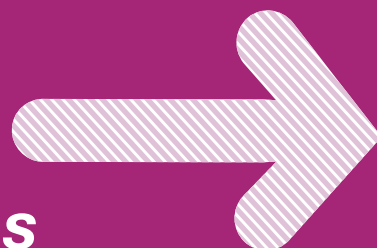




→ Éco-Parlement des jeunes®

guide de l'enseignant

Écrire
collectivement:



*un Plan d'actions
de communication
pour l'environnement*





Sommaire

- 4 → **Introduction**
- 6 → **Partie 1 – Présentation globale du programme**
- 7 • **A – L'Éco-Parlement des jeunes[®], un dispositif éducatif pour l'exercice du développement durable et de la citoyenneté**
- 8 • **B – La région Provence–Alpes–Côte d'Azur comme terrain d'action**
 - 1. Tour d'horizon de la région
 - 2. Une diversité de paysages
 - 3. Des espaces protégés
 - 4. Une urbanisation hétérogène
 - 5. La troisième région économique de France
- 10 • **C – Se mettre en démarche de projet pour écrire collectivement le *Plan d'actions de communication pour l'environnement***
 - 1. La notion de projet
 - 2. Les projets du domaine scolaire
 - 3. La participation à l'Éco-Parlement des jeunes[®]
 - 4. Quelques principes de l'éducation à l'environnement
 - 5. Conduire un projet
- 12 • **D – Du projet local à la rédaction du *Plan d'actions de communication pour l'environnement***
 - 1. Le projet local
 - 2. La rencontre avec des acteurs de la société
 - 3. L'écriture collective du *Plan d'actions de communication pour l'environnement*
 - › Qu'est-ce qu'un Plan d'actions ?
 - › Du projet local à l'écriture du *Plan d'actions de communication pour l'environnement*
 - 📌 Calendrier d'écriture collective du *Plan d'actions de communication pour l'environnement*
- 15 • **E – Passons à l'action !**
 - Phase 1 – Faire émerger les représentations initiales des jeunes
 - Phase 2 – Identifier les enjeux environnementaux et de communication
 - › Temps 1 – Établir un repérage des problématiques environnementales
 - › Temps 2 – Décrypter les actions de communication
 - Phase 3 – Formaliser la problématique locale que les élèves souhaitent développer
 - Phase 4 – Participer à la rédaction collective du *Plan d'actions de communication pour l'environnement*
 - Phase 5 – Communication sur le projet
 - Phase 6 – Évaluer l'action

20 → **Partie 2 – Fiches d'activités**

22 • **Phase 1 – Faire émerger les représentations initiales des jeunes**

- 23 Fiche 1 : Des images qui parlent
- 24 Fiche 2 : Les mots jetés
- 25 Fiche 3 : Jeu de rôles
- 27 Fiche 4 : L'arbre des connaissances
- 28 Fiche 5 : Des mots sur des idées pour organiser son projet

30 • **Phase 2 – Identifier les enjeux environnementaux et de communication**

- 31 Fiche 6 : Réaliser une revue de presse
- 32 Fiche 7 : Réaliser un sondage
- 33 Fiche 8 : Mener une enquête, une interview
- 35 Fiche 9 : Internet, source d'informations
- 37 Fiche 10 : Comparer des campagnes de communication
- 38 Fiche 11 : Faire l'analyse critique d'un message
- 39 Fiche 12 : Rédiger une lettre

40 • **Phase 3 – Formaliser la problématique locale que les élèves souhaitent développer**

- 41 Fiche 13 : Le conseil des jeunes
- 43 Fiche 14 : Comment aboutir à une décision collective ?
- 44 Fiche 15 : Le tableau d'affichage
- 45 Fiche 16 : Philosopher

51 • **Phase 4 – Participer à la rédaction collective du *Plan d'actions de communication pour l'environnement***

- 52 Fiche 17 : Le « remue-méninges »
- 53 Fiche 18 : Jouer avec les mots
- 55 Fiche 19 : Rédiger une fiche action

58 • **Phase 5 – Communiquer sur le projet**

- 59 Fiche 20 : Le journal, pour informer et s'informer
- 60 Fiche 21 : Transmettre ou comment valoriser son projet
- 61 Fiche 22 : Les TIC au service de la communication

63 • **Phase 6 – Évaluer l'action**

- 64 Fiche 23 : Évaluation

67 • **Fiches ressources**

- 68 Fiche 24 : Qu'est-ce que la communication ?
- 71 Fiche 25 : Comment communiquer ?
- 73 Fiche 26 : Les métiers de la communication
- 75 Fiche 27 : Exemples d'actions de communication mises en place par des institutions publiques
- 79 Fiche 28 : Les démarches en faveur de l'environnement et du développement durable à disposition des collectivités
- 80 Fiche 29 : Zoom sur les médias en région Paca
- 83 Fiche 30 : Les pouvoirs publics

88 → **Bibliographie**

93 → **Le site Internet**

→ Introduction

Conçu par Eco-Emballages et le Réseau École et Nature, l'Éco-Parlement des jeunes[®] est un dispositif d'éducation à l'environnement et de pratique de la démocratie participative. Ce dispositif permet la mise en réseau d'un grand nombre de classes via un site Internet modéré par des éducateurs. Participer à l'Éco-Parlement des jeunes[®], c'est participer à la réalisation d'un ouvrage collectif dans l'objectif de transmettre celui-ci, officiellement, à des représentants d'institutions publiques.

→ **En 2004 et 2006, deux ouvrages ont été produits par des jeunes Européens et Canadiens.**

- **2004, le *Livre blanc européen pour l'environnement***

Près de 3000 jeunes européens de dix pays ont écrit collectivement, via Internet, le *Livre blanc européen pour l'environnement* contenant les résolutions et les propositions d'actions qu'ils ont choisi de promouvoir auprès de hauts responsables politiques européens sur les thèmes de l'eau, de l'énergie, de l'air, de l'alimentation et des déchets. Ce livre blanc, remis au Président de la Commission Environnement du Parlement européen en septembre 2004, a fait l'objet en juin 2005 de séances de travail d'une délégation de jeunes au Parlement à Bruxelles. Il est consultable sur le site de l'Éco-Parlement www.eyep.info.

- **2006, 7 Lettres ouvertes pour l'environnement**

3600 jeunes de 15 pays ont collectivement écrit 7 Lettres ouvertes pour l'environnement dans lesquelles ils ont formulé leurs constats, leurs propositions et leurs interpellations. Ces lettres ont été adressées à 7 catégories d'acteurs de la société : producteurs, chercheurs, éducateurs, journalistes, responsables des pouvoirs publics, d'ONG et d'organisations internationales. Elles ont été remises officiellement à des représentants des bénéficiaires lors d'une cérémonie qui s'est déroulée à La Villette en octobre 2006. Une délégation de jeunes éco-parlementaires continue de travailler à la promotion de ces lettres ouvertes.

Au cours de l'année scolaire 2007-2008, l'Éco-Parlement des jeunes[®] va se déployer sur un plan international et sur un plan local en région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

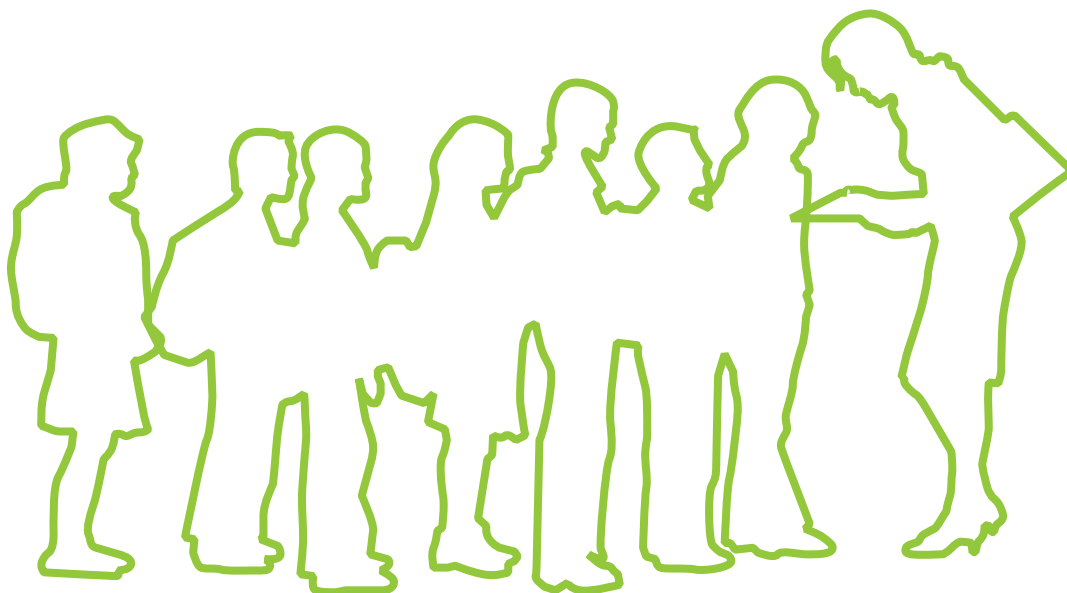


Dans le cadre d'une démarche de démocratie participative, près de 1 200 élèves de classes de primaire, de collège et de lycée de la région Paca vont se mettre en action et vont élaborer collectivement un «*Plan d'actions de communication pour l'environnement*». Les actions de communication proposées auront pour cible les habitants de la région Paca.

Pour ce faire, ces jeunes participants seront accompagnés tout au long de l'année scolaire par leurs enseignants et par des animateurs de structures locales d'éducation à l'environnement. Une équipe de modératrices du Réseau École et Nature et du Graine Paca dirigera les travaux d'écriture collective à distance via le site Internet.

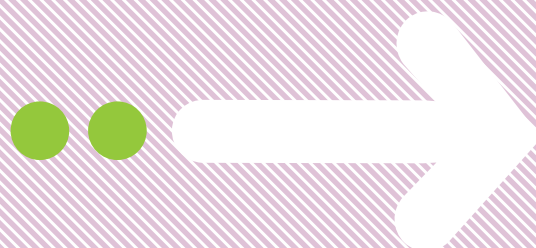
Le présent guide a pour objet d'accompagner les enseignants qui ont choisi de s'inscrire dans la démarche éducative de l'Éco-Parlement des jeunes®. Il présente le dispositif, le contexte régional et la méthodologie d'écriture collaborative du *Plan d'actions de communication pour l'environnement*. Il propose des pistes éducatives et des idées d'activités à mettre en œuvre ainsi que des fiches ressources sur le sujet de la communication. Ce guide précise également comment utiliser efficacement le site Internet dédié à l'Éco-Parlement des jeunes® Paca www.ecoparlementdesjeunes.info.

