The VBN theory incorporates various attitudinal variables believed to create this predisposition.

<sup>b</sup>These norms and beliefs figure prominently in applications of norm-activation theory and the theory of planned behavior to specific proenvironmental behaviors.

Source : Stern (2000), p. 421.

En outre, une réflexion sur le type de compétences transmises par les pratiques numériques d'EEDD nous semble importante. Comme le précisent Eastes and Pellaud (2019) :

« Parce qu'il est vain de chercher à décider du chemin et du véhicule si l'on ne sait ni d'où on part, ni où on va. On remplacera alors les [approches prescriptive et normative](#) de l'EDD par une approche plus programmatique, non plus fondée sur des écogestes mais visant à développer de véritables compétences. »

Nombre d'actions d'EEDD portent sur les écogestes, mais quel type d'apprentissage et donc quelles compétences transmettent-ils ? Les associations les plus ambitieuses pourront orienter leurs actions vers un apprentissage profond, plus propice à l'émergence de comportements environnementaux à forts impacts positifs. Quel sera alors le rôle du numérique ? Dans quelle mesure les pratiques numériques d'EEDD permettront de transmettre des compétences nouvelles telles que « Savoir mobiliser les émotions envers les non-humains et les biens communs » ? Car comme l'écrivent Eastes and Pellaud (2019) :

« Au-delà du développement durable, de la transition écologique, de l'éco-citoyenneté et de la préservation de l'environnement, l'éducation qu'il convient de bâtir devra être soucieuse de construire une société capable de définir démocratiquement les moyens de protéger radicalement des humains les biens communs que sont la biosphère et son enveloppe atmosphérique, en prenant acte des limites de la Terre. Une éducation relative à la condition terrestre. »

## Retombées pour le monde associatif

Les retombées des travaux pour le monde associatif sont de cinq ordres :

- Connaissance de la littérature sur les types d'apprentissage que peuvent générer les activités d'EEDD ;
- Connaissance de la littérature concernant les variables susceptibles d'influencer les comportements les plus favorables à la transition écologique ;
- Identification des outils numériques utilisés dans la gestion quotidienne des associations d'EEDD ;
- Identification des pratiques numériques mobilisables dans les activités d'EEDD ;
- Réflexion sur ces pratiques en interne et sur leur contribution effective à la transition écologique.

En termes d'applications concrètes un webinaire de restitution pourra être organisé afin de favoriser les échanges de pratiques et la réflexivité sur les pratiques des associations intéressées. En outre, ces résultats pourraient permettre aux associations françaises d'EEDD d'amorcer une réflexion commune sur le sujet, en collaboration avec les acteurs francophones intéressés, afin de faire en sorte que leurs ressources affectées à l'EEDD soient porteuses d'un apprentissage profond susceptible de susciter des changements comportements à forte valeur ajoutée écologique.

## Pour les projets co-construits acteurs-chercheurs

La co-construction n'est intervenue qu'au début du projet, qui était trop court pour concevoir une collaboration approfondie, ce qui pourra être fait dans une éventuelle suite donnée au projet via d'autres financements ou une thèse CIFRE.

## Pistes de recherches futures

Outre une extension du travail réalisé à d'autres associations d'EEDD, les pistes de recherches futures sont les suivantes :

- Étude de l'impact des images sur les changements de comportement environnemental ;
- Évaluation des contributions des technologies numériques à l'apprentissage profond en matière d'EEDD ;
- Identification des compétences d'EEDD pouvant être transmises par ces technologies ;
- Analyse des collaborations inter-associations en matière d'EEDD ;
- Coconstruire des indicateurs permettant d'évaluer les impacts d'une campagne d'EEDD en matière de changement de comportement, et de ses pratiques numériques.

## Présentation des valorisations du projet

Les résultats préliminaires devaient être présentés en décembre 2019 aux 8<sup>èmes</sup> Rencontres GESS, qui ont malheureusement été annulées pour raisons sanitaires<sup>33</sup>.

Une page internet a été créée (<https://iness.wp.imt.fr/projets-en-cours/numerique-et-education>), sur laquelle nous pourrions diffuser les résultats du projet et les articles de vulgarisation.

Le rapport final sera complété par une publication académique dans la revue *Voluntas*, ainsi par un article grand public dans la revue en ligne *The Conversation*, média soutenu par l'Institut Mines-Télécom. L'IFMA pourra aider à sa diffusion.

En outre, le projet a beaucoup plus à l'ingénieur de recherche Lucas RICHARD, qui a décidé de poursuivre des études en Master ESS au CNAM.

Enfin, un webinaire de restitution pourra être organisé avec les associations d'EEDD, avec un retour sur le projet et une table ronde d'échanges pour discuter des suites éventuelles à donner au projet. L'IFMA pourra aider à sa diffusion.

## Comparaison entre les dépenses effectivement réalisées et ce qui était budgété

Tout le budget a été dépensé en RH.

---

<sup>33</sup> Voir <https://gess2020.sciencesconf.org/>.



## Bibliographie

- Abrahamse, W. (2019). Understanding the Drivers of Human Behaviour. Encouraging Pro-Environmental Behaviour. W. Abrahamse. San Diego, Academic Press: 11-25.
- Allard-Poesi, F. and V. Perret (2003). La recherche-action. Conduire un projet de recherche : Une perspective qualitative. Y. Giordano. Caen, EMS: 83-132.
- Argyris, C. and D. A. Schön (1996). Organizational Learning II: Theory, Method, and Practice. Reading (MA), Addison-Wesley.
- Bamberg, S. and G. Möser (2007). "Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behaviour." Journal of Environmental Psychology 27(1): 14-25.
- Barberá-Tomás, D., et al. (2019). "Energizing through Visuals: How Social Entrepreneurs Use Emotion-Symbolic Work for Social Change." Academy of Management Journal 62(6): 1789–1817.
- Bonhoure, G. and M. Hagnerelle (2003). L'éducation relative à l'environnement et au développement durable, Rapport à Monsieur le ministre de la jeunesse, de l'éducation nationale et de la recherche.
- Bradbury, H. (2015). Introduction: How to situate and define action research. The SAGE Handbook of Action Research, SAGE: 1-9.
- Bresnahan, T. (2010). General Purpose Technologies. Handbook of the Economics of Innovation. H. H. Bronwyn and R. Nathan, North-Holland. Volume 2: 761-791.
- Casaló, L. V., et al. (2019). "Analyzing differences between different types of pro-environmental behaviors: Do attitude intensity and type of knowledge matter?" Resources, Conservation and Recycling 149: 56-64.
- Considère, S. and N. Tutiaux-Guillon (2013). "L'éducation au développement durable : entre « éducation à » et disciplines scolaires." Recherches en didactiques 15(1): 111-133.
- Eastes, R.-E. and F. Pellaud (2019). Plaidoyer pour une éducation à la « condition terrestre ». The Conversation.
- Eynaud, P. (2010). "Analyse comparative des stratégies Internet de deux associations." Systèmes d'information & management 15(1): 69-96.
- Fauville, G., et al. (2014). "ICT tools in environmental education: reviewing two newcomers to schools." Environmental Education Research 20(2): 248-283.
- Fazey, I., et al. (2020). "Transforming knowledge systems for life on Earth: Visions of future systems and how to get there." Energy Research & Social Science 70: 101724.
- Geels, F. and J. Schot (2007). "Typology of sociotechnical transition pathways." Research Policy 36(3): 399-417.
- George, G., et al. (2016). "Understanding and Tackling Societal Grand Challenges through Management Research." Academy of Management Journal 59(6): 1880-1895.
- Gossart, C. (2009). "De l'exportation des maux écologiques à l'ère du numérique." Mouvements 60: 23-28.
- Gossart, C. (2010). "Recension du livre « Republic 2.0 » de Cass Sunstein (2007), Princeton University Press." Terminal 106-107.
- Gossart, C. (2014). Can Digital Technologies Threaten Democracy by Creating Information Cocoons? Transforming Politics and Policy in the Digital Age. B. Jonathan. Hershey, PA, USA, IGI Global: 145-154.
- Gossart, C. and R. Garelo (2015). "Technologies numériques et environnement." Revue de l'électricité et de l'électronique 4: 39-44.

- Grin, J., et al. (2010). Transitions to sustainable development: New directions in the study of long term transformative change, Routledge.
- Hagnerelle, M. (2010). "Un défi pour le système éducatif." Les Cahiers Pédagogiques 478: 17-18.
- Heimlich, J. E. and N. M. Ardoin (2008). "Understanding behavior to understand behavior change: a literature review." Environmental Education Research 14(3): 215-237.
- Hortolan, M. (2013). Outils numériques et éducation à l'environnement : quels usages possibles avec le public ? les livrets de l'Ifreé. 5.
- Jacqué, M. (2016). "L'éducation à l'environnement : entre engagements utopistes et intégration idéologique." Cahiers de l'action 47(1): 13-19.
- Köhler, J., et al. (2019). "An agenda for sustainability transitions research: State of the art and future directions." Environmental Innovation and Societal Transitions 31: 1-32.
- Kollmuss, A. and J. Agyeman (2002). "Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?" Environmental Education Research 8(3): 239-260.
- Laberge, Y. (2014). "Pour en lire plus : International Handbook of research on environmental education." Éducation relative à l'environnement 11.
- Li, D., et al. (2019). "What influences an individual's pro-environmental behavior? A literature review." Resources, Conservation and Recycling 146: 28-34.
- Mezirow, J. (1997). "Transformative Learning: Theory to Practice." New Directions for Adult and Continuing Education 1997(74): 5-12.
- Mongin, O. (2004). "La société des écrans." Communications 75: 219-227.
- Montiel, I., et al. (2020). "New Ways of Teaching: Using Technology and Mobile Apps to Educate on Societal Grand Challenges." Journal of Business Ethics 161(2): 243-251.
- Mouvement associatif (2018). Pour une politique de vie associative ambitieuse et le développement d'une société de l'engagement. La Documentation Française.
- Perez, C. (2010). "Technological revolutions and techno-economic paradigms." Cambridge Journal of Economics 34(1): 185-202.
- Rousseau, C. (2014). "Prise en compte de la dimension éthique chez les enfants pour élaborer un référentiel en éducation aux valeurs environnementales." Éducation relative à l'environnement 11.
- Schot, J., et al. (2019). Transforming experimentation: Experimental Policy Engagements and their Transformative Outcomes, TIPC Research Report.
- Schot, J. and W. E. Steinmueller (2018). "Three frames for innovation policy: R&D, systems of innovation and transformative change." Research Policy 47(9): 1554-1567.
- Schultz, P. W. (2014). "Strategies for Promoting Proenvironmental Behavior." European Psychologist 19(2): 107-117.
- Shove, E., et al. (2012). The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and how it Changes, SAGE.
- Simonneaux, J. (2010). "Pour aller au-delà des "petits gestes"." Les Cahiers Pédagogiques 478: 13-15.
- Solidatech (2016). La place du numérique dans le projet associatif en 2016: 46.
- Steffen, W., et al. (2015). "Planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet." Science 347(736): 1259855.
- Steg, L. and C. Vlek (2009). "Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda." Journal of Environmental Psychology 29(3): 309-317.
- Stern, P. C. (2000). "Toward a coherent theory of environmentally significant behavior." Journal of Social Issues 56(3): 407-424.

