



HAL
open science

Changement des comportements individuels pour la protection de l'environnement : une question de communication. Comment passer de la sensibilisation à l'action : l'exemple du compostage alimentaire

Ninon Scotto di Uccio

► To cite this version:

Ninon Scotto di Uccio. Changement des comportements individuels pour la protection de l'environnement : une question de communication. Comment passer de la sensibilisation à l'action : l'exemple du compostage alimentaire. Sciences de l'information et de la communication. 2021. dumas-03669658

HAL Id: dumas-03669658

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03669658>

Submitted on 16 May 2022

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.



Master 1 professionnel Gestion de l'environnement
Parcours Communication écociroyenne, Patrimoines et Développement durable

Titre :

Changement des comportements individuels pour la protection de
l'environnement : une question de communication.

Sous-titre :

Comment passer de la sensibilisation à l'action :
l'exemple du compostage alimentaire

Mémoire soutenu sous la direction de Vincent Meyer
Avec comme assesseur Emilie Demoinet en juin par Ninon Scotto di Uccio

Année 2020-2021

Remerciements :

Je tiens à remercier M. Vincent Meyer, professeur à l'Université Côte d'Azur et directeur de ce mémoire, pour ses conseils avisés sur le choix de mon sujet et la mise en pratique de ma recherche. Je désire aussi remercier mes professeurs de l'Université Côte d'Azur que j'ai eu la chance d'avoir au cours de mon année de Master 1 COMEDD pour la qualité des enseignements fournis en communication et gestion de l'environnement, qui ont contribué à nourrir ma réflexion pour ce mémoire.

Je voudrais aussi remercier ceux et celles qui ont élaboré des projets de compostage sur leurs campus universitaires et qui ont pris le temps de s'entretenir avec moi, notamment Emilie Demoinet, chargée de la Mission écoresponsable. Ce mémoire n'aurait pas été possible sans vos connaissances et votre amabilité.

Un grand merci à ma grand-mère, Marie-Thérèse qui a passé de longues nuits à relire et corriger mon mémoire, et qui m'a apporté un regard extérieur qui m'a été des plus précieux. Merci aussi à mes parents, Alice et Laurent, pour leur soutien moral et émotionnel et pour avoir cru en moi tout au long de ma scolarité.

Enfin, merci à mes camarades de COMEDD que j'ai eu la chance de rencontrer cette année qui m'ont inspirée, encouragée et élevée pendant mes moments de doutes, notamment Damien, Lola, Éloïse et Inés. Merci aussi à Mariam et Drabya pour nos journées à travailler dans l'herbe sur le campus de Valrose, qui m'ont donné des précieux moments de liberté dans une année turbulente.

Résumé du mémoire :

Face aux enjeux écologiques, les associations environnementales et les instances gouvernementales essaient désespérément de faire changer le comportement des Français à travers des campagnes de sensibilisation. A l'Université Côte d'Azur, la Mission écoresponsable cherche à faire adopter aux étudiants le comportement écoresponsable du compostage de leurs déchets alimentaires. Or, il existe un fossé significatif entre la sensibilisation à l'environnement et l'adoption d'un comportement écoresponsable.

L'objectif de ce mémoire est de comprendre dans quelles mesures nous pouvons faire adopter ce comportement en exposant les freins à l'adoption d'un comportement écoresponsable et en analysant la communication présente autour d'initiatives de compostage. Enfin nous proposons de mettre en place une action de sensibilisation avec les éléments qui semblent essentiels à l'adoption d'un tel comportement : créer un contexte institutionnel qui facilite la pratique de ce comportement, sensibiliser son public aux enjeux écologiques et au comportement écoresponsable, et nous faisons l'hypothèse qu'il faudrait incorporer un acte engageant dans ce processus de sensibilisation.

Dissertation summary :

Faced with the ecological crisis, environmental organisations and governments are desperately trying to make the french population change their behaviors through awareness campaigns. At the Université Côte d'Azur, the Mission écoresponsable is trying to get its students to compost their food waste. Yet, there is a large gap between environmental awareness and pro-environmental behavior.

The goal of this dissertation is to understand in which ways we can influence the practice of this behavior by exposing the obstacles in taking on this behavior and by analysing the communication around composting initiatives. Lately, we propose to put in place an awareness action with keys elements that influence the taking on of an pro-environmental behavior : create an institutional context that makes the behavior easier to take on, bring awareness about environmental issues and the behavior at hand, and we make the hypothesis that it would be crucial to incorporate an act of compliance in the awareness action.

Sommaire :

Remerciements :	2
Résumé du mémoire :	3
Introduction :	6

Partie I - De la sensibilisation dans l'adoption d'un comportement écoresponsable **13**

A. Entre informer et sensibiliser	13
B. Un manque d'action : un manque de sensibilisation à l'environnement ?	16
1. Un problème d'éducation ?	16
2. Un problème de communication ?	19
C. Les freins entre sensibilisation et changement de comportement	20
1. Facteurs externes : Freins contextuels.....	21
2. Facteurs internes - Freins propres à l'individu.....	28
3. Freins psychosociaux : Une crise difficilement perceptible par notre cerveau	39
D. Des stratégies de communication engageante pour combler le fossé entre sensibilisation et passage à l'acte écoresponsable	43
1. L'engagement : un lien manquant entre sensibilisation et action ?	43
2. La communication engageante : Un petit pas pour passer des intentions aux actes ?	45
3. Le nudge : Un environnement qui encourage l'adoption d'un comportement ? 46	
Conclusion de la Partie I : Leviers pour faire adopter un comportement écoresponsable.	48

Partie II : Une communication sur le compostage, pour faire adopter ce comportement : Une analyse des initiatives de compostage sur les campus universitaires. 49

A. Le discours sur les déchets aujourd'hui	49
1. Une surabondance	49
2. Les restes alimentaires sont-ils des déchets ?.....	52
B. Analyse de la communication sur le compostage sur les campus universitaires ...	54
1. Eco-campus - Une association étudiante face à une résistance comportementale 56	
2. Université Lyon II - Les étudiants parlent aux étudiants	62

3.	Université de Sherbrooke : une approche institutionnelle au compostage	68
4.	Les composteurs à l'Université Côte d'Azur : un prétexte pour sensibiliser à l'environnement.....	72
C.	Comparaison entre les campus : Quelle communication adopter ?.....	80
1.	Institutionnaliser les sites de compostage	80
2.	Rendre le comportement socialement valorisé	82
3.	Éviter d'effrayer son public	83
4.	Montrer l'impact positif du comportement	85
5.	Ancrer le compostage dans l'identité de l'université.....	85
6.	Une communication simple sur un comportement simple.....	86
	Conclusion de la Partie II : Quelle communication adopter pour engager des étudiants autour d'initiatives de compostage sur leurs campus universitaires ?	87
	Partie III Méthodologie pour une action engageante à l'Université Côte d'Azur..	89
A.	Un questionnaire pour sensibiliser les étudiants.....	89
1.	Genèse du questionnaire et relation à la Mission écoresponsable :	89
2.	Objectif du questionnaire	89
3.	Diffusion du questionnaire : le public visé et les procédures de diffusion	90
4.	Structure du questionnaire.....	91
B.	Des pistes de travail pour un projet en devenir.....	91
1.	Conditions nécessaires à l'adoption d'un comportement écoresponsable	92
2.	Une piste d'action possible	92
C.	Limites de recherches.....	99
	Conclusion Partie III : Pistes pour une action pour faire adopter un comportement écoresponsable.	100
	Conclusion :	103
	ANNEXES	109
	Bibliographie :	137

Introduction :

La communication environnementale sur les enjeux écologiques, leurs sources et leurs impacts semblent être communiqués aux Français de toutes parts dans leur vie quotidienne. L'impact de l'homme sur son environnement et les conséquences du changement climatique ont trouvé leur place à la une des journaux. Les médias français passent trois fois plus de temps à traiter des sujets environnementaux dans les journaux télévisés que dans les années 1990. Tous les médias s'y mettent: la télé, la radio et la presse écrite où l'on voit de plus en plus de chroniques, éditos et éditions spéciales sur l'écologie (INA, 2020). *Libération*, en association avec 300 médias internationaux, a fait une semaine verte traitant du climat et France Culture, France Inter et France 2 ont tous des nouvelles émissions sur l'écologie. Depuis, l'environnement a un statut à part entière dans les médias généralistes, avec la création de postes de "journalistes environnementaux" et les thématiques environnementales sont de plus en plus couvertes. Cette sensibilisation grand public est aussi faite sur les réseaux sociaux et en ligne avec par exemple la chaîne "On Est Prêt" sur YouTube qui compte près de 18 000 abonnés.

Institutionnellement, la France intègre la question environnementale avec la création du Ministère de l'Environnement en 1971 puis pose comme objectif directeur le développement durable en 1995 avec la loi Barnier qui renforce la protection de l'environnement. Depuis, ce ministère et les collectivités territoriales lancent des campagnes de sensibilisation à l'environnement. Elle s'engage même au niveau transnational lors de l'accord de Paris sur l'environnement en 2015 où la France s'investit avec la communauté internationale pour agir contre le changement climatique.

En politique, le parti Europe Écologie - Les Verts a franchi un cap historique en 2020 en prenant le pouvoir dans de nombreuses grandes villes dont Lyon, Bordeaux, Strasbourg, Poitiers, Colombes, Annecy et Grenoble et s'ancre maintenant solidement dans le paysage politique français.

Depuis 2004 l'éducation au développement durable a été intégrée à tous les niveaux par l'Éducation Nationale y compris dans les programmes de formation et d'éducation pour adultes. C'est donc un sujet que chaque élève aborde tout au long de sa scolarité. Ceci fait partie de la mission du ministère de la transition écologique qui cherche à introduire "L'application effective et différenciée d'une éducation à l'environnement et au

développement durable pour la société dans toutes ses composantes : enfants, élèves, étudiants, jeunes, salariés, décideurs, retraités, familles, citoyens...” (2020).

Le militantisme environnemental a pris de l'ampleur depuis les années 1970 avec l'aide d'organisations comme Greenpeace, WWF et Les Amis de la Terre, qui ont pour stratégie principale la sensibilisation aux enjeux environnementaux. Le 8 septembre 2018, 115 000 Français ont manifesté lors d'une journée internationale du climat organisée par plusieurs associations environnementales, notamment l'association internationale *350 France*, qui s'oppose à l'industrie des combustibles fossiles.

Les entreprises et le monde commercial s'adaptent à la demande des consommateurs en proposant des produits et services labellisés verts, bios, et responsables. D'après *Le Média Vert*, la France est considérée comme le pays européen qui fait le plus de publicités écologiques mais aussi le plus d'actions visant à protéger les consommateurs du greenwashing (communication visant à faire croire que son produit a moins d'impact sur l'environnement qu'il ne l'a réellement). Cette communication est tellement présente que certains experts des innovations dans la communication pensent que les marques qui négligeraient cet aspect écologique se verront délaissées par les consommateurs (le Média vert, 2019).

Pour faire adopter des changements dans le mode de vie des français, qui est trop coûteux pour notre planète, ces organisations “utilisent généralement des stratégies fondées sur une conception rationnelle de la prise de décision humaine (Yates, Aronson, 1983). Ainsi, l'individu est considéré comme « un agent rationnel qui juge l'utilité et le rapport coût/bénéfice liés à ses choix avant de prendre une décision » (Jacoby, 2000 cité par Liégeois, 2005 : 27).” (Rubens, 2011 : 17). Leur stratégie est donc de diffuser beaucoup d'informations environnementales pour faire prendre conscience aux Français que leurs comportements quotidiens ont un trop gros impact sur l'environnement dans le but de leur faire adopter des comportements écoresponsables.

En effet, si tout le monde vivait comme les Français en 2019, il nous faudrait les ressources de 2,7 planètes, selon le Global Footprint Network. Notre espèce traite chaque année 100 milliards de tonnes de ressources naturelles et absorbe une grande quantité du débit des rivières, qui à terme s'assèchent. La pollution de l'air causée par les combustibles fossiles tue aujourd'hui une personne sur cinq (Environmental Research,

2021) et nous avons perdu deux tiers des espèces connues planétaires au cours des 50 dernières années (Living Planet Report, 2020). L'exploitation intensive des terres agricoles et l'utilisation inconsidérée d'herbicides et d'engrais appauvrissent les sols pour les générations futures et produisent des aliments dangereux pour notre santé.

Un des impacts majeurs de l'homme sur son environnement est la quantité de CO₂ relâchée dans l'atmosphère au travers ses activités, ce qui est la cause du dérèglement climatique que nous subissons aujourd'hui. Ce dérèglement nous rapproche dangereusement de "*tipping points*", ou points de basculement, qui marquent un seuil de non-retour au-delà duquel le climat, drastiquement et irréversiblement altéré, rendra de nombreuses zones terrestres invivables. Ceci inclut la fonte des glaciers arctiques et antarctiques, la déforestation en Amazonie, le réchauffement de la température des océans, la dégradation des coraux et la fonte du permafrost.

Selon le Carbon Disclosure Project, presque 3/4 des gaz à effet de serre, qui sont la cause du réchauffement de la planète, sont émis par 100 entreprises. De plus, les 25 entreprises les plus polluantes sont responsables de la moitié des émissions planétaires. La majorité d'entre elles sont liées à l'industrie du pétrole. Pourtant, elles ne semblent pas être les seules responsables de la dégradation de notre environnement. Les émissions de gaz à effet de serre viennent en particulier de six secteurs en France, par ordre d'importance d'émission: le transport (majoritairement routier), l'agriculture et la sylviculture, l'industrie manufacturière, résidentielle, tertiaire, institutionnelle et commerciale, l'industrie de l'énergie et la gestion des déchets. Le secteur des transports est donc le plus grand émetteur de CO₂ de la France. Pourtant un secteur préoccupant est celui du traitement des déchets qui représente presque 20 millions de tonnes d'émission de CO₂ en 2015 en France et qui a connu une hausse d'émissions importante en 25 ans (Centre interprofessionnel technique d'étude de la pollution atmosphérique, 2015).

A une autre échelle, l'accumulation de nos impacts individuels reste une préoccupation pour notre environnement. En France chaque personne a émis en moyenne 11 tonnes équivalent pétrole de CO₂ en 2018, chiffre qui est resté stable ces dernières années. Une grosse majorité des émissions sont liées à la production de biens et de services que nous consommons individuellement (Commissariat générale du développement durable, janvier 2020). Chaque Français produit en moyenne 600 kg de déchets par an, dont 250

proviennent de nos déchets ménagers. Parmi ceux-ci, 75kg sont composés d'aliments gaspillés (ADEME, 2020).

Mais tout cela nous le savons déjà. Pourtant cette information ne semble pas suffire à faire adopter aux Français des comportements écoresponsables. Nous appelons les comportements écoresponsables, aussi nommés comportements pro-environnementaux, des “comportements adoptés par un individu qui vise, de façon consciente, à minimiser ses impacts négatifs sur les milieux naturels et construits” comme le définissent Anja Kollmuss et Julian Agyeman (2002 : 240).

Il est important de noter qu'il y a différentes catégories de comportements écoresponsables. Ils peuvent être différenciés par les difficultés de leur mise en œuvre, comme l'ont fait les membres de l'organisation Crédoc lors de l'enquête “Fréquence, difficultés et efficacité présumée de quelques pratiques environnementales” en 2019. Ils distinguent trois types de pratiques: “les actions faciles qui sont fréquemment mises en œuvre (gestion des déchets et réduction de la consommation d'énergie), celles qui paraissent assez simples mais qui sont peu fréquentes (réduction de la consommation d'eau et choix de produits locaux), et celles qui sont peu pratiquées et semblent compliquées (moins utilisation de la voiture, choix d'un mode de déplacement moins polluant et achat de produits écolabellisés).”

Il serait possible de penser que cette stratégie de communication est efficace car 60 % de la population française se dit convaincue de la nécessité de changer ses habitudes quotidiennes pour lutter contre le réchauffement climatique et 39 % se déclare "très sensibles" à l'environnement par rapport au 8 % des interrogées qui seraient climato-sceptique (ADEME, 2017). De plus, parmi les personnes âgées entre 18 et 30 ans, l'environnement est perçu comme un enjeu majeur et est une préoccupation plus grande que l'immigration et le chômage (Crédoc, 2019). Pourtant les attitudes positives des Français par rapport à l'environnement ne se traduisent pas non plus en comportements écoresponsables.

Un problème se pose donc : malgré cette communication environnementale grandissante et la volonté de la population française de changer ses comportements individuels pour être plus respectueux de l'environnement, pourquoi peu de personnes adoptent réellement des comportements écoresponsables ?

La réponse est qu'il existe un fossé significatif entre communication et actions individuelles dans le domaine de la protection de l'environnement. La communication environnementale semble être un élément clé dans l'adoption d'un comportement écoresponsable mais n'est clairement pas le seul nécessaire pour faire adopter un tel comportement. Pour tenter de faire adopter ces comportements, ce qui est de plus en plus urgent vu la dégradation environnementale, il faudra tenter de définir les freins et obstacles à l'adoption d'un comportement écoresponsable et trouver des leviers pour les atténuer.

Dans le cadre de ce mémoire, nous allons nous intéresser à cette problématique d'adoption d'un comportement écoresponsable en nous intéressant à un comportement jugé facile et qui est fréquemment mis en œuvre : la gestion des déchets et plus particulièrement le compostage de déchets alimentaires dans le cadre universitaire.

Notre développement se portera autour de cette question de recherche : *Dans quelles mesures peut-on amener un.e jeune étudiant.e à l'Université Côte d'Azur à adopter comme comportement écoresponsable le compostage de ses déchets alimentaires?*

Cette problématique nous vient d'une initiative de la Mission écoresponsable de l'Université Côte d'Azur, car comme d'autres associations environnementales et institutions elle désire faire adopter des comportements écoresponsables à sa communauté universitaire. Nous allons nous focaliser sur un comportement en particulier, le compostage des déchets alimentaires. En effet cette mission a installé et entretient des sites de compostage sur ses campus universitaires mais a remarqué une sous-utilisation de ses dispositifs.

Cette mission de l'université, qui vient remplacer le service Plan Vert de l'Université Côte d'Azur, a pour but de fédérer tous les membres de l'université, étudiants comme personnels, afin de co-construire, une université écoresponsable et innovante. Le projet s'articule autour de plusieurs dimensions : actions de sensibilisation et d'information ; mise en place de nouvelles méthodologies ; axes recherche et d'innovation afin de réduire, recycler et valoriser les déchets de l'université. Les thématiques principales pour accompagner le changement de comportements de la communauté universitaire face aux enjeux environnementaux, solidaires et sociaux sont la mise en place et la favorisation de

projets circulaires sur les campus. Parmi ceux-ci la valorisation des déchets, l'augmentation de la mobilité douce et l'alimentation durable et responsable.

Lors de la création de la mission il y a trois ans des bacs de compostage furent installés sur deux campus de l'université, les campus Valrose et Carlone, car on avait constaté un manque d'infrastructures pour faire pratiquer des gestes écoresponsables par la communauté universitaire. Effectivement, les infrastructures proposées pour le tri des déchets, notamment pour le recyclage et le compostage, étaient trop peu présentes sur les campus. Sans ces supports, les écogestes praticables sur les campus étaient limités.

Maintenant que les dispositifs pour le compostage individuel des déchets alimentaires sont mis en place et fonctionnent comme voulu, la Mission écoresponsable se heurte encore à une problématique de sous-utilisation du compostage par les étudiants de ces campus. A travers ce mémoire, nous allons explorer comment faire adopter ce comportement écoresponsable par les étudiants de l'Université Côte d'Azur dans le but de proposer des préconisations applicables par la Mission écoresponsable de l'université pour augmenter l'utilisation de ses sites de compostage.

Pour comprendre comment l'on peut amener un.e étudiant.e à adopter un comportement écoresponsable, il est indispensable de définir théoriquement plusieurs pistes de réflexion. Nous allons donc commencer par essayer de comprendre ce que l'on veut dire par être sensibilisé à l'environnement. Ceci nous amènera une base critique pour voir si la population française est réellement sensibilisée à l'environnement à travers un axe éducatif et communicationnel. A partir de cette constatation, nous étudierons les freins observés entre la sensibilisation aux impacts humains sur nos écosystèmes et l'adoption de nouveaux comportements écoresponsables. Nous développerons ce sujet en liaison avec différentes études menées en sociologie, psychologie et dans les sciences de l'information et de la communication.

De là, nous pourrions examiner ce qui a été mis en place sur les campus universitaires au niveau d'une communication liée à un comportement écoresponsable spécifique, celui du compostage des déchets alimentaires. Nous ferons cette analyse pour comprendre les éléments nécessaires pour encourager les étudiants des ces universités à utiliser ces dispositifs. Nous allons ensuite les comparer à ce qui existe comme moyen communicationnel sur le compostage à l'Université Côte d'Azur.

Enfin, connaissant les principaux freins à l'adoption d'un comportement écoresponsable, nous proposerons à des étudiants du campus Valrose plus ou moins sensibilisés à l'environnement une stratégie de communication engageante pour les amener à adopter un autre comportement. En conclusion, nous avancerons des pistes pour guider les associations environnementales et institutions qui s'efforcent de faire changer les comportements individuels des étudiants français.

Partie I - De la sensibilisation dans l'adoption d'un comportement écoresponsable

A. Entre informer et sensibiliser

Avant de pouvoir comprendre les freins entre sensibilisation à l'environnement et changement de comportement, nous allons définir ce que signifie *être sensibilisé à l'environnement*. Nous devons tout d'abord, définir ce terme car il est utilisé de manière interchangeable avec le terme "informer" dans le langage courant mais aussi dans les textes scientifiques que nous avons étudiés pour approfondir ce sujet. Pourtant cette distinction semble importante et nous devons être précis dans ce que nous voulons dire par sensibiliser pour obtenir les résultats que nous désirons.

Le dictionnaire Larousse définit sensibiliser comme : "*Rendre quelqu'un, un groupe sensible, réceptif à quelque chose pour lequel il ne manifestait pas d'intérêt*". Ceci met donc en prérequis le fait qu'une personne n'a pas d'intérêt pour le sujet, ici l'environnement, mais cette personne aurait pu avoir les connaissances sur ce sujet sans pour autant y porter d'intérêt. C'est donc une action ou une campagne qui tend à rendre quelqu'un réceptif, ouvert, et sensible - un mot qui se rapporte à l'émotion. Ce mot partage aussi une racine avec sensibilité, qui correspond à l'aptitude à réagir plus ou moins vivement à quelque chose ou une aptitude à s'émouvoir, à éprouver des sentiments d'humanité, de compassion, de tendresse pour autrui.

Sensibiliser se rapporte donc au fait de susciter une émotion ou une réaction chez quelqu'un (ou un groupe de personnes) qui le pousserait à manifester un intérêt pour une cause. Ceci s'oppose donc clairement avec le simple fait d'informer, qui est défini par le dictionnaire Larousse comme "Faire savoir quelque chose à quelqu'un, le porter à sa connaissance, le lui apprendre". Cette définition est en effet beaucoup plus neutre que la première.

Ceci est important car dans le domaine de l'environnement il y a beaucoup d'informations qui sont diffusées, comme nous l'avons vu dans l'introduction, mais ces informations ne vont pas toutes sensibiliser le public. Pourtant, les associations environnementales et les instances gouvernementales cherchent à créer des impacts réels sur leurs publics pour qu'ils s'investissent dans la cause environnementale et changent leurs comportements. Ils désirent donc un engagement plus fort de leur public et mettent en place des stratégies de communication plus poussées que de la simple diffusion de l'information qui prendraient

la forme de prescriptions, d'apprentissages ou de pédagogie ayant pour but d'impliquer les individus dans l'action.

Dans le champ des sciences de l'information et de la communication, il est pertinent de distinguer une campagne de prévention dans l'espace public qui cherche à susciter de l'intérêt pour une cause déjà établie dans notre société, comme la maltraitance enfantine ou la sécurité routière, et une campagne de sensibilisation qui cherche à mobiliser autour d'une cause qui n'a pas encore un statut indiscutable dans l'esprit des gens, comme le compostage de ses déchets alimentaires. Il y a donc une dimension supplémentaire que doit prendre en compte un communicant lors d'une campagne de sensibilisation par rapport à une campagne de prévention : démontrer qu'on devrait s'intéresser et s'impliquer dans cette cause avant de pouvoir avancer des rhétoriques pour faire agir le public. (Cours de Communication du Changement, Meyer, 2020)

En faisant une analyse du contenu de discours et de documents qui souhaitent sensibiliser à l'environnement les mêmes informations ressortent : l'impact humain sur l'environnement et les risques qu'ils suscitent. Plus rarement il y a des informations sur comment agir pour diminuer son impact personnel sur l'environnement. Par exemple dans « Les vents porteurs » écrit par Thierry Libaert (2020) l'auteur tente de sensibiliser à la cause environnementale en nous montrant pourquoi nous devrions nous intéresser à cette crise. Il traite des maladies que la crise va faire circuler, des réfugiés climatiques et politiques, des victimes de catastrophes climatiques, des coûts financiers de la crise, des risques géopolitiques suscités par la perte de nos forêts, de nos écosystèmes et de notre biodiversité... comme le fait la majorité des émissions, des documentaires et des livres qui tentent de nous faire comprendre l'ampleur de la crise et de nous faire réagir fortement et émotionnellement. Pourtant tout ceci illustre les stratégies de sensibilisation à l'environnement sans la définir précisément.

Être sensibilisé à l'environnement semble nécessiter trois éléments clés. Comprendre les défis environnementaux majeurs, comprendre leurs causes (que l'humain est à la source des dérèglements majeurs auxquels nous faisons face aujourd'hui), et discerner comment faire pour les atténuer. Le premier élément correspond donc à l'information qui est largement diffusée par les médias et plus généralement dans notre société. Pour sensibiliser il faut aussi faire comprendre aux individus la cause de la dégradation de notre

environnement, qui peut être dure à accepter et proposer des solutions et des actions pour minimiser son impact individuel et collectif. Ce dernier point est très important, comme nous allons le voir dans la Partie C, car comprendre les enjeux environnementaux sans percevoir comment passer à l'action peut être déstabilisant pour un individu.

Comme les définitions de *sensibilisation* sont multiples, nous avons décidé de nous pencher sur la définition apportée par notre acteur de terrain, la Mission écoresponsable de l'Université Côte d'Azur. En effet, la mission avec laquelle nous travaillons pour cette recherche utilise des actions de sensibilisation dans le but de changer durablement les comportements individuels : *“Le projet s’articule autour d’actions de sensibilisation et d’information, de mise en place de nouvelles méthodologies, d’axes d’innovation, d’économie circulaire et réduction des déchets”*, comme écrit sur le site web de la Mission écoresponsable. Nous avons donc posé la question à Emilie Demoinet, la chargée de mission, de la définition qu'ils utilisent de sensibilisation à l'environnement.

Elle explique que la stratégie de la Mission écoresponsable n'était pas de sensibiliser à l'environnement mais de sensibiliser à des comportements spécifiques pour faire adopter à sa communauté universitaire des comportements écoresponsables. Leur stratégie est de passer directement à l'action en expérimentant les initiatives de projets circulaires, qui seraient facilement accessibles par tous, sans être préalablement sensibiliser à l'environnement. En effet, elle trouve que la sensibilisation à l'environnement est une tâche très complexe car pour elle, les discours des personnes sensibilisées sont trop souvent extrêmes et perdent leurs audiences non-sensibilisées, pour qui ces problématiques ne se posent pas de manière évidente. La mission désire donc passer par des initiatives déjà mises en place ou que les acteurs de l'université peuvent eux-mêmes proposer. Ceci permettant par ailleurs de communiquer autour de la cohésion sociale et des intérêts économiques individuels qui sont d'après elle beaucoup plus accessibles et aident à atteindre un plus grand public. Ces actions concrètes, comme l'installation de sites de compostage sur les campus universitaires, ont pour but d'apprendre les gestes et astuces plus respectueuses de l'environnement en agissant directement. L'intérêt est donc de faire co-construire des projets pour créer du lien entre les acteurs de l'université et communiquer du sens derrière ces actions. En bref, accompagner l'adoption de comportements écoresponsables dans le but de sensibiliser à l'environnement. Cette

stratégie va à l'encontre des stratégies classiques des associations environnementales qui elles sensibilisent dans le but de faire adopter des comportements écoresponsables.

Dans ce mémoire, "sensibiliser à l'environnement" signifie donc faire comprendre l'impact environnemental de notre espèce et de nos pratiques personnelles (ce qui suscite en nous une réaction émotionnelle et engageante) et faire découvrir les stratégies pour atténuer cet impact. La sensibilisation nous rapproche plus de l'adoption d'un comportement écoresponsable qu'une simple campagne informationnelle sur l'environnement mais ne semble pas être suffisante pour faire adopter un tel comportement.

B. Un manque d'action : un manque de sensibilisation à l'environnement ?

Maintenant que nous avons défini la notion de sensibilisation à l'environnement, une nouvelle question se pose. Malgré la grande quantité d'informations diffusées par rapport aux enjeux environnementaux, la population française est-elle pour autant sensibilisée à l'environnement ?

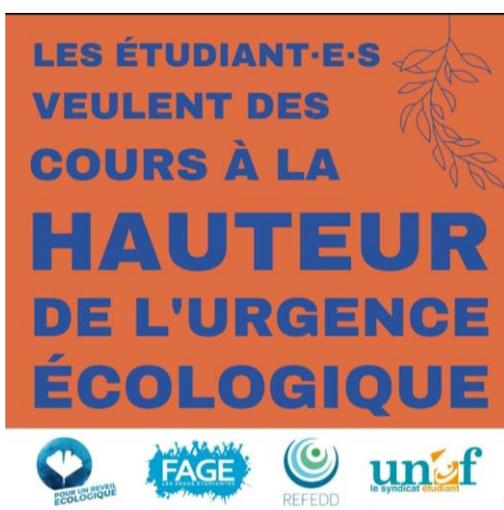
1. Un problème d'éducation ?

Certains disent que non, les Français ne sont pas assez sensibilisés à l'environnement et que notre éducation à l'environnement pendant notre scolarité en serait en partie responsable. En France, l'éducation aux enjeux environnementaux se fait majoritairement à l'école primaire et secondaire, qui ont des programmes centralisés nationaux, ce qui a permis de facilement intégrer des notions d'environnement (au sens large) dans la formation des plus jeunes. (Mobiliser l'enseignement supérieur pour le climat : 24)

C'est dans les années 1970 que l'éducation à l'environnement a été instaurée dans les programmes scolaires. « À une époque où la dégradation de son milieu de vie pose à l'homme des problèmes de choix déterminants pour son avenir, une éducation en matière d'environnement s'impose de toute évidence. » déclare une circulaire du ministère de l'Éducation Nationale en 1977. En 2009, l'article 55 de la loi Grenelle 1 consolide cette importance « *L'éducation au développement durable est portée par toutes les disciplines*

et intégrée au fonctionnement quotidien des établissements scolaires. Elle contribue, à travers ses dimensions éthiques et sociales, à la formation citoyenne ».

Pourtant en 2003, un rapport sur l'éducation à l'environnement en France (Bonhour, Hagnerelle, 2003) a souligné que malgré le grand nombre de programmes et de supports éducatifs mis en œuvre, dans l'ensemble l'éducation à l'environnement est fragmentée, manque de cohérence et échoue à s'inscrire dans un projet éducatif global. De plus, les pratiques des enseignants sont jugées comme irrégulières et notent une grande disparité entre les établissements scolaires (Mobiliser l'enseignement supérieur pour le climat : 25). En effet, même s'il y a une éducation au développement durable au programme du primaire et du secondaire elle est jugée insuffisante et les élèves qui vont jusqu'aux études supérieures n'ont souvent pas le niveau de connaissances suffisantes sur les enjeux environnementaux pour agir de manière écoresponsable dans leur vie professionnelle et personnelle. C'est ce qu'ont souligné des scientifiques de Médiapart en 2018 dans un appel pour une éducation plus complète des enjeux environnementaux : *“ Les nouveaux programmes du lycée pour les cinq prochaines années ne laissent pas assez de place pour la transmission des bases scientifiques essentielles à la compréhension des problèmes majeurs que sont le dérèglement climatique et l'effondrement de la biodiversité, leurs causes, et les solutions permettant d'agir pour les enrayer.”* (Mobiliser l'enseignement supérieur pour le climat : 26-27)



Source : REFEDD (LinkedIn, avril 2021)

La conséquence de ce manque d'éducation à l'environnement est que la population française reste mal informée et mal sensibilisée aux causes et aux actions à prendre pour préserver l'environnement. Bien que les études montrent que les Français sont globalement bien conscients qu'un problème se pose au niveau du climat et qu'il est nécessaire d'agir : 71 % des Français pensent que le réchauffement de la planète est causé par les activités humaines (ADEME 2018), les causes du changement

climatique restent mal identifiées et il reste beaucoup de confusions par rapport aux solutions à mettre en place pour réduire les émissions de gaz à effet de serre.

“C’est l’éducation qui doit donner aux jeunes un socle de connaissances, ainsi qu’une capacité de réflexion, pour leur permettre de développer un esprit critique, à une époque où les « fake news » sont nombreuses dans les médias où de nombreuses informations issues de sources plus ou moins fiables circulent.” explique Clémence Vorreux, Marion Berthault et Audrey Renaudin dans un rapport piloté par le think tank pour la transition énergétique *The Shift Project*. Ces auteurs pensent que c’est pendant l’enseignement supérieur que cette éducation à l’environnement devrait être enseignée car elle viendrait à une période potentiellement longue de l’éducation et à un moment où l’individu se construit personnellement et professionnellement, donc le moment où cette éducation aurait le plus d’impact. (Mobiliser l’enseignement supérieur pour le climat : 30) "*De plus, le moment des études supérieures étant plus que tout autre celui de la formation des actifs de demain à leur activité future, il est le moment idéal pour aborder des notions poussées qui nécessitent du recul et de la réflexion (Zelem et al. 2010).*" (Mobiliser l’enseignement supérieur pour le climat : 36)

Cette idée est soutenue par la Fédération des Associations Générales Étudiantes (FAGE), le Réseau Français Étudiant pour le Développement Durable (REFEDD) et l’Union National des Etudiants de France (UNEF) qui revendiquent un enseignement pour sensibiliser les jeunes adultes à l’environnement pendant leurs études supérieures, ce qui d’après eux est une nécessité pour une transition écologique de la société. Une étude menée par le think tank *The Shift Project* sortie en 2019 a montré que trois quarts des formations de l’enseignement supérieur ne proposent aucun cours abordant les enjeux climat-énergie et, dans le quart de formations restantes, moins de la moitié auraient au moins un cours obligatoire. Ceci veut dire que la majorité des étudiants finissent leurs études sans jamais avoir entendu parler de manière formelle de l’écologie dans leurs formations. En conséquence : “*Selon notre dernière Consultation Nationale Etudiante, 52% des étudiant.e.s ne s’estiment pas assez, voire pas du tout formé.e.s sur les enjeux environnementaux.*” A posté le REFEDD sur LinkedIn en avril 2021.

La faible adoption de comportements écoresponsable pourrait en effet être liée à un manque de sensibilisation à l’environnement des individus. Le rapport *L’écologie aux rattrapages : L’enseignement supérieur français à l’heure de la transition écologique état des lieux et revue des pratiques* parues en février 2021 publié par le collectif *Pour un*

réveil écologique fait des propositions pour sensibiliser et éduquer davantage les étudiants aux enjeux environnementaux. La logique est que ce ne sont pas que les étudiants qui pratiquent des métiers “verts” techniques qui ont besoin de ces connaissances mais également les futurs décideurs publics et privés afin qu'ils puissent créer du changement vers une transition écologique par leurs choix économiques et politiques. (Mobiliser l'enseignement supérieur pour le climat : 34) De même, les Français qui passent par l'enseignement supérieur ont plus de chances d'obtenir des positions de direction et faire partie des corps intermédiaires qui auront la capacité de créer du changement. Enfin, il semblerait important que tous les citoyens français aient une compréhension de base sur les enjeux environnementaux, sur le climat et l'énergie pour mieux leur permettre d'accompagner les efforts gouvernementaux faits dans ces secteurs. (Mobiliser l'enseignement supérieur pour le climat : 35)

Le collectif *Pour un réveil écologique*, suggère donc de mettre en place des moyens financiers et humains dans les écoles et les universités pour s'impliquer à la hauteur de leurs ambitions dans la transition écologique, valoriser les associations étudiantes qui se focalisent sur l'environnement et instaurer sur l'ensemble des cursus un cours obligatoire sur les crises écologiques. Il insiste aussi sur la formation à l'environnement des futurs enseignants qui à leur tour iront sensibiliser les générations futures aux enjeux environnementaux.

2. Un problème de communication ?

Ce manque de sensibilisation pourrait aussi être une conséquence d'une communication inefficace comme l'explique Thierry Libaert (2020), spécialiste de la communication environnementale : “à mon sens, le problème ne réside pas tant dans les faits eux-mêmes que dans des alertes mal transmises” (Des vents porteurs : 20-21) En effet il identifie l'ignorance comme le dénominateur commun des grandes crises que nous avons traversées au cours de l'humanité. Cette ignorance ne semble pourtant pas venir d'une absence d'information mais plutôt à une indifférence ou un déni (Libaert, 2020 : 21) On ne tend pas l'oreille aux mises en garde des risques. C'est ce que nous voyons avec la crise environnementale et climatique car les scientifiques nous alertent depuis les années 1970 au changement climatique et le club de Rome nous a annoncé avec le rapport “The

limits of growth” en 1972 que notre croissance ne pourra pas continuer indéfiniment. Pourtant nous ne changeons rien structurellement bien que les messages se multiplient.

Thierry Libaert (2020) met en avant des soucis de communication sur la crise environnementale qui pourraient être la cause de notre inaction. L’une d’elles est les injonctions contradictoires qui sont diffusées autour des sujets environnementaux, par exemple : *“il découvre qu’à l’inverse de tous les messages électroniques qu’il reçoit avec la signature "n'imprimez que si nécessaire", il est moins néfaste d'imprimer un fichier si celui-ci dépasse quatre pages plutôt que de le lire sur un écran.”* (Libaert, 2020 : 58). D'autres freins communicationnels seraient que les discours de sensibilisation reliés aux enjeux climatiques et écologiques ne sont pas mis en connexion avec nos vies quotidiennes ou encore que la majorité des appels à se mobiliser pour l’environnement sont culpabilisants et moralisateurs. De même, l’immense majorité des discours environnementaux utilisent la rhétorique du risque et des conséquences négatives qui jouent sur la peur et nous empêchent de passer à l’action. (Libaert, 2020 : 94)

Thierry Libaert (2020) nous affirme que pour communiquer de manière efficace sur l’environnement et faire adopter des comportements écoresponsables il faut d’abord repérer les facteurs qui réduisent nos capacités d’action. C’est ce que nous ferons au cours de la prochaine sous-partie où nous allons identifier les freins entre sensibilisation et adoption d’un comportement écoresponsable. Nous essayerons enfin de voir comment surmonter ces freins, avec des stratégies de communication.

C. Les freins entre sensibilisation et changement de comportement

Cette dissonance entre sensibilisation à l’environnement et comportements écoresponsables a été soulevée entre autres par Lolita Rubens (2011) et Anja Kollmuss, Julian Agyeman (2002). Ces auteurs ont exploré les freins psycho-sociaux (Rubens, 2011), sociodémographiques, les facteurs externes (institutionnel, économique, social et culturel) et les facteurs internes (motivation, connaissances pro-environnementales, sensibilisation, les valeurs, les attitudes, les émotions, les lieux de maîtrise, les responsabilités et les priorités) (Kollmuss, Agyeman, 2002) à l’adoption de comportements écoresponsables.