L'Éco-Parlement des jeunes® contribue à la généralisation de l'éducation à l'environnement pour un développement durable (EEDD) promue par le ministère de l'Éducation nationale. Ce dispositif participe aussi à la Décennie des Nations unies de l'éducation pour le développement durable mise en œuvre par l'Unesco sur la période 2005-2014. ●





Présentation globale du programme



Partie

1

→ A / L'Éco-Parlement des jeunes[®], un dispositif éducatif pour l'exercice du développement durable et de la citoyenneté



→ L'Éco-Parlement souhaite accompagner les jeunes :

- dans l'apprentissage de la prise de décision collective et la formalisation de propositions écrites en commun sur les enjeux environnementaux actuels ;
- dans le partage de points de vue avec des adultes venant d'horizons différents. ●

● → L'Éco-Parlement des jeunes[®] se compose :

- d'un **programme d'écriture collective** sur une année scolaire pour des élèves accompagnés par leurs éducateurs ;
- de **rencontres locales et régionales** entre délégations de jeunes avec transmission du travail produit collectivement aux adultes. ●

→ L'Éco-Parlement des jeunes[®], une action d'éducation à l'environnement qui contribue au développement durable de la planète

En vivant ce projet, les jeunes découvriront une forte dimension environnementale sur leur terrain d'étude ; une dimension sociale avec l'aspect « démocratie participative » (prise de décision, écriture collective, échanges sur le forum...); une dimension économique par la prise de conscience des enjeux concernant la production et la consommation liés à la gestion de l'environnement et la mise en place d'actions de communication ; une dimension culturelle par l'échange entre contextes locaux des territoires de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Partir de l'observation, de l'analyse et de la recherche de solutions sur une problématique environnementale locale, s'ouvrir à une réflexion plus large et proposer des actions concrètes, ciblées et opérationnelles au niveau régional tout en se concentrant au sein de la classe et au sein d'une commission de travail, tels sont les principes généraux de l'Éco-Parlement des jeunes[®]. Lien avec le

terrain, co-construction, échanges, débats sont quelques mots clés d'une pratique pédagogique qui ouvre la voie au développement durable et à l'éco-citoyenneté.

La démarche éducative préconisée s'appuie sur les objectifs et les valeurs de l'éducation à l'environnement telle qu'elle est définie par le Collectif international⁽¹⁾ francophone dont voici un extrait de la définition « Éduquer à l'environnement vers un développement durable :

*L'éducation à l'environnement dans une perspective de développement durable est une éducation qui met au premier plan les **valeurs**. Elle tend à faire prendre conscience que la terre est un **bien commun** dont nous devons prendre soin, que tous les humains sont **solidaires** entre eux, avec cette terre et avec les êtres vivants. Cette éducation doit amener à l'**autonomie** et à la **responsabilité**. Elle débouche sur un état d'esprit résolument **constructif** et est orientée vers l'**action** : elle amène*

*les individus et les groupes à s'impliquer dans la vie sociale et politique de leur territoire et de la planète. L'éducation à l'environnement vers un développement durable est une école de la **participation** et de **solidarité** à travers l'espace et à travers le temps.*

*La méthode est un aspect essentiel de l'éducation vers le développement durable. Ainsi, la pratique du **terrain** pour une confrontation directe à la réalité, le **travail de groupe** pour créer plus de solidarité, la **créativité** pour initier de nouvelles voies du faire ensemble, la **transdisciplinarité** pour une approche globale, l'exercice du **débat** pour préparer les acteurs d'une démocratie vivante et bien réelle sont des passages conseillés. » ●*

(1) Le Collectif international francophone est né à l'occasion des deux forums francophones Planet'ERE, à Montréal en 1997 puis en France en 2001. Il regroupe plus de 2000 acteurs de l'éducation à l'environnement. Ce texte a été rédigé en mai 2002 par le CIP (Collectif international Planet'ERE) puis validé par 13 pays francophones.

→ 2007-2008, Éco-Parlement des jeunes® Paca : le Plan d'actions de communication pour l'environnement

Au cours de cette année scolaire, une quarantaine de classes de primaire (CM1 et CM2) et de secondaire (classes de collège et de lycée) de la région Paca va se concentrer sur l'écriture collective d'un *Plan d'actions de communication pour l'environnement* afin de répondre à la question : « Comment faire en sorte que les habitants de la région Paca s'approprient leur environnement local et qu'ils en deviennent des acteurs responsables ? ».

À partir de l'étude de l'environnement local, de la rencontre d'acteurs locaux, de questions que se posent les jeunes, chacun alimente la réflexion collective en partageant avec les autres les constats faits sur le terrain. Ils décident ensemble des propositions d'actions prioritaires à mettre en œuvre en matière de communication sur les problématiques et les enjeux environnementaux.

Les jeunes sont amenés à :

- échanger sur leurs projets, comparer les contextes locaux, confronter les points de vue ;
- mutualiser puis hiérarchiser leurs idées et leurs argumentations afin d'alimenter le Plan d'actions ;
- négocier entre eux et avec les partenaires du projet pour construire ensemble le *Plan d'actions de communication pour l'environnement* ;
- prendre part à la rédaction collective du Plan d'actions.

Ces travaux se déroulent dans les classes, sur le terrain et via un site Internet. Ils sont modérés par des éducateurs à l'environnement.

Chaque classe aura à élire un délégué qui la représentera lors de la rencontre régionale qui se déroulera au mois de mai 2008 et durant laquelle le *Plan d'actions de communication pour l'environnement* sera remis aux élus et décideurs territoriaux.

À travers les actions qu'ils conduisent, les jeunes prennent conscience des principes qui organisent la relation de l'individu aux institutions déconcentrées et décentralisées de l'État et, plus largement, à la société en général.

Par ailleurs, ce programme éducatif orienté cette année sur la communication va permettre aux jeunes de comprendre le processus de traitement de l'information et de travailler leur esprit critique vis-à-vis d'une surabondance d'informations. Les jeunes vont pouvoir alors prendre conscience du rôle de la communication dans une démarche de sensibilisation et donner un sens à une action de communication.

Ces enjeux sont majeurs pour l'intégration des TICE dans les classes, dans le croisement des savoirs et, avant tout, en matière d'éducation à la citoyenneté. ●

● → B / La région Provence-Alpes-Côte d'Azur comme terrain d'action



→ 1. Tour d'horizon de la région

Composée de six départements, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur est la troisième région de France par sa population. Ses 4,7 millions d'habitants se répartissent inégalement entre la côte et la montagne. Attractive à bien des égards – patrimoine naturel remarquable, qualité de vie, dynamisme –, la région se donne pour objectif de protéger son environnement. Le territoire s'étend sur 31 399 km², soit 5,8% de la superficie nationale. ●



Les six départements de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

04 – Alpes de Haute-Provence
05 – Hautes-Alpes
06 – Alpes-Maritimes
13 – Bouches-du-Rhône
83 – Var
84 – Vaucluse



→ 2. Une diversité de paysages

De la Camargue à la Côte d'Azur, la région offre 833 km de littoral où se succèdent rivages bas (plaine de la Crau) et hautes falaises (calanques). Trois grands fleuves traversent la région pour venir se jeter en Méditerranée : le Rhône, la Durance et le Var. Ce croissant littoral va en se rétrécissant vers l'Italie et réunit les Bouches-du-Rhône, le sud du Var et les Alpes-Maritimes. Il concentre population, activités économiques, attraits touristiques et beauté naturelle.

Entre les régions littorales du sud et les montagnes du nord et de l'est, la Provence intérieure offre des espaces assez étendus et discontinus avec collines et coteaux.

Les vallées glacières des Hautes-Alpes culminent à 4 102 mètres avec la Barre des Écrins. Le massif du Mercantour, dans les Alpes-Maritimes, frontalière avec l'Italie, compte pas moins de 465 sommets de plus de 2 000 mètres d'altitude. La forêt couvre 38 % du territoire, soit 1 200 000 hectares. ●

→ 3. Des espaces protégés

23% de la surface de la région sont protégés. Pour préserver faune, flore et paysage, et maintenir des équilibres naturels menacés, des parcs, des réserves, des conservatoires ont été créés.

- Quatre parcs naturels régionaux – Luberon, Queyras, Verdon, Camargue – et quatre en projet – Alpilles, Ventoux, Préalpes d'Azur et Les Baronnies ;
 - trois parcs naturels nationaux : Écrins, Mercantour, Port-Cros ;
 - des conservatoires et réserves : les Alpilles, l'Estérel, les Baronnies, Lure, Le Ventoux, l'Estéron, les Calanques, la Sainte-Victoire, la Sainte-Baume.
- D'autres mesures comme la gestion intégrée des zones côtières, pour la réserve de Camargue, le parc marin de la Côte Bleue, l'Étang de Bolmon ou les contrats de baie de la Rade de Toulon, des Alpes-Maritimes, l'observatoire marin du Sivom du littoral des Maures préservent également le milieu naturel. ●

→ 5. La troisième région économique de France

Avec 8 pôles de compétences, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur est à la pointe en matière de recherche et développement. 30 000 nouvelles entreprises sont créées chaque année et le tourisme génère 170 000 emplois. L'industrie, qui représente 11 % de l'emploi, est fondée sur deux secteurs : l'agroalimentaire et la pétrochimie avec le com-

→ 4. Une urbanisation hétérogène

La région, avec ses 963 communes, est l'une des plus urbanisées de France. 90% de la population résident dans les 3 grandes métropoles, Marseille, Nice et Toulon et dans les 34 villes moyennes de plus de 20 000 habitants. Elle compte 4 agglomérations de plus de 200 000 habitants sur les 29 que comprend la France. En 4 ans, la région a accueilli 64 000 nouveaux habitants. Au centre de l'arc méditerranéen et ouverte sur l'Europe du nord, son positionnement est un atout. Son environnement naturel et culturel (2 230 monuments historiques classés ou inscrits) en fait la première région d'accueil pour les touristes français, la deuxième pour les touristes étrangers. ●

plexe de Fos Étang de Berre. Avec le port autonome de Marseille, la région possède le premier port maritime de France ainsi que 2 des plus importants aéroports internationaux. ●



C / Se mettre en démarche de projet pour écrire collectivement le *Plan d'actions de communication pour l'environnement*



→ 1. La notion de projet

Un projet peut être défini comme l'élaboration d'une idée, d'un désir que l'on va s'efforcer de traduire en termes d'objectifs, de moyens et d'étapes. Dans le champ socio-éducatif, un projet est aussi la formulation de réponses pédagogiques à des besoins ou des attentes observés au sein d'un groupe de personnes. ●

→ 2. Les projets du domaine scolaire

•> Le projet d'établissement

Un établissement scolaire s'appuie en général sur un projet institutionnel qui formalise des finalités et objectifs généraux d'éducation et de fonctionnement d'une communauté d'élèves et de professeurs.