- Trechsel, L. J., et al. (2018). "Mainstreaming Education for Sustainable Development at a Swiss University: Navigating the Traps of Institutionalization." Higher Education Policy 31(4): 471-490.
- Valero-Gil, J., et al. (2017). "How Is Environmental Proactivity Accomplished? Drivers and Barriers in Firms' Pro-Environmental Change Process." Sustainability 9(8): 1327.
- van Mierlo, B. and P. J. Beers (2020). "Understanding and governing learning in sustainability transitions: A review." Environmental Innovation and Societal Transitions 34: 255-269.
- Wallenborn, G. and J. Dozzi (2007). Du point de vue environnemental, ne vaut-il pas mieux être pauvre et mal informé que riche et conscientisé ? Environnement et inégalités sociales. P. Cornut, T. Bauler and E. Zaccai. Bruxelles, Editions de l'Université de Bruxelles: 47-59.

## Annexes

### Annexe 1. Guide d'entretien



#### **Projet de recherche financé par l'Institut Français du Monde Associatif**

« Numérique et éducation à l'environnement et au développement durable :  
Le cas des associations françaises »

L'objectif du projet est d'analyser comment les associations impliquées dans l'éducation à l'environnement et au développement durable (EEDD) utilisent les technologies numériques. Ses résultats permettront de mieux comprendre ces pratiques numériques, de fournir des conseils aux associations pour les améliorer, et de formuler des recommandations de politique publique pour mieux soutenir les associations œuvrant pour l'EEDD.

**Avant de commencer l'entretien, nous souhaiterions clarifier deux termes :**

#### **1) Technologies numériques**

Le tableau suivant propose des exemples de technologies numériques que votre association est susceptible d'utiliser :

| <b>COMMUNICATION EXTERNE</b>   | <b>ORGANISATION INTERNE</b>  |
|--|--|
| Site internet, Réseaux sociaux, Conception graphique, Newsletter, Vidéo, Photo, Radio, Podcasts, Autres sons (parlés, chantés, musiques, ...), Blog, ... | Outils de comptabilité, Stockage en ligne, Gestion de la sécurité, Outils de gestion, Paiement en ligne, ... |
| <b>ANIMATION ET COLLABORATION</b>  | <b>RECHERCHE DE RESSOURCES</b>   |
| Outils collaboratifs, Application smartphone, Formations à distance, ...   | Don en ligne, Plateformes de recrutement de bénévoles, ...   |

#### **2) Éducation à l'environnement et au développement durable (EEDD)**

L'EEDD vise à sensibiliser tous les acteurs de la société aux enjeux des transitions sociale et écologique, afin de renforcer leur capacité de transformation de leur comportement et du monde.

Les actions d'EEDD jouent e.g. sur les facteurs suivants : valeurs, représentation des rapports entre humains et biosphère, normes sociales (attentes au sujet de la manière dont quelqu'un devrait agir dans une situation donnée), faire savoir qu'il existe des solutions concrètes aux enjeux, ...

**Est-ce que tout est clair avant de commencer l'entretien ? Il est anonyme.**

- Quelle est votre **tranche d'âge** ?  [< 25 ans]  [26-49 ans]  [50-65 ans]  [> 65 ans]
- Quel est le dernier **diplôme** que vous avez obtenu ?
- Quel est votre **statut** dans l'association ?  Bénévole  Salarié.e
- Quelle est votre **fonction** dans l'association ?
- Y avez-vous des responsabilités spécifiques en matière de **technologies numériques** ?

## I - Les technologies numériques utilisées dans le fonctionnement général de l'association

*On ne parle pas pour le moment des usages numériques pour des actions d'EEDD.*

1.1 - Selon-vous, quel est le niveau de maîtrise des technologies numériques par votre association ?

- Débutante  Confirmée  Experte  Ne sait pas

1.1 a - Sauriez-vous expliquer votre réponse en quelques mots ?

1.2 - Quelle est la fréquence d'utilisation des technologies numériques par votre association ?

| Motifs d'utilisation des technologies numériques          | Aucun usage (0) | Très peu fréquent (1) | Peu fréquent (2) | Fréquent (3) | Très fréquent (4) | Exemples (lister par ordre d'importance) |
|---|-----------------|-----------------------|------------------|--------------|-------------------|--|
| Animer votre réseau                                       |                 |                       |                  |              |                   |  |
| Gagner en visibilité sur le web                           |                 |                       |                  |              |                   |  |
| Travailler collaborativement                              |                 |                       |                  |              |                   |  |
| Financer votre projet                                     |                 |                       |                  |              |                   |  |
| Gérer vos ressources humaines et financières              |                 |                       |                  |              |                   |  |
| Sécuriser votre association et suivre les réglementations |                 |                       |                  |              |                   |  |
| Piloter votre stratégie numérique                         |                 |                       |                  |              |                   |  |

NB : (1) = moins d'une fois par mois ; (2) = au-moins une fois par mois ; (3) = une fois par semaine ; (4) = plusieurs fois par semaine.

1.2 a - Parmi les usages « Très fréquents » (4), quel(s) outil(s) vous semble(nt) indispensable(s) ?

## II - Les technologies numériques utilisées dans les activités d'EEDD

Choisissez **trois activités d'EEDD** réalisées par votre association (actions/événements ponctuels, programmes, campagnes, ...) **qui ont utilisé des technologies numériques**.

- **Activité n°1** = ...

- **Activité n°2** = ...

- **Activité n°3** = ...

Pour chaque activité, nous avons **4 questions** à vous poser :

**2.1** - Quels sont les **objectifs** de cette activité en matière **d'EEDD** ?

**2.2** - Quelles **technologies numériques** avez-vous utilisées pour mener à bien cette activité ?

**2.3** - Pourriez-vous expliquer **pourquoi** ces technologies numériques ont été choisies pour réaliser cette activité d'EEDD ? (*répondre pour chacune des technologies mentionnées*)

**2.4** - Est-ce que les collaborateurs de l'association doivent avoir des **compétences** particulières pour utiliser ces technologies numériques **à des fins d'EEDD** ?

## Annexe 2.

| Communication externe    |         |         |         |        |     |           |         |   |     |     |           |        |            |
|--------------------------|---------|---------|---------|--------|-----|-----------|---------|---|-----|-----|-----------|--------|------------|
|                          | 1       | 2       | 3       | 4      | 5   | 6         | 7       | 8 | 9   | 10  | 11        | 12     | 13         |
| <b>Site internet</b>     |         | x       |         |        |     |           |         |   |     |     |           |        |            |
| fait en interne          |         | x       |         |        |     |           |         |   |     |     |           | x      |            |
| par prestataires         | x       |         | x       | x      | x   | x         | x       | x | x   | x   | x         |        | x          |
| hébergeur                | OVH     |         | Webflow | Ovea   | OVH | OVH       | Hetzner |   | OVH | OVH | OVH       | OVH    |            |
| CMS                      |         |         |         | Drupal |     | Wordpress |         |   |     |     | WordPress | Python |            |
| <b>Outils d'emailing</b> | x       |         |         |        |     |           |         |   |     |     |           |        |            |
| <i>Nom de l'outil...</i> | mailjet |         |         |        |     |           |         | x |     |     |           |        |            |
| mailing list             |         |         |         |        |     | Engaging  |         |   |     |     | x         |        | Sendinblue |
| <b>Réseaux sociaux</b>   |         |         |         |        |     |           |         |   |     |     |           |        |            |
| Facebook                 | x       | x       | x       | x      | x   | x         | x       | x | x   | x   | x         | x      | x          |
| Twitter                  | x       | x       | x       |        | x   | x         | x       | x | x   | x   | x         | x      | x          |
| Instagram                | x       |         | x       | x      | x   | x         |         | x | x   | x   | x         | x      | x          |
| LinkedIn                 | x       | x       | x       | x      | x   | x         | x       | x | x   |     | x         | x      | x          |
| mastodon (LI libre)      |         |         |         |        |     |           | x       |   |     |     |           |        |            |
| Framasphere              |         |         |         |        |     |           | x       |   |     |     |           |        |            |
| uTip                     |         |         | x       |        |     |           |         |   |     |     |           |        |            |
| Diaspora                 |         |         |         |        |     |           | x       |   |     |     |           |        |            |
| TikTok                   |         |         | x       |        |     |           |         |   |     |     |           |        |            |
| <b>Newsletter</b>        |         | x       |         |        |     |           |         | x |     |     |           | x      |            |
| Solution interne         | x       |         |         |        |     | x         | x       |   |     |     |           |        |            |
| Solutions open source    |         | CiviCRM |         |        |     |           |         |   |     |     |           |        |            |
| mailchimp                |         |         |         |        | x   |           |         |   |     |     | x         |        |            |
| Sendinblue               |         |         | x       |        |     | x         |         |   |     | x   |           |        |            |
| <b>Images</b>            |         |         |         |        |     | x         |         |   |     |     |           |        |            |
| Vidéos : Chaîne YouTube  | x       | x       | x       |        | x   | x         | x       | x | x   | x   | x         | x      | x          |
| Photos                   |         |         |         |        |     | x         | x       |   |     |     |           |        |            |
| <b>Sons</b>              |         |         |         |        |     |           |         |   |     |     |           |        |            |
| Radio, Podcasts          |         |         |         |        | x   |           |         |   |     |     |           |        |            |
| Autres                   |         |         |         |        |     |           |         |   |     |     |           |        |            |
| <b>Ecrits</b>            |         |         |         |        |     |           |         |   |     |     |           |        |            |
| Publications en ligne    | x       | x       | x       | x      | x   | x         | x       | x | x   | x   | x         | x      | x          |
| magazine                 |         |         |         |        |     |           | x       |   |     |     |           |        |            |
| Flux RSS                 | x       | x       |         | x      |     |           |         |   |     |     |           |        |            |