En effet, il y a donc des facteurs internes et externes à l'individu qui créent des freins à l'adoption de comportements écoresponsables, à différentes échelles. L'individu en lui-même, ses émotions, sa personnalité, peuvent mettre des freins à l'adoption d'un comportement écoresponsable mais aussi sa situation sociale, économique et culturelle peut avoir un impact sur la difficulté d'adoption d'un tel comportement. Nous allons d'abord explorer les possibles freins externes à l'individu car ils sont plus universels et généraux, puis nous allons nous pencher vers les freins propres à l'individu, ainsi que les freins psycho-sociaux.

1. Facteurs externes : Freins contextuels

Parmi les facteurs externes, nous allons explorer les freins institutionnels, économiques, sociaux et culturels.

- a. **Freins institutionnels** : nous ne pouvons pas jeter nos déchets si nous n'avons pas de poubelles

Quand on parle de freins institutionnels dans ce contexte, nous nous rapportons à l'infrastructure présente dans une institution qui permet aux individus de pratiquer ou non un comportement écoresponsable. En effet, il est évident que l'individu ne pourra pas pratiquer un comportement écoresponsable comme trier et recycler ses déchets s'il ne peut pas avoir facilement accès à des systèmes de recyclage. Plus il manque d'infrastructure pour le comportement étudié, plus il devient coûteux, en temps et en efforts, pour l'individu de le mettre en pratique et donc moins il le fera. De plus en général l'adoption de comportement écoresponsable est difficile : "*Par ailleurs, un comportement pro-environnemental peut être coûteux, en ce sens qu'il requiert toujours l'ajustement important d'un comportement routinier. Il convient tout d'abord d'éliminer le comportement facile dont l'efficacité a été prouvée jusque-là, pour mettre en place un nouveau comportement, jugé parfois plus contraignant* (Geller, Bechtel, & Churchman, 2002)." (Rubens, 2011 : 16-17).

L'acte écoresponsable étant en lui-même coûteux pour les individus, tout ce qui réduit ce coût pour l'individu doit être encouragé pour l'inciter à adopter ce comportement. L'infrastructure est l'une de ces stratégies qui permet de rendre le comportement plus

pratique pour l'individu et donc plus simple à exécuter, comme le décrit Lolita Rubens, 2011: *“De même, des comportements bénéficiant d'un fort taux d'équipements, en termes d'infrastructures par exemple, sont plus simples à mettre en place et donc plus facilement acceptés.”* (Rubens, 2011 : 214)

C'est ce que Lolita Rubens démontra lors d'une étude où elle demandait à des élèves de ramener leurs papiers à recycler chez eux car il n'y avait pas de recyclage sur leur campus, un comportement jugé coûteux. *“Par ailleurs, le tri sélectif n'étant pas directement possible sur le campus, le comportement que nous visons est donc plus spécifique que le tri du papier en général. Il s'agit de rapporter chez soi le papier utilisé sur le campus pour pouvoir le jeter dans le bac de tri sélectif approprié de sorte d'assurer son recyclage (des bacs de tri sont disponibles à la gare de Nanterre-Université et dans la plupart des communes). Cela représente un comportement précis et plutôt coûteux pour les étudiants.”* (Rubens, 2011 : 106) En effet, on a montré que plus un comportement est difficile et coûteux en temps ou en argent, moins il sera facile de l'adopter. L'infrastructure institutionnelle doit donc aider à rendre ces comportements moins coûteux.

Ce fait est rappelé dans un manuel des Nations Unis dédié aux campagnes institutionnelles d'utilité publique Communiquer sur le développement durable, comment produire des campagnes publiques efficaces : *“Une bonne communication permet souvent de persuader les gens qu'ils ont un rôle à jouer dans le développement durable. Mais cette possibilité est gâchée s'il n'y a pas d'infrastructure qui leur permette d'y contribuer.”* (Shea, Montillaud-Joyel, 2005 : 11) Cette idée est reprise par Anja Kollmuss et Julian Agyeman (2002) qui mettent en avant le fait que plus les services sont médiocres, moins les individus vont les utiliser (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 248).

C'est aussi le premier frein que notre acteur de terrain Emilie Demoinet de la Mission écoresponsable de l'Université Côte d'Azur a identifié comme une problématique majeure. Il faut que les institutions, ici l'Université, mettent à disposition l'infrastructure nécessaire pour rendre accessibles les comportements écoresponsables souhaités.

Ces freins institutionnels peuvent être surmontés, d'après Anja Kollmuss et Julian Agyeman, à travers l'action de particuliers jouant un rôle citoyen, ce qu'ils appellent les "actions environnementales indirectes" (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 248-249).

b. **Freins économiques** : l'écologie, un "luxe de bobo" ?

Ensuite, il y a des freins économiques qui semblent prédire la capacité de certains individus à adopter un comportement écoresponsable. En effet, un facteur important dans l'adoption d'un comportement est l'opportunité de choisir de faire différentes actions. Par exemple, s'il y a une contrainte économique pour pratiquer un comportement écoresponsable cela peut être une barrière pour des individus moins aisés.

Borden and Francis (1978, comme noté dans Lehmann, 1999 : 34) font l'hypothèse que "*People who have satisfied their personal needs are more likely to act ecologically because they have more resources (time, money, energy) to care about bigger, less personal social and pro-environmental issues.*"¹, (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 244).

Pourtant une hypocrisie est mise en avant par Thierry Libaert (2020), les individus les plus sensibilisés à la protection de l'environnement sont les pollueurs les plus importants. En effet, une étude menée par le centre de recherche sur la consommation (CREDOC) faite en mars 2019 montre que notre pression environnementale dépend en grande partie de notre capital économique et culturel. Les plus aisés et les plus diplômés sont ceux qui ont la plus forte sensibilité environnementale mais aussi ceux qui consomment plus, se déplacent et jettent le plus. Cette catégorie économico-sociale fait plus de petits écogestes que le reste de la population française mais crée plus de pollution à cause de leur utilisation toujours accrue d'équipements numériques et de leurs voyages lointains qui accroissent fortement leur bilan environnemental. (Libaert, 2020 : 62)

Il est vrai que les préoccupations environnementales peuvent être vues comme une problématique de gens aisés, qui peuvent se permettre de consacrer des ressources à cette cause, quand d'autres sont freinés par des préoccupations plus immédiates de survie ou

¹ "*Les personnes dont les besoins personnels sont satisfaits ont plus de chance d'agir pro-environnementalement car ils ont davantage de ressources temps, argent, énergie) pour se soucier de problèmes sociaux et environnementaux plus globaux et impersonnels*" (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 244)

de gestion du quotidien. Ce discours a été entendu pendant les manifestations de gilets jaunes un mouvement qui s'est développé en protestation contre la taxe carbone en 2018 : *“l'écologie c'est un luxe de bobos”*.

Pourtant, tout le monde ne partage pas cet avis. En effet, la chercheuse Léa Billen et la militante Linda Bouifrou ont soutenu que les Français les moins aisés participaient autant que les autres à des comportements écoresponsables, lors de l'émission *Comment l'écologie se vit dans les quartiers populaires*. Elles mettent en avant le fait que beaucoup des grandes tendances écologiques actuelles ont tout simplement été reprises de pratiques anciennes des classes populaires et que la plupart des pratiques écoresponsables sont aussi économiquement intéressantes. Elles rappellent également que les moins aisés dans la société sont aussi les moins pollueurs, bien qu'ils soient vus comme des plus nocifs pour l'environnement et subissent une invisibilité médiatique par rapport à leurs pratiques écoresponsables. En effet, les pratiques de « repair café », de récupération, de jardins partagés qui ont succédé aux jardins ouvriers et de compostage au pied d'immeuble ont toujours existé et la solidarité présente dans les cités aide à intégrer des pratiques écoresponsables. *“Ce sont des pratiques naturelles de savoir vivre dans les quartiers”*, dit Linda Bouifrou sur l'émission de Mediapart en 2021. Elle ajoute qu'il n'est pas rare de voir des messages "j'ai trop de ceci, qui vient chercher ?" dans les immeubles. Les pratiques économiques sont donc étroitement liées aux pratiques écoresponsables.

De manière générale, pour toutes les classes économiques de la société française ces comportements peuvent se mettre en place en passant par des facteurs situationnels : *“Economic factors have a strong influence on people's decisions and behavior.”*² (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 249). Ils notent aussi que d'autres incitations, dont les incitations économiques et les valeurs culturelles, peuvent motiver les individus à agir de manière pro-environnementale sans le faire à partir d'une préoccupation environnementale. (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 250). De même Michel Léger et Diane Pruneau (2015 : 16) montrent que des valeurs égocentriques peuvent mener à l'adoption de comportements écoresponsables, *“Maiteny (2002) suggère aussi qu'une personne tendra vers l'action environnementale si elle considère qu'elle en tirera des bénéfices tels l'économie d'argent ou l'amélioration de sa santé et de sa qualité de vie.”* Cette idée est

² *“Les facteurs économiques ont une grande influence sur les décisions et les actions des individus.”*(Kollmuss, Agyeman, 2002 : 249)

reprise par Lotila Rubens, 2011 : *"Nous montrons que des comportements pro-environnementaux qui permettent également à l'individu un bénéfice personnel et immédiat seront plus facilement acceptés. C'est le cas de comportements d'économie (eau, énergie, électricité) qui participent à la protection de l'environnement tout en permettant aux individus de faire des économies financières"* (Rubens, 2011 : 214)

On pourrait donc parvenir à changer les pratiques individuelles, en utilisant des arguments et des incitatifs économiques, mais il faudrait s'assurer que l'individu perçoive aussi l'action comme bénéfique pour son environnement et non seulement pour économiser. En effet, si l'individu n'agit pas consciemment pour la protection de l'environnement ce comportement n'entre pas dans notre définition de *comportement écoresponsable* qui nécessite que la personne agisse consciemment pour limiter son impact sur l'environnement.

Avant de passer aux freins sociaux et culturels, il y a un frein qui englobe l'économie et l'idéologie dominante : l'imaginaire de la croissance infinie qui nous est vendu quotidiennement par les messages publicitaires : *"La mobilisation contre le réchauffement climatique passe par des messages de sensibilisation. Mais comment peuvent-ils nous parvenir alors que nous sommes bombardés au quotidien de messages publicitaires nous incitant à consommer toujours plus ?"* questionne Thierry Libaert (2020 : 79). Il explique le rôle de la publicité sur notre imaginaire, dans notre perception du bonheur. *"Derrière l'incitation incessante à l'acquisition de nouveaux produits, c'est notre conception même du bonheur dont il est question."* (Libaert, 2020 : 79) Ces publicités essaient de renforcer le lien entre le plaisir et l'achat, nous encourageant à surconsommer ce qui contribue à l'épuisement de nos ressources naturelles et à l'accroissement de nos déchets.

D'autres idéologies qui sont reliées à cet imaginaire de la croissance infinie de notre économie dans un monde de ressources finies sont explicitées par Nicolas Hulot, qui a été ministre de la Transition Écologique et Solidaire pendant le quinquennat du Président Macron. Lors d'une conférence intitulée "Crise écologique : pourquoi risque-t-on de perdre la main ?" il mentionne qu'*"un couple s'est formé dans la modernité : avenir et progrès et l'idée que demain sera forcément meilleur qu'aujourd'hui"* (minute 9). Il dit que cette mentalité combinée avec la croyance que *"la science, la technologie, voire la*

finance vont trouver remède aux difficultés qui jalonnent notre chemin" (minute 9) nous empêche de changer nos comportements. *"On sait les choses mais on n'y croit pas forcément"* (6:31) résume bien ses propos sur notre immobilisme collectif face à la crise environnementale et climatique qui nous fait face.

C'est ce que Sébastien Bohler met en avant dans *Le bug humain* (2019). Il explique le danger de cette idéologie sur le fonctionnement de notre cerveau qui n'arrive pas à se projeter dans le temps et cherche principalement à combler ses envies primaires : manger, se reproduire, acquérir du pouvoir, le faire avec un minimum d'efforts et glaner un maximum d'informations sur son environnement. *"Nous sommes emportés dans une fuite en avant de surconsommation, de surexploitation, de suralimentation, de surendettement et de surchauffe, parce qu'une partie de notre cerveau nous y pousse de manière automatique, sans que nous ayons actuellement les moyens de le freiner."* (Bohler, 2019 : 10). En effet, *"face aux enjeux climatiques, nous sommes comme une personne accro à la nourriture devant une tablette de chocolat : incapables de penser à notre avenir et entièrement happés par le présent. Nous perdons de vue le long terme et favorisons notre plaisir instantané."* (Bohler, 2019 : 231) D'après lui, ces comportements court-termistes nous poussent à agir de manière irresponsable et à ne pas penser aux conséquences de nos actions sur notre environnement. Pour remédier à ce contrôle de notre striatum sur nos actions, Sébastien Bohler propose de passer vers des pratiques de pleine conscience : *"En découvrant que les techniques mentales qui développent notre niveau de conscience peuvent efficacement lutter contre le biais de dévalorisation temporelle, les scientifiques nous indiquent donc une voie possible pour nous sortir de ce piège : augmenter notre niveau de conscience global."* (Bohler, 2019 : 231) Pourtant ce n'est pas la direction dans laquelle nous nous dirigeons avec notre système social et économique : *"Le plus grand danger serait, en sachant que nous avons par nature tendance à suivre ces renforceurs primaires, de leur adjoindre un système économique et une idéologie politique qui augmentent encore leur puissance, au lieu de la limiter. Continuer à promouvoir un système économique qui encourage nos grands renforceurs primaires (de récompenses) est sans doute la pire chose à faire, et c'est malheureusement ce que nous faisons depuis maintenant près d'un siècle, ce qui est en train de nous coûter notre planète."* (Bohler, 2019 : 241). L'idéologie de notre système économique qui peut nous procurer tout ce dont nous pourrions avoir envie instantanément et notre liberté politique de combler nos désirs renforcent donc nos comportements néfastes à l'environnement et est un frein à la

sensibilisation et au passage à l'action écoresponsable, comme celui de consommer moins.

c. **Freins sociaux et culturels** : Une norme écologique pour des comportements écoresponsables socialement valorisés

Michel Léger et Diane Pruneau (2015) parlent de l'importance des codes sociaux et culturels dans l'adoption de comportements écoresponsables dans le cadre familial : *“Enfin, les normes sociales perçues, décrites par Icek Ajzen (1991) comme une composante principale dans sa Théorie du comportement raisonné, influencent aussi l'intention d'agir. Ajzen affirme qu'un individu adoptera un comportement s'il sent que son entourage accorde de la valeur au dit comportement.”* (Léger, Pruneau, 2015 : paragraphe 19). Au contraire, le manque d'appui communautaire pour un comportement éco-responsable peut être un frein à la pratique de ce comportement : *“Parmi les facteurs qui nuisent à l'adoption de comportements environnementaux, Maiteny (2002) identifie, par exemple, le manque d'appui communautaire au moment où une personne pose un geste environnemental.”* (Léger, Pruneau, 2015 : 22) En effet se sentir différents du reste de sa communauté est une difficulté supplémentaire dans l'adoption d'un comportement éco-responsable, d'après Pruneau et ses collaborateurs (2006), (Léger, Pruneau, 2015 : 22)

La bonne nouvelle pour ceux qui souhaitent faire adopter les comportements écoresponsables est que les comportements pro-environnementaux sont aujourd'hui socialement valorisés dans notre société. Nous parlons même d'une “norme écologique” (Hunecke, Blöbaum, Matthies, & Höger, 2001 ; Matthies, Kuhn, & Klöckner, 2002 cités par Rubens, 2011 : 16). La population française serait donc plus encline à adopter un comportement écoresponsable, car cela est bien vu par son entourage de faire cette action. Ceci ne peut pourtant pas être généralisé car certains comportements se font sans le regard des autres et certains sous-groupes d'appartenance n'ont pas forcément cette norme.

Pourtant, plusieurs auteurs, dont Sébastien Bohler, mentionnent l'intérêt de mobiliser ces valeurs sociales pour faire adopter les comportements écoresponsables. *“Un jour peut-être, le nec plus ultra du snobisme sera d'être sobre et respectueux de l'environnement,*

et non de posséder un 4x4 suréquipé. Dans cette hypothèse, dès l'instant où le statut social sera associé aux comportements respectueux de la planète, la partie sera gagnée. Le striatum sera devenu le moteur de la préservation, et non de la destruction." (Bohler, 2019 : 205). Nous sommes très sensibles à notre appartenance sociale et notre statut social par rapport à notre entourage, identifier et changer la norme de ces groupes pour adopter une "norme écologiste" serait une manière efficace de changer les comportements individuels.

Anja Kollmuss et Julian Agyeman font aussi l'hypothèse que les valeurs sociales et les motivations altruistes des individus sont souvent mises de côté par des besoins individuels plus immédiats, comme se mettre à l'aise ou économiser de l'argent ou du temps. Ils mentionnent aussi que Preuss crée une distinction entre "l'abstract volonté d'agir", qui se base sur les valeurs individuelles et les connaissances et une "volonté concrète d'agir" qui est basée sur les habitudes (Preuss, 1991). (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 250)

Enfin, d'autres facteurs sociaux amenés par Anja Kollmuss et Julian Agyeman sont le nombre d'années d'études et le genre. En effet, ils font l'hypothèse que plus on a d'années d'éducation, plus on a de chance d'adopter un comportement écoresponsable et que les femmes ont plus de chances d'adopter ces comportements que les hommes (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 248)

2. Facteurs internes - Freins propres à l'individu

En plus des freins entre sensibilisation et adoption de comportements écoresponsables qui nous influencent de l'extérieur, il existe un certain nombre de freins intrinsèques aux individus, à leur personnalité : leurs connaissances, leurs motivations, leurs valeurs, leurs attitudes, leurs émotions, leurs priorités, leurs responsabilités et leurs croyances dans leur capacité à créer du changement.

a. Connaissances pro-environnementales : Savoir ne suffit pas à nous faire agir

Les premiers facteurs concernant cette problématique qui varient entre individus sont leurs connaissances pro-environnementales. Comme nous l'avons vu précédemment, un Français aujourd'hui reçoit des informations environnementales par son éducation, les

médias qu'il consulte, la politique, les publicités et les associations écologiques, en somme dans toutes les sphères de sa vie.

Pourtant il ne semble pas y avoir de lien direct entre les connaissances environnementales que détient un individu et son adoption d'un comportement écoresponsable. Ce fait est assez contre-intuitif et n'est pas compris par la majorité des organisations environnementales qui gardent comme stratégie principale la diffusion d'informations. En effet, *“Most researchers agree that only a small fraction of pro-environmental behavior can be directly linked to environmental knowledge and environmental awareness”*³ (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 250). Ces auteurs ont aussi avancé que les connaissances sur les questions environnementales sont faibles. *“Surprisingly, the lack of knowledge was equally strong among environmentalists and nonenvironmentalists. His study therefore implies that environmental knowledge per se is not a prerequisite for pro-environmental behavior.”*⁴ (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 250).

D'après Anja Kollmuss et Julian Agyeman, comprendre l'impact humain sur l'environnement se fait chez l'individu de manière cognitive et de manière affective.

b. Les émotions : La peur, la tristesse, la colère, mais pas trop

Nous allons définir l'engagement émotionnel comme notre capacité à avoir une relation affective avec le monde naturel. Comme Anja Kollmuss et Julian Agyeman (2002), nous allons explorer l'engagement émotionnel dans la capacité d'avoir une réaction affective quand on est confronté à de la dégradation environnementale, une des mesures de l'engagement émotionnel dans la sphère environnementale.

³ *“la majorité des chercheurs s'accordent sur le fait que seule une petite fraction des comportements pro-environnementaux peuvent être directement liés à des connaissances environnementales et à la sensibilisation environnementale.”* (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 250).

⁴ *“De façon surprenante, le manque de connaissances environnementales était tout aussi marqué chez les environnementalistes et les non-environmentalistes. Cette étude implique donc que les connaissances environnementales en soi ne sont pas une condition préalable à un comportement pro-environnemental.”* (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 250).

Nos émotions et notre compréhension affective de l'impact que nous avons sur notre environnement affecte les probabilités d'adopter un comportement écoresponsable. De plus, l'engagement émotionnel dans le monde naturel semble être un facteur qui joue pour certains dans l'adoption de comportements écoresponsables. Alexander Grob (1991); Jürgen Lehmann (1999), ont démontré que les femmes ont plus tendance à réagir fortement aux problèmes environnementaux. Alexander Grob (1991) fait donc l'hypothèse, qui est soutenue par Kollmuss et Agyeman (2002), que plus quelqu'un a une forte réaction émotionnelle, plus il s'engagera dans une action écoresponsable (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 254). Il soulève la question qui est pertinente ici : qu'est ce qui fait que certains s'investissent émotionnellement et d'autres non ? Cette question est très complexe et ne peut pas être développée en profondeur ici mais nous pouvons relever les principaux freins à l'engagement émotionnel dans les problèmes environnementaux. Anja Kollmuss et Julien Agyeman (2002) relèvent deux principaux facteurs qui peuvent amener au désengagement émotionnel.

D'abord le manque de connaissances et de sensibilisation sur les causes et les effets de la dégradation environnementale peut être une cause de ce désintérêt émotionnel (Preuss, 1991 ; Fliegenschnee, Schelakovsky, 1998). Malheureusement, ces auteurs précisent qu'apporter des connaissances ne serait pas forcément suffisant pour créer un engagement émotionnel.

Ensuite, ils citent Léon Festinger (1957) sur la résistance aux informations non conformes. Dans sa théorie de dissonance, il explique que nous cherchons inconsciemment de la conformité dans nos croyances et nos structures mentales et que nous percevons l'information sélectivement pour confirmer ce que nous croyons déjà. Ceci a pour effet que sont facilement acceptées les informations qui confirment nos valeurs existantes et nos structures mentales, alors que les informations qui contredisent ou discréditent nos croyances sont évitées ou même non perçues. (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 254) *“Festinger’s theory implies that we tend to avoid information about environmental problems because they contradict or threaten some of our basic assumption of quality of life, economic prosperity, and material needs.”*⁵ (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 254- 255).

⁵ *“La théorie de Festinger implique que nous tendons à éviter les informations sur les problèmes environnementaux car elles contredisent ou menacent les présupposés que nous avons sur notre qualité de vie, notre prospérité économique et nos besoins matériels”*(Kollmuss, Agyeman, 2002 : 254- 255)

Et même quand nous ressentons de l'engagement émotionnel pour cette cause, nous pouvons encore ne pas agir de manière écoresponsable... (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 255). En effet, il semble qu'il faut différencier ici les émotions qui freinent les comportements écoresponsables et celles qui les encouragent.

En effet, d'après Nancy Newhouse (1991) et Louise Chawla (1999), quand nous sommes face aux effets et aux implications sur le long terme des dégradations environnementales nous pouvons ressentir de la peur, de la tristesse, de la douleur, de la colère et un sentiment de culpabilité. D'après ces auteurs, ces réactions émotionnelles sont d'autant plus fortes quand nous subissons la dégradation directement. Anja Kollmuss et Julien Agyeman (2002) font l'hypothèse que la peur, la tristesse et la colère sont plus utiles pour inciter des comportements écoresponsables que le sentiment de culpabilité. Ils remarquent aussi que des émotions fortes liées à un sentiment d'impuissance ne se traduirait pas dans une action écoresponsable. Au contraire, *"They will lead to secondary psychological responses aimed at relieving us from these negative feelings. Very often those secondary responses prevent us from pro-environmental behavior. Psychologists distinguish between different defense mechanisms. These include denial, rational distancing, apathy, and delegation."*⁶ (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 255). Cette situation de blocage émotionnel est reprise par Rubens *"De même, la prise de conscience liée à la situation délicate dans laquelle se trouve la planète peut augmenter l'anxiété et pousser les individus à tenter de nier le problème (Winter, 2000)."* (Rubens, 2011, Page 16)

Quatre chercheurs allemands (Kundzewicz, Matczak, Otto, Otto, 2020) ont aussi trouvé que les messages de peur sont refoulés par notre cerveau, qui tend à supprimer les informations négatives car elles ont un effet paralysant sur nos activités. Ils ajoutent que le sentiment d'incertitude couplé à une perception des risques nous empêche de passer à l'action : *"Une haute incertitude combinée avec un contexte négatif de pertes possibles décroît l'intention individuelle à l'action"* (Kundzewicz, Matczak, Otto, Otto, 2020 : 77 comme cité dans Libaert, 2020 : 97)

⁶ *"Elles amèneront à des réponses psychologiques secondaires qui ont pour but de nous soulager de ces émotions négatives. Très souvent ces réponses secondaires nous empêchent d'adopter des comportements écoresponsables. Les psychologues font des distinctions entre ces différents mécanismes. Ceux-ci incluent le déni, la distanciation rationnelle, l'apathie et la délégation"* (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 255)

Cette détresse émotionnelle provoquée par la réalisation de la destruction chronique de notre environnement a fait apparaître un nouveau terme de plus en plus étudié : l'éco-anxiété, ou la solastalgie. Les symptômes sont l'angoisse, l'insomnie, le découragement ou le sentiment d'impuissance et la perte de sens d'après Dr Alice Desbiolles auteur de "L'éco-anxiété vivre sereinement dans un monde abîmé" (2020). *"L'éco-anxiété et la solastalgie reposent sur un rationnel scientifique et empirique solide qu'il est difficile de contester, ainsi que sur une prise de conscience écologique personnelle. Quelle que soit son origine ou son déclencheur, cette prise de conscience, plus ou moins rapide et brutale, nous change et nous façonne. Le défi devient dès lors de vivre avec cette nouvelle compagne, de l'appivoiser, de trouver un nouvel équilibre personnel, d'en faire une force, un moteur pour l'action et le changement, voire une boussole vers le bonheur."* (Desbiolles, 2020, Introduction). Cette éco-anxiété peut donc être immobilisante et peut freiner les comportements écoresponsables, mais ce livre parmi d'autres suggère d'adopter des comportements écoresponsables et militants pour combattre la dépression engendrée par nos impacts sur l'environnement.

Il semblerait donc qu'avoir une forte réaction émotionnelle soit positif pour l'adoption d'un comportement écoresponsable, à condition que ces sentiments ne soient pas trop compliqués à ressentir par l'individu et que celui-ci se sente capable de passer à l'action afin d'atténuer la dégradation qui est la cause de sa peine.

c. Motivations et valeurs individuelles : porter de l'intérêt aux autres et à la planète

Une autre émotion qui a été étudiée pour comprendre l'adoption d'un comportement responsable est l'empathie, qui est pensée dans le cadre de modèles de motivation altruistes, empathiques et dans des modèles de comportements prosociaux. Le comportement prosocial est défini par Nancy Eisenberg et Paula Miller (1987) comme *"voluntary intentional behavior that results in benefits for another: the motive is unspecified and may be positive, negative, or both"*⁷ (comme cité par Kollmuss et Agyeman, 2002 : 244). L'altruisme est vu ici comme une sous-catégorie de comportement prosocial.

⁷ *"un comportement volontaire et intentionnel qui se traduit par un bénéfice pour autrui : la motivation n'est pas précisée mais peut être positive, négative, ou les deux à la fois."* (Comme cité par Kollmuss et Agyeman, 2002 : 244)

Plusieurs autres chercheurs ont basé leurs modèles sur des théories d'altruisme, supposant que l'altruisme est nécessaire ou du moins soutient les comportements environnementaux. James Allen et Jennifer Ferrand (1999) ont fait l'hypothèse que pour agir de manière écoresponsable nous devons porter de l'intérêt à d'autres que nous-mêmes et être soucieux d'une communauté plus vaste. Ils ont fait une étude qui a démontré qu'il y a une relation significative entre le contrôle personnel et la sympathie (leur mesure de "actively caring" ou d'engagement émotionnel) et les comportements écoresponsables (Kollmuss et Agyeman, 2002 : 244).

Jaime De Berenguer (2007) reprend cette idée se basant sur le modèle d'altruisme de Batson pour mettre en évidence "*that moral reasoning about the environment (number of moral reasons given for pro-environmental behaviors) can be improved by manipulating the emotion of empathy*⁸." (De Berenguer, 2007 : 110). L'empathie pourrait donc jouer un rôle dans l'adoption de comportements écoresponsables car elle influence nos valeurs morales qui nous font agir pour les autres. De plus, De Berenguer (2007) cite deux théories, la théorie de la cognitivité morale du développement (Kohlberg, 1984) et la théorie de la socialisation morale (Hoffman, 2000) pour expliquer les catégories de valeurs personnelles et leur influence sur les comportements écoresponsables. (De Berenguer, 2007 : 111).

Ces catégories d'orientation de valeurs influencent ce qui motive un individu à adopter un comportement comme le met en avant Leila Elgaaïed (2013), "*Ainsi, les individus dont l'orientation de valeurs est de nature altruiste seront essentiellement motivés d'agir lorsqu'ils perçoivent des conséquences adverses susceptibles de nuire aux autres. Les individus ayant de fortes valeurs dites « biosphériques » s'engagent dans un comportement s'ils perçoivent des conséquences adverses pour la biosphère. Enfin les individus ayant des valeurs plutôt égoïstes seront sensibles à des problèmes dont ils pensent que les effets adverses peuvent les toucher directement (Stern, Dietz et Kalof, 1993).*" (Elgaaïed, 2013 : paragraphe 10)

⁸ "*le raisonnement moral sur l'environnement (le nombre de raisons morales données pour adopter un comportement écoresponsable) peut être amélioré en jouant sur l'empathie.*" (De Berenguer, 2007 : 110)

Une orientation égoïste peut donc être une motivation pour avoir un comportement écoresponsable tant que ce comportement présente un bénéfice personnel pour lui (économique, santé, qualité de vie), comme prendre le train au lieu de la voiture pour avoir un temps de repos pour lire avant d'arriver au travail. Pourtant cette orientation peut aussi être contreproductive à l'adoption d'un comportement quand celui-ci nie ses besoins et désirs, comme ne pas prendre l'avion pour aller en vacances dans les tropiques. (Kollmuss et Agyeman, 2002 : 245)

À partir de ces modèles, ces chercheurs démontrent que les comportements d'entraide sont formés avec la combinaison de trois critères : les normes sociales et personnelles, la connaissance de la conséquence de leur comportement (ou non comportement) sur leur cible et le degré de responsabilité que l'individu se donne. (De Berenguer, 2007 : 111). Les comportements écoresponsables sont ici étudiés dans la structure des comportements d'entraide. Pour Jaime De Berenguer, un individu doit donc avoir des normes d'entraide, de la connaissance sur les impacts individuels qu'il a sur son environnement et sentir que c'est sa responsabilité d'agir, pour adopter un comportement écoresponsable. Entre autres *“environmental behavior would begin with the perception of a valued-other in need, and the instigating situations would be (self-administered) expectations of reward for helping and punishment for not helping in that situation”*⁹ (De Berenguer, 2007 : 112).

Des chercheurs ont utilisé la théorie d'activation de normes pour étudier les comportements (d'entraide) écoresponsables et en concluent que nos valeurs ont tendance à être altruistes mais qu'il existe aussi des valeurs à tendances égoïstes et biosphériques. (Schultz, 2000 ; Schultz & Zelezny, 1998 ; Snelgar, 2006 ; Stern, Dietz, & Kalof, 1993 ; Stern *et al.*, 1995). Ces auteurs différencient empiriquement trois valeurs (égoïste, socio-altruiste et biosphérique), selon nos perceptions des conséquences de la dégradation environnementale sur l'individu, les humains en général, et les composants non humains de notre planète. (De Berenguer, 2007 : 112)

Plus spécifiquement Stern et ses collègues ont mis en avant une théorie de valeur-belief-norm (valeur-croyances-normes), qui fait l'hypothèse que tout individu peut avoir ces

⁹ *“Le comportement écoresponsable commencerait par la perception d'un autre estimé et dans le besoin, et les situations incitatives seraient des attentes (auto-administrées) de récompense pour avoir aidé et de punition pour ne pas avoir aidé dans cette situation”* (De Berenguer, 2007 : 112)

trois tendances de valeurs à différents degrés, qui varient chez chaque personne. De plus, cette théorie exprime que les comportements écoresponsables ont plus de chance d'être adoptés si les individus croient que les éléments environnementaux qui sont importants pour eux peuvent être détériorés et que leur comportement pourrait prévenir cette détérioration. (De Berenguer, 2007 : 112)

Pourtant, Anja Kollmuss et Julien Agyeman (2002) expliquent le fait que les motivations altruistes et sociales sont mises de côté par les motivations plus immédiates visant à combler ses propres besoins (être confortable, économiser de l'argent, du temps). (Kollmuss et Agyeman, 2002 : 250). "*Si on nous dit : dans quarante ans, 30% des terres habitables seront submergées, nous trouvons cela moins gênant que de renoncer à nos vacances annuelles aux Seychelles, et surtout à une bonne côte de bœuf dans notre assiette.*" (Bohler, 2019 : 181). En effet, cette tension entre nos motivations individuelles et collectives est un des problèmes majeurs dans le domaine de l'environnement (Rubens, Gosling, Moch, 2011). "*Il s'agit de faire cohabiter des intérêts individuels le plus souvent immédiats avec les intérêts collectifs dont on ne voit pas toujours la portée.*" (Rubens, 2011 : 17)

d. **Les attitudes** : la technologie nous sauvera, alors à quoi bon ?

D'autres ont supposé que changer nos attitudes par rapport à notre environnement par la communication nous amènerait à adopter des comportements écoresponsables. D'après Robert-Vincent Joule et Jean-Léon Beauvois, l'attitude est une évaluation globale que porte une personne sur un objet, qui s'exprime en pour ou contre, ou plus ou moins, et qui synthétise un ensemble de savoirs, d'opinions et de croyances. Gordon Allport (1935), lui, définit l'attitude comme un état mental et neuropsychologique de préparation à l'action, dans ce cadre les nouveaux comportements seraient une conséquence d'un changement de l'attitude (Fointiat; Barbier 2015 : 2). "*Les théories de la persuasion partent du postulat que si l'on arrive à modifier les attitudes et les croyances, à l'aide de messages verbaux ou non verbaux, alors les comportements suivront*" (Rubens, 2011 : 81)

Les attitudes des Français par rapport aux enjeux d'environnement semblent avoir évolué d'après le baromètre sur les représentations sociales de l'effet de serre et du changement

climatique créé par l'ADEME en 2019 : *"les Français placent l'environnement pour la première fois en haut de la liste de leurs préoccupations."* Pourtant, comme les connaissances environnementales, même si les efforts de persuasion fonctionnent et ont un effet sur les attitudes, il n'y a aucune garantie que ces attitudes amèneront à un comportement écoresponsable par la suite. (Rubens, 2011 : 84)

"Certains auteurs ont cherché à quantifier ce lien attitude-comportement. Wicker (1969) conclut à un très faible lien entre attitude exprimée et comportement observé suite à une méta-analyse portant sur une quarantaine d'études (la corrélation ne dépasse jamais 0,30)." (Rubens, 2011 : 85). En effet, d'après Fabien Girandola et Robert-Vincent Joule (2008) les campagnes de persuasion semblent avoir un effet sur les connaissances et les croyances et peuvent provoquer des prises de conscience mais ne sont pas suffisantes pour agir sur les comportements des individus. (Rubens, 2011 : 85)

Pourtant, les attitudes que nous portons sur les enjeux environnementaux peuvent être un frein à l'adoption de comportements écoresponsables. Par exemple, *"A study of college students' willingness to engage in pro-environmental behavior found that those who believe technology and growth will solve environmental problems were less likely to make personal sacrifices."*¹⁰, (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 253). Cette attitude technocentriste est reprise par Lolita Rubens 2011, qui cite cette vision du monde comme une des conséquences du décalage entre les attitudes environnementales et les comportements écoresponsables. *"Les populations peuvent ne pas voir les conséquences de leurs actes, faire preuve d'optimisme concernant les capacités de la technologie à résoudre ces problèmes, ou percevoir un manque de contrôle sociétal les concernant (Schmuck & Vlek, 2003)."* (Rubens, 2011 : 16)

De plus, lors d'un sondage fait par la Commission Européenne sur les attitudes des citoyens européens par rapport à l'environnement, elle constata que seulement 31% des Français pensent que l'action individuelle est un moyen efficace pour résoudre les problèmes environnementaux. (Eurometer number 501, décembre 2019)

¹⁰ *"Une étude sur la volonté d'étudiants universitaires à adopter un comportement écoresponsable a montré que ceux qui croient que la technologie et la croissance vont résoudre les problèmes environnementaux sont moins enclins à faire des sacrifices personnels."* (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 253)

Pour remédier à la discordance entre attitude et comportements pro-environnementaux, Lolita Rubens (2011) propose de s'intéresser à "l'implication" ou "l'engagement" des individus dans une situation. (Rubens, 2011 : 25). Cet engagement pourrait remédier à ce décalage auquel nous nous heurtons.

e. **Les lieux de maîtrise** : Quel impact peut avoir un individu ?

Un autre facteur qui est jugé par beaucoup essentiel dans l'adoption d'un comportement écoresponsable est la croyance qu'une personne peut créer du changement par ses actions dans la situation dans laquelle elle se trouve. C'est ce que le psychologue Julian Rotter, nommé en 1954 "lieu de maîtrise". Cette croyance personnelle est très importante. En effet si quelqu'un est sensibilisé à l'environnement et se rend donc compte de l'impact humain sur nos écosystèmes et réagit émotionnellement face à cette dégradation, mais s'il ne pense pas que son action changera quelque chose à la situation, il pourra tout de même être freiné dans l'adoption d'un comportement écoresponsable.

Les gouvernements et associations environnementales semblent avoir compris cette importance car les discours sont souvent orientés sur la puissance de l'action individuelle pour créer un changement global. Par exemple, voici le langage utilisé par les Nations Unies dans leur "Guide des Paresseux pour sauver la Planète" : *"Il semble impossible pour un citoyen ordinaire de faire changer les choses. Faut-il pour autant baisser les bras ? Non ! Tout commence avec vous. Vraiment. Chaque être humain sur la planète, même le plus indifférent et le plus paresseux d'entre nous, fait partie de la solution. Heureusement, il existe quelques habitudes très faciles à prendre dans notre vie quotidienne et qui peuvent faire toute la différence si nous décidons tous de les adopter."*

Pourtant il est important de mentionner que tout le monde n'a pas la même capacité de créer du changement par ses actions, en effet Anja Kollmuss et Julien Agyeman (2002) mentionnent le fait que les personnes ont plus ou moins de capacité à changer les choses car le pouvoir est mal distribué entre les membres d'une société (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 246). Ceci expliquerait aussi de manière logique pourquoi certains individus ressentent plus ou moins de lieux de maîtrise sur une situation.

Ce lieu de maîtrise, qui semble essentiel pour l'adoption d'un comportement écoresponsable, nous amène à une question individuelle complexe : Pouvons-nous vraiment créer du changement par nos actions individuelles ? Si oui, à quelle échelle ? Nous n'allons pas mesurer ici l'impact que nous pouvons avoir en tant qu'individu sur la crise environnementale mais ce qui nous intéresse est la perception qu'ont les individus de leurs capacités à créer du changement et avoir un impact.