•> Le projet de l'enseignant

L'enseignant, à travers son projet éducatif, va se fixer :

- des objectifs facilement identifiables et repérables dans le temps en termes de savoir, de savoir-faire et de savoir-être ;
- des moyens d'action pour atteindre ces objectifs ;
- un programme de réalisation.

•> Le projet des jeunes

L'éducateur peut également engager le groupe dont il a la responsabilité dans une démarche de projet. Un groupe de jeunes, accompagné de son enseignant et de partenaires pédagogiques et techniques, formalisera et vivra lui aussi un projet d'action.

Ainsi, ces trois catégories de projets s'entrecroisent et sont interdépendantes. ●

→ 3. La participation à l'Éco-Parlement des jeunes®

Avoir choisi de participer à l'Éco-Parlement des jeunes®, c'est profiter d'un dispositif éducatif pour engager un groupe de jeunes dans une démarche de projet.

Ce dispositif d'écriture collective du *Plan d'actions de communication pour l'environnement* fixe un cadre pédagogique, des principes et des contraintes qui ne sont que les jalons nécessaires à un vaste travail de collaboration entre plusieurs classes issues d'établissements scolaires de la région. L'objectif de ce dispositif est aussi de jeter des ponts entre l'école primaire, le collège et le lycée.

La mise en démarche de projet sera donc une méthode pédagogique qui favorisera un double apprentissage :
– l'apprentissage même de la méthodologie de conduite de projet ;
– l'apprentissage (voire l'autoapprentissage) de multiples notions, compétences et comportements. ●

→ 4. Quelques principes de l'éducation à l'environnement

L'expérience des praticiens de l'éducation à l'environnement permet de souligner l'importance de certaines modalités pédagogiques nécessaires à la bonne conduite de projets éducatifs.

Pour que les projets soient structurants, signifiants, formateurs de l'intelligence, qu'ils s'adressent à tous et à chacun à la fois, il est primordial de bien choisir et d'alterner des approches et méthodes pédagogiques.

• > Les approches pédagogiques

- Approche sensorielle : utiliser ses sens pour appréhender l'environnement et favoriser le contact avec le sujet.
- Approche scientifique : souvent liée à une démarche scientifique, elle est centrée sur des objectifs de savoir et de savoir-faire.
- Approche sensible : donner place au ressenti, aux émotions. Cette approche favorise la création de liens intimes entre l'individu et le monde qui l'entoure, liens fondamentaux pour susciter l'action, l'engagement.
- Approche pragmatique : agir pour l'environnement, vivre une expérience concrète au contact des autres et de l'environnement.
- Approche ludique : jouer, tenir un rôle qui n'est pas le sien, faire un jeu de piste.

• > Les méthodes pédagogiques

Il s'agit de techniques adaptées aux besoins des personnes et au contenu des apprentissages.

- Méthode affirmative : les contenus sont montrés, racontés, expliqués. Cette méthode permet peu la participation.
- Méthode interrogative : les contenus sont acquis en répondant à des questions (déduction ou induction).
- Méthode active : tout le monde participe à la réalisation du projet. Le choix des contenus, la démarche, les méthodes et les outils sont déterminés collectivement. ●

→ 5. Conduire un projet

L'enseignant qui choisit de faire participer son groupe de jeunes à l'Éco-Parlement conçoit et conduit un projet éducatif.

Il détermine un certain nombre de formalités pédagogiques :

- des finalités éducatives ;
- des objectifs (savoir, savoir-faire, savoir-être) ;
- des moyens humains, techniques, matériels et financiers pour atteindre ces objectifs ;
- des approches et méthodes pédagogiques ;
- des outils pédagogiques (puisés dans sa propre boîte à outils ou adaptés des activités suggérées dans ce guide) ;
- des critères d'évaluation.

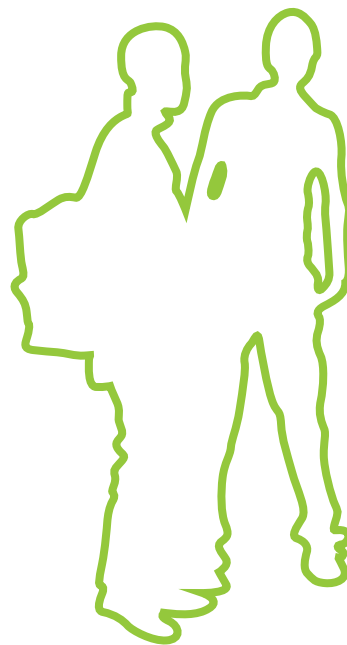
Il structure son action dans le temps (échancier du groupe, calendrier fixé par les concepteurs de l'Éco-Parlement) et l'espace (activités vécues au sein de l'établissement, visites, rencontres à l'extérieur et sorties de terrain).

• > Se fixer des objectifs

Se fixer un objectif, c'est vouloir passer d'un état initial à un état souhaité (final).

Exemples :

- comprendre les enjeux énergétiques planétaires ;
- savoir rédiger une lettre.



État initial

États intermédiaires

État final

Je ne connais rien de l'énergie	Je connais les principales sources d'énergies fossiles	Je connais les principaux types d'énergies renouvelables	Je comprends les enjeux énergétiques planétaires
Je n'ai encore jamais vraiment rédigé de lettre	Je connais les règles de mise en forme d'une lettre	Je sais organiser mes idées pour rédiger une lettre	Je sais rédiger une lettre

L'état initial peut s'observer grâce à la mise en œuvre d'un moment d'expression des représentations initiales (voir fiches 1 et 2). On peut s'assurer que l'état souhaité a bien été atteint par la mise en place régulière d'activités d'évaluation (voir fiche 23). ●



D / Du projet local à la rédaction du *Plan d'actions de communication pour l'environnement*

→ 1. Le projet local

C'est sur un territoire donné (établissement, quartier, commune, intercommunalité, département, région...) que le groupe de participants à l'Éco-Parlement puise le sujet de son projet: comment faire en sorte que les habitants de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur s'approprient leur environnement local et qu'ils en deviennent des acteurs responsables ?

Exemples de problématiques locales.

- Dans notre ville, notre quartier, notre établissement, tous les matins, nous sommes gênés par les embouteillages. Les gens se plaignent. Existe-t-il un plan de déplacement urbain ? Existe-t-il une campagne d'information pour inciter les habitants à utiliser les transports en commun ou à co-voiturer ? Des plans de déplacement des administrations ou des entreprises sont-ils mis en œuvre ? Existe-t-il un pédibus ?
- Les conteneurs de récupération des emballages sont mal utilisés. Les erreurs commises dans le tri des déchets peuvent contribuer à un mauvais recyclage des matériaux. Existe-t-il des campagnes de communication sur le tri des déchets ? Le public y est-il sensible ? Qui met en place ces campagnes ? La mairie ? Le département ? Le syndicat de gestion des déchets ?

Pour étudier la problématique choisie, le groupe s'informe et rencontre des organismes ressources : mairies et autres collectivités locales, presse régionale, associations de protection de l'environnement et de consommateurs, agences de communication, services déconcentrés de l'État. Il se confronte au terrain pour constater la réalité: recueil de constats environnementaux, réalisation d'une revue de presse, enquête auprès des habitants, sondage auprès d'un public cible...

Le projet doit avoir pour ambition de s'appuyer sur les acteurs de la société. L'observation d'une situation locale doit permettre de relater des faits, d'exposer un contexte afin d'effectuer un repérage ciblé. À l'issue du repérage, le groupe sera capable de formuler des objectifs et de proposer des actions de communication et d'information. ●



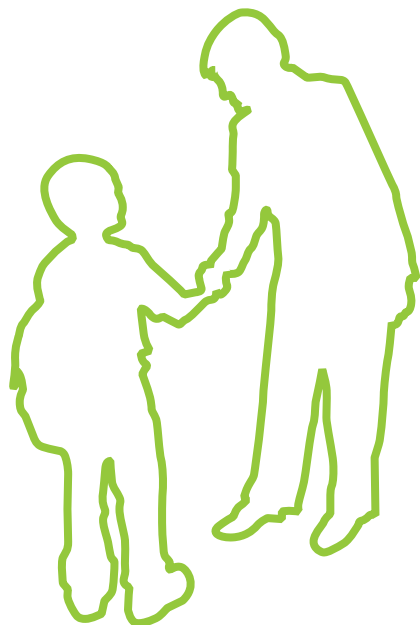
→ 2. La rencontre avec des acteurs de la société

Le groupe de jeunes doit mener une enquête auprès de différents acteurs. Les fiches ressources de ce guide l'aident à mieux comprendre les enjeux et les méthodes de communication. Il est indispensable que les jeunes puissent faire un point sur l'existant, recueillir l'avis du public et rencontrer des spécialistes de l'environnement et de la communication.

Ce travail de questionnement et d'analyse du terrain permet aux jeunes de mieux comprendre les problématiques environnementales, d'évaluer le ressenti des habitants et des responsables locaux afin de proposer des actions de communications nouvelles, originales, en phase avec le contexte local. ●

→ 3. L'écriture collective du *Plan d'actions de communication pour l'environnement*

Pour réaliser cette écriture collective, la classe est en contact avec d'autres classes d'autres établissements scolaires et rencontre sur le terrain des acteurs locaux qui l'aideront à construire et valider ses idées.



• Qu'est-ce qu'un Plan d'actions ?

Un Plan d'actions est un document qui présente une stratégie d'actions à décliner pour atteindre une série d'objectifs concernant une thématique bien précise.

Le *Plan d'actions de communication pour l'environnement* se présentera en deux parties.

- 1^{re} partie – Présentation du repérage réalisé par les élèves : identification des problématiques environnementales et analyse des actions de communication afférentes.

- 2^e partie – Propositions émises par les élèves visant à améliorer l'information et la communication. Elles seront présentées sous forme de :

- 5 objectifs et 3 à 5 actions par objectif ;

- pour chacune des actions proposées, il sera précisé :

- le public cible ;
- le chiffrage du coût ;
- le planning de réalisation.