**ORGANISATION INTERNE**

|                                 | 1 | 2          | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8          | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|---------------------------------|---|------------|---|---|---|---|---|------------|---|----|----|----|----|
| Outils de gestion               |   |            |   |   |   |   |   | Salesforce |   |    |    |    |    |
| Bases de données                | x | x          | x |   | x |   |   |            |   |    |    |    |    |
| Outil de partage                |   | x          |   |   |   |   |   |            |   |    |    |    |    |
| Google drive                    |   |            |   |   |   | x |   | x          |   |    | x  | x  |    |
| Google Sheets                   |   |            |   |   |   |   | x |            |   |    | x  |    |    |
| Solutions libres                |   | Silverpeas |   |   |   |   | x | Next cloud |   |    |    |    |    |
| <b>Plateforme par programme</b> |   |            |   |   | x |   |   |            |   |    |    |    |    |

**ANIMATION ET COLLABORATION**

|                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|
| Outils collaboratifs |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |
| Slack                |   |   | x | x |   |   | x | x |   |    | x  |    |    |
| WhatsApp             |   |   | x |   |   | x |   |   |   |    |    |    |    |
| Mindmap              |   |   |   |   |   |   | x |   |   |    |    |    |    |
| Trello               |   |   |   |   |   |   | x |   |   |    |    |    |    |
| YesWiki              |   |   |   |   |   |   | x |   |   |    |    |    |    |
| Klaxoon              |   | x |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |
| Airtable             |   |   |   |   |   |   |   |   |   | x  |    |    |    |
| Telegram             |   |   |   |   |   |   |   |   |   | x  |    |    |    |
| Gmail                |   |   |   |   |   |   |   |   |   | x  |    |    |    |
| Discord              |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    | x  |    |
| Teams                |   | x |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |
| GoToMeeting          |   |   |   |   |   |   |   | x |   |    |    |    |    |
| Mural                |   | x |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |
| Home                 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    | x  |
| Jitsi                |   |   |   |   |   |   | x |   |   |    |    |    |    |
| Zoom                 |   |   |   |   |   |   | x | x |   |    |    |    |    |



**RECHERCHE DE RESSOURCES**

|                                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9        | 10 | 11 | 12 | 13 |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----------|----|----|----|----|
| <b>Don en ligne</b>             |   |   |   |   |   |   |   |   |          |    | x  |    |    |
| Solution interne                |   |   | x |   |   | x |   |   |          |    |    |    |    |
| i-raiser                        | x | x |   |   |   |   |   | x | x        | x  |    |    |    |
| HelloAsso                       | x | x |   |   |   |   |   |   |          |    | x  |    | x  |
| PAYPAL                          | x |   |   |   |   |   |   |   |          |    |    |    |    |
| GOCARDLESS                      | x |   |   |   |   |   |   |   |          |    |    |    |    |
| Ulule                           |   |   |   |   |   |   |   | x |          |    |    |    |    |
| uTip                            |   |   | x |   |   |   |   |   |          |    |    |    |    |
| Logilys                         |   |   |   |   |   |   | x |   |          |    |    |    |    |
| <b>Recrutement de bénévoles</b> |   |   |   |   |   |   |   |   |          |    |    |    |    |
| Page web ad hoc                 |   | x | x |   |   | x | x | x | x        | x  |    |    | x  |
| Adhésion en ligne               |   |   |   |   |   |   |   | x | i-raiser |    |    |    | x  |
| Espace cotisants                |   |   |   |   |   |   | x |   |          |    |    |    |    |

### Annexe 3. Les pratiques numériques des associations utilisées pour leurs activités d'EEDD

**Association n°1**

Nombre de pratiques identifiées : 18

#### Activité 1A : Interpeller les politiques

| Composantes d'une pratique                                 | LE MATERIEL   | LES COMPETENCES   | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                      |
|--|---|---|---|---------------------------|--------------|----------------------|
|  |   |   |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'information |
| <b>Pratiques</b>   |   |   |   |                           |              |                      |
| <b>P1 : Interpeller via les RS</b>                         | Plateforme Twitter  | En interne (les salariés savent utiliser Twitter) ; importance d'avoir une intuition politique pour savoir sur quoi, quand et à qui | Interpeller les politiques, qui réagissent quand on les remet en question sur les RS  | x                         |              |                      |
| <b>P2 : Mobiliser via les pétitions en ligne</b>           | Plateforme ad hoc en interne  | Compétences internes  | rechercher le soutien d'un plus grand nombre de citoyens pour légitimer la campagne, en plus des signatures papier (837 000 signatures) | x                         |              |                      |
| <b>P3 : Sensibiliser via une vidéo en ligne</b>            | Conférence TEDxParis diffusée sur YouTube   | Savoir donner une conférence au format TED  | toucher le grand public (~68000 vues début 2021)  | x                         |              |                      |
| <b>P4 : Interpeller les politiques par l'envoi de méls</b> | Plateforme d'interpellation du Président de la République, envoi de méls par citoyens au PR (23000) | en interne (plateforme ad hoc)  | les citoyens mobilisés font écho à l'appel à action en interpellant leurs élus, ici le premier d'entre eux                              | x                         |              |                      |
| <b>P5 : Sensibiliser par la BD en ligne</b>                | Bande dessinée format pdf   | une dessinatrice s'est engagée après avoir assisté à la conférence  | toucher le grand public (900 000 téléchargements de la BD en pdf)   | x                         |              |                      |
| <b>P6 : Diffuser des informations via une newsletter</b>   | Newsletter électronique conçue en interne   | compétences internes  | donner au grand public la possibilité d'être informé des actions de l'association de manière  | x                         |              |                      |

**Activité 1B : Interpeller les politiques**

| Composantes d'une pratique  | LE MATERIEL  | LES COMPETENCES   | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                      |
|---|--|---|--|---------------------------|--------------|----------------------|
|   |  |   |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'information |
| <b>Pratiques</b>  |  |   |  |                           |              |                      |
| <b>P1 : Mobiliser via les pétitions en ligne</b>  | Plateforme ad hoc en interne ; Framaform pour une action d'acteurs externes en soutien   | Compétences internes ; externes pour la plateforme opensource (signatures électroniques)                              | Interpeller les politiques européens   | x                         |              |                      |
| <b>P2 : Ecrire des articles en ligne</b>  | Textes sur le site de l'association et dans la presse  | Compétences d'écriture en interne   | Interpeller les citoyens européens   | x                         |              |                      |
| <b>P3 : Utiliser l'image pour sensibiliser</b>  | Photos numériques ; diffusion en ligne sur le site de l'association et facilement relayables en ligne ; Vidéo d'une conférence de presse des acteurs externes soutenant la | Compétences internes ; externes pour l'action en soutien d'acteurs externes   | Afficher le soutien de députés européens ; pour l'action en soutien d'acteurs externes : mobiliser une profession (chefs cuisiniers) et la grande distribution | x                         |              |                      |
| <b>P4 : Utiliser la télévision comme caisse de résonance</b>                            | i-Télé ; relais via les outils numériques de l'association   | Compétences d'i-Télé ; internes pour les relais   | Toucher le plus grand nombre de citoyens français  | x                         |              |                      |
| <b>P5 : Interpeller les acteurs européens via une plateforme numérique</b>              | Plateforme ad hoc  | Très complexe => développée par prestataire (pas d'outil libre disponible), qui a formé les salariés de l'association | Les citoyens peuvent interpeller les politiques  | x                         |              |                      |
| <b>P6 : Diffuser des informations via une newsletter</b>                                | Newsletter électronique conçue en interne  | compétences internes  | Toucher les députés européens  | x                         |              |                      |
| <b>P7 : Réalisation d'un documentaire</b>   | Matériel numérique de vidéaste   | Vidéaste professionnel (une semaine de tournage)  | Toucher le grand public, provoquer des émotions par l'image  | x                         |              |                      |
| <b>P8 : Interpeller les politiques via une émission de télévision diffusée en ligne</b> | Matériel numérique de l'émission   | Compétence de l'émission Cash Investigation   | Interpeller une députée européenne en public pour la mettre devant le fait accompli et rendre son soutien public   | x                         |              |                      |
| <b>P9 : Interpeller via les RS</b>  | Plateforme Twitter   | En interne (les salariés savent utiliser Twitter)   | Toucher le grand public  | x                         |              |                      |
| <b>P10 : Utiliser la radio comme caisse de résonance</b>                                | France Inter ; relais via les outils numériques de l'association   | Compétences d'une chroniqueuse radio ; internes pour les relais   | Toucher le plus grand nombre de citoyens français + interpeller un député européen français qui a dû s'expliquer sur Twitter                                   | x                         |              |                      |