Beaucoup adoptent le discours du “si moi je change mon comportement mais les autres, 7,8 milliards d'humains sur terre ne le font pas, rien de changera, alors à quoi bon ?”. En effet Sébastien Bohler met en avant cette mentalité en montrant le coût d'un sacrifice personnel pour agir de manière écoresponsable. *"Le souci de la qualité de vie de nos enfants en est une, mais elle est de peu de poids car nous savons qu'isoler notre maison, manger moins de viande, remplacer les recherches sur Google par des entrées directes sur nos sites préférés, privilégier les transports en commun et ne plus prendre l'avion représentant un effort considérable qui n'aura probablement aucun effet sur l'avenir de nos propres enfants si les milliards d'autres êtres humains sur terre ne font pas le même effort."* (Bohler, 2019 : 159)

f. Les responsabilités et les priorités : C'est à l'Etat et aux entreprises d'agir

Très proches de nos lieux de maîtrises sont les perceptions de nos responsabilités par rapport à la crise climatique. La question se pose : qui doit agir pour sauver notre environnement ? Pourtant la réponse varie selon les individus, certains disent que c'est une responsabilité individuelle, d'autres que c'est la responsabilité des grandes entreprises polluantes car elles sont majoritairement à blâmer, d'autres encore pensent que c'est le rôle du gouvernement d'agir pour une transition écologique en agissant sur les entreprises et les individus. D'autres croient encore que les responsabilités sont un mélange de ces trois secteurs : individuel, commercial et politique. D'après un sondage fait par la Commission Européenne sur les attitudes des citoyens européens par rapport à l'environnement, les Français se dégagent de leur sentiment de responsabilité individuelle : *“87% des Français pensent que les entreprises n'en font pas assez et 83% pensent que le gouvernement n'en fait pas assez.”* (Eurometer number 501, décembre 2019 comme cité dans Libaert, 2020)

Nicolas Hulot dans une conférence en 2019 affirme que personne ne peut exclure sa part de responsabilité envers les enjeux environnementaux. Pourtant, il perçoit les limites individuelles expliquant que nous avons beaucoup de mal à changer de comportements et à nous projeter dans le temps. Il voit l'Etat comme l'instance qui a un pouvoir sur nous tous et qui doit travailler pour le bien commun, "*Mais le rôle de l'Etat c'est de freiner tout ça et raisonner à court, à moyen et à long terme*" et c'est lui qui détient de rôle "*de trier dans les possibles, de questionner les voies qui ont des issues et pas d'issues*". Pourtant il explique que ce n'est pas le cas car l'échelle du temps politique est réduite aux mandats de pouvoir de nos élus, et donc eux aussi pensent à court terme.

L'autre frein élaboré par Anja Kollmuss et Julien Agyeman (2002) reste les autres responsabilités individuelles que l'on ressent pour notre propre bien-être et le bien-être de notre famille. Si un individu perçoit un comportement écoresponsable comme contribuant à son bien-être il l'adoptera plus facilement, pourtant si ce comportement est vu comme allant à son encontre l'individu ne le fera pas. (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 256)

3. Freins psychosociaux : Une crise difficilement perceptible par notre cerveau

En plus des freins extérieurs à l'individu et propres à l'individu nous sommes confrontés à des freins psychosociaux, qui agissent inconsciemment et qui nous empêchent d'adopter des comportements écoresponsables. En effet, cette crise environnementale inclut un nombre de caractéristiques que nous n'arrivons pas à percevoir et qui donc nous immobilisent. La dégradation de nos environnements se fait lentement et graduellement et les conséquences de la crise climatique semblent loin de nous ou dans une temporalité future qui ne semble pas être la nôtre. Nos systèmes environnementaux sont complexes et durs à comprendre : nous ne faisons pas la connexion facilement entre des vagues de chaleur exceptionnelles chaque été et les gaz à effet de serre que nous relâchons dans l'atmosphère, et encore moins des vagues de froid comme au Texas cet hiver 2021. (Kollmuss, Agyeman, 2002 : 254)

De plus, cette crise nous impacte à l'échelle mondiale, une échelle que nous avons du mal à nous représenter. C'est ce que Sébastien Bohler (2019 : 26), docteur en neurosciences

constate dans son œuvre "Le bug humain" : *"Notre conscience de ce qui nous attend ne semble avoir aucun effet sur le cours des événements. Tout se passe comme si notre intelligence était impuissante, dominée par des processus plus profonds, inconscients, que nous ne maîtrisons pas. Nous assistons, sans réaction, aux préparatifs de notre propre enterrement."*

Un des freins qui nous empêche d'agir face à la plus grande crise qui atteint l'humanité, est que nous n'arrivons pas à nous projeter dans les problèmes futurs, même si les scientifiques nous disent qu'il faut agir maintenant pour prévenir des risques futurs. C'est ce que les psychologues expérimentaux ont appelé la dévalorisation temporelle, *"il est résumé à une idée simple : plus un avantage est éloigné dans le temps, moins il a de valeur pour notre cerveau."* (Bohler, 2019 : 166) Ceci nous amène à être prisonnier du présent car *"Le plaisir et la facilité que nous pouvons nous offrir maintenant ont cent fois plus de poids dans nos décisions que la considération d'un avenir lointain."* (Bohler, 2019 : 165). C'est la tragédie de la complexité d'adoption d'un comportement écoresponsable, *"Au moment de faire un petit sacrifice immédiat, c'est comme si nos pensées sur le futur s'évanouissaient comme un mirage."* (Bohler, 2019 : 165).

C'est ce qui a pour Sébastien Bohler (2019), provoqué les manifestations des gilets jaunes autour du slogan "Fin du mois ou fin du monde", *"le choix serait entre disposer d'un moindre pouvoir d'achat maintenant pour préserver la planète dans vingt ans, ou préserver le pouvoir d'achat maintenant en hypothéquant l'avenir lointain."* (Bohler, 2019 : 170). Ajouter à cela que nous avons tendance à utiliser les ressources que nous avons, surtout quand nous ne sommes pas sûrs de ce que l'avenir nous réservera, *"Quand l'avenir est incertain, mieux vaut se saisir de ce qui se présente à nous, tant que nous en avons l'opportunité"* (Bohler, 2019 : 171)

De plus, une autre faille de nos cerveaux, que met en avant Sébastien Bohler (2019) est que nous n'arrivons pas à comprendre les conséquences environnementales de nos actions. Nous voyons rarement les conséquences immédiates de nos comportements et nos impacts dans des systèmes complexes naturels dont nous avons très peu de compréhension, comme le cycle du carbone, le cycle de décomposition d'une épiluchure de banane ou encore les déchets nucléaires suscités par notre consommation d'électricité. Michel Léger et Diane Pruneau (2015 : 16) citent aussi le problème du manque de

perception du lien entre les actions de la personne et la dégradation de leur environnement.

Lolita Rubens (2011 : 16) explicite aussi cette difficulté à voir la conséquence de nos actes et ajoute une autre complexité, "*on observe souvent que les personnes sollicitées ne perçoivent pas suffisamment la relation entre le comportement individuel pro-environnemental qu'on leur demande d'adopter et les problèmes environnementaux en général (Brandon, Lewis, 1999)*" (Rubens, 2011 : 17). Nous avons donc du mal en tant qu'individus à percevoir nos comportements néfastes, et donc nous ne voyons pas pourquoi nous devons les changer, et de plus, nous ne comprenons pas comment nos comportements écoresponsables remédient à la dégradation de l'environnement que nous voyons à la télévision.

De même, il semble que notre cerveau essaye de ne pas enregistrer la dégradation de nos écosystèmes. La difficulté d'accepter les sacrifices qui nous seraient demandés pour avoir un plus petit impact empêche l'assimilation de cette réalité : "*la prise de conscience liée à la situation délicate dans laquelle se trouve la planète peut augmenter l'anxiété et pousser les individus à tenter de nier le problème (Winter, 2000)*." (Rubens, 2011 : 16) En effet adopter un comportement écoresponsable peut être coûteux, comme nous l'avons vu précédemment, car il demande la plupart de temps de changer de comportement pour en adopter un perçu comme plus contraignant. (Geller, Bechtel, Churchman, 2002).

Eric Singler (2015), rappelle les biais de confirmation, du temps présent et de l'affect mais complète cette liste avec trois autres biais psychologiques qui nous empêcheraient d'adopter un comportement écoresponsable : le biais d'inertie, de surconfiance et de disponibilité mentale. Le biais d'inertie fait référence au fait que nous avons tendance à garder nos habitudes pour le meilleur ou pour le pire. "*Les gens évitent généralement les changements, même s'ils sont mineurs et même quand le changement est clairement souhaitable*". (Ariety, MOOC, Beginner's guide to irrational behavior, 2013 cité par, Singler, 2015 : 71). Ce biais nous a initialement été utile pour la survie de notre espèce car la nouveauté peut nous tuer, alors que l'habitude ne l'a jamais encore fait, mais ce manque de capacité à changer nos comportements nous met maintenant en danger d'extinction.

Ensuite le biais de la surconfiance fait référence au fait que nous pensons que notre jugement global et nos performances seront capables dans l'avenir de résoudre nos

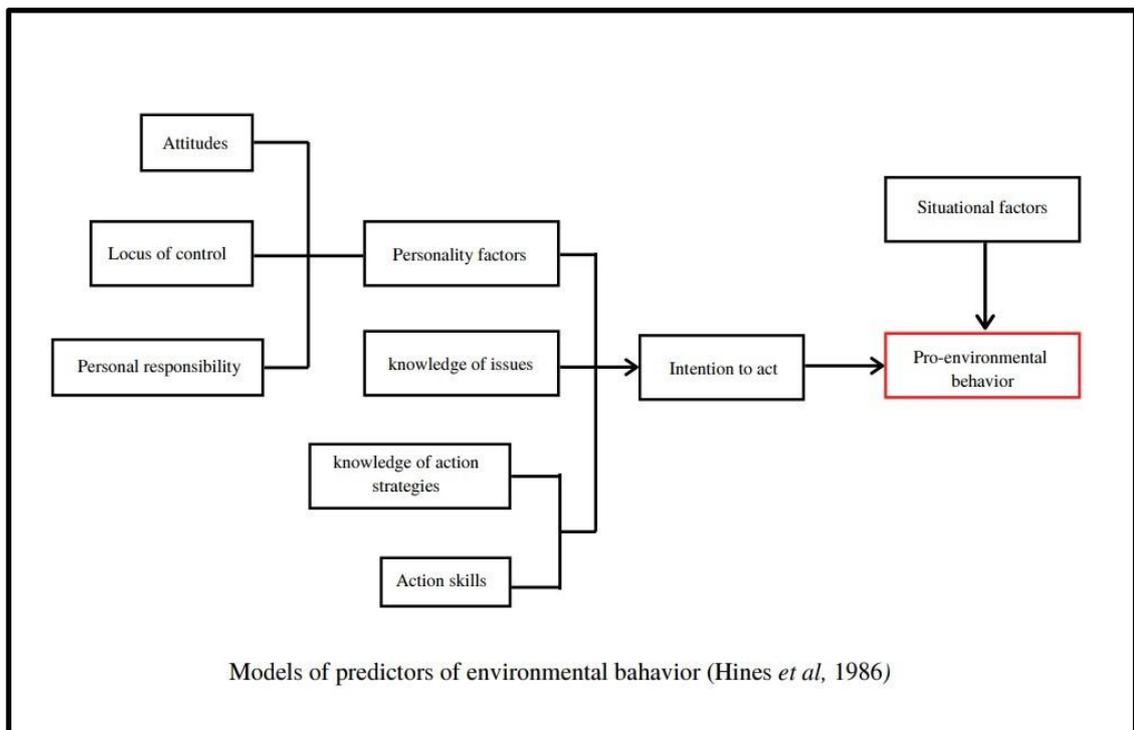
problèmes, même si ce n'est pas forcément le cas. "*Combien de fois n'avez-vous pas entendu quelqu'un nier l'importance de la question climatique sous prétexte que l'on trouvera des solutions ? C'est le biais de la surconfiance en action !*" (Singler, 2015 : 72) En effet ce biais crée un optimisme structurel sur notre capacité à faire face aux enjeux environnementaux auxquels nous sommes confrontés et donc à ne pas être réalistes face aux risques de la situation.

Enfin, l'idée du biais de disponibilité mentale est que certains critères de choix ont plus de poids que d'autres car ils nous viennent immédiatement à l'esprit quand on prend une décision. Les éléments de décision sont souvent liés au contexte de la décision à prendre et donc très présents dans notre mémoire au moment d'agir. (Singler, 2015 : 78) Comme Eric Singler nous l'explique, les premiers critères qui nous viennent à l'esprit vont peser le plus fortement dans le choix final, malheureusement pour beaucoup les considérations environnementales viennent souvent loin derrière d'autres éléments, notamment quand l'on fait des choix quotidiens.

Il y a donc un nombre de facteurs psychologiques qui nous ont servi pendant une grande partie de notre humanité et dans l'évolution de notre cerveau qui maintenant sont devenus des freins à l'adoption de nouveaux comportements vertueux, qui pourraient nous aider à faire face à la crise environnementale. De plus cette crise, dans le fait qu'elle est à l'échelle du monde et avec des conséquences lentes et dans le futur, nous est difficilement perceptible.

Résumé C : Entre sensibilisation et changement de comportement

Ce qu'il faut retenir des freins entre sensibilisation à l'environnement et l'adoption de comportements écoresponsables est bien résumé dans le modèle ci-dessous élaboré par Hines *et al.* (1986) qui explique les facteurs d'adoption d'un comportement pro-environnemental ou écoresponsable. Tous les facteurs sur la gauche du comportement écoresponsable correspondent aux facteurs internes, et les "*situational factors*", aux facteurs externes. Ils n'ont pas discerné ici les facteurs psychosociaux.



L'information, les connaissances et les attitudes conscientes de l'environnement ne suffisent pas à faire adopter un comportement écoresponsable. Il y a une mixité de facteurs externes à nous-mêmes, internes à nous-mêmes et psychosociaux qui nous empêchent de passer à l'action. Il faudra donc adopter des stratégies d'engagement qui iront plus loin que la communication classique pour aider à combler ce fossé entre sensibilisation à l'environnement et l'adoption d'un comportement écoresponsable.

D. Des stratégies de communication engageante pour combler le fossé entre sensibilisation et passage à l'acte écoresponsable

1. L'engagement : un lien manquant entre sensibilisation et action ?

Comme nous l'avons vu précédemment, nous pouvons être en faveur du discours de défense de l'environnement et pourtant ne pas l'appliquer dans nos comportements quotidiens. De plus, la communication et la sensibilisation à l'environnement semblent une étape clé pour faire adopter ces comportements mais cela ne suffit pas. De nombreux chercheurs se sont heurtés à cette problématique et se sont penchés sur des modèles issus de la psychologie sociale à travers des techniques de recherches-actions pour favoriser le passage à l'acte écoresponsable.

L'une des bases de ces modèles sur laquelle ces psychologues sociaux se sont penchés est la théorie de l'engagement de l'individu (Kiesler, 1971, Beauvois et Joule, 1981 ; Joule, 1994 ; Joule et Beauvois, 2002), qui, quand elle est correctement manipulée, aurait la capacité d'augmenter les chances de faire adopter librement un comportement écoresponsable. Charles Kiesler (1971) définit l'engagement par le lien qui unit l'individu à ses actes (cf. aussi, Kiesler et Sakumura, 1966). Robert-Vincent Joule et Jean-Léon Beauvois (1998 : 60) ont proposé une autre définition plus riche que celle de Charles Kiesler et qui met plus l'accent sur le contexte et ses caractéristiques objectives. "*Ces caractéristiques renvoient à la taille de l'acte (caractère public, caractère explicite, irrévocabilité, répétition, conséquences, coût) et aux raisons de l'acte (raisons internes versus externes, contexte de liberté versus de contrainte).*" (Skandrani-Marzouki, Halimi-Falkowicz, Joule, 2013 : paragraphe 9)

Charles Kiesler et Joseph Sakumura (1966) résument les facteurs qui permettent d'augmenter le degré d'engagement d'un individu dans une situation donnée :

“- Le caractère explicite de l'acte, c'est-à-dire le fait que celui-ci soit réalisé publiquement et sans équivoque (cf. Hovland, Campbell, & Brock, 1957).

- L'importance de l'acte pour la personne (cf. Sherif, Sherif, & Nebergall, 1965).

- Le degré d'irrévocabilité de l'acte (cf. Gérard, 1968)

- Le nombre d'actes réalisés par la personne (Kiesler & Mathog, 1971). On considère ici que les actes ont une propriété « additive », ainsi, la répétition du même acte, ou d'actes différents mais qui sont connectés d'une certaine façon, augmente le degré d'engagement.

- Le degré de volition (ou liberté ou choix) perçu par la personne qui effectue l'acte (cf. Freedman & Steinbruner, 1964). Il s'agit d'une extrapolation des manipulations classiques issues du champ de la dissonance cognitive.” (Rubens, 2011 : 31-32)

D'autres recherches ont aussi été faites sur les effets de l'engagement en tant que facteur de changement possible et ont testé les conditions optimales pour appliquer l'engagement pour obtenir des changements de comportements durables. (Rubens, 2011 : 34) Parmi ceux-ci "*Pardini et Katzev (1983-84) ont apporté confirmation aux hypothèses concernant la force de l'engagement : un engagement écrit est plus efficace qu'un engagement oral, et ce, notamment en ce qui concerne les effets à long terme et le maintien du comportement de façon durable. Katzev et Johnson (1983) ont montré que*

plus le nombre d'actes est important, plus les personnes sont engagées, par suite, elles modifient plus, et plus durablement, leur comportement." (Rubens, 2011 : 39)

2. La communication engageante : Un petit pas pour passer des intentions aux actes ?

Au début des années 2000, Robert-Vincent Joule, Fabien Girandola et Françoise Bernard (2007) développent la notion de communication engageante en incorporant les champs théoriques de l'engagement, de la communication persuasive et le paradigme de la soumission librement consentie. La théorie de la communication engageante s'applique en deux parties, la première est d'obtenir un acte préparatoire engageant d'un individu puis ensuite de l'exposer à une argumentation persuasive en lien direct avec l'acte préparatoire qu'il vient de réaliser. (Patrux, 2014 : 113, Rubens, 2011 : 86) *"Ces auteurs ont réfléchi au décalage existant entre attitudes et comportements, et sont arrivés à la conclusion qu'il ne manquait certainement pas grand-chose pour passer des idées aux actes."* (Rubens, 2011 : 86)

La communication engageante est particulièrement intéressante car elle semble être une solution efficace pour combler le fossé existant entre sensibilisation et d'adoption d'un comportement relié à cette sensibilisation. (Rubens, 2011 : 98) De plus, ce paradigme a notamment été utilisé dans le domaine de l'environnement (cf. Rubens, Moch, & Gosling, 2009). *"En effet, les campagnes de sensibilisation à l'environnement sont nombreuses et la communication engageante semble être une solution pour en optimiser les effets."* (Rubens, 2011 : 96) Effectivement, l'objectif de cet outil est d'établir un pont conceptuel entre persuasion et engagement pour optimiser les campagnes d'information et de sensibilisation que l'on souhaite mettre en place. *"La communication engageante s'appuie à la fois sur les attitudes favorables par rapport à la protection de l'environnement mais aussi les campagnes de communication qui sont mises en place et visent le changement de comportement."* (Rubens, 2011 : 100-101)

Il est important de se souvenir que les campagnes de sensibilisation sont nécessaires pour l'application du cadre théorique de la communication engageante. Ces campagnes servent notamment à rappeler aux individus les gestes qu'ils peuvent adopter au quotidien et aussi de se rendre compte de comment intégrer la protection de l'environnement dans leur mode de vie.

Enfin, *"Engager les individus permet de recréer ce lien avec leurs actions et ainsi favoriser la mise en place de nouveaux comportements qui seraient pro-environnementaux. Ce modèle propose une méthodologie peu coûteuse, qui semble aboutir à des résultats importants"* (Rubens, 2011 : 101) Il serait donc pertinent d'utiliser des outils d'engagement, et notamment la communication engageante, pour faire adopter un comportement écoresponsable qui aurait du mal à être adopté avec des simples stratégies de sensibilisation à l'environnement.

3. Le nudge : Un environnement qui encourage l'adoption d'un comportement ?

Une autre stratégie d'engagement qu'il serait intéressant d'appliquer pour faire adopter un comportement écoresponsable est la technique du nudge. Le concept du nudge s'appuie sur l'économie comportementale qui est apparue dans les années 1970 aux Etats-Unis. Le principe du nudge est de créer un environnement de choix qui favorise l'adoption d'un comportement socialement utile que les individus voudraient adopter mais n'y arrivent pas d'eux-mêmes à cause de biais comportementaux (Al-Shams, 2017 : 2-3). *"Les nudges constituent donc des leviers de changement en utilisant des dispositifs "non contraignants, non culpabilisants, non économiques et peu onéreux"* (Al-Shams, 2017 : 6) Richard Thaler et Cass Sunstein (2008), définirent dans le premier livre écrit sur le sujet, le nudge comme : *"Tout aspect de l'architecture de choix qui modifie le comportement des individus dans une direction prévisible sans interdire une option ou changer significativement leurs incitations économiques"* (Singler, 2015 : 102)

Eric Singler (2015) montre dans son ouvrage *"Green nudge - Réussir à changer les comportements pour sauver la planète"* que cette technique peut bien s'appliquer à l'adoption de comportements écoresponsables. Il explique que nous avons deux systèmes décisionnels, le premier *"fast thinking"* est un système automatique, non conscient, que nous utilisons sans même nous en rendre compte, puisqu'il ne nécessite ni attention ni effort. Le deuxième, *"slow thinking"* est lent, conscient et nécessite à la fois de la concentration et des efforts. *"Il cherche à sopeser les termes d'une décision, ses avantages et ses inconvénients, un peu à la manière de l'Homo economicus de la théorie de l'utilité."* (Singler, 2015 : 61-62)

Pour Eric Singler (2015) les campagnes de communication et de sensibilisation ne sont pas très efficaces pour changer les comportements car il s'adresse à notre système de

décision secondaire. Ils traitent le public comme des décideurs rationnels qui prennent du temps à choisir entre chaque option de manière logique pourtant les chercheurs en économie comportementale montrent *“que nous ne le sommes pas, ou en tout cas que nous le sommes relativement rarement, en particulier pour nos décisions quotidiennes.”* (Singler, 2015 : 63) car nous utilisons majoritairement notre premier système décisionnel.

“En matière d'environnement, cela signifie que, (...) les raisons scientifiques justifient la nécessité de changer de comportements le plus rapidement possible. Et que l'enjeu est tout simplement celui de la survie du monde tel que nous le connaissons et peut-être même de notre espèce. Mais le problème, c'est que ce type d'approche ne fonctionne pas bien, ou plutôt qu'elle est efficace pour modifier l'opinion mais pas nécessairement pour changer le comportement.” (Singler, 2015 : 63) C'est pour cela que Eric Singler met en avant le principe du nudge, qui lui s'adresse à la partie *“fast thinking”* de notre cerveau.

Pour appliquer correctement un nudge, Eric Singler nous dit qu'il faut correctement identifier les freins à l'adoption de ces comportements écoresponsables. Il liste les facteurs d'influence comportementale que nous avons élaborés tout au long de cette partie I, et les concrétise en six biais qui expliquent pourquoi nos comportements ne sont pas à la hauteur des enjeux environnementaux qui nous font face : le biais d'inertie, le biais de sur-confiance, le biais de confirmation, le biais du temps présent, le biais de disponibilité mentale, le biais de l'affect. (Singler, 2015 : 69) Le nudge consiste donc à modifier la manière dont les différentes options d'agir sont proposées. *“Ce peut être modifier un mot ou une phrase présentant ces options, changer l'ordre dans lequel elles sont proposées, mettre l'accent sur une information spécifique concernant l'une des options, faciliter le processus de choix d'une option par rapport à une autre, changer l'environnement situationnel dans lequel se fait le choix... A l'inverse, le Nudge ne modifie pas les termes réels du choix.”* (Singler, 2015 : 103) Celui-ci active une mécanique psychologique dont l'efficacité a été prouvée scientifiquement lors d'études précédentes. Le nudge cherche à rappeler une information pertinente au bon moment pour inciter le passage à l'acte, sans restreindre la liberté de la personne qui agit.

Le nudge serait donc une autre stratégie intéressante pour inciter à appliquer un comportement écoresponsable car il est efficace dans l'adoption immédiate de nouveaux comportements et a un très faible coût à mettre en place. (Singler, 2015 : 220) C'est aussi

une stratégie, comme la communication engageante qui lutte contre les biais aux freins que nous avons explorés au cours de cette partie I.

Conclusion de la Partie I : Leviers pour faire adopter un comportement écoresponsable.

Dans cette partie nous avons montré la complexité de l'adoption d'un comportement écoresponsable. Nous démontrons qu'il faut qu'un individu soit sensibilisé à l'environnement et au comportement écoresponsable que l'on aimerait lui faire adopter. Sensibiliser un individu à l'environnement est en soi une complexité car la communication sur les enjeux environnementaux ne suffit pas et les principales sources de sensibilisation à l'environnement, l'école et la communication dans la société en général n'ont qu'une capacité limitée à sensibiliser la population française.

Une fois que l'on arrive à sensibiliser un individu à l'environnement, il faut ensuite essayer de comprendre les freins à l'adoption du comportement écoresponsable souhaité. Les comprendre peut aider à créer des conditions pour les dépasser. Enfin nous pouvons constater que l'engagement peut être un élément essentiel dans l'adoption d'un comportement écoresponsable car il aide à surpasser un certain nombre de freins que nous avons mis en évidence, notamment les freins psychosociaux.

Nous pouvons donc amener deux éléments de réponse à notre question de recherche : *Dans quelles mesures peut-on amener un.e jeune étudiant.e à l'Université Côte d'Azur à adopter comme comportement écoresponsable le compostage de ses déchets alimentaires?* Le premier est qu'il est indispensable de sensibiliser l'étudiant avant de tenter de lui faire adopter ce comportement écoresponsable. Le deuxième est qu'il faudra comprendre les freins à l'adoption de ce comportement, pour tenter de les dépasser. Nous faisons aussi à ce stade l'hypothèse qu'il faudra mettre en place un acte engageant pour faire adopter le comportement du compostage des déchets alimentaires à un étudiant.

Pour mieux comprendre les structures et les contextes derrière le comportement écoresponsable du compostage des déchets alimentaires sur les campus, nous allons analyser dans la partie suivante des initiatives de compostage sur quatre campus et comparer les stratégies de communication autour de ces projets. Ceci nous permettra d'identifier des freins à l'adoption de ce comportement et de proposer de possibles stratégies pour les surmonter.

Partie II : Une communication sur le compostage, pour faire adopter ce comportement : Une analyse des initiatives de compostage sur les campus universitaires.

Pour comprendre comment faire adopter le comportement écoresponsable "composter ses déchets alimentaires" par les étudiants de l'Université Côte d'Azur, nous allons analyser la communication faite autour des sites de compostages présents sur ses campus. Nous allons mettre en confrontation cette communication avec celles réalisées autour d'initiatives de compostage sur différents campus universitaires, pour comparer leurs pratiques communicationnelles et pour comprendre quels éléments ont plus ou moins fonctionné pour engager leurs populations étudiantes à composter leurs déchets alimentaires.

Avant de pouvoir faire une analyse cas par cas des exemples de compostage universitaires nous allons essayer de préciser le contexte général sur la perception que nous avons des déchets et du compostage, ce qui nous sera essentiel pour comprendre la communication existante sur ces thématiques. Ceci nous permettra de mieux appréhender la vision des étudiants universitaires sur ce sujet et de communiquer plus efficacement à leur égard.

A. Le discours sur les déchets aujourd'hui

1. Une surabondance

Nous produisons des déchets depuis le début de la sédentarisation de nos civilisations pourtant, aujourd'hui la construction sociale du problème des déchets est particulièrement présente dans notre conscience collective. "*Nous entrons dans la civilisation du déchet*", nous dit-on. Dominique Lhuilier et Yann Cochin dans l'introduction de leur ouvrage "des Déchets et des Hommes" paru en 1999 nous expliquent que notre attitude a fortement évolué par rapport à notre production de déchets. Au lieu de volontairement ignorer ce qu'allaient devenir nos restes après avoir été consommés, comme nous l'avons toujours plus ou moins fait, les déchets font aujourd'hui irruption dans l'espace public. (Lhuilier et Cochin, 1999 : 13)

Les déchets sont un objet complexe qui a des représentations très variées que ce soit sur la définition de l'objet ou les visions de comment les traiter. En effet, il y a un polymorphisme dans la notion même de déchet. Sa définition n'est pas stable et se modifie

en fonction des époques, des cultures, des inscriptions sociales. (Lhuilier et Cochin, 1999 : 73). La définition de déchet est donc généralement large, les anthropologues le définissent comme *“ce qui n'est plus à sa place”* (Knaebel G, 1991). Dominique Lhuilier et Yann Cochin (1999) quant à eux, définissent le déchet principalement comme un objet qui fait rupture : *“on entend d'ordinaire par déchet ce qui est jeté, ces restes, ces chutes, ces suppléments inutiles, cette écume des corps et des objets que l'on abandonne, pense-t-on, à leur nature et à la Nature, au travail de la désagrégation et de la disparition. Mais si l'on croit qu'on jette les ordures, il n'en n'est rien : l'ordure est constituée au contraire par le fait d'être jetée.”* (Lhuilier et Cochin, 1999 : 16-17)

Aujourd'hui nous les percevons comme les rejets ou externalités de la modernité et nous voyons se dégager une représentation commune : celle d'une crise engendrée par une surabondance de déchets. (Lhuilier et Cochin, 1999 : 14) En effet, nous partageons aujourd'hui tous cette image d'excès par rapport à la quantité de déchets que nous produisons : une masse terrifiante en constante expansion. Il est vrai que nous jetons dix fois plus qu'il y a cent ans et deux fois plus qu'il y a 40 ans. (L'Histoire nous le dira, Savoir Média, 2019)

Les déchets aujourd'hui sont principalement perçus comme faisant partie du cycle production-consommation-exclusion. Ils ne sont pas seulement perçus comme appartenant à l'excès à cause de leur grande quantité, mais aussi du fait que les objets produits sont de plus en plus emballés et complexes. Ils proviennent d'objets que nous gardons de moins en moins longtemps ce qui nous pousse à produire plus rapidement une grande quantité de déchets. *“L'excès est dépassement d'un seuil, d'une limite, rupture de l'ordre normal des choses. Ordre et norme sont indissociables. L'ordre est mesure, le désordre atteint à un état de déséquilibre.”* (Lhuilier et Cochin, 1999 : 81). Nos rejets brisent les normes et nous mettent mal à l'aise car nous les voyons comme une attaque contre nos sources de vie : l'air, la terre et l'eau. (Lhuilier et Cochin, 1999 : 84) Nos déchets sont donc perçus comme une crise que notre société a produite et à laquelle nous devons remédier.

Ces perceptions découlent de discours de plus en plus nombreux les concernant. En effet, les médias se sont emparés de la thématique des déchets et nous pouvons observer une augmentation constante d'articles et d'émissions sur le sujet. De même du côté institutionnel qui produit beaucoup de documentation destinée aux citoyens sous la forme

de brochures et autres plaquettes d'information, avec des schémas, des photos et des graphismes qui tentent d'expliquer la situation courante par rapport aux déchets et d'inventorier les actions déjà mises en place pour les traiter (Lhuilier et Cochin, 1999 : 130).

Cette communication sur des déchets est notamment transmise par les images. Dominique Lhuilier et Yann Cochin les classent sous trois catégories de clichés marquants :

1. Les images de désordre et de chaos transmises par les images d'envahissement, de contamination et de prolifération.
2. Les images de monstrification des déchets, qui deviennent une force démoniaque qui échappe aux contrôles de ses créateurs et qui touche à l'imaginaire de la persécution.
3. Les images de l'effraction, la dilution, la non-étanchéité, la non-fiabilité, l'idée de pénétration et d'infiltration. (Lhuilier et Cochin, 1999 : 99-100)

Pourtant, malgré l'ampleur des actions d'information-communication par les médias, les industriels, les pouvoirs publics et les associations environnementales, qui contribuent tous à un fort accroissement des discours sur la question des déchets, la population française a très peu de connaissances sur la gestion des déchets, que ce soit sur leur production, leur composition ou leur traitement. (Lhuilier et Cochin, 1999 : 129)

En effet, la stratégie de ces communicants repose majoritairement sur des campagnes de persuasion et d'information, car ils espèrent changer les comportements par rapport aux déchets en augmentant la connaissance de leur public sur l'objet des déchets et la situation de leur surabondance. Pourtant, comme nous l'avons vu dans la partie I, il existe un fossé significatif entre information ou sensibilisation et l'adoption comportements écoresponsables, ici le tri de nos déchets ménagers. *"Dans le domaine de la communication relative à la gestion des déchets (...) "on" attend du public qu'il prenne conscience de la nécessité d'une gestion rigoureuse des déchets, qu'il cesse d'associer installations de traitement de déchets et nuisances, qu'il accepte de trier ses propres déchets et qu'il intègre l'idée que "la propreté est l'affaire de tous"."* (Lhuilier et Cochin, 1999 : 131)

Il semble que les multiples freins entre sensibilisations et comportements écoresponsables ne soient pas les seuls freins à l'adoption de comportement par rapport à nos déchets. En

effet, d'après Dominique Lhuilier et Yann Cochin (1999) la représentation même des déchets que nous avons dans nos subconscious crée un frein sur notre capacité à assimiler des informations à leur égard. Comme les déchets font ressortir des sentiments de crainte, un mécanisme de défense nous fait refouler les informations qui nous sont communiquées. (Lhuilier et Cochin, 1999 : 134)

Ils proposent donc d'engager le public à agir pour débloquer ce regard négatif que nous avons par rapport aux déchets. *"Face à l'impossibilité de maintenir une distance "suffisante" avec le déchet et l'imaginaire associé, seul l'accès à l'action permet de dépasser la réactivité émotionnelle qualifiée d'irrationnelle. Ainsi l'analyse des entretiens montre un refus de l'information quand celle-ci renforce le sentiment d'impuissance et de menace : mieux vaudrait ne pas savoir quand on ne sait pas quoi faire."* (Lhuilier et Cochin, 1999 : 132-133)

Nous devons recevoir des informations qui nous semblent en connexion avec le comportement que l'on essaye de nous faire adopter pour pouvoir changer notre attitude face à cette l'information, notamment sur les déchets (Lhuilier et Cochin, 1999 : 137). *"En effet, la réceptivité à l'information suppose de se sentir concerné par cette question. La mobilisation, l'engagement s'effectuent sur cette base dans une dynamique qui irait de la position de victime impuissante face à une menace qui reste abstraite, à celle de partenaire informé, compétent et incontournable."* (Lhuilier et Cochin, 1999 : 137)

Le comportement engageant le plus commun relié aux déchets est le tri de nos déchets individuels ménagers. C'est aujourd'hui une possibilité d'action accessible à chacun, maintenant que nous avons les structures institutionnelles nécessaires pour faire ce tri (poubelle de tri et ramassage des poubelles). Si l'individu ne peut pas gérer l'ensemble des déchets, il peut s'occuper des siens.

2. Les restes alimentaires sont-ils des déchets ?

La réflexion sur nos déchets nous amène aussi à une réflexion sur nous-mêmes en tant humains et sur notre relation à notre environnement. En effet, il semblerait que les humains soient la seule espèce à produire des déchets. Nos déchets nous définissent donc comme humains. Mais comment est-ce possible quand toutes les espèces ont des rejets? La grande différence est qu'une partie de nos rejets ne peut pas être réintroduite telle quelle dans les cycles naturels. Dans un environnement en symbiose, tout rejet est la

nourriture d'un autre et toute matière est réutilisée, donc rien n'est déchet. Pourtant à travers les évolutions technologiques nous avons créé des objets qui ne peuvent pas être repris par d'autres organismes ou les cycles naturels et donc perdurent sur terre. *"Pas de problème avec votre peau de banane ou vos épluchures de concombre. En revanche, il y a un problème avec votre bouteille en plastique et vos déchets nucléaires."* nous dit Hervé Gardette dans son émission sur France Culture "La transition" dans son épisode *Le déchet est un (mal)propre pour l'Homme* sortie en 2021. Il avance que nous sommes différents des autres habitants de cette planète car plutôt que de nous intégrer dans les interactions à bénéfices réciproques qu'offre la vie sur terre nous avons considéré *"la nature comme un lieu de 'férocité' et de 'compétition',"* et nous nous comportons en parasites."

Autrement dit, nous avons délibérément choisi de sortir d'un cercle vertueux pour entrer dans un cercle vicieux. Comme le dit l'astrophysicien Hubert Reeves : *"nous menons une guerre à la nature. Cette guerre, si nous la gagnons, nous sommes perdus. Perdus pour perdus, il restera toujours nos déchets."* (Le déchet est le (mal)propre de l'Homme, 2021, France Culture)

Pourtant, malgré toute cette production de matières transformées indissolubles que nous produisons de plus en plus, nous continuons à produire des déchets qui peuvent se réintégrer aux cycles vertueux de la nature : nos déchets alimentaires et organiques. En effet, si ces déchets sont correctement valorisés à travers un système naturel de compostage, celui-ci transforme nos restes en terre fertile à grande utilité agricole.

D'ailleurs le compostage de nos rejets organiques n'est pas une nouvelle chose, les hommes le font depuis les débuts de la sédentarisation. Pourtant cette pratique du compostage a été souvent oubliée et redécouverte au cours de l'Histoire : *"à chaque fois dans l'histoire que s'amorcera une tendance à l'investissement du déchet, humain tout spécialement, dans l'enrichissement des sols, cela ne se fera qu'au prix, mieux que d'une redécouverte, d'une découverte impliquant l'oubli des pratiques antérieures (Laporte D., 1978)"* (Lhuilier et Cochin, 1999 : 27)

La pratique du compostage était depuis longtemps mise en place principalement dans les campagnes et par ceux qui travaillaient la terre. Le compost était perçu alors comme une matière fertilisante, utile pour faire pousser les cultures. Puis arrive l'époque où les déchets organiques des citoyens sont mis dans des pots en terre ou des fosses, puis

ramassés par les “boueux” pour rapporter cette matière fertile aux agriculteurs. Après une longue période de saleté des villes, malgré les efforts des souverains en charge, c'est le mouvement hygiéniste au 18ème siècle qui commence à faire changer les mentalités par rapport aux déchets. Les mœurs changent, les déchets sont maintenant non seulement sales mais dangereux, car sources de maladies. Puis en 1884, un préfet au nom d'Eugène Poubelle mit en place un projet à son nom. Il voulait imposer trois poubelles par ménage, une pour le verre, une pour les cartons et papiers et la dernière pour les déchets organiques. Ce tri n'a pas été accepté par les Parisiens mais l'unique poubelle resta.

Puis le compostage fut une pratique délaissée car l'évolution du contenu de nos poubelles vers des objets plus complexes rendait la tâche de trier les matières organiques du reste plus difficile. Ce processus devenait en effet plus compliqué et donc moins rentable. De plus, les engrais organiques résistent mal aux engrais minéraux et aux engrais chimiques qui sont répandus dans les champs agricoles. (Lhuillier et Cochin, 1999 : 25) Aujourd'hui nous redécouvrons cette pratique du compostage de nos déchets organiques et alimentaires qui devient même très à la mode. *"Les vertus bénéfiques des immondices sont louées dans la littérature, elles sont aussi aujourd'hui le terreau d'une florissante industrie du déchet. L'or des poubelles est redécouvert."* (Lhuillier et Cochin, 1999 : 27)

B. Analyse de la communication sur le compostage sur les campus universitaires

Depuis la rentrée 2009, l'article 55 la loi Grenelle 1 stipule que les campus d'enseignement supérieur doivent élaborer un “Plan vert” pour les campus universitaires. Des directives devaient accompagner les établissements dans la mise en place d'initiatives de développement durable sur leurs campus (Mobiliser l'enseignement supérieur pour le climat : 36). C'est à la suite de cette loi qu'a été créée la Mission écoresponsable de l'Université Côte D'azur, et d'autres initiatives écoresponsables sur les campus universitaires. Malheureusement cet article n'est pas contraignant et les établissements ne l'ont adopté que dans certains cas.

D'autre part, aujourd'hui les universités, comme les territoires, sont en compétition les uns contre les autres. Ils utilisent l'image du développement durable comme facteur pour se différencier des autres territoires et augmenter leur attractivité. Un effort de communication est donc mis en place pour chercher à rendre visibles et lisibles les actions déployées par chaque université en termes d'initiatives environnementales et durables.

Ces initiatives permettraient de se classer en tête de liste et augmenter son prestige. Cette attractivité est créée par l'image d'un campus qui a une bonne performance écologique et une forte cohésion sociale. La responsabilité sociétale et le développement durable des universités est donc aujourd'hui un enjeu de communication de la part de ces institutions.