• Du projet local à l'écriture du *Plan d'actions de communication pour l'environnement*

• Phase 1

Faire émerger les représentations initiales des jeunes :

- sur l'environnement ;
- sur les modes de communication habituels concernant l'environnement.

• Phase 2

Identifier les enjeux environnementaux et de communication

- Temps 1 – Établir un repérage des problématiques environnementales
- Temps 2 – Décrypter les actions de communication

• Phase 3

Formaliser la problématique locale que les élèves souhaitent développer.

• Phase 4

Participer à la rédaction collective du *Plan d'actions de communication pour l'environnement* (six étapes de rédaction).

1. Chaque classe propose un objectif de communication à atteindre.
2. L'équipe de modération classe les objectifs proposés en cinq grandes catégories.
3. Chaque classe se positionne sur l'une des cinq catégories d'objectifs qu'elle souhaite décliner en actions.
4. Chaque classe propose une action.
5. Chaque classe participe à la hiérarchisation des actions proposées.
6. Les classes volontaires travaillent sur l'estimation du coût des actions proposées et l'élaboration du planning de réalisation.

• Phase 5

Communiquer sur le projet.

• Phase 6

Évaluer l'action.

• Phase transversale – Partager les réflexions entre classes

Cette phase se déroulera jusqu'à la fin des travaux. Les classes communiqueront entre elles tout au long de l'année scolaire. Des binômes ou trinômes de classes se formeront pour créer des échanges riches et constructifs.

Ces échanges pourront avoir lieu :

- lors de rencontres physiques, en fonction de la proximité géographique. Ces rencontres sont essentielles en début d'année : rencontre de délégués (trois à quatre délégués d'une classe rencontrent ceux d'autres classes), visites de terrain (ex. : visite d'une déchetterie) ;
- via Internet par l'utilisation de messageries instantanées et de forums de discussion ou par l'utilisation d'une webcam.



Calendrier d'écriture collective du *Plan d'actions de communication pour l'environnement*

• Dès septembre 2007

Les classes partent en recherche sur les thématiques environnementales locales, sur les problématiques rencontrées.

• Octobre 2007

Ouverture du site Internet.

Inscription des classes sur le site.

Présentation du contexte environnemental local, des problématiques rencontrées.

Participation à des temps d'échange avec les autres classes grâce à des « chats » en ligne ou par les forums de discussion.

• Début décembre 2007

À partir des problématiques étudiées, des échanges établis avec les autres classes, chaque classe propose un objectif de communication qu'elle souhaiterait atteindre.

• Mi-décembre 2007

L'équipe de modération classe l'ensemble des objectifs proposés en cinq grandes catégories appelées « objectif général 1, objectif général 2, ... ». Chaque classe se positionne sur l'un des cinq objectifs généraux qu'elle souhaiterait décliner en actions.

• Début février 2008

Chaque classe propose une action à mettre en œuvre pour atteindre l'objectif général défini.

• Mi-mars 2008

Chaque classe participe à la hiérarchisation des actions de l'objectif général défini.

• Mi-avril 2008

Les classes volontaires travaillent sur le chiffrage précis des actions retenues pour figurer dans le *Plan d'actions de communication pour l'environnement* et à l'élaboration d'un planning de réalisation.

• Mai 2008

Les élèves élus pour représenter leur classe remettent officiellement le *Plan d'actions de communication pour l'environnement* aux acteurs locaux, lors de l'événement de clôture. ●



→ E / Passons à l'action!



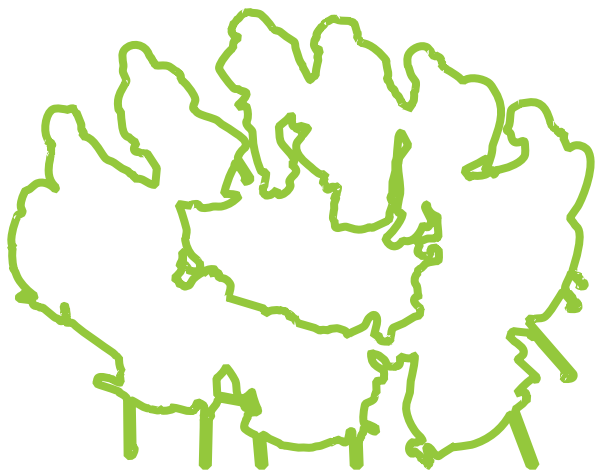
La méthodologie d'action se déroule selon un cheminement en six phases. Pour chaque phase, quelques activités à mener avec le groupe sont proposées.

→ Phase 1 – Faire émerger les représentations initiales des jeunes

Cette phase permet de mettre en relief les acquis objectifs (ce que les jeunes savent ou croient savoir) et les acquis subjectifs (leurs rapports émotionnels, symboliques, imaginaires) sur :

- leur environnement proche ;
- les modes de communication habituels concernant l'environnement.

Les jeunes font part de leurs représentations initiales, se questionnent, débattent, réfléchissent sur leur environnement et la communication qui est faite sur les enjeux environnementaux. Peu à peu, un projet émerge : les questions et envies se transforment en projet d'action local planifié dans le temps et l'espace, les jeunes s'organisent.



• Fiche 1 – Des images qui parlent

Pour mener à bien un projet collectif d'éducation à l'environnement, il est essentiel de permettre à chacun de faire connaître ses représentations initiales et de découvrir celles des autres.

• Fiche 2 – Des mots jetés

Les mots expriment l'imaginaire de chacun et encouragent le groupe à échanger et discuter. C'est aussi un moyen de construire une définition commune.

• Fiche 3 – Jeu de rôles

Le jeu de rôles donne la parole à chacun et permet de cerner les enjeux d'une problématique en simulant. Par exemple, une réunion entre différents acteurs ayant chacun des points de vue différents peut être choisie.

• Fiche 4 – L'arbre des connaissances

Dans un groupe, chacun sait beaucoup de choses et a une quantité de connaissances et de compétences à échanger. Cela dit, il faut, pour le partager, avoir une idée de ce que l'ensemble du groupe sait. Les arbres de connaissances permettent de les afficher mais aussi de visualiser leur évolution au cours du temps. Un bon outil pour faire émerger l'idée d'intelligence collective.

• Fiche 5 – Des mots sur des idées pour organiser son action

Les idées fusent. Il est temps de poser des mots sur des idées et d'initier en commun un début d'organisation. ●

→ Phase 2 – Identifier les enjeux environnementaux et de communication

Cette phase permet aux jeunes de prendre connaissance des problématiques observées sur leur territoire afin d'être capables de proposer des solutions adaptées.

- Quels sont les enjeux environnementaux proches ?
- Quelle communication est actuellement faite sur ce sujet ?
 - Analyse des objectifs de cette communication : informer, sensibiliser, éduquer...
 - Analyse des messages philosophiques, sécuritaires, culturels, scientifiques...

• Temps 1 – Établir un repérage des problématiques environnementales

Avant de se lancer dans un plan d'actions, il s'agit d'identifier et de prendre connaissance des problématiques locales en matière d'environnement. Plusieurs champs d'étude pourront être abordés parmi lesquels :

- l'eau ;
- l'énergie ;
- les déchets ;
- la santé et la qualité de vie (air, bruit, habitat...);
- la biodiversité ;
- les déplacements.

Il ne s'agit pas de traiter tous les thèmes. Certains ont pu déjà émerger lors de la phase 1 et la phase repérage permettra d'approfondir un thème fédérateur du groupe. C'est l'occasion aussi de se rapprocher de personnes ressources afin d'obtenir des études existantes en relation avec des démarches telles que l'agenda 21 ou la charte de l'environnement et afin de savoir si des campagnes de communication accompagnent ces dispositifs.

Il faudra veiller durant cette phase à ne pas partir dans tous les sens, à ne pas accumuler des données inutiles et complexes au risque de décourager le groupe. Le travail en réseau avec d'autres classes est l'occasion d'échanger, de mutualiser le résultat des recherches, de comparer les problématiques locales.

• Fiche 6 – Réaliser une revue de presse

C'est un bon moyen pour obtenir des informations sur les problématiques environnementales locales et régionales, d'exercer son esprit critique en comparant les points de vue des journalistes et les manières de traiter l'information.

• Fiche 7 – Réaliser un sondage

L'opinion du public, la connaissance et le comportement des citoyens par rapport à des problématiques environnementales peuvent être estimés lors de sondages.

• Fiche 8 – Mener une enquête, une interview

La rencontre directe avec les véritables acteurs de la thématique est des plus intéressantes. Ces personnes-ressources peuvent être des spécialistes, des habitants et des usagers, des élus... qui ont tous beaucoup à apprendre aux participants. L'enquête et l'interview servent à recueillir ce qu'ils savent.

• Fiche 9 – Internet, source d'informations

La richesse et la diversité des informations qui sont disponibles sur Internet en font une source d'informations incontournable.



•> Temps 2 – Décrypter les actions de communication

Un fois le repérage environnemental effectué, il s'agit de savoir de quelle manière les habitants sont impliqués. Quels sont les moyens utilisés pour sensibiliser le grand public ? Existe-t-il des campagnes de communication ? Durant cette phase, le groupe est invité à analyser les messages, à se rapprocher de professionnels pour approfondir un sujet et créer des partenariats.

• Fiche 10 – Comparer des campagnes de communication

Bien comprendre les méthodes et les moyens utilisés pour mettre en place des campagnes de communication.

• Fiche 11 – Faire l'analyse critique d'un message

Choisir des messages et répondre à une série de questions permettent au groupe d'exercer son esprit critique et d'être en mesure de construire à son tour ses propres messages.

• Fiche 12 – Rédiger une lettre

Écrire une lettre, c'est chercher à produire un effet sur le lecteur, à le faire agir, s'émouvoir, prendre conscience de la nécessité de faire changer les choses... ●



→ Phase 3 – Formaliser la problématique locale que les élèves souhaitent développer

C'est le moment de rassembler et de synthétiser toutes les données recueillies pour débattre et aboutir à des objectifs communs choisis et portés par le groupe.

Le repérage aura permis de révéler :

- le constat ;
- le problème qui en résulte ;
- la nécessité d'agir ;
- le public qui sera concerné ;
- le lieu de l'action
à mettre en œuvre ;
- le meilleur moment
pour déployer l'action.

La formalisation de ces éléments pourra alors donner lieu à :

- une proposition d'**objectif de communication** ;
- une proposition d'**actions de communication** à mettre en œuvre.