**Activité 1C : Interpeller les politiques**

| Composantes d'une pratique   | LE MATERIEL                            | LES COMPETENCES   | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|--|--|---|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|  |  |   |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>   |  |   |  |                           |              |                       |
| <b>P1 : Interpeller les acteurs européens via une plateforme numérique</b> | Plateforme ad hoc en plusieurs langues | ? NSP qui a conçu la plateforme   | Interpeller les citoyens sur des subventions économiques destructrices de l'environnement                |                           |              | x                     |
| <b>P2 : Interpeller les citoyens européens via les RS</b>                  | Plateformes Twitter & Facebook         | En interne (les salariés savent utiliser les RS)  | Toucher le grand public  | x                         |              |                       |
| <b>P3 : Utiliser une BDD pour interpeller</b>                              | Tableur                                | Des compétences internes pour collecter et harmoniser les données, mais pas pour les analyser (en recherche de partenariat) | Montrer aux politiques et au grand public le rôle néfaste de certaines subventions publiques européennes | x                         |              |                       |

## Activité 1A : Semaine de réduction des déchets

| Composantes d'une pratique  | LE MATERIEL  | LES COMPETENCES                              | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|---|--|--|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|   |  |  |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| Pratiques   |  |  |  |                           |              |                       |
| P1 : Diffuser les actions des membres d'un réseau national via les RS         | Plateformes Facebook, Twitter, LinkedIn                      | Internes pour l'utilisation des RS           | Informers le grand public d'actions menées par les membres du réseau     | x                         |              |                       |
| P2 : Utiliser l'image pour diffuser les actions des membres d'un réseau       | Vidéos en ligne  | Bricolage en interne                         | Informers le grand public d'actions menées par les membres du réseau     | x                         |              |                       |
| P3 : Organiser des ateliers en ligne pour accompagner les membres d'un réseau | Plateforme de visio externe (formations aussi par téléphone) | Internes pour l'utilisation de la plateforme | Faciliter l'identification de nouveaux thèmes et actions,                | x                         |              |                       |
| P4 : Quiz en ligne  | ? Pas d'information  | internes                                     | jouer sur le côté ludique pour capter l'attention                        |                           |              | x                     |
| P5 : Carte interactive  | Google maps + BDD des actions des membres                    | internes, personnel du siège formé aux BDD   | facile à concevoir et visuellement efficace pour localiser qui fait quoi | x                         |              |                       |
| P6 : Utiliser un site web pour valoriser les actions des membres d'un réseau  | site web   | alimentation html facile                     | Diffuser de manière peu coûteuse à un grand nombre de personnes          | x                         |              |                       |
| P7 : Utiliser des visuels pour générer des émotions                           | Logiciel gratuit Canva                                       | internes                                     | toucher les gens sur nos sujets, et les inciter à sortir dans la nature  | x                         |              |                       |
| P8 : Mailing  | ? Pas d'information  | ? Pas d'information                          | Informers le grand public d'actions menées par les membres du réseau     |                           |              | x                     |

## Activité 1B : Portail de ressources

| Composantes d'une pratique  | LE MATERIEL             | LES COMPETENCES   | LE SENS                                    | Evaluation de la pratique |              |                       |
|---|-------------------------|---|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|   |                         |   |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| Pratiques   |                         |   |  |                           |              |                       |
| P1 : Diffuser des connaissances via un portail de ressources en ligne | Silverpeas (opensource) | internes, informations préparées et classées en interne | partage d'idées, inspirer des actions, ... | x                         |              |                       |
| P2 : Valoriser des informations via une newsletter                    | mailchimp               | internes  | partage d'idées, inspirer des actions, ... | x                         |              |                       |

## Activité 1C : Former les éducateurs EEDD

| Composantes d'une pratique                    | LE MATERIEL  | LES COMPETENCES    | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|---|--|--------------------|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|   |  |                    |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| Pratiques                                     |  |                    |  |                           |              |                       |
| P1 : Construire un guide pédagogique en ligne | outils de bureautique standards, avec visuels attrayants | internes, au siège | aider les animateurs dans leurs actions d'EEDD     | x                         |              |                       |
| P2 : Formation en ligne aux RS                | Plateforme externe de visio                              | internes, au siège | aider les associations membres à mieux communiquer | x                         |              |                       |

**Activité 1A : Campagne climat**

| Composantes d'une pratique   | LE MATERIEL                              | LES COMPETENCES   | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|--|--|---|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|  |  |   |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>   |  |   |  |                           |              |                       |
| <b>P1 : Utiliser les réseaux sociaux pour mobiliser les jeunes sur le climat</b> | Plateformes Facebook, Twitter, Instagram | internes (les bénévoles sont recrutés avec ces compétences)                   | Toucher les jeunes pour les mobiliser sur l'enjeu climatique   | x                         |              |                       |
| <b>P2 : Utiliser la vidéo pour mobiliser les jeunes sur le climat</b>            | Matériel de vidéaste                     | Utilisation des compétences et du réseau de YouTubeurs connus du grand public | Toucher les jeunes pour les mobiliser sur l'enjeu climatique, en jouant sur l'effet levier d'influenceurs et sur leur réactivité (plus forte que des acteurs ciné eg), pour un financement quasi nul | x                         |              |                       |

**Activité 1B : Interpellation des politiques**

| Composantes d'une pratique   | LE MATERIEL                              | LES COMPETENCES   | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                       |
|--|--|---|---|---------------------------|--------------|-----------------------|
|  |  |   |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>   |  |   |   |                           |              |                       |
| <b>P1 : Interpeller les maires via le numérique</b>                                | Plateforme sur le site web de l'asso     | internes (les bénévoles sont recrutés avec ces compétences) | Avant les élections les maires qui s'engagent pour la TES sont mis en avant et les citoyens peuvent leur écrire | x                         |              |                       |
| <b>P2 : Outil cartographique en ligne pour identifier des acteurs particuliers</b> | Fait en interne                          | internes & experts bénévoles                                | permettre aux citoyens d'identifier les maires engagés pour la TES  | x                         |              |                       |
| <b>P3 : Utiliser les RS pour diffuser des infos</b>                                | Plateformes Facebook, Twitter, Instagram | internes (les bénévoles sont recrutés avec ces compétences) | toucher beaucoup de gens  | x                         |              |                       |
| <b>P4 : Newsletter pour appuyer des actions d'EEDD</b>                             | Sendinblue                               | internes  | toucher beaucoup de gens  | x                         |              |                       |
| <b>P5 : e-pétition</b>   | Conçue en interne                        | internes & experts bénévoles                                | mobiliser les citoyens, les sensibiliser par une action simple en ligne, et les encourager à faire plus         | x                         |              |                       |
| <b>P6 : écrire des articles en ligne</b>   | site web de l'asso                       | internes  | profiter de l'effet viralité du partage des publiés en ligne  | x                         |              |                       |

**Activité 1C : Création de contenus écrits**

| Composantes d'une pratique                                       | LE MATERIEL                              | LES COMPETENCES   | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|--|--|---|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|  |  |   |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| Pratiques  |  |   |  |                           |              |                       |
| P1 : Utiliser le numérique pour diffuser des publications d'EEDD | ebooks                                   | éditeur Glénat ; romanciers pour l'écriture des livres      | sensibiliser par la lecture, produire un récit culturel sur les grands enjeux, aller chercher les jeunes pour les inciter à lire | x                         |              |                       |
| P2 : Utiliser les RS pour diffuser des infos                     | Plateformes Facebook, Twitter, Instagram | internes (les bénévoles sont recrutés avec ces compétences) | faire connaître les publications disponibles en librairie, par exemple les romans écolos pour ados soutenus par l'asso           | x                         |              |                       |

**Association n°4**

Nombre de pratiques identifiées : 3

**Activité 1A : Valoriser les actions des membres d'un réseau**

| Composantes d'une pratique                                      | LE MATERIEL                               | LES COMPETENCES   | LE SENS                 | Evaluation de la pratique |              |                      |
|---|---|-------------------|-------------------------|---------------------------|--------------|----------------------|
|   |   |                   |                         | Existe                    | N'existe pas | Manque d'information |
| Pratiques   |   |                   |                         |                           |              |                      |
| P1 : Valoriser les actions des membres d'un réseau via les RS   | Facebook, Instagram, LinkedIn             | internes au siège | toucher le grand public | x                         |              |                      |
| P2 : Utiliser le numérique pour inciter à sortir dans la nature | site web, publications en ligne, flux RSS | internes au siège | toucher le grand public | x                         |              |                      |

**Activité 1B : Sciences participatives**

| Composantes d'une pratique  | LE MATERIEL                      | LES COMPETENCES   | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                      |
|---|----------------------------------|-------------------|---|---------------------------|--------------|----------------------|
|   |                                  |                   |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'information |
| Pratiques   |                                  |                   |   |                           |              |                      |
| P1 : Utiliser le numérique pour faire des sciences participatives | outils de communication en ligne | internes au siège | toucher le grand public, éducation à la science et à l'écologie | x                         |              |                      |

## Activité 1A : Ecolabel

| Composantes d'une pratique   | LE MATERIEL  | LES COMPETENCES  | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|--|--|--|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|  |  |  |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>   |  |  |  |                           |              |                       |
| <b>P1 : Inscrire des participants à une campagne de labellisation</b>      | Plateforme ad hoc  | construite par prestataire, alimentée par salariés formés  | collecte de données plus facilement exploitables que sur papier                | x                         |              |                       |
| <b>P2 : Auditer des participants à une campagne de labellisation</b>       | Tableur & BDD  | internes   | audits des participants plus efficace  | x                         |              |                       |
| <b>P3 : Cartographier des participants à une campagne de labellisation</b> | Google maps  | internes   | rendre visibles les lauréats pour les cibles du label                          | x                         |              |                       |
| <b>P4 : Produire des fiches de bonnes pratiques</b>                        | outils de bureautique  | internes   | aider et encourager les candidats au label                                     | x                         |              |                       |
| <b>P5 : Diffuser des informations sur la campagne au grand public</b>      | RS : Facebook, Twitter   | internes   | toucher un large public pour un coût réduit                                    | x                         |              |                       |
| <b>P6 : Former les élus à l'EEDD</b>                                       | Webinaires via plateforme externe  | internes   | le webinaire est un format intéressant pour des élus très occupés              | x                         |              |                       |
| <b>P7 : Sensibiliser le grand public aux enjeux de la campagne</b>         | Vidéos, interviews dans les médias (TV, radios, ...), articles en ligne, ... | Vidéos par prestataires ( <a href="https://signs-france.com">https://signs-france.com</a> , ...) | toucher un large public, vidéos => message plus dynamique, accroît la viralité | x                         |              |                       |
| <b>P8 : Informer le grand public des résultats de la campagne</b>          | Application smartphone   | Atipik Inc.  | localiser sur une carte les lauréats   | x                         |              |                       |