C'est pourquoi, certains campus universitaires français ont choisi d'installer des sites de compostage sur leur campus. Ce fut parfois une initiative mise en avant par des associations étudiantes, des missions rattachées à la vie universitaire du campus, ou encore des projets étudiants plus ou moins soutenus par les universités. La majorité de ces projets sont très récents et ont été mis en place dans les trois dernières années et de plus en plus de campus français souhaitent installer des composteurs en tant qu'initiatives écoresponsables. Ces sites de compostages restent souvent expérimentaux et à petite échelle. Pour comparaison, les grandes universités de Québec au Canada ont commencé à mettre en place des initiatives de compostage en 2010 et maintenant ont des systèmes à l'échelle de leur université pour composter tous les déchets alimentaires produits sur leurs campus.

Le compostage est, comme nous l'avons explicité avant, une pratique oubliée et redécouverte à travers l'histoire qui consiste à décomposer des déchets organiques pour les transformer en engrais riche pour faire pousser les végétaux, similaire aux cycles naturels des feuilles mortes qui tombe au pied des arbres et nourrit de sol en nutriments, qui ensuite nourrit les plantes. Aujourd'hui elle revient à la mode et est mise en avant par les universités comme une initiative de tri que l'on propose à la communauté universitaire pour valoriser ses déchets alimentaires et organiques.

Nous allons analyser les contextes et les stratégies de communication autour de sites de compostage sur les campus de trois universités françaises, l'Université Côte d'Azur, l'Université Lumière Lyon 2 et l'École Normale Supérieure de Paris et une université canadienne, l'Université de Sherbrooke à l'aide d'entretiens directifs avec leurs représentants. Chacune de ces universités a vu des initiatives de compostage prendre vie sur leurs campus mais par des acteurs et dans des contextes différents. Il est donc intéressant de comparer ces scénarios variés, voir ce qui a été effectif ou non en termes de communication par rapport aux contextes. Cela nous permettra d'émettre des

préconisations pour faire adopter le compostage alimentaire aux étudiants de l'Université Côte d'Azur.

1. Eco-campus - Une association étudiante face à une résistance comportementale

À l'École Normale Supérieure à Paris, c'est une association étudiante Écocampus ENS



Logo Ecocampus ENS (site web Ecocampus ENS, 2021)

qui a pris l'initiative du compostage sur les campus de l'université. Dès l'automne 2012, des sites de compostage ont été installés sur trois campus de l'École Normale Supérieure, près des internats de la rue d'Ulm, Jourdan et Montrouge. L'association Écocampus ENS traite de tous les sujets environnementaux mais c'est particulièrement créé autour de l'enjeu de la production et la gestion des déchets. En effet, cette association étudiante a pour but de réduire

l'impact écologique de l'université et elle s'est vite penchée sur les efforts de recyclage des déchets par le tri mais aussi le recyclage des déchets alimentaires avec le compostage. Il y a maintenant neuf ans, des bénévoles installent leurs trois premiers sites, et le projet est transmis de groupe d'étudiants à groupe d'étudiants qui rejoignent chaque année l'association. En 2017, quand Johanne Lebrun Thauront rejoignit l'association, il ne restait plus qu'un site de compostage actif, sur le campus principal dans le Quartier Latin, au cœur de Paris.



Pour faciliter le tri dans les internats des campus, voici des guides complets.

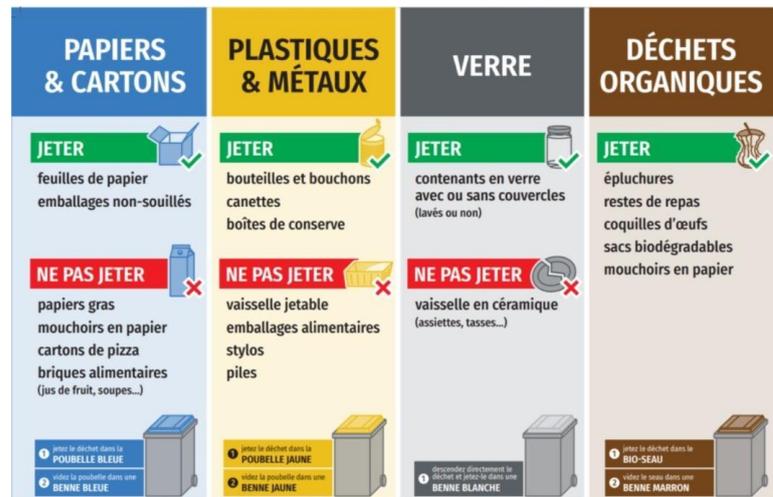
Ecocampus ENS (Site web Ecocampus ENS, 2021)

Cette année-là, Johanne Lebrun Thauront et les autres membres de l'association avec qui elle travaillait ont décidé de lancer une initiative audacieuse autour du compostage :

installer des poubelles de compostage dans toutes les cuisines de l'internat pour tenter de faire institutionnaliser le compostage. Ils s'organisent avec l'administration de l'internat et déposent des articles sur le tri dans le livret d'information de rentrée donné à chaque étudiant lors de son arrivée à l'internat. L'association récupère aussi des seaux qu'ils installent dans les trente cuisines de l'internat accompagnés d'une affiche qui montre ce qui est accepté dans cette poubelle. Le but était d'inciter les étudiants qui cuisinent sur le campus à jeter leurs déchets alimentaires dans la bonne poubelle, et ensuite à s'organiser par étage pour descendre la poubelle dans la cour où se trouve le bac de compostage. *“Mais ensuite ce qui s'est passé, c'est que les gens ne les descendaient pas, enfin pas dans la plupart des étages, pas partout, pas tout le temps. Il y a eu des endroits où ils n'étaient jamais descendus, donc les gens ont arrêté. Les responsables des internats nous ont dit que cela n'allait pas parce que ça attirait des nuisibles, etc...”* nous raconte Johanne Lebrun Thauront (Annexe 1, Question 2). La résistance des étudiants, de l'administration et des voisins, vivant près du site de compostage dans la cour, était telle que l'initiative n'a pas été renouvelée et les seaux de cuisine ont été enlevés. Maintenant le composteur dans la cour est toujours là mais seuls les étudiants motivés y apportent leurs déchets. *“Donc maintenant notre politique c'est que quand quelqu'un nous envoie un mail, “Bonjour Ecocampus, il paraît que vous avez un compost, où est-il ? Comment je fais ?” on lui dit, voilà, il est là, et voici les règles du compost.”* explique Johanne Lebrun Thauront (Annexe 1, Question 2).

La communication qu'ils ont décidé d'utiliser était neutre et institutionnelle. Aucun logo de l'association ou d'information spécifique par rapport au compostage. *“Comme c'étaient les consignes de tri venant de l'école on n'a pas mis notre nom pour que ça soit vraiment vu comme la consigne, la règle.”* dit Johanne Lebrun Thauront (Annexe 1, Question 10). Le but de la communication était que les étudiants de l'internat descendent leurs déchets et jettent seulement ce qui est accepté dans le bac à compostage. Ceci est important pour tout composteur car les déchets qui ne sont pas organiques obstruent le processus de décomposition des aliments. Les informations données aux étudiants étaient donc très factuelles et accompagnées de fiches et de panneaux sur le tri des déchets pour chaque poubelle, une affiche sur les chiffres autour des déchets et une explication de l'économie circulaire. La stratégie étant toujours de produire quelque chose de simple, clair et lisible. Le choix de rester sur le format affiche correspondait à la communication

des internats, qui est principalement faite à travers cette signalétique dans les espaces communs.



Ecocampus ENS (site web Ecocampus, 2021)

Comme la volonté de faire adopter le comportement de compostage des déchets alimentaires à tous les étudiants n'a pas fonctionné, Ecocampus a cherché d'autres solutions pour gérer les déchets alimentaires de l'internat, qui représentent une partie importante du volume produit sur ce campus. La nouvelle stratégie fut d'utiliser une entreprise qui fait de la méthanisation à partir des déchets organiques et qui s'occupait déjà des déchets alimentaires produits dans la cafétéria du campus. Les élèves de l'association et l'administration ont donc installé une nouvelle poubelle qui serait rendue à l'entreprise une fois vidée, dans les cuisines de l'internat pour les déchets alimentaires. *“L'idée c'était de transférer du compost à cette poubelle mais il y a eu un peu les mêmes problèmes en fait. On les a mis à côté des autres poubelles du tri, et les gens n'ont pas compris à quoi elle servait, ou juste ils s'en foutaient, et du coup elle était pleine de plastiques.”* explique Johanne Lebrun Thauront (Annexe 1, Question 8). Une autre difficulté avec ce système est que l'entreprise voulait que les déchets soient jetés dans des sacs en plastique transparent. Pourtant personne n'en a procuré aux étudiants et cette spécificité de sac n'est pas facile à trouver, les sacs poubelle traditionnels étant noirs. Cette idée a donc été abandonnée en pratique pour le moment mais les discussions persistent entre l'administration de l'école, l'internat et l'association Ecocampus pour adopter ce système de traitement de déchets alimentaires en masse qui demande un effort moindre aux étudiants pour adopter le comportement de tri de leurs déchets. *“Il y avait trop d'obstacles ce qui fait que les gens n'utilisaient pas ou incorrectement. La*

communication aurait dû se transférer du compost vers cette pratique mais pour l'instant ça n'a pas marché" dit Johanne Lebrun Thauront (Annexe 1, Question 8). En effet, la communication expliquant la différence de fonctionnement de cette nouvelle poubelle par rapport au système précédent n'a pas été faite et les difficultés ont perduré.

La deuxième stratégie que Ecocampus ENS essaie de mettre en place, sur un autre campus qui ne peut pas bénéficier de l'entreprise de ramassage des déchets alimentaires car ils



Les Alchimistes (site web alchimistes.co, 2021)

n'ont pas de cafétéria, est de sous-traiter le compost à une association partenaire : les Alchimistes. Cette association se charge de la gestion de composteurs, leur installation, leur entretien et ils sont en partenariat avec des individus ou entreprises qui cherchent du compost une fois le processus terminé. Ils installent un composteur sur un site et les adhérents de cette association peuvent s'y rendre pour déposer leurs déchets organiques. L'idée d'Écocampus serait donc de passer le bâton du compostage à cette association extérieure pour qu'il y ait plus de continuité dans sa gestion ce qui rassurerait l'administration.

L'Écocampus a utilisé le compost prêt pour des stages de permaculture qui prenaient place dans le jardin potager et des projets de végétalisation dans la cour. Cette utilisation a très bien fonctionné mais cela dépend des projets qui se mettent en place cette année-là.

Un souci dans la perception du compostage a aussi été un frein important pour cette initiative. Tout a commencé avec un problème d'emplacement du composteur dans la cour. Il a été placé derrière deux barrières de haies, au fond de la cour près du jardin potager de l'association. Il y a eu beaucoup d'échanges avec l'administration sur son emplacement et de nombreuses demandes ont été faites pour le retirer.



Les Alchimistes (Site web parismamanetmoi.com, 2021)

“*Sur les autres sites, sur les autres campus, il y a eu ponctuellement des tentatives d'installation de composteurs qui ont principalement été retirés par l'administration. Il y a des gens qui étaient très motivés*

qui se sont dit on va faire un compost pour notre campus, et au final, ce n'était pas forcément bien géré et ce n'était pas un endroit qui convenait par rapport aux services de l'école et donc ça a été retiré." explique Johanne Lebrun Thauront (Annexe 1, Question 4). Un souci supplémentaire avec cet emplacement fut les retours négatifs du voisinage car la cour où se trouve le composteur est partagée avec des résidents d'immeubles qui ne sont pas reliés à l'université. *"Ils se seraient plutôt plaints parce qu'il y aurait eu des odeurs etc... qui arrivaient jusque chez eux, parce que ça ne sentait pas vraiment bon. C'est aussi pourquoi l'administration, à terme, va enlever ce compost."* ajoute Johanne Lebrun Thauront (Annexe 1, Question 6).

Cette problématique d'odeur et de la nuisance associée au compostage était aussi présente parmi les étudiants de l'internat, à qui on essayait de faire adopter ce comportement. *"On a eu des retours qui passent par les gens qui s'occupent de l'internat de gens qui se plaignaient, on a aussi eu des gens qui nous écrivaient directement "on a pas mal de compost dans la cuisine" mais les gars il faut être grands, ce n'est pas à nous de descendre les poubelles de tout le monde."* explique Johanne Lebrun Thauront (Annexe 1, Question 13).

À travers ce travail avec le compostage des déchets alimentaires, les membres de l'association ont trouvé que les étudiants de leur université avaient des représentations très variées du compostage. Certaines personnes l'associent à l'idée de nuisible, à quelque chose qui ne sent pas bon, notamment les personnes qui vivaient à l'internat lors de cette année d'essai du compostage généralisé pour les étudiants de l'internat. *"Effectivement, ça ne sent pas bon si tu ne le descends pas. En plus, dans les cuisines, les bâtiments sont vieux donc il y a déjà régulièrement des souris, des cafards, et donc du coup, je pense que les gens ont potentiellement associé les deux."* explique Johanne Lebrun Thauront (Annexe 1, Question 11).

Ecocampus a donc essayé d'atteindre les non sensibilisés au compostage en essayant d'institutionnaliser un nouveau comportement, sans les forcer à le faire. *"On ne veut pas les prendre par la main mais dans l'idée ça ne marche pas tout le temps, l'auto-organisation."* dit Johanne Lebrun Thauront (Annexe 1, Question 18), parlant de l'étape qui consistait à descendre les seaux de compost remplis au composteur de la cour en bas de leur bâtiment. Ils auraient voulu plus d'aide de la part de l'administration, surtout au

niveau communicationnel. Pour eux il aurait fallu de la communication effective à tous les niveaux pour expliquer aux élèves le fonctionnement du compost dans les cuisines et dire que cela fait partie des règles à respecter.

Ils n'ont pas pris l'approche "les étudiants parlent aux étudiants" et ont essayé de gagner de la crédibilité en communiquant de manière institutionnelle mais l'institution ne les a pas beaucoup aidés dans leurs efforts.

Le comportement demandé dans ce cas d'étude est aussi plus coûteux que dans les autres cas car les étudiants n'étaient pas seulement priés de trier leurs déchets alimentaires et mais aussi de s'organiser ou se porter volontaires pour descendre le seau de compost jusque dans la cour. C'est cette deuxième étape, de sortir des déchets, qui a été particulièrement problématique lors de cet essai en internat étudiant. Ecocampus a essayé d'introduire la pratique de compostage avec le même statut que le tri pour le recyclage, quand cette pratique est beaucoup moins répandue.

Les autres initiatives qu'ils ont essayé d'instaurer ne procurent pas les outils nécessaires pour accomplir le geste voulu (ici, les sacs-poubelle transparents), ce qui rend le comportement d'autant plus coûteux. De plus, le principe du compostage n'était pas bien expliqué, ni pourquoi ce comportement devrait être adopté quand on veut être plus écoresponsable. Il semblerait donc que cette campagne de communication était plus portée sur l'information que la sensibilisation, il manquait donc une étape clé pour l'adoption d'un nouveau comportement. De plus cette initiative a introduit un cercle néfaste puisque vu que le plus grand nombre d'étudiants n'adoptaient pas ce comportement, leur image du compostage se détériorait de plus en plus, et moins ils désiraient s'y associer. Un autre souci pourrait être le fait que les seaux n'avaient pas de couvercle et donc les étudiants pouvaient voir et sentir plus fortement les déchets alimentaires. Ils pouvaient aussi voir quand d'autres étudiants l'utilisaient mal, ce qui peut démotiver certains à adopter ce comportement quand ils voyaient que les autres ne respectaient pas non plus les règles.

L'action de descendre la poubelle est aussi chargée de normes sociales car si certains étudiants ont une vision péjorative des déchets, être associé à ces déchets en manipulant le seau peut être dévalorisant pour l'étudiant qui pratique la charge demandée.

2. Université Lyon II - Les étudiants parlent aux étudiants

A l'université Lyon 2 ce sont aussi les étudiants qui ont poussé l'initiative de compostage sur leur campus, Quai du Rhône. Ils ne l'ont pas fait directement à travers une association étudiante mais en votant pour un projet d'installation d'un compost sur leur université lors d'un budget participatif. En effet, le projet de compostage est arrivé 7ème sur les dix projets sélectionnés pour l'année 2019-2020, avec 217 votes. Le site devait être mis à disposition des étudiants en mars dernier, mais à cause de la crise sanitaire de la COVID-19, il ne sera mis en service qu'en septembre 2021, pour la rentrée scolaire. Pour comprendre davantage cette installation d'un site de compostage sur le campus Université Lumière Lyon 2, nous avons parlé avec Virginie Mattafiri, la référente vie étudiante de l'université.

Ce fut donc une volonté étudiante, à travers le budget participatif, qui amena ce projet à voir le jour aussi vite. *“On y serait venu au niveau institutionnel mais pas si tôt, clairement. Donc là ils nous ont un peu bousculés, et tant mieux.”* dit Virginie Mattafiri en parlant des étudiants (Annexe 2, question 2). Ce site de compostage de trois bacs, qui sera un test pour voir si assez d'étudiants l'utiliseront, est conçu pour des étudiants qui désirent déjà l'utiliser. Le bac d'apport a été protégé avec un cadenas, dont le code sera diffusé à la population étudiante qui se montre intéressée à utiliser le composteur. Le but du cadenas, éviter sa “mauvaise utilisation”, autrement dit éviter tout déchet qui ne devrait pas être composté : par exemple, la viande (à cause des odeurs) et les matières qui se dégradent pas comme les plastiques ou les mégots de cigarettes.

Ce premier “petit” site est conçu pour l'utilisation régulière de 30 étudiants à la fois. Pour recruter ce premier petit groupe, la référente vie étudiante de l'Université Lumière Lyon 2 et les étudiants qui travaillent sur la communication autour des composts diffuseront un message *“vous voulez utiliser le compost ? Merci de vous faire connaître.”* avec un questionnaire en ligne pour collecter les coordonnées des intéressés, parmi les messages de rentrée. Ils espèrent ensuite que le message circulera et que l'idée du compostage se fera connaître par bouche à oreille entre les étudiants.



Signalétique pour les sites de compostage
(Université Lumière Lyon 2, 2021)

Leurs objectifs de communication sont clairs, faire connaître et promouvoir le site de compostage auprès d'un premier groupe d'étudiants utilisateurs. Puis, dans un deuxième temps, de faire accepter le compost par la communauté universitaire, que ce soit les étudiants, le personnel ou même les services techniques et des espaces verts de l'université. En effet un des principaux freins à ce projet, même avant d'être lancé, fut la coordination avec les services de l'université. *“Espace vert, compost : logique, vous allez me dire. Logique que les espaces verts prennent leur place dans le projet compost, et bah pas si logique.”* En effet, l'équipe des espaces verts n'était pas intéressée par le précieux terreau que pouvait produire le composteur et Virginie Mattafiri s'appuya à nouveau sur des initiatives étudiantes de végétalisation des campus pour trouver une solution pour placer le compost mûr.

Ces difficultés sont devenues apparentes lors d'un conflit sur l'emplacement du site de compostage. En effet, Virginie Mattafiri voulait poser le site dans un lieu central, près du passage de la grande cour du campus, car c'est un lieu très passant, en face de la cafétéria, avec des bancs où beaucoup des étudiants viennent déjeuner lorsqu'il fait beau. Finalement, le compost est situé dans la grande cour, mais dans un lieu beaucoup moins visible, *“je l'avais mis très visible dans le passage, et on m'a demandé de le changer pour le mettre au fond.”* (Annexe 2, question 5) Pour remédier au fait qu'il ne soit plus si près du passage, une signalétique a été élaborée pour indiquer la localisation du site.

Pour appuyer le message “Recycler vos déchets qui peuvent l’être”, la référente vie étudiante compte diffuser une campagne sur les réseaux sociaux, inclure de l’information à propos du compost dans la newsletter étudiante et compte utiliser de la signalétique sur le site près du composteur ainsi que sur le composteur lui-même pour montrer qu’il existe et qu’il peut être utilisé par la communauté étudiante.

De plus, les bacs de compostage en bois vont être peints par un étudiant qui s’est porté volontaire pour valoriser esthétiquement le composteur. Le design veut donner une image naturelle, avec du vert et de la terre. Le but de peindre les bacs est de communiquer que ces bacs ont un intérêt écologique et surtout d’attirer la curiosité de ceux qui circulent autour du site. Des panneaux pratiques seront aussi placés autour des bacs de compostage, ils indiqueront ce qui peut être mis dedans. Il y aura aussi un autre panneau avec les coordonnées pour ceux qui veulent rejoindre le groupe et si on souhaite participer.

COMPOST’U LYON



Pour plus d'informations

✉ compost.lyon2@gmail.com

f Compost'U Lyon

@compost_u



Affiche Compost_U (Université Lumière Lyon 2, 2021)

Le slogan de cette campagne de communication autour des composteurs est : “le compost c’est le futur”. Ce slogan qui a été élaboré par des étudiants investis dans le projet, amène à l’idée que le compostage est une chose futuriste. Cela est trompeur car, comme nous l’avons vu précédemment, nous compostons depuis très longtemps. Pourtant comme le compostage redevient à la mode ...

Deux vidéos de lancement ont été faites par ces étudiants, pour faire connaître le composteur à la prochaine rentrée scolaire. Une première vidéo nous montre une étudiante qui étudie sur une table dehors, “*ah vous êtes là je vous attendais, vous êtes là pour le projet compost ?*” nous demande-t-elle à travers l’étudiant qui tient la caméra. Elle nous explique comment est apparu ce projet, qui s’en est chargé cette année et où trouver le composteur. Ensuite elle se lève pour nous montrer le site, nous la voyons traverser un bâtiment et suivre un chemin dans une cour pour arriver au site. Elle situe le

site avec une vue des bâtiments autour qu'elle nomme et elle commence à expliquer le nom de chaque bac, « *et le plus important le bac d'apport, celui où vous mettez vos détritius.* » Après nous avoir demandé si nous voulions voir son contenu elle ouvre le bac, et un autre étudiant en sort, avec des rires au fond. “*le compost c'est le turfu*” dit-il, “*et la vérité sort toujours de la bouche du compost*”, conclut notre première étudiante. Cette vidéo a un premier but clair, faire connaître l'existence du composteur et surtout là où il se trouve. La communication est celle d'étudiants à étudiants, l'étudiante nous parle en tant qu'étudiant de l'Université Lumière Lyon 2. Elle nous vouvoie au début mais nous pouvons supposer que nous faisons partie d'un groupe d'étudiants auxquels elle s'adresse. Elle donne de nombreuses références spécifiques à ce campus et à cette université. Elle parle des étudiants du département de géographie qui vont entretenir le compost, et signale de nombreux repères spatiaux qui sont pertinents pour un élève qui connaît le campus. La caméra, qui suit l'étudiante jusqu'au site de compostage, regarde tout autour comme le ferait l'œil et nous montre les éléments qui permettraient de se retrouver dans les cours qu'elle traverse. Le ton est joueur et le langage qu'il utilise est blagueur. Ils utilisent du verlan pour amener leur slogan, un langage plutôt adapté aux étudiants.

Le ton humoristique et le fait de faire sortir un étudiant d'un des bacs rendent toute la communication ludique et la mise en scène pourrait rappeler des clowns de cirque. Ils



Vidéo *Les règles du Compost_U*
(Université Lumière Lyon 2, 2021)

jouent aussi, volontairement ou non, sur le fait que l'on a peur de voir nos déchets alimentaires, spécialement mélangés avec ceux des autres dans un mélange méconnaissable. Quand l'étudiante nous demande si l'on veut voir les apports de déchets et qu'elle commence à ouvrir le bac, une petite anxiété s'installe, jusqu'à ce que nous nous apercevions que nous avons été dupés. Nous constatons donc un sentiment de soulagement. Cette vidéo est donc une approche informationnelle sur le site de compostage mais est faite de manière personnelle pour les étudiants, ce qui met en avant le fait que c'est un projet réalisé et géré par des étudiants, pour les étudiants. Ils donnent l'idée que ces bacs appartiennent au public de la vidéo et qu'ils peuvent jouer avec ces structures pour les apprivoiser.

Dans leur seconde vidéo, “Les règles du compost’U” nous rencontrons d’autres étudiants : “Lucas fan de C’est pas sorcier”, “Elisa fille du compost”, “Clémentine tout de bleu vêtue”, etc.... chacun donne une information sur ce que l’on peut jeter ou non dans le composteur, la première information étant, “Le compost n’est pas une poubelle”. Ils expliquent la différence entre les matières vertes, molles et humides et les matières brunes et sèches, qui sont toutes deux importantes pour composter. Chaque type de matière est illustré avec des exemples concrets. Les mots s’affichent sur l’écran quand un déchet est cité, parfois accompagné d’un ton personnel et humoristique : “du thé, ça c’est pour votre petite soirée endiablée”. Ils expliquent qu’ils ajoutent un additif pour que la décomposition se fasse plus rapidement, et qu’il a les mêmes propriétés que l’urine, mais que c’est l’équipe d’étudiants qui s’en charge. Ils donnent donc en détail tout le processus propre à chaque bac, même ceux que l’étudiant n’aura pas à utiliser et expliquent l’ensemble du processus. Il y a donc un intérêt ici à non seulement expliquer le comportement souhaité, l’apport de déchets alimentaires au composteur, mais d’éduquer sur son fonctionnement. Ils interrompent l’information sur ce qui peut être jeté dans les bacs à compost avec un clip de quelques secondes d’un politicien sorti de son contexte dans l’émission de Bourdin, pour amener un élément comique à la mode des youtubeurs. Cette meme-ification de ce clip vidéo, introduit une sous-information à la narration principale et aide à garder l’attention du spectateur, elle peut même être la raison pour laquelle on décide de faire partager la vidéo. C’est aussi une référence pour une population jeune et étudiante qui a l’habitude de ces interjections humoristiques dans les médias qu’ils consomment qui sont de plus en plus sous forme vidéographique.



Vidéo Les règles du Compost_U
(Université Lumière Lyon 2, 2021)

Enfin, ils montrent une mise en scène où chacun jette un déchet organique dans la poubelle, avec de la musique et des couleurs ajoutées en montage sur la vidéo. La vidéo se termine avec l’image représentée ici, avec encore une fois leur slogan “Le compost U c’est le turfu”. Le ton de la vidéo est humoristique et les informations sur les 7 règles du composteur détaillées. L’équipe essaye donc de donner une image jeune et dynamique au compostage tout en s’appuyant sur l’aspect écologie et naturel de l’action. Cette image écoresponsable est notamment présente sur leurs réseaux sociaux : un compte Instagram,

une page Facebook et une chaîne YouTube pour “sensibiliser, éclairer, enseigner sur ce que nous avons appris à nos dépens sur ce qu’est le compostage, le compost et l’entretien de celui-ci.” (Compte Instagram Compost_U)

Ils ne montrent pas l’image de déchets organiques ou alimentaires, mais des images propres de structures en bois avec des plantes qui poussent autour. L’esthétique naturelle et l’image des jardins sont donc principalement mises en avant. Les conteneurs du compost sont représentés, sans représenter les contenus. Cette communication veut mettre en avant une image clean et futuriste, une tâche difficile pour parler d’une pratique très ancienne associée à la saleté dans



Photo page Instagram Compost_U (@Compost_U, 2021)

notre imaginaire collectif. Nulle part dans leurs communications ils ne parlent de bactéries, ou de la vie à l’intérieur des composteurs lors du processus de compostage.

Nous ne pouvons pas encore savoir l’impact de cette campagne car elle ne sera largement diffusée que lors des informations aux étudiants dans le contexte de leur rentrée scolaire. Pourtant, nous pouvons analyser les éléments qui semblent pertinents à l’adoption du comportement par les étudiants de l’université. Tout d’abord cette campagne est non coercitive. Composter ses déchets alimentaires à l’université n’est jamais imposé et toute explication à son sujet montre que c’est une option possible, et ouverte aux étudiants. Les points clés de cette campagne sont de bien indiquer le site de compostage, car il manque de visibilité dû au fait que l’administration ne le voulait pas proche du passage principal. Ceci a été fait avec des panneaux de signalétique, une vidéo contextualisée du site dans la cour, et la valorisation des bacs de compostage avec une touche artistique. La campagne se base aussi sur le fait que ce sont les étudiants qui parlent aux étudiants ce qui donne une touche de proximité au projet, et renforce la norme sociale que composter ses déchets est une chose normale que font beaucoup d’étudiants. Ils contournent le fait que le compost et les déchets sont vus comme des objets sales en ne montrant que très peu les déchets en question et en interagissant physiquement avec les bacs de compostage pour montrer que c’est un objet comme un autre. Ils donnent une approche ludique à cette

communication et visent le public étudiant avec des références et des codes sociaux adaptés à ce public.

Pourtant ils ne communiquent pour l'instant que sur l'aspect technique du composteur et non sur la raison pour laquelle il faudrait composter ni sur les utilisations d'un compost abouti. Ils partent donc du principe que leur public serait déjà sensibilisé à la problématique des déchets surabondants et à l'utilité de recycler ses déchets organiques.

Cette campagne semble donc avoir beaucoup de critères pour inciter le compostage des déchets alimentaires, pourtant ils ne cherchent pas à sensibiliser un public qui ne serait pas déjà convaincu de l'utilité de composter ses déchets alimentaires et de l'impact positif de le faire, ce qui pourrait amener les non convaincus à adopter ce comportement.

3. Université de Sherbrooke : une approche institutionnelle au compostage

A l'Université de Sherbrooke, au Québec, le projet de compostage et de sensibilisation sur le compostage a pris une tout autre ampleur. L'expérience commença tôt avec un projet pilote de compostage de la ville de Sherbrooke sur le campus au sein de sa commune. Le projet pilote dura 6 mois et comme ce fut un succès la ville arrêta ses efforts et passa le flambeau à l'université pour continuer cette initiative, qui était très nouvelle à l'époque en 2008-2009. Patrice Cordeau qui était Coordinateur du Développement Durable pour l'université et chargé de la gestion des matières résiduelles rassembla des acteurs de l'administration et des groupes d'étudiants, qui ont été moteurs dans la recherche faite sur la faisabilité du projet, sur son financement et maintenant travaillent encore à son fonctionnement. En observant les options de ramassages et de traitements des déchets organiques par des entreprises extérieures qui étaient peu présentes et très coûteuses, ils désiraient installer leur propre bioréacteur sur leur campus.

Avec cette technologie, qui crée un environnement propice à la multiplication de micro-organismes en décomposant rapidement la matière organique insérée pour la transformer en compost, l'université décida d'élargir cette opération grâce à l'adoption d'une vaisselle compostable. A cet effet l'université enleva toute la vaisselle jetable en plastique, qui serait jetée à la poubelle ou au recyclage, pour la remplacer par des assiettes réutilisables et des assiettes en carton et un matériel qui ressemble à du plastique mais qui est facilement compostable avec des techniques de compostage industriel comme le

bioréacteur. “C’était 500 000 articles de vaisselle qu’on prenait à l’époque, on a mis tout ça dehors.” explique Patrice Cordeau (Annexe 3, introduction). Ils commencèrent à installer des poubelles pour les déchets alimentaires et la vaisselle compostable dans les cafétérias, puis dans les résidences étudiantes, les petits lieux destinés à la restauration, et enfin, à la demande des étudiants dans les espaces extérieurs. Ils ont maintenant plus de 25 poubelles où jeter les déchets compostables sur leur campus.

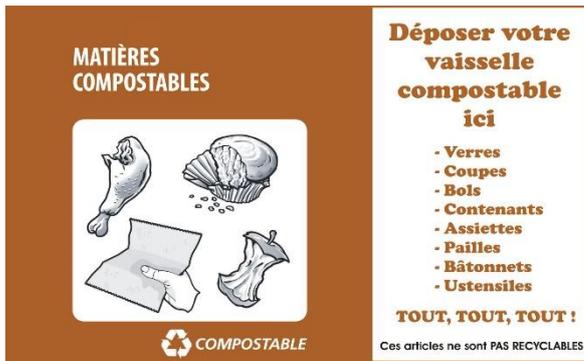


Vaisselle compostable

Université de Sherbrooke (Site web usherbrooke.ca, 2021)

L’enjeu de communication autour du compostage a donc été unique par rapport aux autres campus que nous avons étudiés. Le défi était ici de faire comprendre aux étudiants que toute la nouvelle vaisselle sur les campus était maintenant compostable. Les nouveaux matériaux de carton et de plastique transparent le PLE 7, qui peuvent être compostés n’étaient pas considérés intuitivement comme compostables et la sensibilisation s’est donc largement portée sur cette problématique. “*Ne posez pas de questions, tout ce qu’il y a comme vaisselle à l’université, ça va au compost*” c’était l’idée qu’ils désiraient faire passer se rappelle Patrice Cordeau (Annexe 3, introduction). Le but était de rendre le tri des déchets compostables le plus simple possible pour ne pas retrouver la confusion avec ce qui se jette dans la poubelle de recyclage, qui est très spécifique et contient beaucoup de différentes informations, au Québec, comme en France. Pour éviter de faire trop douter les étudiants et le personnel de l’université à chaque fois qu’ils débarrassent leurs repas, une règle simple a été communiquée : toute la vaisselle de l’université va au compost.

Pourtant il y a eu une difficulté technique par rapport à ce message. Les couvercles des tasses de café à emporter étaient encore faits en plastique non compostable car il n’en



Affiche Université de Sherbrooke, 2021)

existait pas encore en plastique compostable. Au lieu de communiquer sur cette exception, l'université préféra laisser les étudiants jeter les couvercles et les récupérer à la fin du cycle de compostage en tant que bout de plastique en boule. Il était donc plus important de communiquer un message simple et clair que d'avoir une facilité technique en aval. Aujourd'hui le problème a été résolu car il existe des couvercles qui peuvent se décomposer grâce à leur bioréacteur. Dès lors, le système est bien compris par la communauté de l'université de Sherbrooke et il y a beaucoup moins d'objets qui ne devraient pas être jetés dans le compost.

La sensibilisation autour du projet de compostage a été lancée en 2009. La campagne s'est servie d'affiches, de dépliants sur les tables des cafétérias et de promotion dans les journaux de l'université. Il y avait aussi un groupe d'étudiants impliqués dans le projet qui s'appelait "l'Équipe Verte" qui était chargé de sensibiliser les étudiants lors des repas. Ces efforts se renouvellent chaque année, au moment de la rentrée quand les nouveaux étudiants intègrent le campus.

“Avant le jour de départ, les gens avaient très peur du compost, ils pensaient que ça allait sentir, que ce n'était pas propre, que ça allait faire des dégâts, puis une fois implanté le constat était que c'était la matière la plus facile à implanter.”, constata Patrice Cordeau (Annexe 3, introduction).



Affiche Université de Sherbrooke (2021)

Ce sont les mêmes craintes que nous avons étudiées auparavant dans la partie 2.1. Pour faire face à ces craintes, l'université a mis en place un certain nombre de dispositifs pour faire accepter par les étudiants le comportement attendu. La première, ce fut de collecter

les bacs à compost tous les jours pour qu'il n'y ait pas d'odeur et pas le sentiment d'un débordement. La deuxième fut le compostage de la vaisselle qui remplissait rapidement la poubelle de matière sèche et légère et donc évitait de donner pas une apparence de liquide qui puisse fuir. La troisième fut les sacs à poubelle compostables, souvent verts, qui ressemblent en tous points à un sac poubelle ordinaire noir, dans une matière similaire. Utiliser ces sacs évoquait aux étudiants un système familial et donnait une image d'imperméabilité qui fut très importante dans l'acceptation du dispositif de compostage à l'université.

Le compost est aujourd'hui complètement accepté et intégré comme pratique à l'université, notamment du fait que cela fait bientôt quatorze ans que la ville de Sherbrooke a installé un ramassage de poubelles organiques dans les quartiers résidentiels. Les étudiants venant de Sherbrooke représentent 90% de la population étudiante. La majorité des élèves ont donc été élevés avec cette pratique chez eux et ne sont pas surpris de la retrouver à l'université.



Dessin Compostage Université de Sherbrooke (Site Web usherbrooke.ca, 2021)

Nous pouvons voir que la poubelle de compost a le même statut que les autres poubelles et donc est intégrée comme dispositif normal et un comportement habituel dans la vie de l'université. Ils arrivent aujourd'hui à composter 70% des matières résiduelles sur le campus selon Patrice Cordeau (Annexe 3, Question 8), pourtant depuis quelques années il trouve qu'il y a un relâchement des efforts par rapport au tri des déchets sur le campus. "Avec la nouvelle génération il y a un laisser-aller, on dirait que le tri est, je ne sais pas, moins important, mais on a du mal à l'expliquer. On va retenter des campagnes de sensibilisation pour sensibiliser les étudiants à faire l'effort, je pense que l'effort n'est pas là. On n'a jamais eu autant de contaminés qu'en ce moment." explique Patrice Cordeau (Annexe 3, Question 8). En effet, il espérait que les grands efforts de sensibilisation faits en 2009 et dans les années qui ont suivi suffiraient à faire adopter ce

comportement de manière durable mais ce ne fut pas le cas. Ceci démontre que les connaissances sur un certain comportement et même son ancrage dans le temps ne sont parfois pas suffisants pour le faire pratiquer sans rappel. Nous ne pouvons pas explorer ici les freins spécifiques à ce cas mais il est intéressant de noter cette difficulté à faire conserver ce comportement dans une institution qui est un lieu transitoire pour les étudiants. L'université accueille tous les ans des nouveaux étudiants et d'autres partent à la fin de leurs études.



Logo Université de Sherbrooke (Site web usherbrooke.ca, 2021)

Enfin le compostage fait partie de l'identité de ce campus et de cette université. En effet, l'université a reçu une certification du système STARS qui l'a classée parmi les dix meilleures universités au monde en termes de développement durable. *“Il s'agit de la plus haute distinction en développement durable pour un établissement d'enseignement, et l'U de S l'a obtenue dès sa première tentative, un exploit sans précédent.”*, lit-on dans un article publié en juillet 2020 sur le site web de l'université. Ce critère est donc utilisé par l'université pour se distinguer des autres universités et intégrer une culture d'écoresponsabilité pour son campus. Le projet de compostage s'ancore aussi dans l'historique du site car l'université se trouve sur d'anciennes terres agricoles. Aujourd'hui tout le compost produit par l'université est utilisé pour alimenter les hectares de terres qui restent non bâtis. Même les couleurs de l'université, le vert foncé et le jaune rappellent la nature !

4. Les composteurs à l'Université Côte d'Azur : un prétexte pour sensibiliser à l'environnement

Une des premières thématiques dont de la Mission écoresponsable de l'Université Côte d'Azur s'est emparée, après sa création par l'IDEX en février 2018 fut la réduction des déchets produits à l'université et par la communauté universitaire. Des actions furent lancées : des ateliers zéro-déchets, la distribution de bouteilles réutilisables, un festival zéro déchet et la création de sites de compostage sur plusieurs campus de l'université. Le but initial du compostage à l'université était la réduction des déchets en revalorisant le contenu des poubelles de déchets organiques. Mais derrière cette initiative se cache un autre but encore plus pertinent pour la mission, sensibiliser la communauté de l'université

pour faire changer des comportements individuels qui mèneraient à un revirement durable de l'institution vers l'écoresponsabilité.

Cette mission, rattachée à l'université, a donc installé dix sites de compostage sur cinq campus universitaires et compte en installer sur deux campus supplémentaires. Le but est de faire adopter ce comportement par le plus grand nombre dans la communauté universitaire. Le compostage a été choisi comme l'une de ses premières initiatives car il est relativement simple à installer, il est facilement répliquable et l'on peut faire un lien direct avec les jardins installés sur les campus universitaires.