• Fiche 13 – Le conseil des jeunes

Le conseil des jeunes est une réelle institution : c'est un lieu de décision, de régulation de conflits, d'élaboration de règles de vie, de reconnaissance de progrès (apprentissages et comportements), d'organisation de projets collectifs (comme l'Éco-Parlement) et de prise de responsabilités, rôles, fonctions et métiers. Ce conseil est un moment de pouvoir partagé entre les jeunes et l'encadrant.

• Fiche 14 – Aboutir à une décision collective

Le débat a eu lieu et pourtant, la décision ne s'est pas révélée de façon évidente. Les arguments des uns et des autres ont été entendus. Il est temps de prendre une décision et pour cela, le vote ou le sondage peuvent être utilisés. À chaque groupe de définir ses règles ! Est-ce la majorité qui est nécessaire pour que la décision soit prise ou l'unanimité ?

• Fiche 15 – Le tableau d'affichage

Un lieu clair et bien identifié par tous les membres d'un groupe est nécessaire pour diffuser des informations importantes et réussir un projet collectif.

• Fiche 16 – Philosopher

Le débat philosophique permet de s'interroger sur le sens de l'action, des idées rencontrées à un niveau plus global... C'est l'occasion de prendre le temps d'apprendre à « penser par soi-même », de visualiser son rapport aux choses, aux autres et à soi. ●

→ Phase 4 – Participer à la rédaction collective du *Plan d'actions de communication pour l'environnement*

Pour réfléchir, se mettre d'accord et proposer des objectifs de communication et des actions opérationnelles, les jeunes d'une même classe sont accompagnés par leur enseignant, qui trouvera dans ce guide des propositions d'activités pour favoriser le débat, la prise de décisions et la formulation de propositions.

Pour travailler avec les autres classes et bâtir en commun le *Plan d'actions de communication pour l'environnement*, les jeunes communiquent via le site Internet : www.ecoparlementdesjeunes.info.

- **Fiche 17 – Le «remue-méninges»**

Toutes les propositions sont bonnes à prendre. Par le biais d'associations, de combinaisons, d'enrichissements, d'interprétations le groupe produit des idées d'actions.

- **Fiche 18 – Jouer avec les mots**

Rédiger d'emblée une lettre ou un texte construit et organisé n'est pas facile pour tous. La mise en place d'activités pour jouer avec les mots permet d'entrer progressivement en écriture.

- **Fiche 19 – Rédiger une fiche action**

Les idées fusent. Il est temps de produire une action construite et cohérente avec les objectifs définis. Cette fiche action est un véritable outil de travail commun à tous les participants de l'Éco-Parlement. ●

→ Phase 5 – Communication sur le projet

Les jeunes font connaître leurs travaux au fur et à mesure de leur avancée. Ils peuvent organiser leur propre plan de communication pour informer leurs parents, les partenaires, les autres classes de l'établissement, le grand public... et créer exposition, site Internet, journal...



- **Fiche 20 – Le journal, pour informer et s'informer**

Un groupe a envie d'informer sur ses travaux. Le journal est un moyen valorisant et facile, aussi, à diffuser en dehors du groupe. Il permet d'informer et de s'informer sur l'avancée des projets, des découvertes, de partager des coups de cœur et des cartons rouges, et surtout d'écrire et d'être lu.

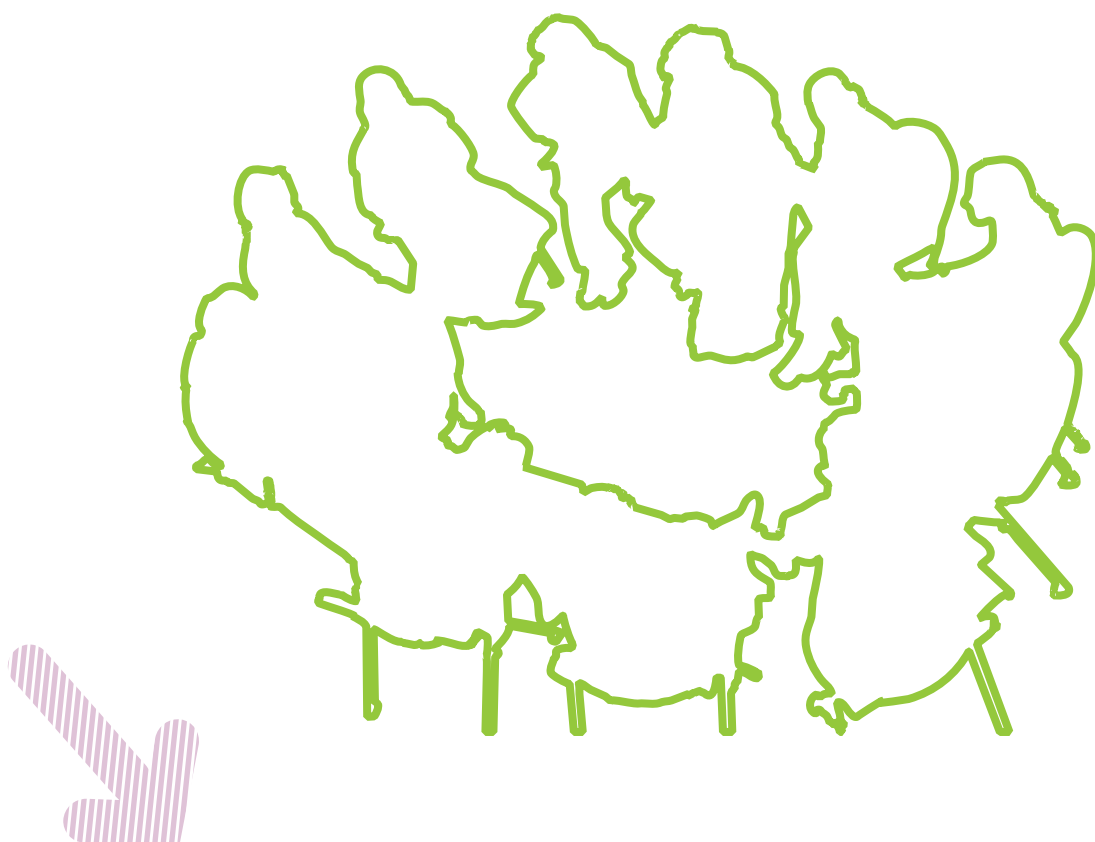
- **Fiche 21 – Transmettre ou comment valoriser son projet**

C'est l'heure de rassembler les acquis dans une forme généreuse, tournée vers l'extérieur et de les transmettre aux autres, aux proches... Une occasion aussi de tester en local une idée d'affiche, un message qui seront utilisés dans le Plan d'actions collectif.

- **Fiche 22 – Les TIC⁽¹⁾ au service de la communication**

Diaporama, vidéo et site Internet sont autant de moyens de communiquer de façon attractive, vivante et durable autour des projets des classes. ●

(1) Techniques de l'information et de la communication



→ Phase 6 – Évaluer l'action

Il est important de prendre le temps d'estimer l'action menée. Cette évaluation doit être anticipée et menée régulièrement lors du déroulement de l'action.

• Fiche 23 – Évaluation

Au moment d'évaluer, il s'agit de reprendre le fil de l'action dans ses différentes phases et d'analyser, de se poser des questions, d'y trouver des réponses.

Il est fortement conseillé de ne pas attendre la fin de la production pour évaluer : des moments d'évaluation intermédiaire permettront de recadrer les acteurs et de réorienter les actions.



Suggestions pédagogiques pour mener votre projet

La démarche pédagogique suggérée respecte les six phases précédemment citées, chacune de ces phases renvoyant à des propositions d'activités qui sont détaillées dans le fichier d'activités. Il va sans dire que l'enseignant et l'animateur peuvent également mettre en œuvre leurs propres activités, piochées dans leur boîte à outils de pédagogie !



Fiches d'activités



Partie

2



Les activités qui sont proposées ici sont des suggestions d'accompagnement. Elles ont été écrites par des éducateurs qui mettent en œuvre couramment ces activités et qui sont familiarisés avec la démarche de projet.

N'hésitez pas à vous lancer, à innover, à modifier ces fiches d'activités. N'hésitez pas à les adapter à votre contexte, aux jeunes, à vos objectifs spécifiques. N'hésitez pas à évaluer vos pratiques et à les modifier si nécessaire.

→ Les fiches d'activités comportent les rubriques suivantes

→ Objectifs

Les objectifs annoncés sont de type «opérationnel», ils permettront d'évaluer l'activité pédagogique.

→ Durée

Vous trouverez ici la durée, souvent minimale, requise pour l'activité concernée.

→ Matériel

Afin de simplifier le travail de préparation, le matériel choisi est, pour une grande majorité des activités, simple et facile à se procurer ou à fabriquer.

→ Complexité

Niveau 1 à 3. Les activités de niveau 1 sont très faciles à mettre en œuvre, le niveau 3 demande plus de préparation et requiert éventuellement de se documenter pour approfondir le sujet.

→ Déroulement

Le cheminement proposé est cohérent et expérimenté mais il peut toujours être modifié.

Certaines activités seront plus faciles à mener en demi-groupe.

→ Exemples

Les exemples sont cités lorsqu'ils semblent nécessaires pour faciliter la compréhension et la mise en œuvre des actions éducatives.

Vous trouverez des exemples tirés de contextes scolaires et non-scolaires.

Les activités sont organisées en six séries de fiches correspondant aux six phases de la démarche.

Trucs et astuces



Pour aller plus loin, pour résoudre les petits problèmes que l'on pourra rencontrer.



Phase 1

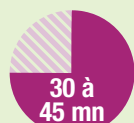
Faire émerger
les représentations
initiales des jeunes



Des images qui parlent

Fiche

1



durée



complexité

Chacun possède sa propre conception de l'environnement, du développement durable, de la nature... Chacun sait des choses, croit en savoir d'autres, imagine, a des a priori et fait des associations d'idées... En bref, chacun possède un imaginaire personnel sur un sujet donné. Ces représentations ne sont pas les mêmes pour un animateur, un enseignant, un adolescent, une personne âgée, un chef d'entreprise... Pour mener à bien un projet collectif d'éducation à l'environnement, il est essentiel de permettre à chacun de faire connaître ses représentations initiales et de découvrir celles des autres.

→ Objectifs

L'expression des représentations initiales permet :

- aux participants, de se forger une culture commune du sujet et de faire part de leurs envies par rapport au projet ;
- à l'éducateur de savoir ce que connaît son public du sujet et d'avoir des éléments de comparaison quand viendra le moment d'évaluer les connaissances et compétences acquises par chacun.