**Activité 1B : Evènement pour les forêts**

| Composantes d'une pratique            | LE MATERIEL  | LES COMPETENCES   | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                       |
|---------------------------------------|--|---|---|---------------------------|--------------|-----------------------|
|                                       |  |   |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>                      |  |   |   |                           |              |                       |
| <b>P1 : Livret pédagogique</b>        | conception de BD   | Editions Nathan   | ludique avec personnages de BD, offert en ligne après inscription à la campagne             | x                         |              |                       |
| <b>P2 : Informer via les RS</b>       | Plateformes Facebook, Twitter, Instagram ; Logiciel Snapa pour créer des posts ; Base de photos libres de droits | internes (tous les salariés s'en servent, les compétences numériques sont un critère de recrutement) ; une chargée de communication est experte | Toucher un large public (1 post par jour), utilisation de photos pour susciter des émotions | x                         |              |                       |
| <b>P3 : Vidéos de sensibilisation</b> | Matériel de vidéaste, chaîne YouTube   | Externe par journaliste scientifique de renom   | Toucher un large public   | x                         |              |                       |
| <b>P4 : Articles en ligne</b>         | Site web de la campagne  | internes  | Toucher un large public   | x                         |              |                       |
| <b>P5 : Newsletter</b>                | mailchimp  | internes  | donner des nouvelles régulières à un large public intéressé par la campagne                 | x                         |              |                       |

**Activité 1C : Sensibiliser aux ODD**

| Composantes d'une pratique   | LE MATERIEL   | LES COMPETENCES  | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|--|---|--|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|  |   |  |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>   |   |  |  |                           |              |                       |
| <b>P1 : Serious game pour sensibiliser le grand public aux ODD</b> | En ligne pour smartphones en priorité (pas une app) | pour le contenu : en interne sur base littérature scientifique ; pour la technique : prestataire ; pour le savoir-faire de la construction d'un jeu sérieux : chargée de communication | toucher le plus grand nombre surtout les jeunes par une approche ludique   | x                         |              |                       |
| <b>P2 : Images pour sensibiliser le grand public aux ODD</b>       | BDD publiques                                       | internes   | les images illustrent un propos et provoquent des émotions   | x                         |              |                       |
| <b>P3 : Collaborer pour sensibiliser le grand public aux ODD</b>   | Serious game jouable en équipes                     | pour le contenu : en interne sur base littérature scientifique ; pour la technique : prestataire ; pour le savoir-faire de la construction d'un jeu sérieux : chargée de communication | toucher le plus grand nombre, collaboration entre classes d'âge, communautés d'animation de séquences collectives du jeu | x                         |              |                       |

## Activité 1A : Mobilisation citoyenne pour le climat

| Composantes d'une pratique  | LE MATERIEL                                       | LES COMPETENCES  | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                       |
|---|---|--|---|---------------------------|--------------|-----------------------|
|   |   |  |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>  |   |  |   |                           |              |                       |
| P1 : Rendre compréhensible une campagne juridique complexe                          | site internet avec e-petition & vidéos            | création externalisée puis gestion en interne (direction informatique)   | toucher un grand nombre de personnes (2,3 M ont signé la pétition)                                    | x                         |              |                       |
| P2 : Obtenir le soutien le plus large possible pour une campagne juridique complexe | base de données des mails collectés               | gérée en interne   | toucher un grand nombre de personnes (1 M de contacts)  | x                         |              |                       |
| P3 : Faire exister la communauté qui soutient la campagne                           | Réseaux sociaux (Facebook, Ttwitter et Instagram) | internes & partager avec assos partenaires   | conserver des soutiens d'une action de longue haleine   | x                         |              |                       |
| P4 : Newsletter   | Sendinblue  | en interne, un développeur a été formé sur la stratégie d'email, sendinblue a aidé pour résoudre les problèmes | Il était important d'avoir des outils propres à l'activité pour envoyer des news quand on le voulait. | x                         |              |                       |
| P5 : Vidéo en ligne   | vidéaste  | influenceur externe  | toucher un grand nombre de personnes via Facebook et Insta  | x                         |              |                       |
| P6 : Images en ligne  | Adobe   | en interne   | susciter émotions   | x                         |              |                       |

## Activité 1B : Campagne contre la déforestation en Amazonie

| Composantes d'une pratique                    | LE MATERIEL   | LES COMPETENCES | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|---|---|-----------------|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|   |   |                 |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>                              |   |                 |  |                           |              |                       |
| P1 : Production et diffusion d'images         | Photoshop ; mini site où sont mises à disposition des photos pour la presse | internes        | la technologie doit être facile à prendre en main  | x                         |              |                       |
| P2 : Production et diffusion de vidéos        | Première et drone   | internes        | L'idée, c'est que tout soit internalisé et que l'on puisse se former                         | x                         |              |                       |
| P3 : Diffusion d'informations via les RS      | Facebook, Twitter, Instagram  | internes        | toucher un maximum de public ; déjà utilisés par l'asso                                      | x                         |              |                       |
| P4 : Diffusion d'informations via un site web | WordPress, OVH  | internes        | où l'on communique pour ceux qui n'ont pas de réseaux sociaux                                | x                         |              |                       |
| P5 : Communiqué de presse en ligne            | envoyé par mél ; préparé sur Libre office                                   | internes        | à une sélection de journalistes, lien vers minisite de photos pour éviter les sollicitations | x                         |              |                       |

**Activité 1C : Interpeller les politiques sur le climat**

| Composantes d'une pratique                      | LE MATERIEL                  | LES COMPETENCES                        | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                       |
|---|------------------------------|--|---|---------------------------|--------------|-----------------------|
|   |                              |  |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>                                |                              |  |   |                           |              |                       |
| <b>P1 : Créer un outil pédagogique</b>          | infographies ; BD            | Emploi d'un illustrateur et scénariste | pour mieux comprendre les causes de la déforestation en Amazonie et notamment la part importante de l'élevage ; exclusivement pour le Web | x                         |              |                       |
| <b>P2 : Newsletter</b>                          | Engaging networks            | internes                               | toucher un maximum de public ; déjà utilisée par l'asso ; rappeler que la BD est d'actualité  | x                         |              |                       |
| <b>P3 : Diffusion d'informations via les RS</b> | Facebook, Twitter, Instagram | internes                               | toucher un maximum de public ; déjà utilisés par l'asso ; rappeler que la BD  | x                         |              |                       |
| <b>P4 : Hébergement et diffusion de photos</b>  | site web hébergé par OVH     | internes                               | Faciliter la compréhension des notions techniques grâce aux images  | x                         |              |                       |

**Association n°7**

Nombre de pratiques identifiées : 14

**Activité 1A : Relier et soutenir les citoyens au niveau local pour une société plus écologique**

| Composantes d'une pratique        | LE MATERIEL                                      | LES COMPETENCES   | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                       |
|-----------------------------------|--|---|---|---------------------------|--------------|-----------------------|
|                                   |  |   |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>                  |  |   |   |                           |              |                       |
| <b>P1 : Partager des contenus</b> | YesWiki, outil mél, Pad, mindmap (outils libres) | internes (il faut avoir une appétence pour le numérique, quand c'est pas le cas ça pose problème) ; mini formation pour bénévoles ; formation approfondie pour salariés prenant en charge le wiki | Outils libres : cela sort des GAFA et il permet de faciliter la coopération ; Le mind map : pour communiquer simplement également | x                         |              |                       |
| <b>P2 : Newsletter</b>            | Solution interne                                 | internes  | toucher un grand nombre de personnes  | x                         |              |                       |
| <b>P3 : Webinaires</b>            | Zoom   | internes  | Habitués à Zoom depuis longtemps  | x                         |              |                       |
| <b>P4 : Réseaux sociaux</b>       | Twitter, Facebook, Diaspora                      | internes  | pour mettre en avant les groupes locaux qui souvent, organisent des débats, conférences et rencontres                             | x                         |              |                       |

**Activité 1B : Démocratiser les savoirs**

| Composantes d'une pratique                     | LE MATERIEL   | LES COMPETENCES  | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|--|---|--|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|  |   |  |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>                               |   |  |  |                           |              |                       |
| <b>P1 : Utiliser internet</b>                  | pas Google  | internes (compétences numériques vérifiées lors du recrutement)              | éviter les GAFA ; se documenter et s'informer  | x                         |              |                       |
| <b>P2 : Former les citoyens via webinaires</b> | Confs sur Zoom ; Vimeo (abonnement payant pour poster un nombre de vidéos illimité) | internes   | sensibiliser aux enjeux écologiques  | x                         |              |                       |
| <b>P3 : MOOCs</b>                              | 365 learning  | 365 learning (en cours d'internalisation et de passage à une solution libre) | Permettre de travailler sur  | x                         |              |                       |
| <b>P4 : Diffuser des images</b>                | Thing link ; Photoshop ou Gimp et parfois des images 3D sur illustrator             | internes   | Thing link permet de faire en sorte que les images soient interactives   | x                         |              |                       |
| <b>P5 : Diffuser des vidéos</b>                | Première pro et final cut   | internes   | Première pro est plus agréable et pédagogique pour souligner les illustrations ou les éléments importants. C'est plus beau et on a plus de plaisir à regarder les vidéos | x                         |              |                       |
| <b>P6 : RS</b>                                 | Facebook, Twitter, Diaspora   | internes   | Facebook pour chaque lancement d'événement (la plupart des participants l'utilisent)   | x                         |              |                       |