Un poste de maître composteur à plein temps a été créé pour accompagner ces sites de compostage. D'ailleurs, en plus de l'entretien du compostage (s'assurer du bon taux d'humidité, retourner le compost pour aérer le processus et vérifier qu'il est à la bonne température), il y a dans la description de ce poste la présentation d'ateliers de sensibilisation au compostage. Nous verrons le détail du contenu de ces ateliers dans la Partie III.

Certains bacs de compostage ont été donnés par la Métropole Nice Côte d'Azur, qui mène un programme de distribution de composteurs pour les individus et les groupes. Les responsables sensibilisent aussi à son fonctionnement, mais laissent les citoyens se charger de leur composteur à partir de leur acquisition. La Métropole Nice Côte d'Azur n'a pas de ramassage de compost dans la rue, comme pour le ramassage des poubelles ou les bacs de tri comme pour le verre, le papier et les cartons. D'autres communes ont installé des services de ramassage de compost avec une poubelle verte qui lui est dédiée, comme à San Francisco ou encore avec une poubelle marron à Montréal. Pourtant elle essaye de valoriser ces initiatives liées aux comportements écoresponsables et tente de les rendre visibles dans les endroits de la métropole où elles sont mises en place.

Elle installe donc des panneaux de signalétique pour les composts collectifs pour que leur action soit valorisée et que la participation des usagers soit rendue visible. Comme celui à gauche, qui se trouve sur le campus Carlone de l'Université Côte d'Azur. La Métropole désire montrer que l'Etat et les collectivités font des actions écoresponsables et veulent être associés aux initiatives citoyennes tels les jardins collectifs qui ont demandé à démarrer un compost. C'est une manière de montrer qu'elle prend sa part dans la transition écologique des territoires et qu'elle se différencie des autres territoires en se montrant

plus compétitive dans les actions écoresponsables. Elle veut s'afficher comme une institution qui encourage les comportements écoresponsables de ses citoyens. Ces signalétiques aident aussi la Mission écoresponsable à rendre ces sites de compostage plus visibles, elles se trouvent donc près de chaque site de compostage sur les campus de l'Université Côte d'Azur. En effet, la visibilité des sites est un enjeu important pour la mission car la majorité des sites de compostage ont été cachés derrière des arbres, ou mis de côté pour ne pas obstruer les jardins et les bâtiments dont certains sont protégés par les architectes de France.



Signalétique compostage (Photo Ninon Scotto di Uccio, 2021)



Site de compostage campus Valrose (Photo Ninon Scotto di Uccio, 2021)

Les autres bacs ont été créés à partir de palettes en bois, récupérés et réemployés par des membres de la mission. Pour communiquer autour des sites de compostage Emilie Demoinet et les étudiants qui travaillent à la Mission écoresponsable ont adopté différentes stratégies pour augmenter leur visibilité. Pour toucher les “non convaincus” ils désirent attirer les étudiants en se focalisant sur l'attractivité des sites, une réflexion qui est en cours. Pour l'instant une série de panneaux ont été installés sur les différents bacs, expliquant leurs fonctions et ce qu'on peut mettre ou non dans le bac d'apport de déchets. Ces panneaux expliquent aussi la différence entre les deux types de sites de compostage qu'a installés la mission : les sites assistés et les sites semi-autonomes.

Pour que le compostage se fasse de manière efficace il faut un mélange de matières dites “liquides” et de matières dites “sèches”. Comme la grande majorité de nos restes alimentaires font partie de la catégorie liquide et faut donc rajouter au mélange l'équivalent des apports en matières sèches, c'est-à-dire de la matière organique composée de feuilles mortes et de bois broyé. Pour les sites “assistés”, la mission demande aux

utilisateurs de simplement déposer leurs déchets alimentaires dans le bac d'apport mais pour les sites "semi-autonomes" une étape supplémentaire leur est demandée, recouvrir d'équivalent de leur apport en déchets alimentaire avec de la matière sèche qui se trouve dans un des bacs du site. Le but de ces deux types de sites est de voir si demander une étape supplémentaire changerait le comportement des usagers du compost et voir si les comportements attendus sur chaque site sont respectés.



Panneaux site de compostage assisté et semi-autonome (Photo Ninon Scotto di Uccio, 2021)

Le design et la charte graphique de la signalétique est reprise dans toute la communication autour des composteurs. Une femme habillée en tenue de jardinière, avec des bottes jaunes et un chapeau en paille, jette ses déchets contenus dans un seau vert, dans un bac de compostage en bois. Toutes les représentations des déchets sont faites en dessins numériques ce qui donne une image de bande dessinée ludique à cette signalétique. Comme nous l'avons démontré dans la partie 2.1 l'image des déchets que nous portons dans nos imaginaires rend difficile de mettre en image et de communiquer sur nos déchets, dont nos déchets alimentaires, sans provoquer un sentiment d'insécurité et de malaise. L'Université Côte d'Azur semble avoir compris ce rejet car il n'y a aucune photo de déchets alimentaires mélangés ensemble, comme l'on pourrait le voir dans un bac de compost. Nous pouvons voir une épluchure de banane, un trognon de pomme et un sachet de thé usé mais pas mélangés les uns sur les autres et le fait qu'ils soient représentés en forme de design numérique nous éloigne de la réalité de l'objet.

Il est intéressant de comparer ce personnage et ce design à celui de la Métropole Nice Côte d'Azur sur le même sujet. Les images dans “le kit pour composter”, créé par la



Le kit pour composter (Métropole Nice Côte d'Azur, 2021)

Métropole comme outil de sensibilisation au compostage, sont aussi dessinées et apportent de même un effet bande dessinée enfantin et nous détache de la réalité d'un composteur pour le remplacer par un imaginaire d'un compost propre dans un jardin propre. Les personnages qu'ils ont choisi de représenter sont aussi similaires bien que l'image de “écocitoyenne” adoptée par la métropole est une photo et qu'elle semble plus citadine que celle de la mission écoresponsable. Nous pouvons aussi voir que la cible de la communication de la métropole est l'individu dans sa vie quotidienne car l'image utilisée pour la représentation d'une “écocitoyenne” montre une femme en habit civil, pas en tenue de jardinage. Elle est habillée de manière commune, sa posture est robotisée et elle porte même des talons - à l'image d'une barbie écocitoyenne. Cette campagne a voulu utiliser l'image d'un individu auquel on peut facilement s'identifier, et les pointillés autour du personnage font un rappel aux jeux de découpage que nous faisons étant enfants. C'est aussi un rappel que cette campagne s'ancre avec celle du recyclage car nous avons l'habitude de voir le logo “tous éco-citoyens” sur les dispositifs de tri de la métropole.

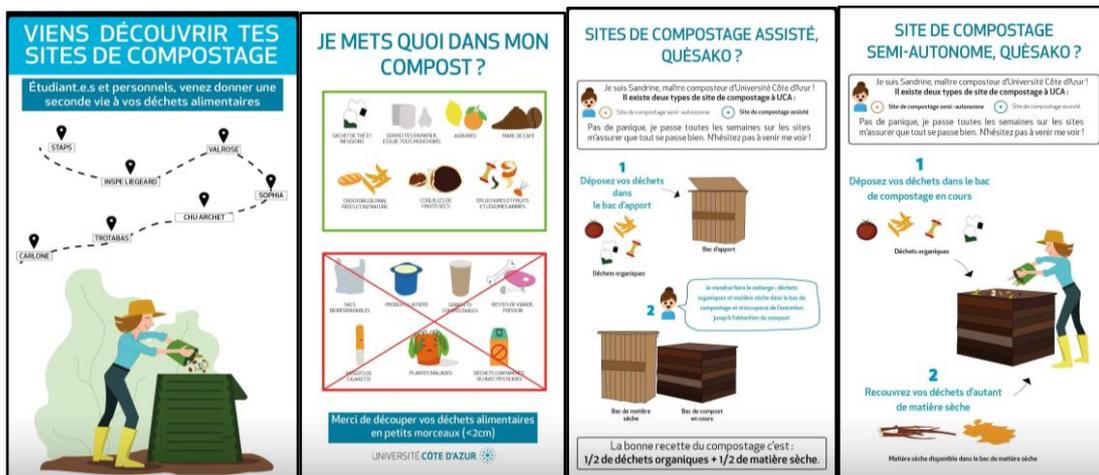
Métropole comme outil de sensibilisation au compostage, sont aussi dessinées et apportent de même un effet bande dessinée enfantin et nous détache de la réalité d'un composteur pour le remplacer par un imaginaire d'un compost propre dans un jardin propre. Les personnages qu'ils ont choisi de représenter sont aussi similaires bien que l'image de “écocitoyenne” adoptée par la métropole est une photo et qu'elle semble plus citadine que celle de la mission écoresponsable. Nous pouvons aussi voir que la cible de la communication de la métropole est l'individu dans sa vie quotidienne car l'image utilisée pour la représentation d'une “écocitoyenne” montre une femme en habit civil, pas en tenue de jardinage. Elle est habillée de manière commune, sa posture est robotisée et elle porte même des talons - à l'image d'une barbie écocitoyenne. Cette campagne a voulu utiliser l'image d'un individu auquel on peut facilement s'identifier, et les pointillés autour du personnage font un rappel aux jeux de découpage que nous faisons étant enfants. C'est aussi un rappel que cette campagne s'ancre avec celle du recyclage car nous avons l'habitude de voir le logo “tous éco-citoyens” sur les dispositifs de tri de la métropole.



Le kit pour composter (Métropole Nice Côte d'Azur, 2021)

La Mission écoresponsable essaye de personnaliser des sites de compostage en ajoutant le personnage de Sandrine la maîtresse composteur qui apparaît sur les panneaux et les postes. Ce petit personnage très simplifié, qui porte les couleurs de l'université, parle à la première personne et s'introduit par son prénom. Ceci donne directement une proximité avec le lecteur du panneau. Elle explique son rôle avec les composteurs, donne des conseils d'utilisation, explique la différence entre les deux types de sites de compostage. Soit des bulles de texte sont utilisées pour la faire parler, soit elle est incluse dans un rectangle de texte ce qui, avec utilisation de la première personne fait comprendre que c'est elle qui nous parle. “Pas de panique, je passe toutes les semaines sur les sites pour

m'assurer que tout se passe bien. N'hésitez pas à venir me voir !" dit-elle sur une story Instagram dérivée du design des panneaux. Son ton est rassurant, ce qui montre que la Mission écoresponsable a compris que composter ses déchets alimentaires peut être une chose qui n'est pas rassurante pour certaines personnes. L'idée d'un mauvais entretien, d'un débordement, d'odeurs et de nuisances est tout particulièrement présente. Il est donc stratégique pour la mission de montrer que ce dispositif de gestion de déchets est bien entretenu régulièrement, par quelqu'un qui est dédié à la tâche et qui est approchable.



Découverte des sites de compostage (Story Instagram Université Côte d'Azur, 2021)

Les instructions sont précises et cadrées et se servent d'un code couleur très intuitif pour montrer ce qui est accepté ou non. Ceci montre à leur utilisateur que la démarche est organisée et qu'il y a des attentes spécifiques par rapport au dispositif, ce qui de même peut être rassurant. Le design est entièrement fait avec la charte graphique de l'université, ce qui donne une dimension officielle au projet et montre qu'il y a une instance qui est chargée du dispositif. Les panneaux sont imprimés sur des plastiques durs et le matériel résiste bien à la pluie et à l'extérieur, ce qui donne un look propre. Ils sont aussi accrochés à des poteaux en bois, qui font écho aux bacs de compostage en bois. Ceci équilibre le plastique avec un élément naturel peu transformé et apporte donc la vision de compostage comme quelque chose de plus proche de la nature que des bacs en plastique dur où l'on jette le reste de nos déchets.

Le projet de compostage universitaire a aussi été montré dans une récente vidéo promotionnelle de la Mission écoresponsable qui a été diffusée sur les canaux de l'université le 11 mai 2021. Nous pouvons voir une étudiante jeter ses déchets

alimentaires d'un seau vert dans un bac d'un des sites de compostage du campus Valrose de l'université. Puis la caméra est posée dans le bac d'apport et nous voyons les déchets alimentaires nous tomber dessus. Puis nous voyons Sandrine, la maître composteur qui porte un sweatshirt avec le logo de l'université, s'approcher à vélo du site avec un sac de course. Elle s'approche d'un des bacs et sort du terreau noir qu'elle place dans son sac, elle met le sac dans le triporteur de son vélo et arrive à un jardin. Au-dessus de ces images nous entendons une femme en voix off qui dit : *“Le saviez-vous, nos épiluchures et les restes alimentaires constituent une ressource importante que nous valorisons sur les campus. En effet, en se décomposant les déchets organiques produisent un engrais et un amendement très utile au sol : le compost. Il existe plusieurs sites de compostage collectif sur les campus. Sandrine la maître composteur et la mission vous accompagnent tout au long de l'année avec un ensemble d'ateliers comme l'initiation au compostage. Alors n'hésitez plus, venez donner une seconde vie à vos épiluchures. Le compost produit est en partie donné aux usagers qui le souhaitent, il peut être aussi utilisé dans les jardins participatifs et durables mis en place par la mission sur quatre campus pilotes.”*

Cette vidéo aide à mieux situer l'initiative de compostage de l'université mais aussi à montrer une action concrète mise en place par la mission écoresponsable. L'on voit une étudiante jeter des déchets alimentaires ce qui rappelle la femme sur les panneaux près du compost et c'est une bonne manière de normaliser ce comportement, car n'importe quel étudiant peut s'identifier à l'étudiante qui vient déposer ses déchets. Le cadrage de la caméra dans le compost peut lui déranger car l'on voit une masse de mélange de déchets nous tomber dessus. Ceci brise la distance avec les déchets que nous désirons avoir pour nous sentir confortables à leur égard. Le personnage de Sandrine est aussi montré ici entretenant le compost renforçant l'idée d'un accompagnement toute l'année. Ceci amène de la durabilité dans la relation avec elle et donne plus de confiance dans le dispositif des composteurs. A part les déchets qui nous tombent dessus, nous voyons une image propre car ni l'étudiante, ni Sandrine ne touche les déchets (Sandrine porte des gants quand elle déplace le compost fini). Nous voyons peu les déchets entrant dans le processus mais plus de la terre noire, fine, sans morceau qui est beaucoup moins dérangeante. Finalement, cette vidéo montre aussi que la Mission écoresponsable considère la connaissance des étudiants sur le compostage très faible, voire inexistante car elle explique les bases de ce qu'est le compostage. Elle n'insiste pas du tout sur le côté culpabilisateur de nos déchets et n'explique pas que le compostage est une manière de réduire la masse de déchets que

nous produisons mais plutôt une manière d'adopter quelque chose d'utile à la vie de campus à l'université.

En plus des panneaux, des stories Instagram sur le compte de l'Université Côte d'Azur et des ateliers de sensibilisation périodiques que proposent à présent la Mission écoresponsable autour du compostage, elle désire introduire de nouvelles formes de communication : Les actualités sur le compost dans la newsletter de la mission, des posts sur les réseaux sociaux de l'université, des vidéos de témoignages d'utilisateurs des sites, des jeux vrai/faux sur le compostage avec des prix à gagner, un site internet dédié au compostage, un design sur des composteurs pour les mettre en valeur, etc...

On peut voir que les réseaux sociaux sont une stratégie clé de la mission pour faire connaître son initiative de compostage sur les campus. Les outils numériques sont devenus indispensables pour augmenter la visibilité de structures réelles et capturer un public large mais spécifique, ceux qui s'intéressent aux actions et à la communication de l'université. Le numérique aide à donner du sens à une structure que l'on n'a peut-être jamais perçue comme nous concernant. Le but de cette communication est donc de faire reconnaître les sites de compostage et montrer le comportement qui leur est associé, pour que les étudiants se les approprient.

Pour conclure, la mission écoresponsable de l'Université a installé de nombreux sites de compostage sur les campus de leur université mais les structures sont sous-utilisées à cause d'un manque de visibilité et de compréhension autour de l'utilité des sites. La mission veut donc faire comprendre l'utilité du compostage à sa communauté en espérant que cette compréhension incitera plus de personnes à adopter le comportement de compostage de leurs déchets alimentaires. Leur stratégie est de rendre officiel mais accessible les sites de compostage. Créer une identité propre et reconnaissable à l'initiative de compostage, avec ses personnages et instaurer la confiance en ce nouveau dispositif pour faire changer les comportements. La communication est similaire à celle faite sur le thème du compostage de la métropole où se trouve l'université mais reste aussi distincte pour garder sa spécificité et se différencier.

C. Comparaison entre les campus : Quelle communication adopter ?

Ayant analysé les contextes et la communication de ces quatre sites universitaires qui ont proposé des projets de compostage, avec pour but de faire adopter aux étudiants de leur université le comportement écoresponsable du compostage de leurs déchets alimentaires, nous allons faire apparaître les conditions et la communication qui semblent être nécessaires pour faire adhérer à ce comportement. Pour étayer cette analyse nous allons aussi nous appuyer sur les points théoriques concernant les freins entre sensibilisation et adoption d'un comportement écoresponsable que nous avons élaborés dans la partie I. Nous allons ensuite comparer ce qui a été mis en place sur les campus de l'Université Côte d'Azur avec les pratiques des autres universités pour comprendre ce qu'il serait utile d'incorporer sur ces campus pour inciter l'adoption du comportement souhaité.

1. Institutionnaliser les sites de compostage

Le principal frein qui ressort de ces analyses sont des freins institutionnels. Pour rappel, un frein institutionnel est constaté quand l'institution ne procure pas les dispositifs nécessaires pour accomplir un comportement souhaité. Cette attitude rend le changement plus coûteux en temps, énergie, argent... Dans ces cas, nous pouvons clairement voir que plus le tri des déchets alimentaires est rendu simple pour les étudiants par l'administration des universités, plus le compostage a été facilement adopté. Quand il y a très peu de freins institutionnels, comme à l'Université de Sherbrooke, qui a mis les poubelles de compostage à côté des autres poubelles, qui en a installé partout sur leur campus et qui a changé toute la vaisselle de l'université pour qu'elle soit compostable, la pratique du compostage a été plus facilement adoptée. Dans les autres cas, les sites de compostage ont été mis à l'écart ce qui rend le comportement plus coûteux en temps et en énergie pour l'étudiant qui doit se rendre sur un autre site pour déposer ses déchets alimentaires.

En effet, le placement des sites de compostage est un conflit commun aux trois universités françaises. Les acteurs qui souhaitent les installer veulent les rendre visibles pour faciliter et augmenter leur utilisation, mais les services ou l'administration des universités résistent à leur installation et désirent les cacher autant que possible. Cette problématique avait déjà été relevée par Yann Cochin et Dominique Lhuilier (1999 : 14) qui nous expliquent que "*Le traitement des déchets est encore compliqué par la réticence voire l'opposition*

radicale des populations locales à qui on présente un projet d'implantation d'unités de stockage, compostage ou incinération." Quand tous ces acteurs souhaitaient installer des sites pour faire la collecte, le compostage et la réutilisation des déchets organiques, ils ont été confrontés à une résistance de la part d'autres personnes qui ne souhaitent pas voir traiter ces déchets à proximité des lieux qu'ils fréquentaient.

Comme nous l'avons vu précédemment, un des buts de la communication autour des déchets est d'essayer de dissocier les installations de traitement de déchets et les nuisances éventuelles, une association qui est généralement présente dans l'esprit des gens. Il faudrait donc quand on veut initier un tel projet commencer par essayer de convaincre les administrations des universités d'installer les sites près des autres poubelles sur les campus. La situation la plus favorable étant d'intégrer le compostage dans les restaurants universitaires et changer la vaisselle dans ces restaurants et les food trucks des campus, pour généraliser et simplifier la pratique.

Une des stratégies communicationnelles mise en avant par les étudiants, associations, missions et administration des universités est d'esthétiser les sites de compostage dans le but de les rendre plus visibles, et de détacher la représentation du contenant de celui de son contenu, qui peut être répulsif. L'esthétique suggère une idée d'ordre et d'harmonie avec son environnement. Yann Cochin et Dominique Lhuillier (1999 : 124) proposent de veiller à l'esthétique du contenant, ici les bacs à compost, de les masquer, de les camoufler sans pour autant les dénaturer. Tous les sites étudiés, à part le campus de Sherbrooke qui utilise une technologie plus industrielle pour composter ses déchets, ont installé des bacs en bois qui donnent une esthétique naturelle. L'Université Lumière Lyon 2 et l'Université Côte d'Azur ont aussi toutes deux songé à peindre les bacs de compostage pour changer leur esthétique et leur donner un intérêt visuel, accentuer l'identité du composteur et le rendre plus attractif. Donner au composteur sa propre identité est une idée qui pourrait fonctionner car cela permet de produire un effet d'engagement des étudiants. Susciter de la curiosité pour ces objets insolites peut attirer l'attention et valoriser le projet. Pourtant l'Université de Sherbrooke qui a un système généralisé et une forte adhésion à la pratique du compostage s'appuie au contraire sur le fait que la poubelle de compostage n'est pas différente des autres poubelles de tri que les étudiants utilisent. Elle a la même taille, elle est au même emplacement et utilise les mêmes structures techniques (les sacs poubelle) que les autres. Peut-être que ne pas différencier le compostage du recyclage et du tri des

déchets, habitudes déjà ancrées dans l'esprit des gens, peut amener les étudiants à adopter ce nouveau comportement plus facilement.

2. Rendre le comportement socialement valorisé

Pour que ce comportement soit adopté il serait aussi pertinent qu'il soit socialement valorisé par la communauté de l'étudiant, notamment sa famille et les autres étudiants autour de lui. Pour l'instant il sera difficile de faire adopter ce comportement car le compostage de ses déchets alimentaires n'est pas une pratique très répandue. La majorité des étudiants n'ont pas d'amis qui compostent leurs déchets et leur comportement sera donc vu comme quelque chose de nouveau et hors norme dans son groupe social, ce qui peut être un frein majeur à l'adoption de ce comportement. Notamment demander à un étudiant de ramener ses déchets alimentaires de chez lui vers le site de compostage, cela veut dire venir jusqu'au campus avec un sac de déchets, une action qui est très visible par son groupe social. Cette pratique est donc non seulement coûteuse en temps et énergie mais peut être socialement dévalorisante pour une majorité des étudiants.

Comme le compostage n'est pas encore une pratique ni une cause indiscutable dans l'esprit des gens, il faudra montrer les justifications à ce comportement à travers la communication faite autour des sites de compostage. Il faut bien prendre en compte que la majorité des étudiants n'est pas sensibilisée aux questions environnementales et au compostage. Il faudra prendre conscience de ces freins et ainsi donner du sens à cette pratique et la rendre socialement valorisée. En effet, le compostage pourrait entrer dans la valorisation sociale qui existe déjà autour du tri de nos déchets recyclables. "*Tirer n'est envisageable que s'il y a valorisation sociale, et de cette pratique (tri et citoyenneté), et de l'objet récupéré en lui redonnant de diverses manières au moins une valeur d'usage, au mieux une valeur marchande.*" (Cochin, Lhuillier, 1999 : 138). La valorisation sociale autour du compostage des déchets alimentaires n'est pas encore répandue sur les campus universitaires français mais le compostage contient toutes les caractéristiques qui pourraient inciter un public étudiant à l'adopter. En l'occurrence, car il produit une matière riche qui peut servir d'engrais ce qui pourrait lui donner de la valeur aux yeux des étudiants.

Pour renforcer cette valorisation sociale du compostage auprès de la population étudiante, certaines communications ont insisté sur le fait que ce sont des étudiants qui sont à la base du projet de compostage sur leurs campus. Il semble en effet important de communiquer le fait que d'autres étudiants pratiquent déjà ce comportement. La communication qui est clairement faite par les étudiants ou qui montre un étudiant en train d'accomplir ce comportement est pertinente dans l'adoption du compostage par les autres étudiants de l'université, car ils verront que d'autres valorisent déjà cette pratique.

3. Éviter d'effrayer son public

Dans tous les campus français il semble y avoir une minorité d'étudiants sensibilisés qui cherchent activement à composter leurs déchets alimentaires mais pourtant une large majorité qui semble non informée ou d'autres qui ne sont pas intéressés. Les projets qui semblent avoir le mieux marché étaient les plus petits projets qui fonctionnaient avec les étudiants bénévoles déjà sensibilisés. Les projets qui ont tenté de généraliser le comportement pour un public élargi, pas forcément sensibilisé, ont été plus compliqués. Notamment il y avait beaucoup de contamination de matières non organiques dans les bacs à compostage et les sites mal gérés attiraient des nuisances et collectaient les odeurs ce qui générait très vite des plaintes par rapport aux projets. Certes, l'Université de Sherbrooke a bien généralisé le compostage pour tous ses étudiants mais avec une campagne massive, qui a duré des années et elle a facilité l'adoption du comportement demandé en l'accompagnant de moyens techniques. Les projets qui marchent seulement avec des étudiants bénévoles ont la problématique d'un manque d'utilisateurs et communiquent donc majoritairement pour atteindre les étudiants déjà sensibilisés au compostage, ou à l'environnement pour leur montrer qu'il existe un compost et qu'ils peuvent s'en servir. Le plus grand enjeu est pourtant d'inciter des étudiants non sensibilisés à adopter ce comportement, ou même d'amener la majorité des étudiants au compostage pour ensuite leur faire prendre conscience des problèmes environnementaux dans leur globalité.

Pour sensibiliser cette population d'étudiants il faudra éviter les images qui font peur ou mettent mal à l'aise, car elles vont à l'encontre d'un comportement écoresponsable. En effet, le compostage peut être doublement anxiogène car il peut nous rappeler la

dégradation environnementale que nous subissons et il traite de nos déchets, sujet qui peut susciter un sentiment fort de rejet.

Le fait que ces campus offrent la possibilité aux étudiants de composter leurs déchets alimentaires est déjà positif car elle leur propose une action individuelle qu'ils peuvent accomplir sans être paralysés par la peur d'aborder ces sujets qui ne sont pas encore entrés dans les mœurs de la plupart d'entre eux. Par ailleurs, il semble tout aussi important de garder une certaine distance par rapport aux déchets que ce soit dans le comportement souhaité du compostage ou dans la communication autour de ce comportement.

En effet, il vaudrait mieux, comme l'ont fait toutes les campagnes de communication, ne pas montrer de déchets alimentaires ou organiques car ils ont un aspect pas très agréable. Il vaut mieux montrer le produit fini, une fois que les déchets sont transformés, ou de les représenter sous forme de dessins. Toute cette stratégie tend à créer une distance confortable avec l'image dévalorisée du déchet en décomposition. Si les déchets alimentaires comme les peaux de banane sont parfois montrés dans ces campagnes, il semble important de ne pas les montrer mélangés à d'autres déchets, comme l'on pourrait le voir dans un bac d'apport d'un site de compostage. De même, dans les sites eux-mêmes il serait préférable de cacher les déchets alimentaires, que ce soit dans un seau avec un couvercle ou tout autre dispositif pour ne pas être confronté à la vue les déchets en début de décomposition.

Dans tous les cas, l'importance de ces campagnes devrait être de rassurer son public sur le dispositif du contenant de déchets. Montrer que quelqu'un ou un groupe est chargé de s'en occuper, notamment dans le long terme, pour déconstruire l'image de la gestion de déchets comme une nuisance et un déchet lui-même. Il serait stratégique de montrer que la structure ne déborde pas, ne sent pas mauvais mais surtout qu'elle consiste à rendre utiles, propres et inoffensifs les déchets. Le compostage pourrait être montré comme un système de revalorisation des déchets : un processus qui transforme les déchets en quelque chose qui n'en est plus un. De plus, avoir quelqu'un, ou un groupe de personnes qui s'occupe régulièrement du compostage sur les campus rassurera sur le fait que le site sera bien entretenu et risquera moins d'engendrer l'image négative d'un site attirant les nuisances et les odeurs. Ceci est important car le site doit s'écarter des préjugés péjoratifs que les gens ont dans leur imaginaire à son égard. Autrement, il sera difficile de faire adopter un comportement favorable au compostage.

Enfin, il est utile de ne pas culpabiliser l'étudiant par rapport à ses déchets pour faire adopter la pratique souhaitée car le sentiment de culpabilité est contreproductif. Il est donc important de ne pas s'attarder sur un discours de surabondance de déchets car cette image est déjà présente dans notre conscience collective et peut vite devenir culpabilisante.

4. Montrer l'impact positif du comportement

Mieux vaut parler de l'impact positif du compostage des déchets. En effet, expliquer l'impact positif pour les autres et la planète, ici particulièrement la vie des sols, peut être un argument pertinent par rapport aux valeurs altruistes et biosphériques de l'individu. De même mesurer et communiquer aux utilisateurs la quantité de compost produit par rapport aux déchets jetés, et l'utilisation de ceux-ci pour un projet communautaire peut être efficace pour faire adopter un bon comportement car l'individu pourra mesurer le bénéfice de son action et verra concrètement son utilisation dans un projet communautaire.

Il serait aussi intéressant de communiquer les intérêts individuels à adopter ce comportement. Le premier serait d'ordre économique : composter ses déchets alimentaires permet de faire des économies. Nous pouvons aussi ajouter l'aspect communautaire car l'on contribue à la vie de son université en s'impliquant dans un cycle, déchet, compost, jardin avec d'autres individus de sa communauté. Enfin, il y a la récompense individuelle de pouvoir récupérer son compost à la fin du cycle pour sa propre utilisation mais surtout la satisfaction d'avoir accompli un geste bienfaisant pour l'environnement et l'impression de faire une bonne action pour la planète.

5. Ancrer le compostage dans l'identité de l'université

Dans toutes les campagnes de communication que nous avons analysées nous pouvons voir une particularité ressortir. Toute la communication faite autour des sites de compostage semble correspondre avec l'identité même des universités où ils se trouvent. En effet l'Ecole National Supérieur a une communication claire et institutionnelle, l'Université Lumière Lyon 2 a une communication ludique et créative, l'Université Côte d'Azur ancre le compostage avec les autres initiatives écoresponsables de l'université et l'Université de Sherbrooke confirme son identité dans le développement durable. Il

semble donc intéressant de communiquer par rapport à l'identité du lieu où se trouvent les composteurs et de différencier sa communication par rapport au contexte de l'institution.

Les campagnes qui ne se sont pas basées sur un comportement obligatoire, donc celle de l'Université Lyon 2 et l'Université Côte d'Azur, ont un ton plus ludique. Elles essaient d'inciter les étudiants à composter en montrant que c'est un projet écoresponsable mis en place par l'université à la disposition des étudiants. L'important est de rendre le dispositif et le comportement accessibles. Cette accessibilité vient du fait qu'il a été mené par les étudiants dans le cas de l'Université Lumière Lyon 2 et du fait que le compostage fait partie d'une implication plus grande dans l'écocitoyenneté de la vie de campus à l'Université Côte d'Azur. Dans ces deux campagnes le comportement est sur la base du volontariat ce qui est favorable à l'adoption d'un comportement écoresponsable.

6. Une communication simple sur un comportement simple

A l'Université de Sherbrooke, le programme qui semble avoir le mieux réussi à faire adopter un comportement écoresponsable, deux facteurs semblent avoir contribué à sa réussite : un comportement simple et une communication simple. En effet l'université a changé tout son dispositif de vaisselle et a développé un bioréacteur pour pouvoir simplifier le comportement pour ses étudiants. Elle a aussi communiqué avec un message clair qu'elle a diffusé à grande échelle, des années de suite. Ces messages furent diffusés par des étudiants pour viser un public étudiant, montrant que l'intérêt social des étudiants était de composter. Et enfin, l'université a ancré ce projet dans l'identité même de l'institution en montrant aux étudiants que ce comportement était en lien avec les autres initiatives écoresponsables omniprésentes sur leur campus. Tous ces facteurs semblent avoir été utiles dans l'adoption massive et institutionnalisée du compostage des déchets alimentaires sur ce campus universitaire et peuvent donc être des pistes intéressantes à reproduire pour mettre en place un projet qui aurait le même succès.

Conclusion de la Partie II : Quelle communication adopter pour engager des étudiants autour d'initiatives de compostage sur leurs campus universitaires ?

Dans cette partie nous avons exploré comment était perçu l'objet du déchet dans notre imaginaire collectif et la communication faite autour de celui-ci. Une image de dégoût et un discours de surabondance de déchets sont le contexte général qu'il faut prendre en compte quand l'on désire communiquer autour d'initiatives de compostage. Celles-ci se multiplient aujourd'hui car le compostage est vu comme une pratique écoresponsable, face aux enjeux environnementaux. Nous nous sommes subséquemment penchés sur les contextes et la communication faite autour de sites de compostage universitaires lors d'entretiens directifs avec les acteurs, étudiants, administration et associations qui ont initié les projets. Nous avons pu appréhender, lors de ces analyses de terrain, les éléments qui semblent pertinents à l'engagement d'étudiants que nous pourrions appliquer au contexte de l'Université Côte d'Azur. Ceci pourra être utile pour inciter ses étudiants à adopter le comportement du compostage de leurs déchets alimentaires.

Les éléments les plus remarquables sont les suivants : institutionnaliser les sites de compostage, faire que ce comportement soit socialement valorisé, communiquer d'une manière rassurante par rapport à un sujet effrayant, montrer l'impact positif du comportement, ancrer la pratique dans l'identité de l'université et enfin, simplifier au maximum le comportement et la communication autour du comportement. Ceci nous donne des pistes de réponses à notre question de recherche : *Dans quelles mesures peut-on amener un.e jeune étudiant.e à l'Université Côte d'Azur à adopter comme comportement écoresponsable le compostage de ses déchets alimentaires?*

Pour y répondre nous avons croisé les résultats de notre analyse de terrain avec les freins à l'adoption d'un comportement écoresponsables que nous avons examinés dans la Partie I, pour comprendre quels éléments étaient nécessaires pour faire adopter ce comportement. Pour pouvoir répondre à notre question de recherche nous devons maintenant, dans la Partie III comprendre les spécificités du comportement écoresponsable du compostage des déchets alimentaires à l'Université Côte d'Azur.

Partie III Méthodologie pour une action engageante à l'Université Côte d'Azur

A. Un questionnaire pour sensibiliser les étudiants

Après avoir analysé la communication sur les sites de compostage universitaire, nous avons voulu étudier de plus près ce qui se passe à l'Université Côte d'Azur, en savoir plus sur les perceptions du compostage par les étudiants et identifier les possibles freins à l'adoption du compostage des déchets alimentaires dans le contexte du campus Valrose à Nice. Nous avons choisi d'étudier le campus Valrose car c'est là où se trouvent le plus de sites de compostage, ceux qui ont été en état de fonctionnement le plus de temps et qui sont le plus utilisés. C'est aussi un campus où se trouve une résidence universitaire ce qui pourrait être un facteur intéressant par rapport au comportement que nous recherchons. Nous avons décidé, pour permettre une identification des pratiques et des freins potentiels à l'œuvre, de créer un questionnaire à destination des étudiants. Pour réaliser une enquête, nous avons décidé de collaborer avec l'acteur de terrain, la Mission écoresponsable de Université Côte d'Azur, tout en gardant une distance critique vis-à-vis de celle-ci. Nous avons élaboré ce questionnaire (voir annexe 4) mais n'avons pas pu l'envoyer dû à des contraintes de temps et surtout vu la situation sanitaire, mais nous allons partager notre démarche qui pourrait être mise en place dans un futur proche pour valider nos hypothèses.

1. Genèse du questionnaire et relation à la Mission écoresponsable :

Lors de notre recherche nous avons eu l'opportunité d'approcher la Mission écoresponsable de l'Université Côte d'Azur. Celle-ci désire comprendre qui alimente ses bacs d'apport de déchets alimentaires sur les sites de compostage et s'interroge sur les modalités de sensibilisation de la communauté universitaire sur cette pratique. L'échange et la réflexion conduite avec la chargée de mission nous ont amenés à identifier la nécessité de mieux connaître et comprendre les pratiques des étudiants sur ces questions. De plus, la mission désire mettre en valeur l'implantation de ces sites sur les campus universitaires pour attester du travail de la Mission écoresponsable dans la vie de l'université. Le choix a donc été fait de produire un questionnaire dont les questions sont, non seulement construites à des fins de collection de données, mais aussi, peuvent permettre de sensibiliser les participants de l'enquête grâce aux informations recueillies

sur le compostage au fur et à mesure des questions, particulièrement quand les personnes auront répondu “non” aux questions qui portent sur les connaissances relatives au compostage. Cette démarche s’inscrit donc logiquement dans la volonté de la Mission écoresponsable d’utiliser les composteurs à l’université pour sensibiliser la communauté étudiante sur la réduction de leur impact environnemental et notamment leur production de déchets.

2. Objectif du questionnaire

Nous avons réalisé un questionnaire, ici en annexe 4, pour voir ce qu’il en est vraiment des perceptions et connaissances des déchets alimentaires et de la pratique du compostage par notre public cible : les étudiants de l’Université Côte d’Azur. Ceci nous permettra de voir si cette perception reflète celle trouvée par les chercheurs que nous avons étudiés. Ce corpus de questions aux réponses majoritairement fermées, nous permettra de comprendre de manière quantitative quelles sont les perceptions des étudiants de l’Université à l’égard du compostage et de lui appliquer un traitement statistique. Ce questionnaire, une fois diffusé et analysé pourra nous permettre d’affiner l’action de sensibilisation que nous aimerions mettre en place pour la rendre plus pertinente pour ce public. Ce questionnaire a aussi pour but de voir quels sont les freins mais aussi les potentiels que nous pouvons identifier avant l’action de sensibilisation et ce qui pourrait limiter ou contribuer à sa réussite.

3. Diffusion du questionnaire : le public visé et les procédures de diffusion

Nous avons choisi de nous concentrer sur une population étudiante pour cette étude car, comme nous l’avons vu dans la première partie de ce mémoire, elle a plus de chance d’être informée sur les problèmes environnementaux (entre autres par l’exposition aux programmes scolaires sur le développement durable) même si elle ne montre pas plus de changements notables dans ses comportements écoresponsables que le reste de la population française. De plus, c’est une population éduquée, ce qui devrait être facteur de plus grande sensibilisation à l’environnement. C’est aussi un moment dans la vie d’un individu où il se construit personnellement et professionnellement, donc le moment où la sensibilisation à l’environnement devrait avoir le plus d’impact et la capacité d’aborder

des notions qui nécessitent du recul et de la réflexion (Zelem *et al.* 2010), (Mobiliser l'enseignement supérieur pour le climat : 36).

Enfin, le contexte universitaire est facilitateur de projets de recherches sur les comportements écoresponsables, ici les sites de compostage.

Nous voulons distribuer le questionnaire à travers la liste de diffusion de la Mission écoresponsable à toute la communauté de l'université, celle-ci incluant les étudiants de tous niveaux d'études et le personnel de l'université. Nous avons créé une série de questions par rapport au statut "étudiant" et sélectionné le campus sur lequel nous voulons nous concentrer, "Valrose". Les données collectées sur les personnels seront conservées pour être utilisées par la Mission écoresponsable dans son projet plus général de développement du compostage sur le campus. Ces données pourraient être intéressantes dans une perspective de comparaison des pratiques, mais ce n'est pas ici l'objet de ce mémoire. L'enquête sera diffusée avec la plateforme Microsoft Forms, qui est la plateforme officielle choisie par Université Côte d'Azur.

4. Structure du questionnaire

L'enquête est composée de cinq parties. La première, intitulé "Démographie" cherche à savoir si la personne est étudiante ou non; son âge qui pourrait aussi être un indicateur de niveau d'étude ; son genre car nous avons vu que ce pouvait être un facteur de sensibilisation environnementale ; le campus où elle se trouve, pour pouvoir trier les données en fonction des campus et enfin dans quel milieu elle a grandi, et où elle vit aujourd'hui pour voir si vivre dans un milieu plus rural aurait une relation avec le niveau de sensibilisation au compostage.

La seconde partie, intitulée "Le compostage", cherche à comprendre le niveau de sensibilisation des participants à cette pratique et s'ils l'ont déjà adoptée.