→ Matériel

- Des journaux, magazines, revues, fascicules, tracts, documents publicitaires qui sont destinés à être découpés.
- Des feuilles de brouillon, des paires de ciseaux et de la colle.
- Une grande table.
- Un espace d'affichage.
- De la pâte collante ou des aimants.

→ Déroulement

Disposer l'ensemble des revues, journaux et documents sur une grande table.

Questionner les jeunes sur leur conception du sujet : « Pour vous, c'est quoi l'environnement ? ». Leur demander de formuler leur réponse au moyen d'images. Ils pourront feuilleter les revues et y sélectionner 3 à 5 images qui se rapprochent

de leur conception de l'environnement. Ces images seront découpées puis collées sur les feuilles de brouillon et annotées (si les jeunes le souhaitent) de 2 à 3 mots-clés. Les productions seront affichées sur l'espace prévu à cet effet. Demander ensuite à chacun d'exprimer oralement ses choix d'images et sa conception de l'environnement : « J'ai choisi ces images parce que pour moi, l'environnement c'est... ». De façon collective et pour synthétiser les propos, assembler ensuite par groupes les conceptions qui se rapprochent. Par exemple :

- l'environnement perçu sous l'angle des problèmes et enjeux environnementaux ;
- l'environnement perçu sous l'angle des ressources naturelles ;
- l'environnement perçu sous forme d'espaces et milieux naturels.

Le même exercice pourra être réalisé à partir de la question suivante : « Pour vous, qu'est-ce que la communication ? ».

→ Consigne pour l'éducateur

L'encadrant prendra le temps d'expliquer que l'objectif de ce moment n'est pas de débattre, de s'affronter, de se moquer... mais bien de s'exprimer et de découvrir l'autre, en fonction de ses représentations.

Trucs et astuces



Faire amener des revues, tracts, documents (glanés à la maison, auprès de la famille ou des amis...) par tous les participants en augmentera la diversité et permettra à chacun de trouver les images qui lui conviennent. Si l'encadrant seul apporte des journaux, il peut arriver qu'il y ait un peu de parti pris.

Les mots jetés

Fiche

2



durée



complexité

Tous les mots jetés sur le tableau permettent au groupe d'exprimer ses représentations, de construire une définition commune, de se poser des questions, de percevoir la complexité de certaines notions...

→ Objectifs

L'expression des représentations initiales permet :

- Aux participants, de se forger une culture commune du sujet et de faire part de leurs envies par rapport au projet,
- À l'éducateur de savoir ce que connaît son public du sujet et d'avoir des éléments de comparaison quand viendra le moment d'évaluer les connaissances et compétences acquises par chacun.

→ Matériel

Un tableau, des craies, des marqueurs.

→ Déroulement

Demander aux jeunes de proposer sans trop réfléchir un ou plusieurs mots qui leur vient à l'esprit à la question : « Pour vous, l'environnement c'est quoi ? » ou « Pour vous, la communication c'est quoi ? ». Faites un tour de table pour que chacun puisse donner son mot.

Les mots pourront ensuite être regroupés, mis bout à bout, afin d'aboutir à une définition des termes « environnement » ou « communication ».

→ Consigne pour l'éducateur

L'encadrant prendra le temps d'expliquer que l'objectif de ce moment n'est pas de débattre, de s'affronter, de se moquer... mais bien de s'exprimer et de découvrir l'autre, en fonction de ses représentations.

Trucs et astuces



L'encadrant fera un tour de table assez rapide. Il ne faut pas s'attarder sur un élève qui ne trouve pas le mot pour éviter de le mettre dans une situation délicate, mais revenir plus tard vers lui.

Jeu de rôles

Fiche

3

2 h

réunion de
45 minutes
maximum

durée

3

complexité

Le jeu de rôles donne la parole à chacun et permet de cerner les enjeux de la thématique en simulant, par exemple, une réunion entre différents acteurs ayant chacun des points de vue différents.

→ Objectifs

- Amener les jeunes à :
 - comprendre les enjeux de thématiques environnementales ;
 - comprendre la dimension sociale, civique et économique de la thématique environnementale ;
 - comprendre des points de vue différents des leurs.
- Permettre la confrontation de ces points de vue.
- Aborder le sens du débat démocratique et le fonctionnement des institutions.
- Initier au questionnement.

→ Matériel

- Des fiches «personnages» peuvent être conçues. Sur chaque fiche, indiquer nom, fonction et point de vue du personnage (en quelques lignes).
 - Des écritoirs pour chaque personnage (pour connaître le nom de tous les personnages pendant la réunion-jeu).
- Éventuellement,
- un plan de la commune ou des communes concernées par la situation du jeu ;
 - des éléments de déguisement pour que chacun s'approprie encore mieux son personnage (ex. : écharpe tricolore pour le maire, lunettes, cravates, blouses, foulards...).

→ Règles du jeu (pour construire votre propre jeu)

Le jeu de rôles nécessite une situation locale sur un problème lié au thème.

Des exemples :

- sur le territoire de trois communes, une décharge doit être fermée dans l'année à venir ;
- l'école d'une commune a décidé de mieux maîtriser l'énergie qu'elle utilise au quotidien.

Il nécessite aussi des rôles représentatifs des catégories socioprofessionnelles d'une commune et ayant un point de vue différent sur la situation : des élus, des habitants, des commerçants, des enseignants... Le choix des rôles dépend de la thématique.

→ Déroulement

Effectif idéal : 15 jeunes.

•> 1^{re} phase : préparation

La situation est présentée au groupe. Chacun choisit un rôle (chaque rôle, désigné par sa fonction, est noté sur un tableau). Puis chacun prend connaissance de son rôle et réfléchit à l'argumentaire pour la réunion.

•> 2^e phase : la réunion-jeu

Les participants sont conviés à une réunion pour exprimer et défendre leur point de vue et réfléchir ensemble à une solution.

À l'issue de la réunion-jeu, un tour de table peut être proposé autour des questions suivantes :

- avez-vous eu des difficultés et quelles sont-elles ?
- dites deux mots pour qualifier la réunion...
- si c'était à refaire, comment joueriez-vous votre rôle ?

Cette première évaluation a pour objectif de développer l'esprit critique, de donner un avis personnel, et de faire sa propre analyse.

•> 3^e phase : prolongements possibles

La première réunion-jeu a amené les jeunes à imaginer des solutions. Certaines sont raisonnables et d'autres moins. Pour vérifier que ces solutions sont réalistes, un moment de recherche d'informations peut être organisé. À l'issue de cette recherche, une synthèse est faite en grand groupe pour éliminer les solutions non réalistes et en savoir plus sur celles



Jeu de rôles

qui le sont. Après ce travail d'acquisition de connaissances sur votre thématique, il est très pertinent de refaire le même jeu de rôles en ayant pour objectif de vérifier que des solutions sont réalistes et qu'elles offrent une opportunité d'amélioration. Cette étape permet de confronter ses arguments et de choisir une solution qui soit une réelle opportunité d'améliorer la situation environnementale.

→ Exemple

Un jeu de rôles sur les déplacements urbains dans un quartier a amené une classe de 4^e à proposer des améliorations sur la circulation urbaine.

Voici des exemples de solutions proposées par les jeunes après débat :

- interdire le carrefour principal du quartier aux voitures ;
- mettre en place une ligne de tramway ;
- permettre aux voitures des handicapés et des personnes à mobilité réduite (personnes âgées) l'accès à ce carrefour ;
- taxer les voitures qui entrent en ville ;
- installer des parkings à vélos gratuits ;
- enlever l'usine et la déplacer à l'extérieur de la ville ;
- augmenter la fréquence des bus de ville.

Trucs et astuces



Avant la réunion, c'est le moment d'énoncer certaines règles : la durée, le respect de la parole, la procédure pour demander la parole (lever le doigt...). Lors de la réunion-jeu, la mise en scène est importante : les tables sont placées en cercle, puis tous les personnages, sauf « le maire », sortent de la classe. Le maire invite alors les personnes à entrer dans la salle de réunion. L'adulte veille à intervenir le moins possible. S'il y a des « pannes d'arguments », chacun (jeunes ou encadrant) peut noter une idée sur un papier qu'il fait passer au jeune en difficulté.

L'arbre des connaissances

Fiche

4



complexité

Dans un groupe, chacun sait beaucoup de choses et a une quantité de connaissances et de compétences à échanger. Cela dit, il faut, pour le partager, avoir une idée de ce que l'ensemble du groupe sait. Les arbres de connaissances permettent de les afficher mais aussi de visualiser leur évolution au cours du temps. Un bon outil pour faire émerger l'idée d'intelligence collective.

→ Objectifs

- Favoriser les échanges entre les jeunes.
- Inciter à la découverte de l'autre.
- Évaluer l'évolution du savoir collectif.
- Faire réfléchir sur les processus d'apprentissage.

→ Durée

Les arbres de connaissances ne se conçoivent que sur la durée. Il faut leur consacrer du temps au moins en début et en fin de projet. L'idéal est de faire des points réguliers tout au long du projet.

→ Matériel

- Un mur ou un grand drap blanc.
- Des petites fiches A6 (1/8 de page A4) pour les rubriques.
- Un joli fond peut être préparé pour organiser les fiches sous forme d'arbre.

→ Déroulement

Au début du projet ou de l'année, chacun est interrogé sur ce qu'il sait ou sait faire qui pourrait intéresser les autres. Les réponses sont inscrites sur les fiches avec le nom de la connaissance ou de la compétence ainsi que le nom du détenteur, ce sont les «brevets». Les brevets sont installés par type de savoir sur un espace d'affichage. La découverte, par les jeunes, des savoirs de leurs camarades, va induire deux types de réactions :

- la curiosité par rapport à des savoirs qu'un autre jeune maîtrise, à échanger : «est-ce que tu peux m'apprendre?» ;
- l'envie d'afficher de nouvelles connaissances : «Moi, je sais aussi faire...».

Régulièrement, en cours puis en fin de projet, cet arbre peut être complété par de nouvelles compétences acquises mais aussi par les fiches des noms des nouveaux détenteurs des savoirs.

Trucs et astuces



Prendre régulièrement cet arbre en photo et exposer les différentes étapes de sa construction et de son évolution permettent de garder trace des évolutions de l'arbre. Il est possible de réorganiser les brevets sur l'arbre en faisant ressortir les brevets spécialisés par rapport aux brevets plus communs. Il ne faut pas hésiter à poser des brevets très simples et très courants pour que personne ne se sente en situation d'échec. Les brevets « rares », qui ne sont détenus que par une ou quelques personnes, peuvent aussi être mis en valeur pour favoriser les échanges. Le groupe peut réfléchir sur les contextes, les événements et les situations qui ont permis à l'arbre de grandir.