**Activité 1C : Proposer des services web libre décentralisés qui respectent la vie privée**

| Composantes d'une pratique          | LE MATERIEL  | LES COMPETENCES  | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                       |
|-------------------------------------|--|--|---|---------------------------|--------------|-----------------------|
|                                     |  |  |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>                    |  |  |   |                           |              |                       |
| <b>P1 : Collaborer</b>              | YesWiki ; Pad ; Zoom                               | internes   | être en cohérence avec nos valeurs et le respect de la vie privée ; Zoom : fiabilité et robustesse pendant le confinement | x                         |              |                       |
| <b>P2 : Diffuser des vidéos</b>     | Peer tube ; YouTube Live si plus de 1000 personnes | internes   | être en cohérence avec nos valeurs et le respect de la vie privée   | x                         |              |                       |
| <b>P3 : Créer des outils libres</b> | outils libres                                      | Collectif des Hébergeurs Alternatifs, Transparents, Ouverts, Neutres et Solidaires (« CHATONS »). Que des développeurs en interne. | être en cohérence avec nos valeurs et le respect de la vie privée   | x                         |              |                       |
| <b>P4 : RS</b>                      | Twitter, Facebook, Diaspora                        | internes   | toucher un grand nombre de personnes  | x                         |              |                       |

## Activité 1A : Sensibiliser aux enjeux des déchets

| Composantes d'une pratique         | LE MATERIEL                            | LES COMPETENCES   | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|------------------------------------|--|---|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|                                    |  |   |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| Pratiques                          |  |   |  |                           |              |                       |
| P1 : MOOC                          | 360 learning & Vimeo                   | internes ; conception partenaire externe (avec qui il y a un accord d'image et un accord commercial) ; studio de production, vidéaste et monteur pour la réalisation ; compétences sur les contenus | Former un maximum de citoyens pour les pousser vers le mode de vie zéro déchets et zéro gaspillage                   | x                         |              |                       |
| P2 : Créer des images interactives | Mind mapping                           | internes  | on utilise beaucoup d'outils libres  | x                         |              |                       |
| P3 : Collaborer à distance         | Zoom ; GoToMeeting                     | internes  | on essaye de sortir des GAFAs seulement parfois, ce sont des outils beaucoup plus pratiques que les logiciels libres | x                         |              |                       |
| P4 : RS                            | Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn | internes  | pour parler au plus grand nombre   | x                         |              |                       |

## Activité 1B : Défi autour des déchets

| Composantes d'une pratique        | LE MATERIEL  | LES COMPETENCES                                 | LE SENS                                  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|-----------------------------------|--|---|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|                                   |  |   |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| Pratiques                         |  |   |  |                           |              |                       |
| P1 : Jeu sérieux                  | prestataire, site hébergé par OVH, créé par Sweetpunk          | prestataire => pas de modifications sans lui... | toucher le plus de participants possible | x                         |              |                       |
| P2 : Images                       | Outil print  | internes  | susciter des émotions                    | x                         |              |                       |
| P3 : Communiquer auprès du public | Mail, réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn) | internes  | toucher le plus de participants possible | x                         |              |                       |
| P4 : Collaborer à distance        | <b>Evaluation de la pratique</b>                               | internes  | on essaye de sortir des GAFAs            | x                         |              |                       |

**Activité 1A : Analyse sur le fonctionnement des entreprises du CAC40**

| Composantes d'une pratique       | LE MATERIEL                  | LES COMPETENCES  | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                       |
|----------------------------------|------------------------------|--|---|---------------------------|--------------|-----------------------|
|                                  |                              |  |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>                 |                              |  |   |                           |              |                       |
| P1 : Communiquer via les RS      | Twitter, Facebook, Instagram | internes (équipe « Digiteam » qui sont les référents digitaux et qui ont un très bon niveau d'expertise) | Twitter pour la logique d'interpellation, Facebook pour la sensibilisation à l'action et Instagram pour la sensibilisation interpellation           | x                         |              |                       |
| P2 : Communiquer via un site web | site web Hébergement OVH     | presta externe (formations en interne pour monter en compétence)   | utilisation d'un quizz pour sensibiliser et attirer les gens) en complément, un module d'interpellation intégré qui renvoie sur les réseaux sociaux | x                         |              |                       |
| P3 : Communiquer par visio       | Zoom                         | internes (formations en interne)   | pour présenter le rapport avant sa sortie   | x                         |              |                       |

**Activité 1B : Mobilisation citoyenne pour le climat**

| Composantes d'une pratique  | LE MATERIEL                                      | LES COMPETENCES  | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|---|--|--|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|   |  |  |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>  |  |  |  |                           |              |                       |
| P1 : Rendre compréhensible une campagne juridique complexe                          | site internet avec e-petition & vidéos           | création externalisée puis gestion par asso partenaire (répartition des compétences entre assos)               | Lorsqu'une pétition monte rapidement en signature, cela donne aussi de la visibilité sur d'autres canaux comme celui par mail ou sur les réseaux sociaux | x                         |              |                       |
| P2 : Obtenir le soutien le plus large possible pour une campagne juridique complexe | base de données des mails collectés              | gérée en interne   | toucher un grand nombre de personnes (1 M de contacts)   | x                         |              |                       |
| P3 : Faire exister la communauté qui soutient la campagne                           | Réseaux sociaux (Facebook, Twitter et Instagram) | internes & partager avec assos partenaires   | conserver des soutiens d'une action de longue haleine  | x                         |              |                       |
| P4 : Newsletter   | Sendinblue                                       | en interne, un développeur a été formé sur la stratégie d'email, sendinblue a aidé pour résoudre les problèmes | spécialement dédiée à l'activité   | x                         |              |                       |
| P5 : Vidéo en ligne   | vidéaste   | influenceurs externes (facteur clé de succès)  | toucher un grand nombre de personnes via Facebook et Insta   | x                         |              |                       |
| P6 : Images en ligne  | Adobe  | en interne   | susciter des émotions  | x                         |              |                       |

## Activité 1A : Recruter des citoyens

| Composantes d'une pratique                    | LE MATERIEL        | LES COMPETENCES | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                       |
|---|--------------------|-----------------|---|---------------------------|--------------|-----------------------|
|   |                    |                 |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| Pratiques                                     |                    |                 |   |                           |              |                       |
| P1 : Communiquer via les RS                   | Facebook           | internes        | communiquer afin d'alerter le public sur les catastrophes écologiques | x                         |              |                       |
| P2 : conception graphique de photos et vidéos | Adobe première pro | internes        | Toucher les gens par l'image  | x                         |              |                       |

## Activité 1B : Appel aux dons

| Composantes d'une pratique                    | LE MATERIEL        | LES COMPETENCES                         | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                       |
|---|--------------------|---|---|---------------------------|--------------|-----------------------|
|   |                    |   |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| Pratiques                                     |                    |   |   |                           |              |                       |
| P1 : Récolter des dons                        | l-raiser           | externes                                | l-raiser est la plateforme de collecte d'argent en ligne qui est incorporée dans le site web, il est plugué au WordPress donc c'est facile d'utilisation. | x                         |              |                       |
| P2 : Communiquer via les RS                   | Facebook           | internes                                | très bonne vitesse de réaction des membres  | x                         |              |                       |
| P3 : Conception graphique de photos et vidéos | Adobe première pro | internes, Chargé de communication dédié | Toucher les gens par l'image  | x                         |              |                       |

## Activité 1C : Campagne d'informations

| Composantes d'une pratique                    | LE MATERIEL | LES COMPETENCES                         | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                       |
|---|-------------|---|---|---------------------------|--------------|-----------------------|
|   |             |   |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| Pratiques                                     |             |   |   |                           |              |                       |
| P1 : Newsletter                               | Sendinblue  | internes                                | diffuser les campagnes pour les donateurs et informer sur la vie de l'association | x                         |              |                       |
| P2 : Emailing                                 | Sendinblue  | internes                                | diffuser les campagnes pour les donateurs et informer sur la vie de               | x                         |              |                       |
| P3 : Conception graphique de photos et vidéos | Adobe       | internes, Chargé de communication dédié | Toucher les gens par l'image  | x                         |              |                       |

**Activité 1A : Sensibiliser via une BD**

| Composantes d'une pratique  | LE MATERIEL                            | LES COMPETENCES  | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|-----------------------------|--|--|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|                             |  |  |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| Pratiques                   |  |  |  |                           |              |                       |
| P1 : BD en ligne            | Site web (WordPress)                   | travail de dessinateur (dessins numérisés)   | comprendre comment réduire son impact sur le climat  | x                         |              |                       |
| P2 : Communiquer via les RS | Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn | internes ; besoin de compétences thématiques fortes (climat, agriculture, ...), ainsi que pédagogiques | diffuser les ressources gratuitement et le plus largement possible avec l'appui des associations membres | x                         |              |                       |

**Activité 1B : Diffuser des informations sur le climat**

| Composantes d'une pratique       | LE MATERIEL               | LES COMPETENCES   | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                       |
|----------------------------------|---------------------------|---|---|---------------------------|--------------|-----------------------|
|                                  |                           |   |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| Pratiques                        |                           |   |   |                           |              |                       |
| P1 : Communiquer via un site web | site dédié sous Wordpress | géré en interne (Expertise technique, gestion de projet et les capacités pédagogiques) & réalisé par un prestataire extérieur | faciliter l'accès à un grand nombre de données en un seul endroit | x                         |              |                       |

**Activité 1C : Diffuser des informations sur le climat**

| Composantes d'une pratique             | LE MATERIEL            | LES COMPETENCES   | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|--|------------------------|---|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|  |                        |   |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| Pratiques                              |                        |   |  |                           |              |                       |
| P1 : Diffuser de l'information par mél | Mailchimp et Wordpress | internes (les collaborateurs doivent être formé pour connaître les options techniques. Il y a une nécessité d'avoir des compétences professionnelles) | envoi gratuitement le condensé d'actualité entre une fois et deux fois par mois un condensé d'actualité sur les sciences du climat et les politiques climatiques | x                         |              |                       |