La troisième partie, intitulée "Compostage à Université Côte d'Azur", cherche à cerner l'utilisation par les étudiants de ces sites de compostage et sert à rendre visibles ces sites pour ceux qui ne les utilisent pas.

La quatrième partie, intitulée "Valorisation des sites de compostage", est une partie qui permet d'avoir un retour sur la communication faite par la mission autour des sites de compostage.

Enfin la dernière partie, intitulée “Les services de la Mission Ecoresponsable de Université Côte d’Azur” a pour objectif de montrer comment le compostage à l’université entre dans une initiative d’ateliers de sensibilisation à l’environnement sur les campus pour inciter la participation des étudiants et du personnel de l’université à s’engager sur les projets proposés.

A la fin du questionnaire nous avons mis une dernière question qui demande aux participants de cette enquête s’ils souhaitent participer à un atelier de sensibilisation au compostage pour en apprendre plus sur le fonctionnement du compostage à l’Université Côte d’Azur et participer davantage à cette étude que nous avons préalablement expliquée au début du questionnaire. Pour les participants qui répondent “oui” il y aura un espace pour inscrire leur email, que nous utiliserons pour les recontacter et leur communiquer les horaires et le jour de l’atelier. Cette question sera aussi un deuxième échelon d’engagement pour le participant, le premier étant de répondre au questionnaire qui lui a été envoyé. Avec le résultat du questionnaire nous pourrions déterminer le niveau de sensibilisation au compostage avant l’atelier. Nous pourrions aussi déterminer plusieurs profils d’étudiants par rapport à leur niveau de sensibilisation sur le compostage, avant d’avoir complété l’enquête.

Avec les résultats de cette enquête et les éléments de communication qui semblent indispensables pour faire adopter le comportement souhaité que nous avons analysé dans la Partie II, nous pourrions mettre en place une action de sensibilisation et d’engagement pour espérer faire adopter le comportement du compostage des déchets alimentaires à un groupe d’étudiants de l’Université Côte d’Azur.

B. Des pistes de travail pour un projet en devenir

1. Conditions nécessaires à l’adoption d’un comportement écoresponsable

Pour pouvoir confirmer ou non l’hypothèse du besoin d’un acte engageant de la part d’un participant pour adopter un nouveau comportement écoresponsable nous allons réfléchir à des pistes pour une action qui pourrait être mise en place pendant la prochaine année scolaire. Il s’agit ici de pistes d’actions puisqu’au moment de la rédaction de ce mémoire, nous ne disposons pas encore de l’analyse des données issues du questionnaire. Pour

autant, ces pistes s'appuient sur les apports de la recherche que nous avons mis en avant dans notre première partie, de l'analyse des actions menées sur plusieurs campus que nous avons présentées dans notre deuxième partie et enfin des échanges conduits avec la chargée de Mission écoresponsable de l'Université Côte d'Azur.

Nous allons présenter les éléments nécessaires pour faire adopter un comportement écoresponsable. Cette action pourrait se dérouler de différentes manières et sous différents formats mais devra nécessairement inclure ces éléments qui, nous l'espérons, créeront des conditions de réussite pour l'adoption de ce comportement. Ce sera ensuite aux acteurs sur le terrain d'adapter ce projet à la spécificité de leur public et à la mission qu'ils désirent mettre en place, pour développer une action adaptée à leur contexte.

Voici les conditions de réussite pour faire adopter un comportement écoresponsable :

La première est de **sensibiliser les étudiants à l'environnement** en général. Cette base sera indispensable pour les engager davantage à un comportement écoresponsable spécifique. Il faudrait plus précisément qu'ils comprennent les grands enjeux environnementaux, les causes des dégradations de notre environnement et comment nous pouvons agir pour les refréner. Pour sensibiliser à l'environnement la population étudiante, les acteurs pourront par exemple créer des événements écoresponsables sur les campus universitaires, des jeux éducatifs sur le thème de l'environnement en début d'année ou encore aller plus loin et demander à intégrer des cours d'introduction aux enjeux environnementaux aux programmes universitaires en début de licence. En ayant cette base de sensibilisation nous espérons que les étudiants seront ouverts à rejoindre des initiatives écoresponsables sur les campus universitaires, ou du moins seront ouverts à s'intéresser plus aux pratiques écoresponsables.

Par la suite, il faudrait que les étudiants soient **sensibilisés spécifiquement au comportement écoresponsable** que l'on souhaite leur faire adopter, ici le copostage de leurs déchets alimentaires. Pour cela il faudrait les informer sur le problème spécifique des déchets et montrer que chacun peut essayer d'y remédier à son niveau. Il faudrait expliquer comment fonctionne le dispositif et montrer l'impact de leur action.

Enfin, notre hypothèse est qu'il faudrait **engager les étudiants** pour leur faire adopter le comportement écoresponsable en question. Il s'agira donc de créer une action engageante, soit par des techniques de communication engageante, de nudge, ou d'engagement simple. Pour qu'une action engageante soit menée avec succès, il faut qu'elle soit incluse dans un certain contexte et avec certaines caractéristiques d'après Robert-Vincent Joule et Jean-Léon Beauvois (1998 : 60). Ces caractéristiques renvoient à la taille de l'acte (son caractère public, son caractère explicite, son irrévocabilité, sa répétition, ses conséquences, son coût) et aux raisons de l'acte (les raisons internes *versus* externes, le contexte de liberté *versus* de contrainte) comme explicité par Skandrani-Marzouki, Halimi-Falkowicz et Robert-Vincent Joule (2013 : paragraphe 9). Nous allons regarder chacune de ces caractéristiques et les relier avec des exemples concrets pour les appliquer au contexte d'une action.

La première caractéristique est le **caractère public de l'acte**, c'est-à-dire donner une valeur extérieure et sociale à l'action. Ce pourrait être de rendre l'événement public, l'annoncer sur les réseaux sociaux de l'université ou encore prendre des photos de l'événement pendant son déroulement pour ensuite les diffuser à la communauté étudiante de l'université.

La deuxième est son caractère **explicite**, l'engagement doit se faire publiquement et doit être suffisamment clair pour ne pas prêter à confusion. Il faudrait faire une action d'engagement avec un groupe d'étudiants, qui seront le public pour les actions des autres, et que cette action soit clairement comprise par la personne qui l'accomplit ainsi que par les autres qui en sont témoins.

La troisième est son **irrévocabilité**, c'est-à-dire qu'il faut une action concrète et non un abstract intellectuel. Un acte accompli par l'étudiant, difficile à révoquer ou sur lequel on ne peut pas revenir en arrière, une fois accompli. Ceci pourrait consister à écrire un mot sur une charte, par exemple.

La quatrième est sa **répétition**, il faut qu'un acte soit répété pour être réellement engageant. Pour remplir ce critère il faudrait que l'action proposée puisse être organisée sur une semaine ou un mois et qu'elle soit reprise plusieurs fois.

La cinquième est liée aux **conséquences de l'acte**, c'est-à-dire l'image qui en est renvoyée. En effet, un acte est plus engageant lorsqu'il est lourd en conséquence réelles ou prévisibles. Par exemple, créer un acte engageant qui consiste à faire signer un pacte à un étudiant, peut être pertinent pour son engagement car cette implication peut être perçue comme importante en conséquence pour lui.

La sixième est le **coût de l'acte**, l'engagement est plus fort quand il est coûteux en argent, temps ou énergie. Nous ne suggérons pas de faire payer pour participer à l'action mais faire que l'action dure une heure engagerait l'étudiant plus fortement qu'une petite session de 15 minutes. Il faut pourtant faire attention à ce que l'acte ne soit pas trop coûteux au point de démotiver les étudiants à y participer.

Le contexte que l'on peut créer autour de l'acte engageant est aussi à prendre en compte : les raisons extérieures à l'individu désengagent tandis que les raisons intérieures engagent davantage. En effet, les promesses de récompenses et les menaces de punitions créent une distance avec l'acte tandis qu'un raisonnement intérieur « *c'est dans ma nature d'avoir fait ce que j'ai fait* », rapproche l'individu de son acte (Joule, Girandola et Bernard, 2007). De même pour son sentiment de liberté en accomplissant l'acte : plus quelqu'un se sentira libre d'accomplir un acte, plus il sera engagé dans son acte. Il serait utile de créer un contexte de liberté dans l'esprit de l'étudiant en lui rappelant « *vous êtes libre d'accepter ou de refuser* », pour lui rappeler qu'il a choisi de participer à cette action (Joule, Girandola et Bernard, 2007).

2. Une piste d'action possible

A partir de ces éléments, nous allons présenter une piste d'actions possibles, pour faire adopter un comportement écoresponsable. Ce scénario est hypothétique car il nous manque des informations pertinentes par rapport au public et à sa perception du comportement en question. Il faudra donc adapter l'action en fonction des résultats de notre questionnaire. Nous proposons l'action suivante car elle intègre les éléments nécessaires à l'adoption d'un comportement écoresponsable vu dans la partie A.

Une fois que nous aurons une liste d'étudiants qui auront complété le questionnaire et souhaité assister à un atelier sur le compostage, la première étape sera de les sensibiliser au compostage, si ce n'est pas encore le cas. Ces étudiants seront probablement sensibilisés à l'environnement en général car ils auront choisi, de leur plein gré de participer à une session de sensibilisation sur les pratiques du compostage.

Par la suite, il faudra sensibiliser les étudiants au comportement écoresponsable spécifique que nous voulons faire adopter, le compostage de leurs déchets alimentaires.

Pour cela nous proposons de s'inspirer d'un **atelier de sensibilisation** proposé par Sandrine Kozak, la maître composteur de Université Côte d'Azur, et d'y ajouter les éléments qui nous semblent pertinents par rapport à l'enquête que nous aurons analysée.

Voici quelles pourraient en être les étapes (nous nous appuyons sur la démarche de Sandrine Kozak pour notre proposition) :

a. Une phase de réflexion et de prise d'information

(Durée 1h00 - 20 étudiants - nombre d'ateliers à définir en fonction du nombre de volontaires et du budget alloué)

Réflexion sur le lien entre compostage, déchets et gaspillage alimentaire :

- Pour agir sur nos déchets il faudrait limiter les déchets que l'on produit et valoriser les déchets qu'il est "normal" de produire, c'est-à-dire nos déchets alimentaires et organiques.
- Discours sur la politique des cinq R : Refuser, Réduire, Réutiliser, Recycler, Composter. Recycler, la dernière option.
- 30% de nos poubelles sont composés de matières organiques, et donc les revaloriser aide à gagner du volume dans nos poubelles.

Réflexion sur les coûts (énergétiques, économiques) :

- Importance écologique d'avoir des composts de proximité car cela réduit les aller-retour des camions de poubelle et réduit le coût d'enlèvement des poubelles ce qui est une initiative économique pour l'Etat et bientôt pour l'individu.
- En 2023 nous allons devoir payer notre production de déchets, une initiative inscrite dans la loi Grenelle. (Initiative économique personnelle).

Cette première phrase de réflexion est importante pour la sensibilisation au compostage des participants car elle explique le contexte des déchets aujourd'hui et l'importance du compostage. Elle montre le compostage comme une action individuelle que l'on peut entreprendre pour réduire nos déchets ceci dans un intérêt personnel économique mais aussi dans une démarche écoresponsable. Cela établit aussi une réflexion sur notre production de déchets.

b. Une phase de mise en activité :

(Durée 2h00 - 20 étudiants - nombre d'ateliers à définir en fonction du nombre de volontaires et du budget alloué).

Observation d'un bac de compostage :

- Identification de ce qui peut être jeté ou non dans le bac d'apport du site de compostage.
- Mise en évidence que le compostage, loin d'être une invention, n'est en fait que la reproduction d'un cycle qui existe dans la nature : les feuilles tombent, des organismes interviennent, remettent dans le sol tous les nutriments qui feront ensuite grandir les plantes et les arbres. C'est un cycle qui remet les minéraux nécessaires dans le sol et fait pousser les végétaux.
- Le cycle du compost réduit les aliments jusqu'à l'atome à l'aide de micro-organismes.



Sandrine Kozak montre des déchets alimentaire lors d'un atelier sur le compostage

(Photo Ninon Scotto di Uccio, 2021)

Objectif du compostage : Donner les conditions idéales pour que ce processus fonctionne.

Identification des étapes du compostage : Trois étapes

- L'aération - donner de l'air aux organismes en remuant le compost
- L'eau - maintenir un taux d'humidité de 90%
- L'alimentation - les déchets alimentaires diversifiés

Identification des bacs de compostage :

- Ce qui est accepté ou non
- Les différents bacs : le bac de matière sèche et les mélanges qui sont faits entre les deux bacs en précisant qu'il faut équilibrer les déchets organiques avec l'équivalent en matière sèche.
- Différence entre les sites "assistés" et "semi-autonomes".

Fonctionnement des bacs de compostage :

- Différents organismes qui aident à la décomposition des déchets alimentaires (moisissures, champignons et bactéries avant les vers, les insectes qui vivent juste à la surface du sol et s'occupent de digérer les plus petits morceaux)
- Identification de la quantité et de la diversité d'organismes qui contribuent au compostage.
- Déconstruction de la représentation sur l'odeur : au bout de trois jours dans le processus, il n'y plus d'odeurs qui se dégagent du compost.

Cette deuxième partie de l'atelier sert à montrer que le compostage est un processus naturel que l'on s'est approprié. Ceci dans le but de montrer que ce dispositif ne devrait pas être seulement associé à une image de dégoût mais le transforme en un objet à étudier, lié à une riche biodiversité. Cette partie introduit une approche sensorielle et visuelle du compostage ce qui fait davantage s'interroger sur cette pratique, tout en engageant les étudiants de manière pratique.

L'objectif de cet atelier est de sensibiliser les étudiants au compostage en expliquant son contexte, pourquoi il est bénéfique pour l'individu d'adopter ce comportement, sans le culpabiliser, de faire comprendre le fonctionnement du compost d'une manière engageante en expliquant le contenu de chaque bac, en montrant les organismes qui réalisent le processus de compostage. Il sert aussi à indiquer le rôle et les règles que l'étudiant doit suivre pour l'utiliser et apaiser ses craintes qui pourraient être associées à ce dispositif. C'est donc une bonne base que nous pouvons utiliser pour sensibiliser notre groupe d'étudiants au compostage. Nous pourrions aussi rajouter les éléments qui nous semblent pertinents par rapport aux résultats de notre enquête. Il nous semble que les

étudiants qui ont participé à cet atelier de sensibilisation auront une perception différente du compostage et seront disposés à le pratiquer à l'Université Côte d'Azur.

c. Un acte engageant :

En reprenant les acquis de notre première et deuxième partie, il semble indispensable d'inclure un **acte engageant**. Pour choisir la méthode d'engagement que nous pourrions utiliser dans le cadre de cette action, nous allons nous appuyer sur un outil permettant de sélectionner la procédure à privilégier en fonction du contexte d'intervention élaboré par Lolita Rubens (2011 : 219) - voir Annexe 5.

Nous désirons faire adopter un comportement différé, c'est-à-dire un comportement que les étudiants ne feront pas juste après l'acte engageant mais plus tard dans le temps. En effet, le but n'est pas que les étudiants jettent leurs déchets alimentaires juste après l'atelier de sensibilisation, car ils n'en auront peut-être pas le besoin, et il est important que ce comportement reste dans le temps et que les étudiants reviennent aux sites quand ils auront des déchets alimentaires à jeter. Ceci restreint les stratégies possibles pour l'engagement car les stratégies d'hypocrisie ne fonctionnent pas pour les comportements situés plus loin dans le temps (Rubens, 2011 : 217). Ensuite en suivant l'arbre nous pouvons choisir l'option "oui" pour "*Des intervenants sont-ils disponibles pour engager les individus ?*" car nous demanderons au maître composteur et aux stagiaires de la Mission écoresponsable d'être disponibles pour nous aider lors de cette action.

Nous pourrions choisir d'utiliser une stratégie de communication engageante car elle se prête facilement au processus que nous proposons pour persuader les étudiants de s'impliquer. En effet à ce stage nous aurons déjà appliqué deux actes peu coûteux, répondre au premier questionnaire et s'inscrire à l'atelier sur le compostage, et un autre plus coûteux d'assister à l'atelier. Ensuite nous porterons un message persuasif pour l'utilisation des sites de compostage lors de l'atelier de sensibilisation. Nous aurons ainsi simplement à le faire suivre d'un acte engageant de la part des étudiants pour faire adopter ce comportement beaucoup plus coûteux. Nous pourrions donc utiliser, dans ce contexte, une stratégie de communication engageante.

Pour choisir l'engagement que nous désirons appliquer nous allons nous appuyer sur les théories d'engagement décrites précédemment. En effet, nous avons vu qu'un engagement écrit est plus efficace qu'un engagement oral et que plus le nombre d'actes engageants est important, plus les personnes seront engagées et auront de chances d'adopter un comportement et le garder dans le temps. (Rubens, 2011 : 39). Nous nous rapportons aussi aux facteurs de Charles Kiesler et Joseph Sakumura (1966) qui permettent d'augmenter le degré d'engagement d'un individu dans une situation donnée.

Nous avons aussi choisi de faire remplir une note d'intention, à la fin de l'atelier de sensibilisation, qui demande à l'étudiant d'écrire le comportement relié au compostage qu'il voudrait adopter. Cette intention serait donc écrite, réalisée publiquement et donnerait une perception de choix et de liberté à l'étudiant car il pourrait choisir à quelle fréquence et comment adapter son comportement. Il serait explicite car clair dans son intention, irrévocable car nous collecterons les intentions une fois écrites et cela créera une situation où les conséquences perçues pourront être importantes car l'acte peut sembler officiel.

d. Indicateurs d'évaluation :

Il y aurait plusieurs manières de mesurer la réussite de cette action. Nous pourrions peser le compost avant et après l'action, pour voir s'il y a une différence dans les apports de déchets alimentaires. Nous pourrions aussi envoyer un deuxième questionnaire quelque temps après l'action, aux étudiants ayant participé, leur demandant s'ils ont effectivement adopté le comportement qu'ils s'étaient engagés à pratiquer. Pour ceux qui n'auront pas adopté le comportement du compostage de leurs déchets, comme il avait l'intention de le faire, il serait pertinent de les inviter à des entretiens semi-directifs pour comprendre qualitativement quels étaient les freins à l'adoption de ce comportement.

C. Limites de recherches

Les principales limites de cette recherche sont que nous n'avons pas pu cette année, vu les circonstances, envoyer le questionnaire et collecter les résultats pertinents à temps pour mettre en place une action propre au contexte des étudiants sur le campus Valrose de l'Université Côte d'Azur. Il serait donc intéressant de remettre en place une action,

dans des conditions et avec les éléments nécessaires à sa réussite dans les années à venir pour voir si les étudiants qui participent à cette action adoptent le comportement du compostage de leurs déchets alimentaires.

La piste d'action que nous avons avancée n'est qu'une hypothèse, car nous n'avons pas assez d'informations pour réellement proposer une action qui marcherait par rapport au contexte donné par la Mission écoresponsable. Pourtant nous avons pu, avec les informations rassemblées au cours de ce mémoire, comprendre un certain nombre de facteurs essentiels à l'adoption d'un comportement écoresponsable, plus spécifiquement les comportements associés au compostage. Nous pensons pouvoir les présenter à la Mission écoresponsable de Université Côte d'Azur pour mettre en place une action à venir.

Les limites propres au questionnaire sont que les données que nous aurons recueillies seront à prendre avec du recul d'une part parce que cette enquête a été commandée en partie par la Mission écoresponsable de l'Université Côte d'Azur qui est une institution publique universitaire. Il faudra donc analyser ces données avec l'idée qu'il peut y avoir une volonté d'autovalorisation de la mission ou de l'université par la manière dont les questions sont orientées. Il peut donc y avoir un décalage entre les réponses collectées et la réalité. De plus à cause de sa diffusion qui serait entièrement faite en ligne, à travers les emails universitaires des étudiants, nous risquons d'avoir une surreprésentation de répondants qui sont intéressés par le sujet. Pour équilibrer cette surreprésentation il faudrait, une fois que les campus seront à nouveau accessibles, créer d'autres moyens de diffusion du questionnaire.

Autre limite dans la mesure des résultats de notre action : il faudra faire attention au risque d'autocomplaisance lors de l'autoévaluation des étudiants sur le comportement qu'ils avaient l'intention d'adopter. En effet, il est facile de survaloriser son propre "bon" comportement. Chacun se veut plus respectueux de l'environnement que les autres, comme l'explique Thierry Libaert (2020 : 49). Il faudrait alors prendre du recul sur la sincérité des réponses des étudiants par rapport à leur comportement.

Conclusion Partie III : Pistes pour une action pour faire adopter un comportement écoresponsable.

En ayant fait l'analyse des initiatives de compostages sur les campus universitaires, nous avons reconnu l'importance de comprendre le contexte spécifique d'un campus pour faire adopter le compostage aux étudiants de ce campus. Nous avons donc décidé de réaliser un questionnaire qui aurait pour but de comprendre les perspectives, les freins, les opportunités et le niveau de sensibilisation des étudiants de l'Université Côte d'Azur, par rapport à la pratique du compostage. Ces données, en plus des études théoriques que nous avons recueillies dans la Partie I, nous donneraient les informations nécessaires pour créer une action qui répondrait à notre question de recherche : *Dans quelles mesures peut-on amener un.e jeune étudiant.e à l'Université Côte d'Azur à adopter comme comportement écoresponsable le compostage de ses déchets alimentaires?*

Nous n'avons pas pu diffuser cette enquête, donc nous n'avons pas les résultats associés mais nous avons pu faire la liste des éléments qui semblent essentiels dans l'adoption d'un comportement écoresponsable. Nous avons fait l'hypothèse que l'un de ces éléments nécessaire est un acte engageant. A partir de ces éléments, et connaissant les pratiques de sensibilisation au compostage utilisées par la Mission écoresponsable, nous avons proposé une action, contenant un acte engageant, que cet organisme pourrait suivre pour amener un.e jeune étudiant.e à adopter le compostage de ses déchets alimentaires. Cette action n'est qu'une des manières possibles de mettre en place les éléments nécessaires pour faire adopter ce comportement, et d'autres pourraient être par la suite imaginées.

Cette action permettrait de répondre à notre question de recherche et de comprendre dans quelle mesure il est possible d'amener un.e étudiant.e à adopter le comportement écoresponsable du compostage de leurs déchets alimentaires. L'action nous permettrait aussi de valider ou non notre hypothèse qu'il est nécessaire d'inclure un acte engageant pour faire adopter ce comportement.

Conclusion :

Ce mémoire avait pour ambition de comprendre dans quelle mesure on peut amener un.e jeune étudiant.e de l'Université Côte d'Azur à adopter un comportement écoresponsable sur son campus universitaire, le compostage de ces déchets alimentaires.

Nous avons trouvé deux pistes de réponses grâce à des recherches théoriques et des analyses de terrain. Lors de nos recherches théoriques, nous avons pu voir que pour amener quelqu'un à adopter un comportement écoresponsable il faut le sensibiliser à l'environnement et au comportement que l'on désire faire adopter. Pourtant sensibiliser l'individu ne suffira pas car il existe de nombreux freins qui peuvent être contextuels, propres à l'individu ou inconscients et qui peuvent l'empêcher d'agir, même s'il est sensibilisé. Nous avons fait l'hypothèse que pour faire adopter le comportement écoresponsable du compostage de ses déchets alimentaires à un.e étudiant de l'Université Côte d'Azur nous devons l'engager avec une stratégie de communication engageante. Nous n'avons pas pu confirmer ou réfuter cette hypothèse à cause de la crise sanitaire de la COVID-19, qui a fait que l'ouverture des campus universitaires n'était que partiel pendant notre période de recherche. Nous avons tout de même élaboré une méthodologie de recherche que nous pourrions mettre en place dans le futur pour aller au bout de notre réflexion, composée d'un questionnaire et de pistes d'actions pour valider notre hypothèse.

Lors de nos analyses de terrain, qui consistaient à étudier les contextes et la communication autour d'initiatives de compostage sur différents campus universitaires en France et au Québec, nous avons pu comprendre les conditions et discerner la communication qui semblent nécessaires pour faire adopter le compostage aux étudiants. Un des éléments important pour faire adopter ce comportement est l'institutionnalisation des sites de compostage. Il s'agit de mettre à disposition des étudiants des poubelles où jeter leurs déchets alimentaires à des endroits visibles et accessibles sur les campus universitaires, préférablement à côté de chaque poubelle ordinaire déjà installée sur les campus. Un autre élément conséquent semble être de rendre le comportement socialement valorisé, c'est-à-dire d'ancrer les valeurs écoresponsables liées au compostage dans l'identité de l'université ou du campus universitaire. Il est aussi utile, dans ce même but, de sensibiliser les étudiants au compostage avec l'aide d'autres étudiants qui le pratiquent

déjà car cela leur permettra de voir que d'autres personnes de leur groupe social s'y intéressent. Pour faire adopter ce comportement aux étudiants il est aussi fondamental de simplifier au maximum le comportement et la communication autour de ce comportement. Plus le compostage des déchets alimentaires sera un comportement peu coûteux pour les étudiants, plus il y a de chances qu'ils adoptent ce comportement.

A partir des résultats de cette recherche nous pouvons mettre en évidence que le compostage n'est pas encore une pratique répandue sur les campus universitaires français et qu'il faudrait donc un grand soutien de la part des administrations des universités. Ce serait nécessaire pour généraliser l'adoption de ce comportement par les étudiants. Les initiatives de compostage universitaires sont de plus en plus répandues mais restent majoritairement des petits projets expérimentaux. Pour généraliser ce comportement il faudrait une sensibilisation à plus grande échelle et un accompagnement officiel d'infrastructures adapté à chaque campus. En plus, il faudra être prêt à déployer des initiatives pour l'engagement des étudiants par le biais de communication engageante.

Bilan critique de ce mémoire

Les principales limites de ce mémoire sont que nous n'avons pas eu le temps de mettre en place l'action prévue pour valider notre hypothèse. Il serait donc intéressant de mettre en place cette action dans les années à venir pour voir si les étudiants qui participent à cette sensibilisation et à l'acte engageant, adoptent le comportement du compostage de leurs déchets alimentaires. Il faudra d'ailleurs faire attention au biais d'auto-complaisance lors de l'autoévaluation des étudiants sur le comportement qu'ils avaient l'intention d'adopter. Chacun se veut plus respectueux de l'environnement que les autres, comme l'explique Thierry Libaert (2020 : 49). Il faudrait aussi prendre du recul par rapport à la sincérité des réponses des étudiants concernant leur comportement.

Pour aller plus loin, il serait aussi pertinent de suivre l'analyse quantitative que nous avons réalisée grâce au questionnaire, par des entretiens semi-directifs avec les étudiants qui n'auront pas adopté le comportement que nous souhaitons faire adopter. Ceci nous permettra de comprendre plus spécifiquement les freins à l'adoption de ce comportement par les étudiants dans ce contexte donné.

Une autre limite est que les données que nous avons recueillies du questionnaire sont à relativiser car cette enquête a été commandée en partie par la Mission écoresponsable de l'Université Côte d'Azur qui est une institution publique universitaire. Il faudra donc analyser ces données avec la perception qu'il peut y avoir une autovalorisation de la mission ou de l'université dans la manière dont les questions ont été orientées.

Nous pouvons aussi poser les limites de notre analyse théorique car pour qu'elle soit complète nous aurions pu regarder plus largement les conditions d'adoption d'un comportement en général. De nombreuses recherches ont été faites sur le sujet, et notamment sur la difficulté d'adoption d'un nouveau comportement. Nous avons choisi de ne pas approfondir cette recherche pour nous concentrer aux spécificités d'un comportement écoresponsable qui était notre propos et laisser la place à une analyse de terrain.

Enfin, nous pouvons mettre en cause le comportement écoresponsable que nous essayons de faire adopter. En effet, le compostage, bien que meilleur que l'incinération des déchets organiques, relâche une grande quantité de méthane, un gaz à effet de serre, quand il est mis en place à grande échelle. Des pratiquants de la permaculture et de l'agriculture à sol vivant inciteraient plutôt à revaloriser des déchets alimentaires en les posant directement à la base des plantes qu'ils font pousser pour faire travailler la biodiversité, ce qui est meilleur pour la santé des sols.

Un point positif de ce mémoire fut le contact avec les différents acteurs qui ont installé indépendamment les uns des autres des projets de compostage similaires sur leurs campus universitaires. Peu de personnes s'étaient intéressées à leurs projets et les acteurs de ces initiatives étaient très peu au courant des initiatives sur d'autres campus universitaires. Les personnes avec qui nous avons eu des entretiens pour la Partie II, étaient accessibles et enthousiastes pour parler de leurs projets et intéressées de voir quelle communication avait été faite sur d'autres campus. Nous espérons que nos recommandations sur quelle communication adopter autour des sites de compostage pourra les inciter à les mettre en pratique dans leur propre université.

Ouverture

Dans ce mémoire nous nous sommes focalisés sur le changement de comportement individuel, pourtant même si tous les Français arrivaient à adopter des comportements écoresponsables, ce ne serait pas suffisant pour atténuer la crise climatique dans laquelle nous sommes entrés. En effet *“D’après certain.es expert.e.s, la France doit diminuer de 80 % son empreinte carbone pour rester dans les clous de l’accord de Paris. Or les gestes individuels ne peuvent contribuer, au mieux, qu’à ¼ de cet objectif, car les ¾ restants dépendent de l’Etat et des entreprises.”* (Greenpeace, 2019). Les changements de comportement individuels ne constituent qu’une petite partie des changements que nous devons adopter pour éviter les plus grandes catastrophes environnementales. Pourtant l’idée que nos pratiques individuelles sont la cause des enjeux climatiques et que c’est aux individus par leurs actes de sauver la planète, a initialement été diffusée par les équipes de communication de grandes compagnies pétrolières dans les années 1980. ExxonMobil est particulièrement coupable de cette stratégie de communication qui blâme les comportements des consommateurs pour voiler les problèmes systémiques qui sont principalement responsables du dérèglement climatique, comme l’avait fait l’industrie du tabac précédemment (Rolling Stone, 2021).

Cette idée a très bien fonctionné, et nous sommes aujourd’hui envahis de recommandations écoresponsables à adopter alors que peu est fait au niveau des entreprises et des instances gouvernementales pour changer notre société et nous permettre d’atteindre les quotas imposés par l’accord de Paris.

En effet, *“à qui la faute ?”* semble être la question clé dans le débat sur les responsables du changement. *“Au consommateur, disent les uns, qui devrait adopter plus souvent un comportement éco-responsable, dont l’incarnation la plus courante est constituée de « petits gestes », tels que le tri des déchets. Aux pouvoirs publics et aux entreprises, disent d’autres, car ces acteurs peinent à mettre en avant de grands résultats concrets. En réalité, le combat ne pourra être gagné que s’il est mené sur tous les fronts. Et pour savoir qui peut agir où, et comment gérer les priorités, il est indispensable d’avoir en tête les bons ordres de grandeur.”* (Carbone 4, 2019)

Il semblerait que pour diminuer l’impact de l’homme sur l’environnement il serait important de communiquer sur les véritables sources de pollution et auprès de nos élus qui font très peu pour amener la société française vers un modèle plus durable. Il serait plus efficace de changer les législations pour rendre les producteurs et les industriels

responsables financièrement de l'impact environnemental de leurs produits plutôt que d'essayer de changer le comportement des consommateurs.

De plus, comme nous l'avons vu dans ce mémoire, les comportements individuels suivent les changements institutionnels et systémiques. Les étudiants qui sont sur un campus universitaire où tout est mis à place pour pratiquer le compostage et où une administration a rendu ce comportement facilement praticable, adhéreront plus facilement à ce comportement. Pour que les étudiants de l'Université Côte d'Azur adoptent le compostage il faudrait un soutien de l'administration de l'université et un appui de la Métropole Nice Côte d'Azur, qui pourrait aussi introduire la pratique à l'échelle des villes et dans les quartiers résidentiels.

Le même constat semble vrai pour tout autre comportement écoresponsable. Au lieu de centrer les efforts sur un changement de comportement individuel, qui comme nous l'avons vu tout au cours de ce mémoire est une chose très complexe, il faudrait que les institutions prennent conscience de l'importance de créer du changement à leur niveau.

Doit-on alors abandonner la volonté de faire adopter des comportements écoresponsables ? Nous ne pensons pas. Voici ce que Greenpeace dit sur le sujet : *“Face à la crise climatique, c'est la confusion. Nous sommes de plus en plus nombreux à tenter de changer nos comportements quotidiens pour soulager l'environnement : diminuer la viande, éviter l'avion, prendre le vélo, réparer les objets du quotidien, baisser le chauffage. Mais ces gestes individuels seront-ils suffisants pour sauver le climat ? Non, tant que les responsables politiques n'agiront pas, eux aussi, à la hauteur de l'enjeu. Sont-ils nécessaires ? Oui, incontournables même.”* (Greenpeace, 2019)

En effet, les comportements individuels écoresponsables semblent être utiles même s'ils ne créent qu'un changement concret minime. Nos gestes individuels comptent car ils nous font changer nos façons de penser, condition nécessaire pour une transition écologique de la société. Ces comportements créent aussi un contexte pour l'éducation à l'environnement et l'engagement de l'individu à avoir un impact en temps que citoyen qui l'amènera à demander un changement systémique, par exemple aux élections. Surtout ils nous amènent à nous poser des questions par rapport à notre mode de vie et peuvent nous procurer du bonheur et du sens.

Dans ce contexte, les comportements individuels ont une utilité en eux-mêmes et peu importe quel comportement écoresponsable on choisit d'adopter. Ceci est important car

Lolita Rubens conclut dans sa thèse (2011 : 215) qu'il serait plus facile de faire adopter un comportement écoresponsable lorsqu'on n'essaye pas de faire adopter un comportement en particulier mais de "*proposer aux individus de choisir eux-mêmes, spontanément, les comportements qu'ils décideraient de modifier*". Ceci serait un prisme utile pour la Mission écoresponsable car elle souhaite faire adopter des comportements écoresponsables à sa communauté universitaire et propose de multiples voies pour y arriver.

Engagement professionnel

Nous avons décidé d'écrire ce mémoire car cette problématique d'adoption de comportement écoresponsable est partagée par de nombreuses associations environnementales et l'urgence de faire adopter ces comportements est grandissante. Dans tout travail professionnel auquel nous pourrions aspirer dans le domaine de la communication environnementale nous rencontrerons la difficulté d'adoption de comportements écoresponsables. Il était donc intéressant de nous focaliser sur les moyens de faire adopter de tels comportements.

La question des déchets et plus particulièrement des déchets alimentaires a été au début choisie car elle correspondait au contexte de notre recherche. Pourtant au cours de ce mémoire, nous avons pu explorer la place sociale des déchets et sa complexité comme objet d'étude. Bien que le déchet soit généralement mal vu, à cause de son statut lui-même, c'est précisément ce qui le rend si fascinant à étudier. Il serait intéressant de poursuivre un travail universitaire ou professionnel de communication sur la problématique des déchets qui nécessiterait un engagement généralisé.

ANNEXES

ANNEXE 1 : Retranscription entretien Ecocampus Ecole Normale Supérieure

1. *Quel est votre nom et prénom ?*

Johanne Lebrun Thauront

2. *Quelle est votre implication dans le projet de compostage sur votre université ?*

Alors le projet de compostage il existait avant que moi je rejoigne l'association écocampus en 2017, et donc j'ai pris à partir de là le projet mais il y avait déjà un espace pour le compost qui avait été défini par les élèves de l'association, je ne sais pas exactement à quand ça remonte, dans à peu près l'espace d'un an et demi et c'est là que j'ai rejoint. Et après j'ai pris le projet en cours et chaque année. Du coup, moi, l'année où je suis arrivée dans l'association, ce qu'on a fait c'est qu'on a récupéré des seaux, des grands seaux de trucs alimentaires dans les cantines, pour les mettre dans chaque cuisine. Du coup à ENS il y a des internats, qui sont sur le site de l'école même, et là on parle que du site central de l'école, dans le 5ème dans Paris, sur les autres sites il n'y a pas de compost. Sur ce site-là, sur le site l'internat il y a peut-être une quinzaine de cuisines parce qu'il y a 10 étages d'un côté, et 4 de l'autre, ou quelque chose comme ça. On essaye de mettre un de ces seaux dans chaque étage pour que les gens puissent mettre leurs déchets alimentaires et ensuite les ramènent vers le compost qui était dans une des cours qui est végétalisée.

Donc ça, on l'a fait au fur et à mesure de l'année, mais ensuite ce qui s'est passé c'est que les gens ne les descendaient pas, enfin pas dans la plupart des étages, pas partout, pas tout le temps. Y'a des endroits où ce n'était jamais descendu, donc les gens ont arrêté, y'a les responsables des internats qui nous ont dit que ça n'allait pas parce que ça attirait des nuisibles, etc... Enfin bon, il y avait déjà des tas de nuisibles, mais encore plus, et du coup ça a un peu décliné on va dire, parce qu'il y avait encore des gens qui apportaient leur compost, après y'a des gens qui le faisaient pour eux-mêmes et pas pour leur étage. Il y avait continuellement des gens qui amenaient des choses dans le compost ne serait-ce que les membres de l'association qui habitaient à l'internat mais ce n'était pas gérable dans tous les étages. Et surtout après le service d'entretien de l'école nous envoyait des mails en mode "c'est votre campus, faites quelque chose" mais bah non on ne va pas descendre les poubelles de tout le monde, ils n'ont qu'à se débrouiller.

Un autre truc, c'est que le compost on ne l'utilisait pas tellement bien parce qu'il n'était pas prêt encore à ce moment-là, parce qu'il y avait plein de déchets nouveaux et on avait un petit potager dans le coin mais on n'avait pas l'utilité d'une telle quantité de compost. Donc l'année suivante, je crois qu'on a laissé faire les gens qui le faisaient par eux-mêmes mais on n'a pas renouvelé l'opération d'emmenant des seaux à chaque cuisine, parce que ça crée trop de problèmes et l'administration a laissé tomber. Tout en nous disant que notre compost ils en avaient marre. Donc maintenant notre politique c'est que quand quelqu'un nous envoie un mail, "Bonjour écocampus, il paraît que vous avez un compost, où il est ? comment je fais ?" on leur dit, bah voilà, il est là, ça c'est les règles du compost.

Parce qu'à un moment il y a eu un projet, type permaculture, jardin potager qui s'est mis en place et donc eux ont fait vraiment un gros travail avec le compost, ils ont tout retourné, ils ont enlevé tout ce qui n'allait pas dedans. Des bouts de plastique qui étaient arrivés dedans, des bouts d'aluminium, ils l'ont séparé en deux, un qui était prêt qui pouvait être utilisé et ils ont vraiment utilisé une partie du compost. Et depuis dans l'utilisation, on dit aux personnes qui sont vraiment motivées, qui nous écrivent, c'est comme ça que ça marche, mais on n'insiste pas sur chaque campus parce que ça n'a pas fonctionné.

Quand l'avez-vous mis en service ?

Avant 2018, mais il faudrait que je demande une date plus précise.

3. *Pourquoi avez-vous désiré installer un compost dans votre université et dans quel but ?*

Initialement à l'association écocampus, on traite de tous les sujets environnement, écologie sur le campus mais ça s'est créé surtout sur la question des déchets et du recyclage des déchets et je pense dans cette démarche il y avait une partie sur le recyclage des plastiques etc... mais dans cette démarche on est passé sur le compost pour la partie récupération des déchets organiques. D'autant plus du fait qu'il y a un internat et donc des gens qui cuisinent et tout, et donc la démarche était vraiment celle-là. Je pense qu'il y avait aussi l'idée d'utiliser le potager, je ne sais plus de quand date le potager, mais je pense que l'idée de départ était d'utiliser le compost pour le potager, sachant qu'il y en a besoin. Pas forcément besoin, mais savoir qu'il y a ça sous la main c'est pas mal. C'est deux optiques, c'était mixte.