Des mots sur des idées pour organiser son projet

1 à 2 h

durée

1

complexité

La « fiche répartition des tâches » permet de mettre des mots sur une idée, de formaliser par écrit les modalités d'un projet.

Elle constitue aussi un support...

- d'engagement : à travers elle, on s'engage à mettre en œuvre des moyens pour atteindre des objectifs ;
- de communication : on peut la faire lire à des partenaires ;
- d'évaluation : on peut la relire régulièrement et notamment à la fin du projet pour voir si l'on a respecté les étapes fixées.

→ Objectifs

Amener les jeunes à :

- mettre des mots sur leurs idées ;
- organiser leur projet en étapes ;
- passer de l'idée au projet en fonction des contraintes (temps, moyens financiers, matériels...).

→ Matériel

Modèle de « fiche répartition des tâches » joint.

→ Déroulement

Il convient de remplir une « fiche répartition des tâches » par projet. Si l'ensemble des participants travaille sur le même sujet, il est préférable de faire ce travail en petits groupes, puis d'en faire une synthèse.

Un autre cas de figure peut se présenter : une action peut se décliner en plusieurs autres actions qui nécessitent chacune la rédaction d'une fiche. Dans ce cas, le travail en petits groupes est adapté.

→ Exemple

Exemple de fiche réalisée par des élèves de 5^e dans le cadre d'un projet sur les déchets.

Nom du groupe : Les rudologues.

Nom des participants : Florian, Damien, Nassim, Thomas, Maxime, Arnaud, Grégory.

Quel est ce projet ? (en quelques mots)

Sensibiliser les jeunes et les moins jeunes aux conséquences de la pollution des déchets.

Qu'est-ce que nous avons à faire pour réaliser ce projet ?

(Décrire les principales étapes)

- Faire des enquêtes sur le terrain ;
- réaliser des interviews ;
- faire des recherches ;
- écrire un article dans le journal du collège et de la ville.

Calendrier des différentes étapes :

1. Préparer des questions à poser (pour les interviews au collège et en ville) et rechercher des informations au CDI ou sur Internet sur les conséquences de la pollution. Contacter le maire et l'architecte.
2. Interviewer des personnes dans la rue, le maire et l'architecte du collège.
3. Rencontrer les ambassadeurs du tri de la ville.
4. Préparer la retransmission du projet (deux séances).
5. Restitution sous la forme d'un chantier de rudologie.

Chaque point correspond à une séance du projet.

De quoi avons-nous besoin pour réaliser ce projet ?

- Matériel : magnétophone – appareil photo – matériel de rudologie – ordinateur connecté à Internet.
- Personnes à rencontrer : le maire, l'architecte, les ambassadeurs du tri.
- Documents : livres.
- Lieux : salle Internet, CDI.

Trucs et astuces



Cela peut aussi être l'occasion pour les participants de réfléchir sur les différentes responsabilités à mettre en œuvre pour mener à bien le projet.



Des mots sur des idées pour organiser son projet

→ Modèle de «fiche répartition des tâches»

Titre de la tâche à accomplir :

Acteurs

Nom du groupe :

Noms des participants :

.....

Objectifs

Pourquoi mettre en œuvre cette tâche ?

.....

.....

Étapes

Qu'avons-nous à faire pour réaliser cette tâche ?

.....

.....

Échéancier

Calendrier des différentes étapes :

.....

.....

Moyens

De quoi avons-nous besoin pour réaliser cette tâche ?

Matériel :

.....

.....

Personnes à rencontrer :

.....

Documents :

.....

Lieux :



Phase

2

Identifier les enjeux environnementaux et de communication



● ● → Temps 1

Établir un repérage des problématiques environnementales

● ● → Temps 2

Décrypter les actions de communication



Réaliser une revue de presse

Fiche

6

1 h par
semaine

durée

2

complexité

Pour être au courant des problématiques environnementales locales et comprendre la diversité des points de vue des médias à propos de cette actualité, la revue de presse est un exercice facile à mettre en œuvre.

→ Objectifs

- S'informer sur l'actualité de l'environnement au niveau local, régional ou national.
- Comparer les différentes manières de traiter l'information.
- Se familiariser avec le langage des médias.

→ Matériel

- Des quotidiens nationaux et régionaux, des hebdomadaires et des mensuels.
- Une paire de ciseaux, de la colle et des stylos.
- Un panneau d'affichage.

→ Déroulement

En prenant bien soin de noter le nom du journal et sa date de parution, par petits groupes, les élèves découpent les articles concernant des thèmes liés à l'environnement : les déchets, l'eau, les transports, les espaces naturels...

Chaque groupe peut rédiger et lire une synthèse accompagnée des citations des journalistes.

Une fois tous les articles recueillis, ils sont analysés et débattus. Quelle est la problématique récurrente ? Existe-t-il des points de vue différents ? Quels sont les choix opérés par les journalistes ? Quels messages souhaitent-ils transmettre ?

Petit à petit, au fil des semaines, des rubriques environnement s'imposeront aux jeunes (déchet, eau, air...) et une revue de presse thématique pourra être confiée à différents groupes.

Sur une journée, il est aussi possible de faire une revue de presse radiophonique si la classe possède un magnétophone. C'est l'occasion de comparer la revue de presse des quotidiens à celle du même jour diffusée sur une station radio.

De même, les médias (TV, radio, presse) proposent les actualités du jour sur leur site Internet. Des sites de rédaction libre sont également accessibles gratuitement. Des sources d'information supplémentaires pour compléter la revue de presse.

Trucs et astuces



Avec les plus jeunes, il est possible de ne travailler que sur les principaux titres liés à l'environnement et repérer quels sont les titres communs aux différents journaux, quelles sont les différences et les ressemblances...

Réaliser un sondage

Fiche

7

1 jour

durée

2

complexité

Le sondage est une façon assez simple de recueillir les opinions et idées des habitants du territoire sur un sujet bien précis.

→ Objectifs

- Connaître l'opinion du public sur un sujet donné.
- Apprendre à formuler des questions.
- Analyser et interpréter des réponses.
- Exercer sa pensée critique.

→ Matériel

- Papiers.
- Ordinateur pour saisir le questionnaire.
- Photocopieuse pour dupliquer le questionnaire.

→ Déroulement

Dans un premier temps, il convient de préciser les objectifs du sondage : connaître l'intérêt des gens du quartier sur l'environnement, recueillir leur avis sur une campagne d'affichage concernant les transports en commun...

Une fois les objectifs définis, le groupe devra choisir un public : les élèves de l'établissement, les parents d'élèves, du personnel de l'établissement, les habitants du quartier...

Puis vient la phase de formulation des questions. Elles devront être claires et relativement courtes. Habituellement, la règle pour établir un questionnaire est de commencer par des questions générales pour finir par des questions plus précises.

Le sondage peut se présenter sous la forme d'un questionnaire à choix multiples ou QCM. Chaque question proposera des réponses dites fermées : « oui » ou « non », ou « un peu », « beaucoup », « pas du tout ».

Certaines questions pourront être ouvertes. Il s'agit pour le groupe d'obtenir des avis plus personnels.

Le groupe va se charger de diffuser les questionnaires : prévoir une demi-journée d'entretien en face-à-face ou demander aux personnes de remplir tranquillement le questionnaire et de le remettre à une date définie.

Interpréter les résultats du sondage. Les primaires peuvent réaliser des tableaux pour mettre en forme les résultats. Les collégiens ou les lycéens peuvent utiliser des outils comme des diagrammes (à bandes, circulaires), des histogrammes...

Trucs et astuces



Il est possible d'utiliser des logiciels de type Excel® pour mettre en forme les résultats. Il est utile aussi de visiter le site de l'Institut français d'opinion publique (www.ifop.com) et d'accéder, via la « banque de sondages », à toute une série de sondages réalisés depuis 1996.

Mener une enquête, une interview

Fiche

8

2 h à une journée

durée

2

complexité

La rencontre directe avec les acteurs de terrain est des plus intéressantes.

Ces personnes ressources pourront être :

- des élus (le maire, un représentant du département ou de la région, un député, un sénateur) ;
- des responsables ou bénévoles d'ONG et d'associations ;
- des journalistes (presse locale, radio, télévision) ;
- des éducateurs (professeurs, éducateurs à l'environnement, animateurs socioculturels) ;
- des personnels de l'établissement ;
- des chercheurs (travaillant par exemple au sein de l'université) ;
- des artisans (un boulanger, un maçon, un menuisier, un syndicat d'artisans du bâtiment) ;
- des agriculteurs (éleveurs, cultivateurs, vignerons, maraîchers) ;
- des industriels (ex. : le directeur d'une entreprise locale de production de tuyaux en PVC) ;
- mais aussi des citoyens, des habitants de la commune, des consommateurs.

Tous auront beaucoup à apprendre aux participants qui pourront, au cours d'enquêtes et d'interviews, recueillir leur avis, découvrir leurs pratiques, et affiner leur compréhension des problématiques locales.

Organiser ensuite au sein du groupe des débats autour des principales opinions exprimées par les acteurs rencontrés.

→ Objectifs

Amener les jeunes à :

- varier les sources de connaissances ;
- rencontrer des acteurs ou des professionnels ;
- apprendre à structurer leur démarche d'interview ;
- élargir leur champ de perception.

→ Matériel

Fiches d'enquête, annuaire téléphonique, téléphone, carnet de notes, dictaphone, ordinateur.

→ Déroulement

•> Préparation de l'enquête

La fiche d'enquête peut s'articuler de cette façon :

- les questions à poser ;
- les personnes qui pourraient répondre à ces questions.

Il est nécessaire de prendre le temps de choisir les personnes ressources avant de demander un rendez-vous.

La prise de rendez-vous se fait par téléphone. Il est possible aussi de préparer un courrier expliquant la démarche et formu-

lant la requête du groupe : prévoir une rencontre pour une interview. Plusieurs possibilités : l'interlocuteur vient à la rencontre du groupe ou bien il faut se rendre à son domicile, sur son lieu de travail ou de permanence. Il est préférable de préciser la durée de l'interview (à peu près 30 minutes).

•> Pour que la rencontre se passe le mieux possible, veiller à :

- poser des questions claires et précises ;
- comprendre et noter l'explication de l'interlocuteur.

Il est toujours intéressant de demander de la documentation et de prendre des photos.

Envoyer un petit courrier de remerciement à l'interlocuteur. Cela lui fera plaisir et laissera une bonne image de cette courte rencontre.