## Activité 1A : Fédérer les étudiants

| Composantes d'une pratique          | LE MATERIEL   | LES COMPETENCES   | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|-------------------------------------|---|---|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|                                     |   |   |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>                    |   |   |  |                           |              |                       |
| P1 : Communiquer via les RS         | LinkedIn, Facebook  | internes : tout le monde maîtrise les réseaux sociaux. Pour la conception graphique, un membre était déjà formé et en prend la charge à chaque fois | cible étudiante et jeunes diplômés présents sur LinkedIn, possibilité de toucher également les employeurs reliés aux contacts LinkedIn des étudiants | x                         |              |                       |
| P2 : Communiquer via un site web    | conception graphique (suite adobe) pour des visuels                           | conçu en interne par des bénévoles  | toucher un grand nombre de personnes   | x                         |              |                       |
| P3 : Constituer une BDD de contacts | google drive (pas de logiciel de gestion d'adresse mail et c'est un problème) | conçu en interne par des bénévoles  | toucher un grand nombre de personnes   | x                         |              |                       |

## Activité 1B : Plateforme de mobilisation pour les étudiants

| Composantes d'une pratique  | LE MATERIEL  | LES COMPETENCES  | LE SENS  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|-----------------------------|--|--|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|                             |  |  |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>            |  |  |  |                           |              |                       |
| P1 : Site web               | développé en interne (développeur bénévole) sur Python | internes, pour le Back office le développeur a appris aux autres membres de l'asso | Le site web : besoin d'un endroit pour que l'information puisse être consulté et soit accessible tout le temps | x                         |              |                       |
| P2 : RS                     | Facebook, Twitter                                      | internes   | Facebook permet de créer des groupes de discussions et les générations jeunes l'ont tous                       | x                         |              |                       |
| P3 : Faciliter les échanges | Google drive, Discord                                  | internes   | Google drive et Discord c'est le cœur de notre fonctionnement pour se coordonner et partager l'info            | x                         |              |                       |

## Activité 1C : Boucle d'actualité

| Composantes d'une pratique                  | LE MATERIEL    | LES COMPETENCES | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                       |
|---|----------------|-----------------|---|---------------------------|--------------|-----------------------|
|   |                |                 |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>                            |                |                 |   |                           |              |                       |
| P1 : Diffuser des informations via Telegram | appli Telegram | internes        | Informer des étudiants pour savoir ce qui se passe sur l'actualité avec un message par jour pour donner un fil d'info en période de covid-19. en dehors des GAFA (niveau RGPD), messages pas traçables. | x                         |              |                       |

## Activité 1A : Informer sur les politiques publiques

| Composantes d'une pratique | LE MATERIEL   | LES COMPETENCES  | LE SENS   | Evaluation de la pratique |              |                       |
|----------------------------|---|--|---|---------------------------|--------------|-----------------------|
|                            |   |  |   | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>           |   |  |   |                           |              |                       |
| P1 : Plateforme dédiée     | plateforme coconstruite par presta, mise en ligne via Wordpress | Chaque collaborateur reçoit des formations initiales pour utiliser les outils. L'agence extérieur a d'abord formé l'asso puis ce sont les membres de l'asso qui ont pu former les autres. Aussi, les nouvelles recrues jeunes qui sont la plupart du temps déjà formés aux outils Wordpress grâce à leur formation | toucher le plus grand nombre  | x                         |              |                       |
| P2 : RS                    | Twitter   | internes   | toucher le plus grand nombre  | x                         |              |                       |
| P3 : Vidéos                | internes  | internes   | toucher le plus grand nombre  | x                         |              |                       |
| P4 : Mailing               | Sendinblue ; Home pour l'animation du réseau                    |  | a répondu au besoin de gestion des interpellations qu'on pouvait mener et la participation à des consultations publiques. | x                         |              |                       |

## Activité 1B : Evènement contre les pesticides

| Composantes d'une pratique                  | LE MATERIEL                                       | LES COMPETENCES   | LE SENS                                  | Evaluation de la pratique |              |                       |
|---|---|---|--|---------------------------|--------------|-----------------------|
|   |   |   |  | Existe                    | N'existe pas | Manque d'informations |
| <b>Pratiques</b>                            |   |   |  |                           |              |                       |
| P1 : site dédié                             | WordPress   | internes (agence externe à qui envoyer un ticket en cas de difficulté)  | facile d'accès                           | x                         |              |                       |
| P2 : RS                                     | réseaux sociaux (Twitter, Facebook et Instagram)  | internes  | touche beaucoup de gens                  | x                         |              |                       |
| P3 : Promouvoir du contenu vidéo rapidement | Lumen 5   | internes  | rapide                                   | x                         |              |                       |
| P4 : Création de contenus                   | Canvas  | internes, l'équipe est déjà formée (InDesign trop compliqué)  | pour le dossier de contenu de la semaine | x                         |              |                       |
| P5 : Newsletter                             | Sendinblue (facilement intégrable sous Wordpress) | internes, les salariés qui ont moins de 30 ans sont déjà formés et connaissent les outils depuis leur parcours scolaire | touche beaucoup de gens                  | x                         |              |                       |

## Annexe 4\_Liste brute des pratiques

*Le chiffre placé avant la pratique (e.g. 11: ) correspond au numéro de la pratique attribué par NVivo lors du codage à une pratique utilisée par une association. Cette pratique peut donc apparaître plusieurs fois si elle est utilisée par plusieurs associations.*

### **1\_Diffuser du contenu**

#### **1.1\_Communiquer des informations au grand public**

- 11: Communiquer auprès du public
- 32: Diffuser des informations sur la campagne au grand public
- 58: Informer le grand public des résultats de la campagne
- 104: Sensibiliser le grand public aux enjeux de la campagne

#### **1.2\_Communiquer via les réseaux sociaux**

- 13: Communiquer via les réseaux sociaux
- 14: Communiquer via les réseaux sociaux
- 15: Communiquer via les réseaux sociaux
- 16: Communiquer via les réseaux sociaux
- 17: Communiquer via les réseaux sociaux
- 38: Diffuser les actions des membres d'un réseau national via les réseaux sociaux
- 39: Diffusion d'informations via les réseaux sociaux
- 40: Diffusion d'informations via les réseaux sociaux
- 59: Informer via les réseaux sociaux
- 97: Réseaux sociaux
- 98: Réseaux sociaux
- 99: Réseaux sociaux
- 100: Réseaux sociaux
- 101: Réseaux sociaux
- 102: Réseaux sociaux
- 103: Réseaux sociaux
- 118: Utiliser les réseaux sociaux pour mobiliser les jeunes sur le climat
- 119: Utiliser les réseaux sociaux pour diffuser des infos
- 120: Utiliser les réseaux sociaux pour diffuser des infos
- 126: Valoriser les actions des membres d'un réseau via les réseaux sociaux

#### **1.3\_Diffuser de l'information par messagerie**

- 30: Diffuser de l'information par mél
- 33: Diffuser des informations via Telegram
- 34: Diffuser des informations via une newsletter
- 35: Diffuser des informations via une newsletter
- 45: Emailing
- 70: Mailing
- 75: Newsletter
- 76: Newsletter
- 77: Newsletter
- 78: Newsletter
- 79: Newsletter
- 80: Newsletter
- 82: Newsletter pour appuyer des actions d'EEDD
- 125: Valoriser des informations via une newsletter

#### **1.4\_Diffuser de l'écrit**

- 1: Articles en ligne
- 10: Communiqué de presse en ligne
- 43: Écrire des articles en ligne
- 44: Écrire des articles en ligne
- 116: Utiliser le numérique pour diffuser des publications d'EEDD

#### **1.5\_Diffuser des images**

- 3: Bande dessinée en ligne
- 31: Diffuser des images
- 36: Diffuser des vidéos
- 37: Diffuser des vidéos
- 53: Hébergement et diffusion de photos
- 54: Images
- 55: Images en ligne
- 56: Images en ligne
- 57: Images pour sensibiliser le grand public aux ODD
- 89: Production et diffusion de vidéos
- 90: Production et diffusion d'images
- 92: Promouvoir du contenu vidéo rapidement
- 105: Sensibiliser par la bande dessinée en ligne
- 106: Sensibiliser via une vidéo en ligne
- 111: Utiliser des visuels pour générer des émotions
- 114: Utiliser la télévision comme caisse de résonance
- 115: Utiliser la vidéo pour mobiliser les jeunes sur le climat
- 121: Utiliser l'image pour diffuser les actions des membres d'un réseau national
- 122: Utiliser l'image pour sensibiliser
- 127: Vidéo en ligne
- 128: Vidéo en ligne
- 129: Vidéos
- 130: Vidéos de sensibilisation

#### **1.6\_Diffuser des sons**

- 113: Utiliser la radio comme caisse de résonance

#### **1.7\_Diffuser du contenu via un site web**

- 18: Communiquer via un site web
- 19: Communiquer via un site web
- 20: Communiquer via un site web
- 41: Diffusion d'informations via un site web
- 42: Diffuser des connaissances via un portail de ressources en ligne
- 108: Site dédié
- 109: Site web
- 112: Utiliser internet
- 123: Utiliser un site web pour valoriser les actions des membres d'un réseau

#### **1.8\_Partager des contenus**

- 87: Partager des contenus

## **2\_Créer du contenu**

### **2.1\_Créer des contenus**

- 21: Conception graphique de photos et vidéos
- 22: Conception graphique de photos et vidéos
- 23: Conception graphique de photos et vidéos
- 26: Création de contenus
- 27: Créer des images interactives
- 89: Production et diffusion de vidéos
- 90: Production et diffusion d'images

### **2.2\_Créer des outils**

- 28: Créer des outils libres
- 29: Créer un outil pédagogique
- 68: Jeu sérieux
- 69: Livret pédagogique
- 91: Produire des fiches de bonnes pratiques
- 93: Réalisation d'un documentaire
- 107: Serious game pour sensibiliser le grand public aux ODD

### **2.3\_Représenter des acteurs sur une carte**

- 4: Carte interactive
- 5: Cartographier des participants à une campagne de labellisation
- 86: Outil cartographique en ligne pour identifier des acteurs particuliers

### **2.4\_Vulgariser**

- 95: Rendre compréhensible une campagne juridique complexe
- 96: Rendre compréhensible une campagne juridique complexe
- 110: Utiliser le numérique pour faire des sciences participatives