4. *Combien de compost avez-vous installé ? Sur combien de campus ? où sont-ils situés et pourquoi ces/cet endroit(s) ?*

Sur le site principal, il y a deux bacs séparés en deux, un qui est prêt, et un dans lequel on peut encore ajouter des épluchures. Sur les autres sites, sur les autres campus il y a eu ponctuellement des tentatives de composts installés qui ont principalement été retirés par l'administration. Y'a des gens qui étaient très motivés qui se sont dit on va faire un compost pour notre campus, et au final ce n'était pas forcément géré et ce n'était pas un endroit qui convenait par rapport aux services de l'école et donc ça a été retiré. Et sur l'autre campus, je ne sais pas s'il a été retiré, dans les deux cas dans les autres campus, il y a de la place, des endroits où il y a de l'herbe, des choses qui se passent donc j'imagine qu'ils ont juste mis ça dans un coin, mais ceux-là ils sont moins officiels on va dire.

Sur le campus principal, en fait le bâtiment de l'école il forme un carré, et sur l'un des côtés du carré il y a une grande cour avec des arbres et de l'herbe, qui pousse difficilement et le potager de l'association. Au fond de cette cour il y a des haies et derrière ces haies il y a encore un petit carré de terre où y'a rien qui pousse parce que c'est sous les arbres, et du coup ils ont été mis là, de par la proximité du potager et parce que c'est un endroit qui est aussi caché, qui est derrière la haie, donc qui ne gêne pas, qui n'est pas utilisé.

5. *Qui est chargé de l'entretien du compost ?*

Du coup écocampus, normalement est chargé du compost.

6. *Comment et par qui est-il utilisé ?*

Par le potager et l'atelier de permaculture.

7. *Qui essayez-vous d'attirer au site de compostage ?*

Uniquement des étudiants de l'internat. La cour est aussi parfois utilisée par des gens des immeubles qui sont juste à côté du campus, comme ça donne sur leur immeuble, ils ne peuvent pas entrer directement, ils sont obligés de faire le tour mais ils ont droit d'y aller, comme un jardin. Mais on n'a pas incité à ce qu'ils mettent leurs composts parce que ça aurait été trop compliqué à gérer. Et d'ailleurs ils se seraient plutôt plaint parce qu'il y aurait des odeurs etc... qui arrivent jusque chez eux, parce que ça ne sent pas vraiment bon. C'est aussi pourquoi l'administration, à terme, va enlever ce compost parce que les voisins se sont plaints.

8. *Quel est votre positionnement par rapport aux étudiants ?*

Toute la partie déchet on a vraiment essayé de travailler avec l'administration et le groupe d'élèves et des personnes de l'administration qui s'occupent des internats. Et notamment à chaque rentrée on a préparé des fiches, qui font partie du petit livret qu'ils distribuent à tous les élèves à la rentrée, où il y a toutes les instructions. Si vous avez des questions envoyez un mail à telle adresse et il y a aussi des instructions de tri etc... du coup l'année où on a essayé de s'institutionnaliser en donnant des seaux on avait vraiment essayé de le faire dans cet ensemble pour déchets agricoles mais du coup depuis, comme ça n'a pas vraiment marché, c'est vraiment d'étudiant à étudiant, si quelqu'un nous demande on dit qu'il y a un compost et où il se trouve et qu'est-ce qu'il faut mettre dedans mais on ne va plus vers eux parce que c'était trop compliqué. Il y a eu les deux démarches.

9. *Quels sont vos objectifs de communication autour des composts ?*

Du coup pour l'instant aucune, puisqu'on l'a limité car on ne veut plus qu'il y ait encore des trucs, ce n'est pas vraiment ça parce que les gens qui sont motivés et qui le font bien, 1 qui les descendent et 2 qui ne mettent pas n'importe quoi, on est super content qu'ils amènent leurs déchets mais les autres... Mais c'est qu'il y a une entreprise qui récupère tous les déchets alimentaires de la cantine pour faire de la méthanisation et après les résidus sont compostés, c'est une entreprise qui s'appelle Moulinot. Et donc l'idée de l'administration c'est qu'ils pouvaient aussi récupérer les déchets de la cuisine, donc il y a eu des poubelles pour ça qui ont été installées, donc l'idée c'était de transférer du compost à cette poubelle mais il y a eu un peu les mêmes problèmes en fait.

On les a mis à côté des autres poubelles du tri, et les gens n'ont pas compris à quoi elle servait, où juste ils s'en foutent, et du coup elle était pleine de plastiques et y'a une autre difficulté c'était que l'entreprise voulait que les choses soit mises dans des sachets en plastique transparent pour être mis dans cette poubelle. Je ne sais pas pourquoi les sachets en plastique, j'imagine que c'est comme ça que leur système fonctionne, ça doit leur permettre de vérifier ce qui il y a dedans aussi. Le truc c'est que si tu mets tous les déchets dans la poubelle elle va devenir toute sale très rapidement, donc l'idée c'était d'avoir un gros sac transparent sauf que l'administration n'a pas fourni des poubelles avec des sacs

transparents dans toutes les cuisines et les gens ils n'ont pas des sacs transparents sous la main.

Quand tu as des sacs plastiques qui sont noirs, soit tu as des sacs plastiques que tu as récupérés qui ne sont pas transparents. Donc il y avait trop d'obstacles ce qui fait que les gens n'utilisaient pas ou incorrectement. La communication aurait dû se transférer du compost vers ça mais pour l'instant ça n'a pas marché mais on a eu une réunion récemment avec la numéro 2 de l'école qui nous a reparlé de ça et on va essayer de le relancer correctement. "Mais elle n'a qu'à être à un autre endroit votre poubelle", oui c'est ce qu'on a demandé à votre service déjà plein de fois.

Quand vous essayez de faire utiliser le compostage par les élèves de l'internat, quel était votre message ? Quelles informations est-ce que vous leur donniez ?

On n'a pas fait de communication directe sur l'intérêt de composter, on a juste fait de l'information de type petit panneau avec tel ou tel truc ça va dans la poubelle bleue, tel ou tel truc ça va dans le compost, tel ou tel truc ça va dans la poubelle jaune, enfin plus une information très factuelle sur ce qui va dans le compost, qu'est ce qui va où. On a eu une affiche où on a mis des informations sur le déchet, sur l'économie circulaire avec des chiffres pour un peu sensibiliser les gens, et après on a voulu faire un truc plus simple, factuel, clair, lisible.

10. Quels supports de communication avez-vous utilisés pour inciter votre public à composter ses déchets alimentaires ? (Réseaux sociaux, Emails, SMS, Journaux et presse, Posters, des activités de sensibilisation, panneaux sur ou près des composts, technique de nudge, le compost en lui-même, autres)

Les affiches dans les cuisines, principalement et un papier d'info qui a été mis dans le petit livret de rentrée, ça marche beaucoup par affiches dans les internats. Les affiches disaient quels déchets allaient où.

11. Quelle est votre stratégie visuelle ?

Pas particulièrement, on a essayé de faire quelque chose de très clair, et simple, on va dire, pour que ça soit aussi efficace que possible. Comme c'était les consignes de tri venant de l'école on n'a pas mis notre nom pour que ça soit vraiment vu comme la consigne, la règle.

12. Comment pensez-vous que les étudiants de votre campus se représentent le compostage ? Sont-ils sensibilisés au compostage de leurs déchets alimentaires ? Avez-vous fait des enquêtes à ce sujet ?

Je pense qu'il y a beaucoup de représentations différentes, y'a quand même une partie des gens qui l'associent à l'idée de nuisible, quelque chose qui ne sent pas bon, entre autres du fait que ça s'est mal passé, et que les gens ne descendaient pas leurs poubelles. Effectivement, ça ne sent pas bon si tu ne le descends pas. En plus, dans les cuisines, les bâtiments sont vieux donc il y a déjà à la base régulièrement des souris, des cafards, et donc du coup je pense que les gens ont potentiellement associés les deux. Après on reçoit régulièrement, chaque mois, des mails de personnes qui nous disent, est-ce qu'il y a un

compost ? Est-ce qu'on peut s'en servir, donc il y a une partie des gens qui sont sensibilisés de leur côté sur ces questions environnementales, qui ont vraiment envie d'entrer dans cette démarche. Même là, y'a des nouveaux dans l'association et c'est le genre de trucs qu'ils ont demandé, est-ce qu'il y a un compost ? Sinon il faut en mettre un en place. Oui, oui ne vous inquiétez pas ça fait longtemps qu'on y réfléchit. Il y en a aussi qui sont juste blancs, ignorance, qui n'ont pas d'avis et pas d'intérêt en tout cas.

Avez-vous fait des enquêtes à ce sujet ?

Peut-être. Il faut que j'aïlle voir.

13. Est-ce à votre avis une image à renforcer ou à corriger ?

Plutôt à corriger, pour ceux de l'année pour qui ça s'est mal passé ils doivent commencer à partir de l'école donc les nouveaux de l'an prochain ce sera plutôt à renforcer, pour ceux qui sont déjà sensibilisés. Jusqu'à présent on va dire que c'était à corriger.

14. Avez-vous eu des retours des utilisateurs ? Si oui, lesquels ?

On a eu des retour qui passent par les gens qui s'occupent de l'internat de gens qui se plaignaient, on a aussi eu des gens qui nous écrivaient en direct on a pas mal de compost dans la cuisine et tout, mais les gars il faut être grands, ce n'est pas à nous de descendre les poubelles de tout le monde. Donc il y a eu ces retours-là, plutôt négatifs, on va dire. Je pense que c'est les principaux retours qu'on a eus.

15. Est-ce que le compost a été utilisé comme vous l'espérez ?

Du coup oui, quand les gens du projet permaculture s'y sont mis ils ont utilisé une bonne quantité pour le potager et on a fait des bacs pour mettre des plantes dedans donc cela on les a remplis à moitié avec des copeaux ensuite avec de la terre, ensuite avec du compost, du coup ça fait tiers, tiers, tiers. Et donc il y a eu des périodes où il y a eu utilisation du compost, ce n'est pas tous les ans, ça dépend des projets qui se mettent en place. Bon là ça fait aussi longtemps qu'on n'est pas trop sur le campus donc on n'en fait plus rien.

16. Qu'est ce qui à bien fonctionné avec votre compost ?

Maintenant au final, ça ne fonctionne pas trop mal, comme c'est que les gens qui font l'effort d'eux-mêmes de demander s'il y a un compost, c'est les gens qui pensent ça bien et du coup il fonctionne mieux, y'a plus de plastiques qui n'ont rien à faire là. Sur la base du volontariat ça marche mieux que quand on a essayé de faire de l'institutionnaliser à tout le monde. Et l'utilisation ça a bien fonctionné quand il y a eu un gros projet de rénovation de la cour et la permaculture.

17. Qu'est ce qui n'a pas fonctionné avec le compost ? Les échecs ?

La tentative d'institutionnalisation, de grande échelle et d'y mettre tout le campus, ça n'a pas fonctionné.

18. Qu'est-ce que vous avez fait pour y remédier ?

Ce qui va être fait pour y remédier, on n'a pas redonné de bacs dans les cuisines parce qu'on a vu que ça ne marchait pas et ça ne servait à rien, pour les élèves et pour l'administration. Du coup on a changé de stratégie, pour passer sur la base du volontariat et maintenant ce qui va être fait c'est qu'on utilise l'entreprise qui méthanise des déchets, parce que ça fonctionne bien et on va enlever le compost. Sur les autres campus, un des projets qui a été présenté à la réunion de l'autre jour, parce que là, l'entreprise Mineau qui travaille sur le campus principal, c'est là où il y a la cantine donc ils viennent déjà pour la cantine mais pour des petites quantités, ils ne viendront pas sur l'autre campus.

Donc là ce serait de se mettre avec l'association qui s'appelle les Alchimistes, je crois, je ne sais pas s'ils sont qu'en région parisienne ou partout, je n'en avais pas entendu parler avant. Mais eux en gros, de ce que j'ai compris, ils se chargent de la gestion du compost, donc ils le retournent de temps en temps et ils récupèrent aussi, peut-être ils sont en partenariat avec les utilisateurs. J'imagine qu'ils installent aussi le container, et après les gens du quartier qui adhèrent à l'association des Alchimistes peuvent venir déposer leur compost, j'imagine qu'ils ont les règles, etc... et donc là l'idée serait de faire ça avec cette association sur les campus, qu'ils gèrent et qu'il y ait plus une continuité par rapport à une association comme nous, qui est une association étudiante avec des nouvelles personnes et des fois il y a des cracks, et là l'administration serait plus rassurée parce qu'elle sait que ça a plus de chances de bien se passer.

19. Quels conseils donneriez-vous à une autre université qui désire installer un compost sur son campus universitaire ?

Discutez de l'ensemble du projet avec l'administration, que tout soit clair que ça soit sur le lieu où le mettre, sur la communication parce que ce n'est pas parce que nous ça a échoué à une grande échelle que ça veut dire que ça va échouer à chaque fois mais ça ne marchera que si y'a vraiment une bonne communication de la part de tous les acteurs de l'école pour expliquer aux gens, voilà c'est comme ça que ça marche. C'est que nous on ne voulait pas les prendre par la main et les forcer à se faire un planning ou quoi, c'est une discussion toujours dans cette école, comment les organisations de l'internat s'organisent et le truc c'est que les gens c'est bon, ils ont 20 ans ils devraient savoir s'organiser mais bon. On ne veut pas les prendre par la main mais dans l'idée ça ne marche pas tout le temps, l'auto-organisation. 30 personnes qui partagent une cuisine, ce n'est pas facile. Du coup je dirai vraiment bien discuter en amont, réfléchir à toutes les facettes du projet avant de le lancer, et être conscient que ça peut foirer et qu'il va peut-être falloir changer de stratégie, peut-être moins grand en échelle mais qui marchera mieux, à tous les niveaux de la chaîne.

ANNEXE 2 : Retranscription entretien Université Lumière Lyon 2

1. Quel est votre nom et prénom ?

Virginie Mattafiri

2. Quelle est votre implication dans le projet de compostage sur votre université ?

On a deux projets de compostage, il y en a un pour lequel je vais me centrer pour votre questionnaire et le deuxième est un compostage dans le cadre d'un jardin partagé géré par une association étudiante. Avant j'étais référente de cette association, là, maintenant c'est ma collègue qui a pris le relais, je peux juste vous dire que ce compost qui est à la fac depuis un moment ne fonctionne pas aujourd'hui. Je vais plutôt vous parler du projet qui est en cours et que l'on va développer, mais on a aussi ce projet-là qui va être relancé par cette association étudiante en parallèle de ce que je vais vous parler. Il y a deux campus et il y aura un projet sur chaque campus mais ils vont se caler sur ce que je vais proposer à la rentrée pour le deuxième.

Mon implication dans le projet compostage qui a lieu sur le campus au centre de Lyon, des Berges du Rhône, je suis en charge de sa mise en œuvre complète. J'étais aussi en charge, avant, de le réfléchir et de le coordonner.

Quel est votre titre ?

Je suis référente étudiante, je travaille au sein de la direction formation et vie de campus, en tant que référente étudiante je suis en charge des associations étudiantes agréées et de l'accompagnement des initiatives étudiantes.

Mais là pour faire un aparté, le projet compost fait partie d'un budget participatif étudiant. ça a été un projet posé par les étudiants dans le cadre du budget participatif et donc voté par les étudiants pour sa réalisation.

On y serait venu au niveau institutionnel mais pas si tôt, clairement. Donc là ils nous ont un peu bousculés, et tant mieux. On y est arrivés, mais pas encore à la mise en service, ça va arriver après, mais au moins sur le projet.

3. Quelle organisation a installé le/les site(s) de compostage ?

On a fait appel à un prestataire, on aurait pu, on a faire des choix, mais finalement on a fait appel à un prestataire pour les choses en entier, en fait. Action, animation, mise en service sur la première année pour qu'on ait un accompagnement complet auprès des étudiants qui vont l'utiliser. Ça a été sous traité à une entreprise d'insertion de Bretagne, j'espère ne pas me tromper en disant Bretagne, qui fabrique ces composteurs.

Quand projetez-vous de le mettre en service ?

Malheureusement, avec la crise sanitaire ça a été repoussé, là la date de lancement est prévue en septembre 2021. On a préféré l'interrompre avant de le lancer, on devrait le lancer avant le premier confinement. On le prévoit pendant la période d'intégration comme événement de rentrée.

4. *Pourquoi avez-vous désiré installer un compost dans votre université et dans quel but ?*

C'est vraiment la volonté d'une étudiante, même de plusieurs projets dans ce sens là donc on les a tous regroupés en un seul. Donc plusieurs étudiants ont fait part, dans le cadre du budget participatif, de la volonté d'avoir du compostage directement sur les campus. Dans le but de recycler les déchets en proximité, parce qu'en fait à côté du campus où est installé le compost, il y avait déjà des composteurs dans le parc public, juste en face. C'était l'idée de le mettre encore plus en proximité, c'est un étudiant qui utilisait déjà ce composteur là du parc public qui voulait l'utiliser sur la fac.

5. *Combien de composteurs avez-vous installé ? Sur combien de campus ? où sont-ils situés et pourquoi ces/cet endroit(s) ?*

Alors là on a trois bacs à compostage, avec le bac de maturation, le bac de matière sèche, donc un site de compostage qui est assez petit mais au fur de l'expérimentation et du service, on a prévu d'en installer d'autres. Plus petits au départ, et plusieurs petits, plutôt que les gros. On démarre avec un et après on verra ce qu'on met, on est quand même un assez gros campus donc là on a estimé que nos premiers bacs de compostage étaient pour une communauté de 30 étudiants, qui s'en serviraient quotidiennement. On peut monter un peu plus s'ils ne sont pas là quotidiennement, je pense qu'on va avoir une jauge à 50/60 pour qu'il soit bien utilisé. On préfère en mettre dans chaque bâtiment et là pour l'instant ils sont installés dans la cour centrale du campus.

La cour centrale car c'est un endroit facilement accessible ?

Oui, c'est un endroit très passant et qui est en face de la cafétéria, et où il y a des bancs, c'est l'endroit où pas mal d'étudiants mangent dehors quand il fait beau.

Est-il très visible dans la cour ?

Alors, je vais vous donner tous les secrets, je l'avais mis très visible dans le passage, et on m'a demandé de le changer pour le mettre au fond. Donc on va mettre de la signalétique pour qu'il soit visible. Il est toujours sur la cour centrale mais pas sur le passage, plus loin, toujours sur un lieu où il y a du monde mais moins près du passage.

6. *Qui est chargé de l'entretien du compost ?*

C'est toute la grosse question, qui n'est pas tranché, non non, l'idée c'est que ça soit un groupe d'étudiants qui gère ça ou une association étudiante. Donc l'association étudiante qui veut bien coordonner tout ça je l'ai déjà. Le nouveau bureau n'arrivera qu'en septembre, mais l'idée c'est vraiment d'avoir des étudiants volontaires autogérés par le groupe d'étudiants qui sera formé par le prestataire, avec toujours ma coordination qui reste, parce que moi je ne suis pas sur le même campus. Donc avec les problèmes que ça engendre, je suis à 15km du compost, voilà. Mais l'idée c'est que ça soit autogéré.

7. Comment et par qui est-il utilisé ?

On y a pensé, l'idée c'est que c'est vraiment pour les étudiants. On a eu des demandes des enseignants aussi, qui pourraient le visiter sur leurs pauses déjeuners ou du Crous, pour pouvoir mettre certains déchets. Mais pour l'instant vu la taille de la première expérience ça sera que pour les étudiants.

Il y aura-t-il une signalétique pour mentionner que ce ne sera que pour les étudiants ?

C'est fermé et il y aura un code, avec les prestataires on a décidé de les mettre à code, y'a pas de secret le code c'est 0000, c'est pas très dur à hacker notre code mais c'est pour éviter la mauvaise utilisation. On va assez facilement le diffuser aux étudiants volontaires et au groupe qui se constituera mais c'est juste pour freiner la mauvaise utilisation.

8. Quels sont vos objectifs de communication autour des composts ?

Très humble, le faire connaître et le promouvoir auprès de ce premier groupe d'utilisateurs. On va vraiment partir de très loin et de très bas, car pour ne pas vous le cacher c'est pas évident au niveau institutionnel, avec des freins de certains services, notamment les services techniques. Le premier objectif c'est juste qu'il soit accepté et qu'il soit utilisé. Après à plus long terme que ça se développe, car on n'aura pas le choix, déjà il faut qu'on développe ça. Pour vous dire d'où on part, on n'a toujours pas de poubelles jaunes sur la fac. On ne trie aucun déchet. Les objectifs de communication c'est de faire connaître et avoir un groupe d'utilisateurs, point.

Comment allez-vous joindre ce premier groupe d'utilisateurs ?

On compte sur cet événement qu'on va faire en tant qu'événement de rentrée, quand c'est lancé officiellement et mettre des messages de comm "vous voulez utiliser le compost, merci de vous faire connaître", ou je vais faire un questionnaire en ligne pour récupérer les coordonnées et puis avec les premiers étudiants volontaires qui constitueront le groupe et après que les informations passent de pair à pair et que ça suive comme ça.

Donc ça serait vraiment viser ceux qui sont déjà intéressés ?

Oui, que ceux qui ont envie.

9. Quel est votre message ?

"Recycler vos déchets qui peuvent l'être", il y a un groupe étudiant qui a travaillé dessus tout ce semestre là et qui ont fait des vidéos de lancement, de bonne utilisation et tout ça, et leur slogan c'est "le compost c'est le futur".

10. *Quels supports de communication avez-vous utilisés pour inciter votre public à composter leurs déchets alimentaires ? (Réseaux sociaux, Emails, SMS, Journaux et presse, Posters, des activités de sensibilisation, panneaux sur ou près des composts, technique de nudge, le compost en lui-même, autres)*

Alors clairement ça va être les réseaux, newsletter étudiante, on va faire de la signalétique que l'on va faire directement sur le site, le composteur lui-même car on va faire une grosse animation autour et j'espère que rien de lui-même on peut faire comprendre qu'on peut composter. C'est déjà pas mal !

Avez-vous pensé à ce que vous allez mettre sur la signalétique autour du compost ?

Oui, c'est déjà à peu près finalisé, déjà la localisation et toute la signalétique autour sur la bonne utilisation, donc qu'est ce qu'on peut mettre dedans, voilà. Et après il nous manque la signalétique avec les coordonnées, pour qui veut nous joindre si on veut. Ça va se faire très prochainement car la prochaine étape c'est la customisation, trouver un étudiant graphiste qui accepte de nous les décorer parce que là c'est un compost en bois, classique. Donc un étudiant a souhaité s'investir et va nous les décorer, donc à partir de là on décline tout le site, comme ça se sera fait.

Connaissez-vous déjà l'idée sur laquelle il va partir pour décorer ?

Oui on a le visuel, alors c'est très naturel, vraiment sur du vert, de la terre. Pas de fantaisie, on reste sur le sujet. Pour qu'on ait envie de voir ce qu'il y a autour de ces trois petits bacs en bois.

11. *Quelle est votre stratégie visuelle ?*

J'ai déjà répondu, on est sur une stratégie très pratico-pratique.

12. *Comment pensez-vous que les étudiants de votre campus se représentent le compostage ? Sont-ils sensibilisés au compostage de leurs déchets alimentaires ? Avez-vous fait des enquêtes à ce sujet ?*

Non, j'avoue que c'est un peu le point qui pêche, puisque avec le cadre du budget participatif nous n'avons pas eu besoin de cet effectif là comme c'est passer par des étudiants, on s'est passé de l'enquête et voilà. Les étudiants sont-ils sensibilisés ? je pense oui, car j'ai déjà des étudiants qui m'ont contactée par rapport au bac pas mis en service, qu'ils voulaient les utiliser, comment faire. D'autres, quand on les a installés sont venus, plusieurs m'ont dit qu'ils utilisaient celui du parc d'en face, donc je pense que certains étudiants sont déjà sensibilisés. Et après pour toutes les autres représentations du compostage, je pense qu'il y en a qui ne savent pas ce que c'est.

Parce que le budget a été voté par toute la population étudiante ?

Tout étudiant pouvait voter. De mémoire on a eu 800 votes et pour le projet compost, je peux vous retrouver le nombre de votes. On a eu 10 projets qui sont entrés dans le globe budgétaire et qui ont été réalisés, je ne me souviens plus du nombre de vote que le compost a eu ni à quelle place il est arrivé.

13. Est-ce à votre avis une image à renforcer ou à corriger ?

Les deux, et à renforcer et à corriger, à corriger je ne sais pas si c'est le mot, mais à connaître pour toute une partie ça c'est sûr. A renforcer pour les autres. Mais je vous dis, on part tellement de loin, quand je suis arrivée à l'université et que j'ai vu qu'on ne recyclait pas ni nos papiers, ni nos cannettes du distributeur... Ouf. Mais ça devrait arriver en septembre. Donc oui oui, il faut qu'on renforce ça c'est sûr.

14. Quelles étaient les plus grandes difficultés ? Avez-vous eu des difficultés pour l'instant ?

On va enlever toutes les difficultés liées à la crise sanitaire. Il y a eu la coordination avec les autres services de l'université qui n'était pas si facile. Donc on a une coordination avec le service technique, puisqu'on a installé du matériel sur la fac, et les espaces verts ! Espace vert, compost, logique, vous allez me dire. Logique que les espaces verts prennent leur place dans le projet compost, et bah pas si logique. Pas si simple, parce que même le matériel du compost, tamis, râteau, c'est moi qui l'ai et quand on a posé la question de quand le compost sera en route, que va-t-on faire de ce joli terreau, et bah spontanément on ne m'a pas dit "au wow super on va pouvoir l'utiliser". Donc on est en train de le détourner pour être sûr que ce terreau soit aussi le support d'initiatives étudiantes et notamment de végétalisation par les étudiants, pour les étudiants sur la fac, en dehors des services pour rajouter les fleurs, pour faire un petit potager. On n'est pas encore là, mais pourquoi pas ? Je peux vous dire que le campus des Berges est vraiment en plein centre de Lyon, où même si on a quelques arbres, on est très loin d'être végétalisé.

15. Qu'avez-vous fait pour y remédier ?

Passer par les étudiants. Alors après la difficulté, c'est un peu tester pour constituer un groupe d'étudiants pour l'utiliser, ça ne va pas être si simple, je pense. Mais on verra à la reprise comment ça va matcher mais la coordination juste par un groupe d'étudiants, on a déjà vu les limites. Mais là c'est pareil, au niveau des équipes enseignantes et administratives personne ne s'est porté volontaire pour coordonner en proximité. Moi ça m'éclate mais je suis à 15km, ça n'a pas de sens, il faudra quelqu'un proche du compost.

16. Quels conseils donneriez-vous à une autre université qui désire installer un compost sur leur campus universitaire ?

D'associer les étudiants, vraiment d'associer les étudiants dès le départ, à toutes les étapes et pas juste utiliser un compost. Finalement c'est pas ce qu'ils demandent, et vraiment pouvoir créer du collectif et une dynamique autour. L'idée nous, on va installer un compost mais on va plus loin quoi. Par l'animation, par la végétalisation, c'est une étape parmi d'autres mais de l'inclure fortement dans la vie de l'institution. Poser comme un projet, ça n'a pas de sens, c'est mon conseil en tout cas. On ne peut pas se dire qu'on va poser des composteurs et que ça va marcher tout seul, non.

Quels types d'animation comptez-vous faire autour des composts ?

Autour de la nature, on voulait faire autour de la nourriture mais j'ai peur qu'en septembre nous ne serons toujours pas dans cette disposition là, au niveau de la crise sanitaire. Donc plus sur un versant naturel, on trouvera, on trouvera.

ANNEXE 3 : Retranscription entretien Université de Sherbrooke

1. Quel est votre nom et prénom ?

Patrice Cordeau, B.Sc., M. Env.
Vice-recteur adjoint au développement durable

Introduction du projet de compostage :

Notre projet de compostage est basé sur les assiettes compostables et toutes les vaisselles au complet. On a sorti tout ce qui était de la vaisselle jetable, c'était 500 000 articles de vaisselle qu'on prenait à l'époque, on a mis tout ça dehors. Il y avait un distributeur de vaisselle compostable qui en faisait la promotion donc on a travaillé énormément avec lui et puis on a fait une vitrine technologique pour démontrer la faisabilité de composter la vaisselle directement sur le campus, dans un bioréacteur. Au niveau communication, je dirais avant le jour de départ, les gens avaient très peur du compost, c'est comme, ça va sentir, c'est pas propre, ça va faire des dégâts, puis une fois implanté le constat c'était que c'était la matière la plus facile à implanter. Tout le monde a fait comme, oh mon dieu, quand la matière était là avant, c'est juste qu'elle était dans la poubelle mais là on l'a séparée et on est arrivé quand même bien préparé avec les services d'entretiens ménager.

Les sacs étaient collectés tous les jours, dans les lieux de restauration, la matière était vraiment aisément ramassée à l'aide de sacs verts aussi. Alors les gens se sont rendus compte, qu'il y a aucun inconvénient, aucune odeur, donc je dirais que c'est un projet qui s'est très très bien passé chez nous. En termes de communication, ce qu'on a fait, notre défi était surtout de sensibiliser par rapport à la vaisselle. Parce que c'était très nouveau la vaisselle compostable, surtout le PLE, le plastique transparent, le PLE 7, les gens n'ont pas l'habitude de voir apparaître ça, les gens pensaient que c'était du plastique standard. Il a fallu mettre beaucoup d'efforts de sensibilisation en disant "ah non, non, non, posez pas de questions, tout ce qu'il y a comme vaisselle à l'université, ça va au compost", ça c'était un petit défi qu'on a eu. La seule chose qui n'allait pas au compost c'était le couvercle à café, qui lui nous a posé un peu de problèmes. Puis la manière qu'on fonctionne au plan de compostage, le bio réacteur, on met toute la matière dedans, puis à la fin quand il atterrit, y'a un tamisage qui s'effectue dans un système rotatif.

Quand il y avait des couvercles à café qui passaient, bon, on les récupérait à la fin du cycle. Et au lieu de composter ils chauffaient et se tordaient un peu, donc on pouvait les récupérer, ce qui fait qu'on n'a pas fait trop de colle avec les couvercles à café. Aujourd'hui on les est rendus compostables, en terme de communication de défi c'était vraiment par rapport à faire comprendre aux gens la vaisselle compostable. Sinon le programme s'est très bien passé. Même aujourd'hui on s'est gardé une réticence on a fait le compostage juste avec les zones de restauration, les endroits où on mange, autrement dit, tout ce qui est cuisinettes, casse-croûte, cafés, aires de restauration, bref on est parti de ce modèle là mais on met quand même des sacs à compost répartis sur les campus dans les résidences mais les petites cuisinettes d'employés et étudiants et puis aujourd'hui on l'a même étendu à l'extérieur dans des bacs, les étudiants ont demandé "ça va bien on peut aussi en avoir dans les quarts d'heure pour mettre nos verres à café, nos résidus de pommes" donc là on l'a étendu à l'ensemble du campus.

C'est plus facile la matière compostable, on sait assez bien ce qui est compostage versus notre matière recyclable, au Québec la matière recyclable va tout dans le même bac, et là on a beaucoup de contaminants de matière recyclable ce qui est plus facile. Mais la matière compostable avec le fait qu'on a notre propre bioréacteur sur le campus, on contrôle notre matière ça facilite les opérations aussi.

2. *Quelle est votre implication dans le projet de compostage sur votre université ?*

A l'époque, j'étais le coordinateur du développement durable qui s'occupait des programmes. J'avais le dossier des matières résiduelles, et c'est directement moi qui ai mis en place le projet de compostage. Je pourrais t'envoyer un peu notre campagne, on a fait des affiches, on a fait toutes sortes d'articles de promotion. On a fait aussi une fiche technique avec le site de Québec sur le programme de la vaisselle compostable, je pourrais essayer de mettre la main dessus aussi.

3. *Quelle organisation a installé le/les site(s) de compostage ? Depuis quand est/sont-il(s) ouvert(s) au public ?*

Oui, on l'a travaillé par contre, tout le programme de composteur, on l'a travaillé avec les étudiants. A l'université on travaille beaucoup en collaboration avec des étudiants pour un campus durable, puis même, à l'époque il y avait un groupe qu'il s'appelait génivert fait qu'ils ont la faculté de génies. J'ai même un groupe à l'administration qui a fait des études de faisabilité au départ pour le bioréacteur. Il y a trois groupes d'étudiants qui nous ont aidés à développer le projet. Les étudiants d'ailleurs ont été chercher une subvention ce qu'on appelle aussi le pacte des générations, fait qu'ils sont allés chercher de l'argent pour nous aider avec le projet. C'est un bon partenariat entre la direction de l'université et les étudiants.

4. *Pourquoi avez-vous désiré installer un compost dans votre université et dans quel but ?*

C'était une volonté régionale au départ, la ville de Sherbrooke est arrivée avec un projet pilote de compostage avec la plateforme de compostage, c'était assez innovant à l'époque. C'était en 2009, c'était assez nouveau, assez rare, ils nous ont fourni des bacs roulants et après ils sont venus chercher notre matière pendant un projet pilote de 6 mois pour essayer le compostage. Alors on prenait les résidus alimentaires des cuisines uniquement de notre cafétéria principale, ça a donné vraiment de bons résultats. Après 6 mois, après le projet pilote la ville a dit dorénavant vous avez essayé, vous êtes capables d'être autonomes, allez-y! C'est là qu'on a fait l'étude de faisabilité avec les étudiants à la maîtrise à l'école de gestion, ici, pour voir comment on est capable d'implanter le système directement sur le campus, d'être autonome. On avait la possibilité de l'envoyer vers l'extérieur mais c'était pas très répandu, à l'époque au tout début. Ça nous revenait à moins de s'acheter un bioréacteur, de faire toutes les opérations sur le campus, de faire une vitrine technologique, et tous les avantages. C'est sûr qu'avec les impôts étudiants ça nous a aidés aussi. On a vraiment monté un projet qui était avantageux par rapport à la vitrine technologique, par rapport à l'implication étudiante. C'est un beau projet pour l'université.

5. *Qui est chargé de l'entretien du compost ?*

La manière dont ça fonctionne c'est qu'on a un employé au service des immeubles et aux services des terrains qui a dans ses tâches la supervision des opérations de compostage, et puis on engage des étudiants. Ce sont directement les étudiants qui nous aident avec les opérations de compostage. A la cafétéria et dans les autres endroits, les gens trient leurs matières, et c'est l'entretien ménager qui collecte la matière, la matière est envoyée au composteur et là c'est les étudiants qui font la gestion des matières compostables. C'est deux étudiants qu'on engage dans un programme d'étude-travail.

6. *Quels supports de communication avez-vous utilisés pour inciter votre public à composter leur déchets alimentaires ? (Réseaux sociaux, Emails, SMS, Journaux et presse, Posters, des activités de sensibilisation, panneaux sur ou près des composts, technique de nudge, le compost en lui-même, autres)*

On était encore à l'époque du papier donc on mettait des affiches, des petits dépliants sur les tables de la cafétéria, on s'est servi des journaux de promotion. Les étudiants nous ont aussi beaucoup aidés avec notre équipe verte. On a une équipe verte qui a une équipe dite de sensibilisation qui va vers les gens, comme pour la vaisselle, pour faire comprendre que "regarder ça c'est de la vaisselle compostable". Il y avait d'autres présences à chaque dégustation, on engageait des étudiants pour sensibiliser la communauté universitaire. Des supports visuels papier, un peu de communication journaux plus la présence de l'équipe verte sur place.

7. *Quelle est votre stratégie visuelle ?*

Oui je vais te l'envoyer, on avait des petits logos, c'est drôle parce que c'est en 2008, 2009, 2010 la grande communication, des affiches, des supports visuels qu'on avait fait, et c'est toujours là.

8. *Comment pensez-vous que les étudiants de votre campus se représentent le compostage ? Sont-ils sensibilisés au compostage de leurs déchets alimentaires ? Avez-vous fait des enquêtes à ce sujet ?*

Oui, à Sherbrooke, comparativement à d'autres villes ça fait déjà 12, 13, 14 ans qu'on composte et c'est fait aussi dans les quartiers résidentiels, c'est fait à la maison, je pense qu'il y a une bonne compréhension du compostage, une bonne participation. Peut-être des défis un peu en début de sessions, peut-être avec les étudiants internationaux ou d'autres villes qui arrivent, parce qu'on est composé de 10% de clientèle extérieure de la ville. Donc c'est sûr qu'on a besoin des fois en début de session de sensibiliser un peu plus mais ça adhère assez bien. Avec la nouvelle génération il y a un laisser-aller, on dirait que le tri est je sais pas, moins important, mais on a du mal à l'expliquer. On va retenter des campagnes de sensibilisation pour sensibiliser les étudiants à faire l'effort, je pense que l'effort n'est pas là. À faire l'effort du tri adéquat des matières, on n'a jamais eu autant de contaminés qu'en ce moment.

Par contre je peux vous dire qu'on observe dans les dernières années un relâchement du tri des matières, c'est un phénomène que j'ai des difficultés à comprendre.

Moi j'avais déjà dit à quelqu'un, c'est merveilleux parce qu'on est l'un des premiers à implanter le compostage à l'université, on détourne plus de 70% des matières résiduelles sur le campus, donc on a vraiment des bonnes performances mais on a fait beaucoup de sensibilisation au départ, on a travaillé très fort puis on se disait, c'est bien parce que les étudiants du niveau inférieur, c'est ce qu'on appelle le CÉGEP secondaire et ils vont apprendre à trier les matières donc dans les années on n'aura plus à les sensibiliser. Puis malheureusement ce n'est pas ce qui se produit, il y a un laisser-aller ou un manque d'engagement par rapport au tri des matières. Donc c'est l'inverse, on doit ressortir les campagnes de sensibilisation auprès des étudiants pour leur demander de trier leurs matières adéquatement. Ça m'a un peu surpris.

C'est fait un peu à la rentrée, mais c'est un phénomène qui prend de l'ampleur dans le mauvais tri des matières. On va donc faire une vaste campagne de sensibilisation au tri des matières et employer des ambassadeurs, dans les facultés, à plusieurs endroits pour passer le message du tri des matières. On va faire un concours entre les facultés pour être sûr que le tri est fait adéquatement. On revient là avec une campagne de sensibilisation qu'on ne pensait pas réutiliser.

9. Comment et par qui est-il utilisé ?

En fait, par rapport à l'utilisation, c'est directement l'université qui l'utilise, nous tout le compost qui est fait, retourne sur le terrain. On a un énorme campus, c'est-à-dire qu'on l'utilise pour le renforcement des sols, il est utilisé directement par l'équipe des terrains, à 100%. On ne l'a jamais donné ou vendu à d'autres instances du fait qu'on le fait caractérisé d'une excellente qualité, mais pour être capable de l'utiliser dans les jardins alimentaires il faudrait aller chercher une certification du bureau d'organisation du Québec, qui coûte très cher, donc on n'a jamais vu l'avantage de dépenser 80 000 dollars pour faire certifier notre compost. Donc on s'est dit qu'on va continuer à l'utiliser, de toute façon on a des besoins d'amendement de sol parce que sur les campus on n'utilise aucun engrais chimique, aucun pesticide, fertilisant ou autres, fait qu'on utilise que notre compost, donc on en a vraiment besoin.

10. Quelles étaient les plus grandes difficultés ?

C'est l'opération du bioréacteur. C'est quand même un art d'opérer un bioréacteur, on était pas mal dans les premiers à le faire au Québec, il a fallu développer une expertise. Puis c'est vraiment une expertise constante, on ne peut pas avoir de relâchement, ça fonctionne avec des bactéries et quand elles sont actives tu ne peux pas te dire on va s'arrêter pendant trois semaines ou ça va commencer à ne plus aller. Et c'est constant. D'ailleurs la première année on avait tenté de faire une pause, dans le temps des fêtes, parce que l'université est fermée, puis ça n'a vraiment pas bien été. Les bactéries sont toutes mortes et il a fallu essayer de réactiver le bioréacteur, un réensemencement de bactéries, et de réchauffer, ça a été quelque chose... Depuis ce temps-là, il n'y a plus jamais aucun arrêt, le bioréacteur fonctionne 365 jours par année. Il y a toujours une survenance, ça tourne tous les 3-4 jours. Fait que c'est plus par rapport au bioréacteur.

Tu sais que l'université de Sherbrooke a trois campus, il y en a un à Longueuil qui est tout près de Montréal, et ce campus là fait toutes les mêmes opérations de compostage mais on envoie la matière à l'externe dans un centre de compostage, donc c'est vraiment un traitement au privé, j'engage une compagnie qui vient chercher notre matière à toutes les semaines, qui part pour l'envoyer aux plateformes de compostage. Aujourd'hui, le

compostage est bien développé au Québec, ça nous permet de le faire, et c'est beaucoup plus simple. C'est beaucoup plus simple que d'opérer un bioréacteur. Mais comme on vous a dit c'était un beau projet, maintenant on est en train de regarder, après 14-15 ans, le bioréacteur a une durée de vie de 20 ans, donc on arrive à la fin de sa durée de vie. On va tenter de voir ce qu'on fait pour la suite, on n'est pas encore fixé mais on va faire des avis d'études. J'aimerais bien innover encore une nouvelle technologie et essayer autre chose.

Nous ce qui était compliqué aussi, c'était toute une polémique au Québec, c'est l'utilisation de sacs compostables. Nous c'était la clé de notre succès, le fait qu'on utilise des sacs, autant dans les grands bacs, que les petits bacs de cuisine. Ils ont été suspendus mais c'était la clé de notre succès, d'utiliser ces sacs compostables, ça a permis d'avoir un entretien plus minime, d'éviter les odeurs, ça a été très aidant. Il y a certains endroits au Québec qui n'acceptent pas les sacs compostables dans les bacs à compostage, mais ça fait polémique. Mais nous le faisons de composter directement, on composte notre propre sac, pour démontrer que ça se composte les sacs compostables aussi. Dans un bioréacteur, si on fait un nœud avec le sac, c'est sûr que le nœud, les bactéries n'auront pas le temps de le dégrader dans 20 jours, le temps d'un cycle, il faut juste s'assurer de ne pas laisser de nœud, ou de boules. C'est la même chose pour les oranges, patates, les choses trop grosses, trop compactes, trop rondes, les bactéries n'ont pas le temps de l'attaquer en plus de temps, en 25 jours.

Les sacs plastiques ça nous a aidés, parce qu'on a peur que ça va puer, on dit chez nous que c'est "dégueulasse" mais non, c'est de la belle matière.

C'est sûr qu'on a la vaisselle compostable, ce qui fait qu'il y a d'autres matières dans les sacs et ça fait des sacs moins lourds. Ça fait plus de volume, moins de pesanteur. On fonctionne des fois avec le service traiteur. On fait des boîtes à lunch, surtout en ce moment avec la pandémie, les boîtes à lunch sont très populaires, et l'ensemble de la boîte à lunch est compostable. Fait que quand tu as terminé tu envoies le reste en entier au compost, ce qui fait que ça rentre tout dans un sac, ça ne sent pas. Ça n'a pas fait de coulis ou de liquide dans ton sac, tout est bien contenu, fait que ça aide aussi.

11. Quels conseils donneriez-vous à une autre université qui désire installer un compost sur son campus universitaire ?

Le conseil c'est que nous à l'époque, le bioréacteur, le compostage sur le site, il n'existait pas beaucoup de solutions de compostage, c'était une bonne décision mais on a quand même été financé de 70 000 dollars par le gouvernement et pour faire la vitrine technologique. Il faut faire une bonne étude de faisabilité économique, avoir des chiffres, se baser sur les coûts d'enfouissement et de se dire, comment peut-on être capable de trouver une solution écologique, le compostage, qui vous permet aussi de sauver des coûts. C'est un peu ça qu'on a réussi à faire passer. Faire des études, parce que c'est un centre de compostage qui coûte 50 000 pièces, et on a eu 115 000 de subventions, réparti sur 20 ans, ça vaut des coûts d'enfouissement et les coûts de compostage qui étaient sur le marché. J'ai montré à la direction tous les avantages et la direction a dit "go, vas-y", donc une bonne étude de faisabilité pour convaincre avec le volet économique, la direction. La volonté sociale, avec les étudiants et puis la volonté du milieu, c'est sûr que ça fait un projet gagnant. Une bonne étude de faisabilité et de bien attacher les morceaux.

12. Quand vous dites sensibiliser au compostage ou sensibiliser les étudiants, qu'est-ce-que vous leur dites exactement ?

On laisse plus faire le message très très simple, ne pose pas de questions, tout est compostable. C'était vraiment ça, on n'a pas voulu dire ça l'est, ça ça ne l'est pas, c'est pour ça qu'on est arrivé avec un programme global de compostage. Tout ce qui se mange, ou qui est de la vaisselle, tu peux envoyer ça au compostage. C'est comme je disais tantôt mais les couvercles de café, on disait au jeune un message tout la vaisselle est compostable, envoyez-la nous.

ANNEXE 4 : Enquête sur le compostage à Université Côte d'Azur

Dans le cadre d'un mémoire de Master 1 en Communication Écocitoyenne Patrimoine et Développement Durable (COMEDD) à l'Université Côte d'Azur qui a pour objet d'étude les freins entre la sensibilisation à l'environnement et l'adoption d'un comportement écoresponsable, nous menons une étude sur les pratiques de compostage des déchets alimentaires par les étudiants du campus Valrose, en partenariat avec la Mission Ecoresponsable de l'Université Côte d'Azur.

Ce questionnaire porte sur la perception et l'utilisation des sites de compostage du campus de Valrose Université Côte d'Azur par ses étudiants.

Pour cela, nous vous proposons de remplir un questionnaire en répondant de la manière la plus sincère et spontanée possible. Il vous faudra à peu près 10 minutes pour le compléter. Les réponses données à ce questionnaire sont anonymes et strictement confidentielles et ne seront traitées qu'à des fins de recherche.

Pour répondre à ce questionnaire, il est très important de vous projeter dans une période où il n'y aurait ni restriction ni confinement perturbant vos actions quotidiennes.

Nous vous remercions par avance de votre précieuse participation.

Démographie

1. Vous êtes ? *

Étudiant.e

Personnel de l'Université Côte d'Azur, d'un laboratoire de recherche ou membre associé

Autre

2. Vous êtes ? *

Une femme

Un homme

Autre

3. Quel âge avez-vous ? *

Entre 18 et 21 ans

Entre 22 et 30 ans

Plus de 30 ans

4. Sur quel campus de l'Université Côte d'Azur passez-vous le plus de temps ? *

Carlone, Nice

Chu Archet

Draguignan

Fabron, Nice

George V, Nice
Grasse
La Seyne sur Mer
Liégeard, Nice
Menton
IMREDD, Nice
Paster
Saint Jean d'Angély
Sophia Tech, Nice
Plaine du Var, STAPS, Nice
Trotabas, Nice
Valrose, Nice
Autre

5. Où avez-vous grandi ?

Campagne

Semi-urbain (petit ville ou village avec beaucoup d'espace vert ou/et agricole)

Ville

6. Où vivez-vous la majorité de l'année ?

Campagne

Semi-urbain (petit ville ou village avec beaucoup d'espace vert ou/et agricole)

Ville

Le compostage

7. Savez-vous qu'on peut donner une seconde vie à ses épluchures et restes alimentaires ?

*

Oui

Non

8. Connaissez-vous le terme compostage ? *

Oui

Non

9. Quels sont les mots qui vous viennent spontanément à l'esprit quand vous entendez "compostage" ? (Question non obligatoire)

réponse ouverte

Le compostage est le recyclage des déchets organiques pour produire naturellement un fertilisant, le compost.

10. Avez-vous déjà composté vos déchets alimentaires ? *

Oui

Non

11. Si oui, diriez-vous que vous compostez vos déchets :

Très fréquemment : plusieurs fois par semaine

De temps en temps : plusieurs fois par mois

Rarement : 1 ou 2 fois par ans

Jamais

12. Si oui, où compostez vos déchets ?

Dans un composteur collectif

Dans votre jardin

Dans votre maison familiale

Dans votre chambre ou appartement étudiant

Autre

12. a. Si “Composteur collectif” - Dans quel type de compost collectif jetez-vous vos déchets organiques ?

Le composteur d’une association

Un composteur de la métropole

Le composteur de mon immeuble ou ma résidence

Un composteur de Université Côte d’Azur

Autre

13. Si “non”, pourquoi ne compostez-vous pas vos déchets alimentaires ?

Je ne connaissais pas le compostage

Je n’ai pas de composteur à proximité

Je ne sais pas comment collecter et apporter mes déchets alimentaire de chez moi à un site de compostage

Cela ne m’intéresse pas

Autre *espace pour écrire une réponse longue*

Le saviez-vous ? Recycler ces déchets alimentaires permet de jeter 30% de déchets en moins dans notre poubelle, permettant de la sortir moins souvent. De plus, le compostage permet de leur donner une deuxième vie en créant de la matière fertilisante, au lieu d’ajouter à notre production de déchets.

Il suffit de collecter ces restes alimentaires, épluchures, sachets de thé, trognon de pomme, etc... et les déposer dans un composteur. La biodiversité (champignons, verre de terres, etc...) du composteur décompose ces déchets et offre du terreaux noir riche en nutriment.

14- Vous souvenez-vous avoir été sensibilisé au compostage ?

Oui

Non

14 a. Si “oui”, dans quel contexte ?

L'école

Ma famille, mes amis ou des connaissances

La mairie/métropole, l'entreprise en charge de la gestion des déchets

Médias traditionnels (documentaires ou journaux télévisés, articles dans des journaux, magazines etc...)

Les réseaux sociaux

Autre

Le compostage à Université Côte d'Azur

15. Saviez-vous que Université Côte d'Azur, à travers la Mission Ecoresponsable de l'université, a mis en place des sites de compostage où vous pouvez jeter vos déchets organiques et restes alimentaires ? (Carlone, INSPE Liégaard, STAPS, Trotabas, Valrose)

*

Oui

Non



Sites de compostage (Photo Ninon Scotto di Uccio, 2021)

Ces sites de compostage peuvent être utilisés pour jeter vos déchets organiques de vos repas consommés sur le campus et vos restes de chez vous. Ces déchets seront transformés en un engrais qui sera utilisé pour les jardins partagés de l'université et donné aux étudiants et personnel de l'université pour faire pousser leurs plantes.

16. Utilisez-vous l'un de ces sites de compostage à Université Côte d'Azur ?

Oui

Non

17- “Si oui” Sur quel site ? liste à cocher

Carlone

INSPE Liégaard

Plaine du Var, STAPS
Trotabas
Valrose

17- a. “Si Carlone” Précisez
Site Bâtiment Italien : compostage assisté
Site B.U.
Site Jardin participatif

17- b. “Si Valrose” Précisez
Site Fizeau : compostage assisté
Site B.U. : compostage assisté
Site Le parc : compostage assisté
Site Le château : compostage autonome
Site Chimie : compostage autonome

18. A chaque fois que vous utilisez le composteur, approximativement quelle quantité de déchets organiques jetez-vous ? (Épluchures, saladier et poubelle verte)



Déchets alimentaires (Photos Ninon Scotto di Uccio, 2021)

Quelques épluchures
L'équivalent d'un saladier
L'équivalent d'une petite poubelle de cuisine

19. Vous jetez dans le composteur :
Mes restes alimentaire des repas sur le campus
J'apporte des déchets organique de chez moi
Mes déchets organiques de mes activités professionnelle sur le campus
Autre

20. Trouvez- vous ces composteurs faciles à utiliser ?
Oui

Non

Pourrait être facilité : précisez

21. Est-ce que ces sites de compostage vous suffisent ?

Oui

Non

22. Si “non” : Pourquoi ne les utilisez-vous pas ?

Je n'ai pas de site de compostage sur mon campus actuellement

Je ne savais pas que ces sites étaient utilisables par tous

C'est trop contraignant

Je ne vois pas l'intérêt

Je n'ai pas de restes alimentaires ni d'épluchures

Autre



Le saviez-vous ?

Il est facile de jeter ces déchets alimentaires dans les composteurs sur les campus. Il suffit d'apporter ces restes de repas ou les restes organiques de chez soi et de les déposer dans le bac d'apport de l'un des sites sur votre campus. Voici ce que vous pouvez jeter dans le bac d'apport : *image je mets quoi dans mon compost*

23 - Si “site en cours d'aménagement” - Les bacs de compostage seront bientôt installés sur votre campus. Seriez-vous intéressé de participer à une action de sensibilisation pour savoir comment bien s'en servir ?

Oui

Non

24- Si “site en cours d'aménagement” : Les bacs de compostage seront bientôt installés sur votre campus. Allez-vous les utiliser ?

Oui

Non

25- Si “pas de site sur campus” : Si vous n'avez pas de site de compost sur votre campus, voudriez-vous en avoir un sur votre campus ?

Oui

Non

26- Avez-vous déjà assisté à un atelier ou une animation sur le compostage avec la maître composteur de l'université ou les étudiants en services civique de la mission écoresponsable ?

Oui
Non

26. a. Si "oui" - qu'en avez-vous pensé ?

C'était bien
C'était très bien
C'était bof
C'était nul

Valorisation des sites de compostage

La mission écoresponsable travaille sur des outils suivant pour communiquer par rapport aux composteurs universitaires : Ateliers de sensibilisation, newsletter, posts sur les réseaux sociaux de l'université, vidéos de témoignages, jeux vrai/faux sur le compostage, un site internet, panneaux sur les bacs de compostages, nouveau design des composteurs.

27. Ces formats vous semblent-ils adaptés ?

Oui
Non

28. Pouvez-vous classer les formats de communication suivants par ordre du plus au moins intéressant selon vous ?

Les classer dans un tableau

28- a- Avez-vous des idées supplémentaires sur ce que vous souhaiteriez voir en plus ?

Réponse ouverte

29. Un travail d'esthétisation des sites de compostages est en cours. Ceci vous inciterait-il à utiliser davantage ces sites de compostage ?

Oui
Non

30. Seriez-vous intéressé à participer dans le design et la valorisation des sites de compostage ?

Oui
Non

Le lombricompostage est une technique de compostage basée sur l'élevage de vers de terre qui décomposent la matière organique pour créer du compost. Les lombricomposteurs sont petits et donc idéal pour les appartements et balcons.



Dessin Lombricompostage

(<https://compost.ooreka.fr/fiche/voir/289903/fabriquer-un-lombricomposteur>, 2021)

27. Savez-vous qu'Université Côte d'Azur propose du lombricompostage et dispose d'une ferme agricole pour alimenter les lombricomposteurs ?

- Oui
- Non

28. Est-ce que vous seriez intéressé par un lombricompost pour pratiquer du compostage en appartement ou dans votre chambre étudiante ?

- Oui
- Non

29- Si "un personnel" : La mission propose à régulièrement des projets tuteurés sur le thème du compostage, biodiversité, upcycling, changement de comportement, seriez-vous intéressé pour proposer un nouveau projet à vos étudiants en lien avec la mission ?

- Oui
- Non
- Peut-être

29. a. Si "Oui" : Précisez domaine intérêt

Réponse ouverte

30- Après ce questionnaire, comprenez-vous que les sites de compostage de l'Université Côte d'Azur sont là pour vous et que vous pouvez les nourrir pour aider à produire du compost fertilisant ?

- Oui
- Non

31 - Si “étudiant” : Souhaitez-vous participer à un atelier de sensibilisation au compostage pour en apprendre plus sur le fonctionnement du compostage à l’Université Côte d’Azur et participer davantage à cette étude sur les pratiques de compostage des déchets alimentaires ?

Oui - Veuillez écrire votre email pour que nous puissions vous recontacter

Non

Le compost est utilisé dans des jardins participatifs et productifs qui sont mis en place sur 4 campus pilotes (Carlone, Valrose, STAPS Sophia Tech) des jardinières placées sur les campus que nous vous invitons à les utiliser.

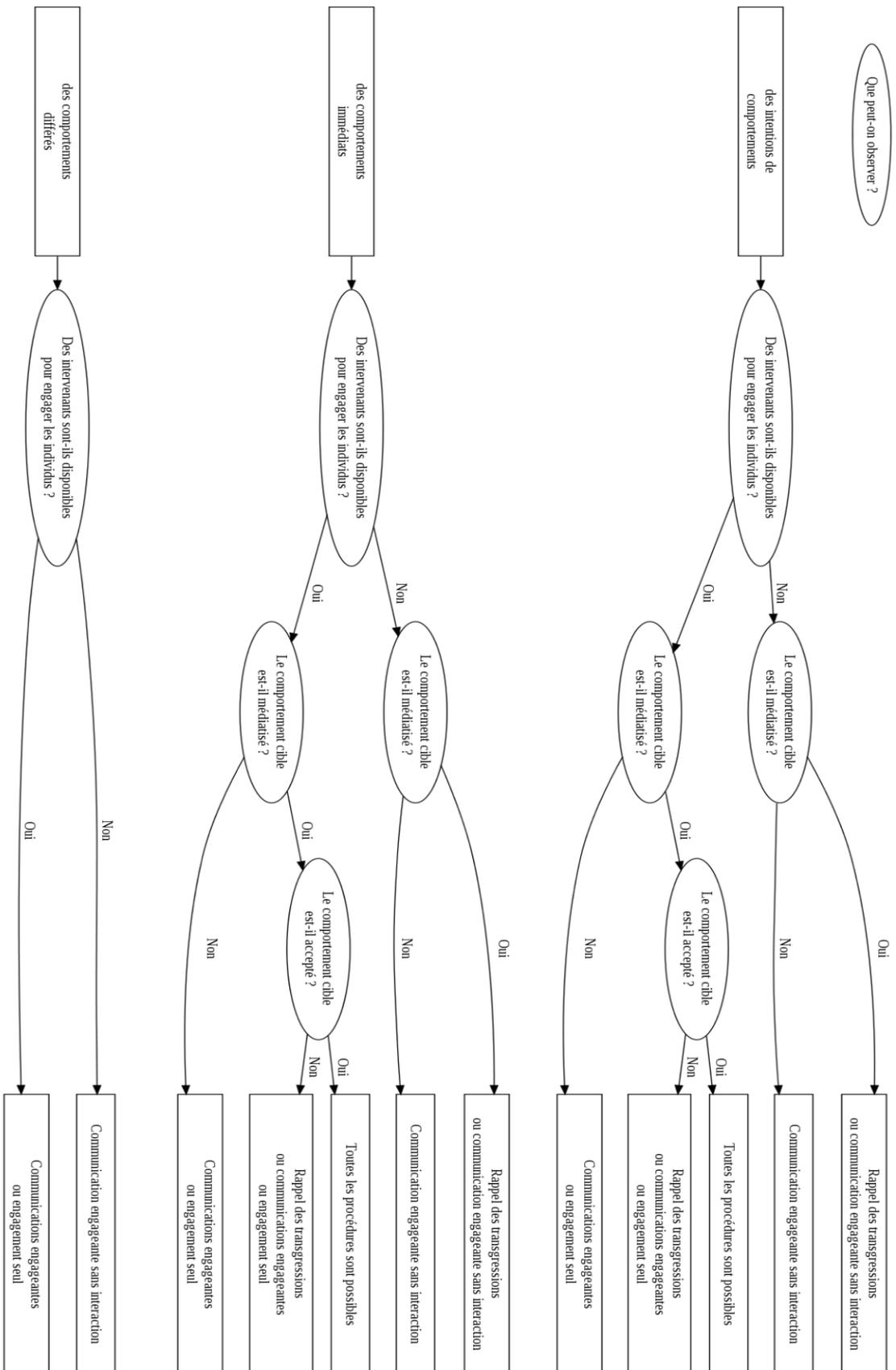


Merci d’avoir pris le temps de répondre à ce questionnaire. Vos retours nous sont très valables.

Avez-vous des questions par rapport à cette enquête ?

Contactez Ninon Scotto di Uccio : ninonsdu@gmail.com

ANNEXE 5 : Outil permettant de sélectionner la procédure à privilégier en fonction du contexte d'intervention élaboré par Lolita Rubens (2011 : 219)



Bibliographie :

- Alfaré, A., TRIQUET, E., & Urgelli, B. (2016, juillet). Communication et changement de comportement : Analyse de 40 ans de campagnes de communication de l'ADEME pour la réduction de la consommation énergétique dans les logements. *RIODD 2016*.
- Al-Shams, A. A. (2017). Le nudge. *Multitudes*, n° 68(3), 44-53.
Article engagement IRSIC. (s. d.).
- Bernard, F., & Joule, R. V. (2004). Lien, sens et action : Vers une communication engageante. *Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle*, 24, Article 24.
- BOHLER, S. (2019). *Le Bug humain*. Robert Laffont.
- Bourg, G. (2010). Communication engageante et représentations sociales : Une application en faveur de la protection de l'environnement et du recyclage. *Pratiques Psychologiques*, 17.
- Bozonnet, J.-P. (s. d.). *Comprendre les valeurs et les pratiques écologistes des jeunes en France*. 15.
- Bressoud, É. (s. d.). *LE NUDGE, UN « COUP DE POUCE » POUR RENFORCER L'EFFICACITÉ DES ACTIONS EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT*. 7.
- De Berenguer, J. (2007). The Effect of Empathy in Proenvironmental Attitudes and Behaviors. *Environment and Behavior - ENVIRON BEHAV*, 39, 269-283.
- de Groot, J. I. M., & Steg, L. (2008). Value Orientations to Explain Beliefs Related to Environmental Significant Behavior : How to Measure Egoistic, Altruistic, and Biospheric Value Orientations. *Environment and Behavior*, 40(3), 330-354.
- Cochin Y., Lhuillier D. (1999) *Des déchets et des hommes*. (s. d.).
- Desachy, C. & Association générale des hygiénistes et techniciens municipaux France. (1996). *Les déchets : Sensibilisation à une gestion écologique*. Lavoisier Tec & doc.
- Dupré, M., Meineri, S., & Guéguen, N. (2014). Communication engageante appliquée au tri sélectif : Comparaison entre les techniques du pied-dans-la-porte et du double-pied-dans-la-porte. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale, Numéro 102(2)*, 259-284.
- Elgaaïed, L. (2013). L'anticipation des conséquences comme vecteur de l'intention de tri des déchets : Rôle des émotions, des croyances et de leur valence. *Management Avenir, N° 66(8)*, 51-65.
- Gärling, T., Fujii, S., Gärling, A., & Bergstad, C. (2003). Moderating Effects of Social Value Orientation on Determinants of Proenvironmental Behavior Intention. *Journal of Environmental Psychology*, 23, 1-9.
- Gigliotti, L. (1994). Environmental Issues : Cornell Students' Willingness to Take Action, 1990. *The Journal of Environmental Education*, 26, 34-42.
- Girandola, F., & Joule, R.-V. (2012). La communication engageante : Aspects théoriques, résultats et perspectives. *L'Année psychologique, Vol. 112(1)*, 115-143.
- Joule, R.-V., Beauvois, J.-L., & O, M. (2014). *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens* (édition revue et augmentée). PRESSES UNIVERSITAIRES DE GRENOBLE.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (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.
- Desbiolles, Alice (2020) *L'éco-anxiété*

- Léger, M. T., & Pruneau, D. (2015). Vers l'adoption de comportements environnementaux dans la famille – Perspectives théoriques. *Éducation relative à l'environnement. Regards - Recherches - Réflexions, Volume 12*, Article Volume 12.
- Libaert, T. (2020). *Des vents porteurs*. POMMIER.
- Liu, P., Teng, M., & Han, C. (2020). How does environmental knowledge translate into pro-environmental behaviors? : The mediating role of environmental attitudes and behavioral intentions. *Science of The Total Environment*, 728, 138126.
- Matteau, K. (2018). *Modification des comportements citoyens : Pertinence de l'utilisation des réseaux sociaux en communication environnementale* [Essai, Université de Sherbrooke].
- ORY, J.-F., Petitjean, J.-L., & Côme, T. (2016). Plan vert des universités : Plan stratégique ou outil de communication ? *Management & Sciences Sociales*, 21, 46-62.
- Patru, R. (2014). Sensibiliser pour un engagement plus fort de nos concitoyens en faveur de l'environnement. *Pour*, N° 223(3), 109-121.
- Programme des Nations Unies pour l'environnement. (2005). *Communiquer sur le développement durable : Comment produire des campagnes publiques*. United Nations Environment Programme.
- Richard, I., & Lassarre, D. (2011). *Facteurs et processus psychosociaux du changement pour l'adoption de comportements pro-environnementaux : Le cas du covoiturage*.
- Rj, B., & JI, F. (1978). Who cares about ecology? Personality and sex differences in environmental concern. *Journal of Personality*, 46(1), 190-203.
- Rubens, L. (2011). *Être engagé, informé ou hypocrite : Quels leviers pour favoriser les comportements pro-environnementaux ?* [Thèse de doctorat]. Université Paris Nanterre.
- Singler, E. (2015). *Green nudge—Réussir à changer les comportements pour sauver la... - Librairie Eyrolles*.
- Skandrani-Marzouki, I., Halimi-Falkowicz, S., & Joule, R.-V. (2013). "Favoriser l'assiduité en milieu associatif : Une application de la théorie de l'engagement". *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale, Numéro 98(2)*, 127-145.
- Sousa, S., Correia, E., Leite, J., & Viseu, C. (2020). Environmental knowledge, attitudes and behavior of higher education students : A case study in Portugal. *International Research in Geographical and Environmental Education*, 0(0), 1-18.
- Thapa, B. (1999). Environmentalism : The Relation of Environmental Attitudes and Environmentally Responsible Behaviors Among Undergraduate Students. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 19(5), 426-438.
- Thøgersen, J. (2014). The Mediated Influences of Perceived Norms on Pro-environmental Behavior. *Revue d'économie politique, Vol. 124(2)*, 179-193.
- Trelohan, M. (2017). *La persuasion des associations environnementales visant l'adoption de comportements pro-environnementaux par les usagers récréatifs du littoral* [Thèse de doctorat]. Université de Bretagne Sud.

Webographie :

- Compost'U Lyon* | Facebook. (s. d.). Consulté 10 mai 2021, à l'adresse <https://www.facebook.com/compostu.lyon.5>
- 100 entreprises responsables de plus de 70 % des émissions mondiales de carbone. (s. d.). Sciences et Avenir. Consulté 25 février 2021, à l'adresse https://www.sciencesetavenir.fr/nature-environnement/100-entreprises-responsables-de-plus-de-70-des-emissions-mondiales-de-carbone_114773
- Azoulay, U. D.-G. A. (s. d.). *The World Lost Two-Thirds Of Its Wildlife In 50 Years. We Are to Blame*. NPR.Org. Consulté 26 février 2021, à l'adresse <https://www.npr.org/2020/09/10/911500907/the-world-lost-two-thirds-of-its-wildlife-in-50-years-we-are-to-blame>
- Blog), L. O. (Bondy. (s. d.). *Comment l'écologie se vit dans les quartiers populaires*. Mediapart. Consulté 27 février 2021, à l'adresse <https://www.mediapart.fr/journal/france/220221/comment-l-ecologie-se-vit-dans-les-quartiers-populaires>
- Climat : Changer nos habitudes ou le système ? (s. d.). *Greenpeace France*. Consulté 26 mars 2021, à l'adresse <https://www.greenpeace.fr/climat-changer-nos-habitudes-ou-le-systeme/>
- Comment augmenter les effets des campagnes médias destinées à changer les comportements des citoyens ? La communication numérique engageante au service des économies d'énergie—[IRSIC - Aix-Marseille Université]*. (s. d.). Consulté 14 mars 2021, à l'adresse <https://irsic.univ-amu.fr/Comment-augmenter-les-effets-des-campagnes-medias>
- Communication engageante—Recherche*. (s. d.). Consulté 24 mai 2021, à l'adresse <https://sites.google.com/site/etudrecherche/home/la-communication-engageante>
- Compostage*. (s. d.). Développement durable - Université de Montréal. Consulté 3 avril 2021, à l'adresse <https://durable.umontreal.ca/campus/matieres-residuelles/compostage/>
- Compost_U (@compost_u)* • Photos et vidéos Instagram. (s. d.). Consulté 10 mai 2021, à l'adresse https://www.instagram.com/compost_u/
- COP23 : Quels secteurs économiques émettent le plus de CO2 en France ?* (s. d.-a). LEFIGARO. Consulté 26 février 2021, à l'adresse <https://www.lefigaro.fr/economie/le-scan-eco/dessous-chiffres/2017/11/06/29006-20171106ARTFIG00012-cop23-quels-secteurs-economiques-emettent-le-plus-de-co2-en-france.php>
- COP23 : Quels secteurs économiques émettent le plus de CO2 en France ?* (s. d.-b). LEFIGARO. Consulté 28 février 2021, à l'adresse <https://www.lefigaro.fr/economie/le-scan-eco/dessous-chiffres/2017/11/06/29006-20171106ARTFIG00012-cop23-quels-secteurs-economiques-emettent-le-plus-de-co2-en-france.php>
- Créer un composteur collectif sur son campus : Nos conseils. (2018, mars 27). *REFEDD - Réseau Français des Étudiants pour le Développement Durable*. <https://refedd.org/compostage-campus-etudiant/>
- Déchets alimentaires—Collecte et compostage en ville*. (s. d.). Les Alchimistes. Consulté 11 mai 2021, à l'adresse <https://alchimistes.co/>
- Demande d'entretien pour mémoire sur le compostage—Ninonsdu@gmail.com—Gmail*. (s. d.). Consulté 20 mai 2021, à l'adresse <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/QgrcJHrnvDdhTKwwxnCbMHgtRsFGGLQgfKB?projector=1&messagePartId=0.5>
- Demoinet, E. (s. d.). *Compost mur à récupérer à Valrose, Carlone et Trotabas!* Université Côte d'Azur; Emilie Demoinet. Consulté 30 avril 2021, à l'adresse <https://univ-cotedazur.fr/campus-et-labos-ecoresponsables/compost-mur-a-recuperer-a-valrose>

ÉCOCAMPUS ENS - Composts. (s. d.). Consulté 11 mai 2021, à l'adresse <https://sites.google.com/view/ecocampus-ens/campus-durable/composts>

Ecole polytechnique. (2020, janvier 31). *Conférence de Nicolas Hulot - Crise écologique : Pourquoi risque-t-on de perdre la main ?* <https://www.youtube.com/watch?v=tHnrtX7gDrg>

Enquête sur les attitudes et comportements des Français en matière d'environnement. (2010, octobre 1). <https://www.credoc.fr/publications/enquete-sur-les-attitudes-et-comportements-des-francais-en-matiere-denvironnement>

Environnement : Les jeunes ont de fortes inquiétudes mais leurs comportements restent consuméristes. (2019, décembre 1). <https://www.credoc.fr/publications/environnement-les-jeunes-ont-de-fortes-inquietudes-mais-leurs-comportements-restent-consumeristes>

Esther. (2019, décembre 17). *L'écologie et la publicité en France.* LeMediaVert. <https://www.lemediavert.fr/magazine/lecologie-et-la-publicite-en-france/>

Étude INA. En 20 ans, l'environnement est devenu un sujet d'information générale. (s. d.). La Revue des Médias. Consulté 3 mars 2021, à l'adresse <http://larevuedesmedias.ina.fr/series/etude-environnement-information-medias-tv-radio-climat-pollution-biodiversite-energie>

Faire sa part ? Pouvoir et responsabilité des individus, des entreprises et de l'Etat face à l'urgence climatique. (2019, juin 21). *Carbone* 4. <http://www.carbone4.com/publication-faire-sa-part/>

Farigoul, S. (s. d.). Guide pour les paresseux qui veulent sauver la planète. *Développement durable.* Consulté 10 avril 2021, à l'adresse <https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/takeaction/>

Grenelle de l'environnement—Les cinq engagements—DREAL Provence Alpes-Côte d'Azur. (s. d.). Consulté 16 mars 2021, à l'adresse <http://www.paca.developpement-durable.gouv.fr/grenelle-de-l-environnement-les-cinq-engagements-r1161.html>

Impact humain sur l'environnement—L'environnement 2021. (s. d.). agromassidayu.com. Consulté 26 février 2021, à l'adresse <https://fre.agromassidayu.com/vliyanie-cheloveka-na-okruzhayushuyu-sredu-read-133607>

Jour du dépassement : Combien de planètes Terre faudrait-il si tout le monde consommait autant que vous ? (s. d.). Sciences et Avenir. Consulté 25 février 2021, à l'adresse https://www.sciencesetavenir.fr/nature-environnement/pollution/combien-de-terres-faudrait-il-si-tout-le-monde-vivait-comme-vous_135948

Kesha et plus encore. (2019, octobre 28). *La longue interview de Nicolas Hulot.* <https://www.youtube.com/watch?v=bLeIiltZvpM>

La grande librairie Émission du mercredi 27 janvier 2021. (s. d.). Consulté 7 février 2021, à l'adresse <https://www.france.tv/france-5/la-grande-librairie/la-grande-librairie-saison-13/2208183-emission-du-mercredi-27-janvier-2021.html>

Le Compostage individuel. (s. d.). Prévention des déchets de la Métropole Nice Côte d'Azur. Consulté 13 mai 2021, à l'adresse <http://www.preventiondesdechets.org/le-compostage-individuel/>

Le déchet est le (mal)propre de l'Homme. (s. d.). France Culture. Consulté 19 mars 2021, à l'adresse <https://www.franceculture.fr/emissions/la-transition/le-dechet-est-le-malpropre-de-lhomme>

L'éducation à l'environnement et au développement durable. (s. d.). Ministère de la Transition écologique. Consulté 3 mars 2021, à l'adresse <https://www.ecologie.gouv.fr/leducation-lenvironnement-et-au-developpement-durable>

L'empreinte carbone des Français reste stable. (s. d.). 4.

- Les déchets en France : Quelques chiffres.* (s. d.). Consulté 18 mai 2021, à l'adresse <https://www.cniid.org/Les-dechets-en-France-quelques-chiffres,151>
- Les « gilets jaunes » et l'écologie.* (2018, décembre 6). Franceinfo. https://www.francetvinfo.fr/economie/transports/gilets-jaunes/les-gilets-jaunes-et-l-ecologie_3087893.html
- L'Histoire nous le dira. (2019, novembre 8). *Ordures, déchets et immondices | L'Histoire nous le dira #79.* <https://www.youtube.com/watch?v=otRTOE9i51o>
- Lyon 2, W. U. L. (s. d.-a). *Faire du compost sur le campus Berges du Rhône.* Université Lumière Lyon 2; Webmestre Université Lumière Lyon 2. Consulté 3 avril 2021, à l'adresse <https://www.univ-lyon2.fr/campus/faire-du-compost-sur-le-campus-berges-du-rhone>
- Lyon 2, W. U. L. (s. d.-b). *Faire du compost sur le campus Berges du Rhône.* Université Lumière Lyon 2; Webmestre Université Lumière Lyon 2. Consulté 9 mai 2021, à l'adresse <https://www.univ-lyon2.fr/campus/faire-du-compost-sur-le-campus-berges-du-rhone>
- Ministère de la transition écologique et solidaire, C. général au développement durable. (s. d.-a). *Les déchets produits par les ménages.* L'environnement en France - Rapport sur l'état de l'environnement. Consulté 25 février 2021, à l'adresse <https://ree.developpement-durable.gouv.fr//themes/enjeux-de-societe/modes-de-vie-des-menages/dechets/article/les-dechets-produits-par-les-menages>
- Ministère de la transition écologique et solidaire, C. général au développement durable. (s. d.-b). *Les Français et l'environnement.* L'environnement en France - Rapport sur l'état de l'environnement. Consulté 25 février 2021, à l'adresse <https://ree.developpement-durable.gouv.fr//themes/enjeux-de-societe/les-francais-et-l-environnement/>
- Notre université parmi les 10 meilleures au monde en développement durable.* (2020, juillet 2). Université de Sherbrooke. <https://www.usherbrooke.ca/actualites/nouvelles/actualites/actualites-details/article/43052/>
- Pollution : Un Français produit en moyenne 600 kg de déchets par an.* (s. d.). RTL.fr. Consulté 25 février 2021, à l'adresse <https://www.rtl.fr/actu/environnement/pollution-un-francais-produit-en-moyenne-600-kg-de-dechets-par-an-7800927102>
- Publicité – L'argument « écologique » trop souvent exagéré.* (s. d.). Consulté 8 février 2021, à l'adresse <https://www.quechoisir.org/actualite-publicite-l-argument-ecologique-trop-souvent-exagere-n82679/>
- Salmon, F. (s. d.). *A propos de la mission.* Université Côte d'Azur; Frederic Salmon. Consulté 5 mai 2021, à l'adresse <https://univ-cotedazur.fr/campus-et-labos-ecoresponsables/a-propos-de-la-mission>
- Société : Une opinion de plus en plus sensible à l'environnement.* (s. d.). Vie publique.fr. Consulté 28 mai 2021, à l'adresse <https://www.vie-publique.fr/en-bref/19866-une-opinion-de-plus-en-plus-sensible-lenvironnement>
- Titley, D. (s. d.). Perspective | Texas cold snap was not 'unprecedented,' and it was inexcusable to be unprepared. *Washington Post.* Consulté 11 avril 2021, à l'adresse <https://www.washingtonpost.com/weather/2021/02/22/texas-cold-snap-predictable-foreseeable/>
- Une vague de chaleur va déferler sur la France : À quoi faut-il s'attendre dans les prochains jours ?* (s. d.). L'Obs. Consulté 11 avril 2021, à l'adresse <https://www.nouvelobs.com/societe/20200806.OBS31920/une-vague-de-chaleur-va-deferler-sur-la-france-a-quoi-faut-il-s-attendre-dans-les-prochains-jours.html>

- Unité de compostage—Développement durable—Université de Sherbrooke.* (s. d.-a). Consulté 3 avril 2021, à l'adresse <https://www.usherbrooke.ca/developpement-durable/matieres/compost/>
- Unité de compostage—Développement durable—Université de Sherbrooke.* (s. d.-b). Consulté 15 mai 2021, à l'adresse <https://www.usherbrooke.ca/developpement-durable/matieres/compost/>
- Université Côte d'Azur. (s. d.-a). *Campus écoresponsables.* Université Côte d'Azur; Frederic Salmon. Consulté 7 février 2021, à l'adresse <https://ksup-test.univ-cotedazur.fr/campus-et-labos-ecoresponsables>
- Université Côte d'Azur. (s. d.-b). *Compostage, lombricompostage—Université Côte d'Azur.* Consulté 7 février 2021, à l'adresse <https://univ-cotedazur.fr/campus-et-labos-ecoresponsables/thematiques/projets-circulaires/compostage-lombricompostage>
- Urgence climatique : Comment les étudiants font monter la pression sur leur école.* (2019, novembre 6). Les Echos Start. <https://start.lesechos.fr/societe/vie-ecole/urgence-climatique-comment-les-etudiants-font-monter-la-pression-sur-leur-ecole-1174892>
- Vohra, K., Vodonos, A., Schwartz, J., Marais, E. A., Sulprizio, M. P., & Mickley, L. J. (2021). Global mortality from outdoor fine particle pollution generated by fossil fuel combustion : Results from GEOS-Chem. *Environmental Research*, 195, 110754. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2021.110754>
- Westervelt, A., & Westervelt, A. (2021, mai 14). Big Oil Is Trying to Make Climate Change Your Problem to Solve. Don't Let Them. *Rolling Stone*. <https://www.rollingstone.com/politics/politics-news/climate-change-exxonmobil-harvard-study-1169682/>
- What are Tipping Points in the Climate Crisis?* (2020, avril 10). Earth.Org - Past | Present | Future. <https://earth.org/what-are-tipping-points-in-the-climate-crisis/>