## **3\_Gérer une campagne d'EEDD**

### **3.1\_Collaborer à distance**

- 6: Collaborer
- 8: Collaborer à distance
- 9: Collaborer pour sensibiliser le grand public aux ODD
- 47: Faciliter les échanges

### **3.2\_Communiquer par visioconférence**

- 12: Communiquer par visioconférence

### **3.3\_Favoriser les contacts avec la nature**

- 110: Utiliser le numérique pour faire des sciences participatives
- 117: Utiliser le numérique pour inciter à sortir dans la nature

### **3.4\_Financer l'association**

- 94: Récolter des dons

### **3.5\_Former**

- 50: Formation en ligne aux réseaux sociaux
- 51: Former les citoyens via webinaires
- 52: Former les élus à l'EEDD
- 73: MOOC
- 74: MOOC
- 85: Organiser des ateliers en ligne pour accompagner les membres d'un réseau
- 131: Webinaires

### **3.6\_Gérer un réseau**

- 48: Faire exister la communauté qui soutient la campagne
- 49: Faire exister la communauté qui soutient la campagne

### **3.7\_Interpeller**

- 46: E-pétition
- 61: Interpeller les acteurs européens via une plateforme numérique
- 62: Interpeller les citoyens européens via les réseaux sociaux
- 63: Interpeller les maires via le numérique
- 64: Interpeller les politiques par l'envoi de méls
- 65: Interpeller les politiques via une émission de télévision diffusée en ligne
- 66: Interpeller via les réseaux sociaux
- 67: Interpeller via les réseaux sociaux
- 71: Mobiliser via les pétitions en ligne
- 72: Mobiliser via les pétitions en ligne
- 124: Utiliser une base de données pour interpeller

### **3.8\_Autres**

- 2: Auditer des participants à une campagne de labellisation
- 24: Constituer une base de données de contacts
- 60: Inscrire des participants à une campagne de labellisation
- 83: Obtenir le soutien le plus large possible pour une campagne juridique complexe
- 84: Obtenir le soutien le plus large possible pour une campagne juridique complexe
- 88: Plateforme dédiée

## Annexe 5\_Liste consolidée des pratiques

|   | Occurrences | Poids relatif des catégories | Poids relatif des pratiques |
|---|-------------|------------------------------|-----------------------------|
| <b>TOTAL</b>  | <b>131</b>  | <b>100%</b>                  |                             |
| <b>1_Diffuser du contenu</b>  | <b>77</b>   | <b>59%</b>                   | <b>100%</b>                 |
| <b>1.1_Communiquer vers le grand public</b>                             | <b>4</b>    |                              | <b>5%</b>                   |
| Communiquer auprès du public sur l'association                          | 1           |                              |                             |
| Diffuser des informations sur la campagne au grand public (enjeux, ...) | 3           |                              |                             |
| <b>1.2_Communiquer via les réseaux sociaux</b>                          | <b>20</b>   |                              | <b>26%</b>                  |
| Communiquer via les réseaux sociaux (sur l'association, ...)            | 17          |                              |                             |
| Utiliser les réseaux sociaux pour mobiliser les jeunes sur le climat    | 1           |                              |                             |
| Valoriser les actions des membres d'un réseau via les réseaux sociaux   | 2           |                              |                             |
| <b>1.3_Diffuser de l'information par messagerie</b>                     | <b>14</b>   |                              | <b>18%</b>                  |
| Diffuser de l'information par mél                                       | 3           |                              |                             |
| Diffuser des informations via Telegram                                  | 1           |                              |                             |
| Diffuser des informations via une newsletter                            | 10          |                              |                             |
| <b>1.4_Diffuser de l'écrit</b>  | <b>5</b>    |                              | <b>6%</b>                   |
| Articles en ligne   | 3           |                              |                             |
| Communiqué de presse en ligne   | 1           |                              |                             |
| Utiliser le numérique pour diffuser des publications d'EEDD             | 1           |                              |                             |
| <b>1.5_Diffuser des images &amp; vidéos</b>                             | <b>23</b>   |                              | <b>30%</b>                  |
| Sensibiliser par la bande dessinée en ligne                             | 2           |                              |                             |
| Sensibiliser via une image en ligne                                     | 7           |                              |                             |
| Images pour sensibiliser le grand public aux ODD                        | 1           |                              |                             |
| Utiliser l'image pour diffuser les actions des membres d'un réseau      | 1           |                              |                             |
| Utiliser des visuels pour générer des émotions                          | 1           |                              |                             |
| Sensibiliser via une vidéo en ligne                                     | 8           |                              |                             |
| Promouvoir du contenu vidéo rapidement                                  | 1           |                              |                             |
| Utiliser la vidéo pour mobiliser les jeunes sur le climat               | 1           |                              |                             |
| Utiliser la télévision comme caisse de résonance                        | 1           |                              |                             |
| <b>1.6_Diffuser des sons</b>  | <b>1</b>    |                              | <b>1%</b>                   |
| Utiliser la radio comme caisse de résonance                             | 1           |                              |                             |
| <b>1.7_Diffuser du contenu via un site web</b>                          | <b>9</b>    |                              | <b>12%</b>                  |
| Diffuser des informations via un site web                               | 7           |                              |                             |
| Diffuser des connaissances via un portail de ressources en ligne        | 1           |                              |                             |
| Utiliser un site pour valoriser les actions des membres d'un réseau     | 1           |                              |                             |
| <b>1.8_Partager des contenus</b>  | <b>1</b>    |                              | <b>1%</b>                   |
| Partager des contenus   | 1           |                              |                             |

|  | Occurrences | Poids relatif des catégories | Poids relatif des pratiques |
|--|-------------|------------------------------|-----------------------------|
| <b>TOTAL</b>   | <b>131</b>  | <b>100%</b>                  |                             |
| <b>2_Créer du contenu</b>                                    | <b>20</b>   | <b>15%</b>                   | <b>100%</b>                 |
| <b>2.1_Créer des contenus</b>                                | <b>7</b>    |                              | <b>35%</b>                  |
| Création de contenus   | 1           |                              |                             |
| Créer des images interactives                                | 1           |                              |                             |
| Production d'images  | 1           |                              |                             |
| Production de vidéos   | 1           |                              |                             |
| Conception graphique de photos et vidéos                     | 3           |                              |                             |
| <b>2.2_Créer des outils</b>                                  | <b>7</b>    |                              | <b>35%</b>                  |
| Créer des outils numériques libres                           | 1           |                              |                             |
| Créer un outil pédagogique                                   | 1           |                              |                             |
| Créer un jeu sérieux   | 2           |                              |                             |
| Livret pédagogique   | 1           |                              |                             |
| Produire des fiches de bonnes pratiques                      | 1           |                              |                             |
| Réaliser un documentaire                                     | 1           |                              |                             |
| <b>2.3_Représenter des acteurs sur une carte</b>             | <b>3</b>    |                              | <b>15%</b>                  |
| Carte interactive  | 1           |                              |                             |
| Outil cartographique en ligne pour identifier des acteurs    | 2           |                              |                             |
| <b>2.4_Vulgariser</b>  | <b>3</b>    |                              | <b>15%</b>                  |
| Rendre compréhensible une campagne juridique complexe        | 2           |                              |                             |
| Utiliser le numérique pour faire des sciences participatives | 1           |                              |                             |



|  | Occurrences | Poids relatif des catégories | Poids relatif des pratiques |
|--|-------------|------------------------------|-----------------------------|
| <b>TOTAL</b>   | <b>131</b>  | <b>100%</b>                  |                             |
| <b>3_Gérer une campagne d'EEDD</b>                           | <b>34</b>   | <b>26%</b>                   | <b>100%</b>                 |
| <b>3.1_Collaborer à distance</b>                             | <b>4</b>    |                              | <b>12%</b>                  |
| Collaborer à distance  | 4           |                              |                             |
| <b>3.2_Communiquer par visioconférence</b>                   | <b>1</b>    |                              | <b>3%</b>                   |
| Communiquer par visioconférence                              | 1           |                              |                             |
| <b>3.3_Favoriser les contacts avec la nature</b>             | <b>2</b>    |                              | <b>6%</b>                   |
| Utiliser le numérique pour faire des sciences participatives | 1           |                              |                             |
| Utiliser le numérique pour inciter à sortir dans la nature   | 1           |                              |                             |
| <b>3.4_Financer l'association</b>                            | <b>1</b>    |                              | <b>3%</b>                   |
| Récouter des dons  | 1           |                              |                             |
| <b>3.5_Former</b>  | <b>7</b>    |                              | <b>21%</b>                  |
| Former les salariés via des webinaires                       | 2           |                              |                             |
| Former les membres d'un réseau via des webinaires            | 1           |                              |                             |
| Former les citoyens via des webinaires                       | 1           |                              |                             |
| Former les élus à l'EEDD                                     | 1           |                              |                             |
| Former via un MOOC   | 2           |                              |                             |
| <b>3.6_Gérer un réseau</b>                                   | <b>2</b>    |                              | <b>6%</b>                   |
| Faire exister la communauté qui soutient la campagne         | 2           |                              |                             |
| <b>3.7_Interpeller</b>                                       | <b>11</b>   |                              | <b>32%</b>                  |
| Mobiliser via les pétitions en ligne                         | 3           |                              |                             |
| Interpeller les acteurs européens via une plateforme         | 2           |                              |                             |
| Interpeller les politiques via le numérique                  | 2           |                              |                             |
| Interpeller les politiques via une émission de télévision    | 1           |                              |                             |
| Interpeller via les réseaux sociaux                          | 2           |                              |                             |
| Utiliser une base de données pour interpeller                | 1           |                              |                             |
| <b>3.8_Autres</b>  | <b>6</b>    |                              | <b>18%</b>                  |
| Auditer des participants à une campagne de labellisation     | 1           |                              |                             |
| Constituer une base de données de contacts                   | 1           |                              |                             |
| Inscrire des participants à une campagne de labellisation    | 1           |                              |                             |
| Obtenir le soutien le plus large pour une campagne complexe  | 2           |                              |                             |
| Plateforme dédiée à la gestion d'un programme                | 1           |                              |                             |