Mener une enquête, une interview

→ Exemples

On pourra poser des questions d'ordre général ou plus ciblées en fonction de l'acteur rencontré.

- Des questions pour mieux connaître l'interlocuteur

- En quoi consiste votre activité de production ?
- Quand votre association, entreprise, exploitation a-t-elle été créée ?
- Que cherchez-vous à défendre au sein de votre ONG ?
- Quelle est exactement la fonction que vous exercez ?
- Quelles sont vos missions ?

- Des questions sur les valeurs et opinions

- On parle beaucoup de développement durable en ce moment, qu'est-ce que cela représente pour vous ?
- Quels sont, selon vous, les enjeux environnementaux majeurs de notre époque, de notre commune ?

- Des questions liées à l'activité de la personne interrogée

- Prenez-vous en compte l'environnement dans votre pratique quotidienne ?
- Communiquez-vous sur l'environnement en direction de vos usagers (clients, lecteurs, étudiants, élèves...) ?
- Que faites-vous des déchets occasionnés par votre activité de production ?

Trucs et astuces



Attention, pour avoir des réponses fondées, il faut bien choisir à qui poser telle ou telle question et parfois comparer les réponses faites par des personnes différentes.

Pour apprendre à prendre des notes, il est avantageux d'enregistrer l'interview à l'aide d'un petit magnétophone puis de comparer avec les notes.

Internet, source d'informations

Fiche

9



durée



complexité

La richesse et la diversité des informations qui sont disponibles sur Internet en font une source d'informations incontournable.

→ Objectifs

- Initier les jeunes aux supports d'information informatiques.
- Leur apprendre à faire une recherche d'information ciblée.

→ Matériel

Ordinateur connecté à Internet.

→ Déroulement

• Première étape: identifier ce que l'on recherche

Avant de se précipiter sur le premier moteur de recherche venu, il est primordial d'exprimer clairement ce que l'on souhaite rechercher et d'être conscient que ce n'est pas le seul moyen mis à notre disposition si on ne trouve pas les informations souhaitées.

Les mots-clés doivent être choisis avec soin. Il ne faut surtout pas hésiter à envisager plusieurs approches, plusieurs tournures, même si elles paraissent assez éloignées. Si la recherche porte sur un mot très courant dans plusieurs domaines différents, les résultats seront complètement « pollués ». Il est avantageusement possible d'exclure certains mots-clés indésirables pour ne pas récupérer les pages qui leur sont associées.

• Seconde étape: la recherche

• Moteurs de recherche

C'est le premier réflexe à avoir: ces outils sont extrêmement puissants et demandent un apprentissage pour en tirer le meilleur parti. Il existe de nombreux moteurs de recherche, citons : www.altavista.com, www.yahoo.com.

Mais le plus célèbre et le plus efficace à l'heure actuelle est incontestablement www.google.fr.

Ce moteur propose aussi des options intéressantes de recherche :

- par type, avec les onglets Web, Images, Groupes, Répertoire, Actualités ;
- sur toutes les pages référencées ou sur les pages francophones uniquement ;
- dans les pages archivées : certaines pages qui ne sont plus en ligne restent accessibles par ce biais ;
- en choisissant des paramètres plus fins au moyen d'une recherche avancée.

Le moteur de recherche www.kartoo.com a la particularité d'établir une cartographie des thèmes ou mots-clés qui entourent le mot recherché. Ensuite, une fonction permet de supprimer ou d'ajouter certains de ces mots. Une nouvelle carte se dessine, composée de sites Internet de plus en plus précis par rapport à la requête effectuée.

• Autres outils

En dehors des moteurs de recherche, il existe plusieurs solutions pour obtenir des informations, souvent en provenance directe de spécialistes.

- Les newsgroups (groupes de discussion) existent depuis très longtemps. On en compte des milliers sur des sujets très variés. Avec un logiciel dédié, on peut récupérer régulièrement les nouveaux messages des groupes auxquels on est abonné. On peut bien sûr répondre et poser de nouvelles questions.



Internet, source d'informations

– Les listes de discussion (mailing lists) : chaque mail envoyé parvient à chaque abonné de la liste.

Il existe des listes qui touchent à tous les sujets. Cela ressemble aux news groups mais s'utilise avec le logiciel de courrier électronique classique. Pour trouver une liste qui touche un sujet donné, le point de départ est groups.yahoo.com.

– Les forums sur les sites spécialisés reprennent encore le même procédé mais sous la forme de pages Web et se consultent donc avec un navigateur quelconque.

• Que chercher ?

Il est tout à fait intéressant d'utiliser Internet pour recueillir des informations sur les campagnes de communication environnementales mises en place par des institutions, des associations, ou des entreprises ainsi que sur les actions menées par votre commune ou communauté de communes en matière d'environnement et de développement durable.

On pourra consulter directement les sites Internet des acteurs concernés. Là, on pourra découvrir les missions et actions de ces acteurs mais aussi leurs coordonnées et leur mode d'organisation (données nécessaires pour entrer en contact avec eux).

Exemples :

– France Nature Environnement se présente sur le site www.fne.asso.fr.

– Le WWF (World Wildlife Fund, organisation mondiale de protection de la nature) se présente sur le site www.wwf.fr.

Trucs et astuces



Avant de cliquer sur une adresse, le groupe peut analyser s'il s'agit d'un site complet (l'adresse se termine par .com, .fr, .org...) ou d'une page appartenant à un site quand l'adresse se poursuit au-delà. Ils peuvent aussi réfléchir sur la fiabilité et la fraîcheur de l'information.

Comparer des campagnes de communication

Fiche

10



durée



complexité

C'est un exercice intéressant pour mieux comprendre les méthodes et les moyens utilisés pour mettre en place des campagnes de communication.

→ Objectifs

- S'approprier les outils de communication.
- Élargir son champ de perception.

→ Matériel

- Tableau.
- Supports de campagnes de communication.
- Descriptions de campagnes (communiqués de presse...).
- Comptes-rendus d'interviews.

→ Déroulement

Après des recherches sur Internet ou suite à des interviews auprès de responsables d'agence de communication ou encore auprès de responsables de service communication d'une entreprise ou d'une commune, le groupe devra choisir deux types de campagne (par exemple : la gestion des déchets dans les villes X et Y) et se poser les questions suivantes.

• Qui a réalisé la campagne de communication ?

Une institution, une association, une entreprise...
Quelle est l'agence qui s'est chargée de sa conception et de sa mise en œuvre ?

• Pourquoi ?

Quelle était la problématique de départ ?
Quels sont les objectifs de cette campagne ?

• À qui s'adresse cette campagne ?

Quel est le public cible prioritaire ? Quel est le public cible secondaire ?

• Quoi ?

Quel est le contenu de la campagne ? Quel est le message de la campagne ?

• Où ?

Est-ce une campagne nationale, locale ?
Où sont diffusés les messages, les outils de communication ?

• Quand ?

Quand a été lancée la campagne ? Quelle est sa durée ?
Existe-t-il des temps forts (lancement avec conférence de presse...)?

• Comment ?

Quels sont les arguments utilisés ? Existe-il un slogan ?
Quels sont les supports utilisés (affiches, dépliants, jeux...)?
Quels sont les médias mobilisés ? Existe-t-il un plan média ?

Trucs et astuces



Ces questions pourront être utilisées pour réaliser une interview. Par ailleurs, il est important de comparer des campagnes effectuées sur un même thème comme par exemple les déchets ou les déplacements afin de s'appuyer sur un même cadre de référence et d'établir une comparaison pertinente.

Faire l'analyse critique d'un message

Fiche

11

1 h

durée

2

complexité

Le texte et l'image sont des signes porteurs de sens, qui ont fait l'objet d'une construction. Chaque message porte en lui une interprétation du monde, véhicule des idées et des valeurs et influence notre conception de la réalité.

→ Objectifs

- Développer le champ de perception des jeunes.
- Apprendre à construire son propre message.

→ Matériel

- Tableau pour écrire le ou les messages recueillis.
- Papier.
- Stylos.

→ Déroulement

Le groupe, dans le cadre de ses recherches (Internet, revue de presse, interview), a recueilli une série de messages accompagnant des campagnes de communication.

Si ce n'est pas le cas, la première partie de la séance sera consacrée à la recherche de messages de communication ou même de messages publicitaires.

Le message peut être un mot, une phrase, une image ou l'association des deux.

•> L'analyse du message est constituée de plusieurs phases

• Phase 1 : l'origine du message

Un message n'est jamais objectif. Il résulte du point de vue d'un ou plusieurs individus (auteurs, producteurs, concepteurs).

Avant d'analyser en profondeur le message, le groupe doit se poser les questions suivantes :

- Qui a choisi et conçu le message ?
- Est-ce une entreprise ?
- Une institution ?
- Une association ?

• Phase 2 : la forme du message

Cet atelier permet au groupe d'apprécier la forme et l'esthétique du texte ou de l'image. Il s'agit en somme de faire une explication de texte : repérer les liens, le temps utilisé, le style, l'existence de rimes, d'assonances pour créer un effet...

Pour une image, le groupe s'engage dans la même démarche.

• Phase 3 : la perception du message

Tout message est conçu et élaboré en fonction d'un public, d'une cible.

Chaque personne, en fonction de son âge, de sa culture, de ses valeurs, de ses croyances, percevra un message avec son filtre.

Durant cet atelier, il convient de faire noter à chaque participant ce qu'il ressent à la lecture d'un message : Est-ce qu'il lui plaît ? Que signifie pour lui telle phrase ou telle image ?

Puis on découvre les notes de chacun et on compare les perceptions.

Une discussion peut s'engager. Il est intéressant de demander au groupe comment le message serait perçu dans un autre pays, par des personnes plus âgées...

•> Exemples de message

- « We care », message des Hôtels Hilton pour leur campagne en faveur du développement durable. C'est une phrase en anglais, très courte. Ce message est destiné à la clientèle de cette chaîne d'hôtels plutôt haut de gamme.

- « Économie d'énergie : faisons vite, ça chauffe », message de l'Ademe (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) dans sa campagne de sensibilisation sur le changement climatique.

Ce message s'adresse à un large public d'où l'expression un peu familière « ça chauffe ». L'impératif permet d'insister sur l'urgence d'agir.

Rédiger une lettre

Fiche

12

de 1h30
à 5h

durée

3

complexité

Une lettre est un texte à part entière qui possède ses propres règles. La correspondance est d'ailleurs un genre littéraire au même titre que le roman ou le théâtre.

Avant d'écrire une lettre, il est nécessaire d'en connaître les formes et conventions.

Écrire une lettre, enfin, c'est chercher à produire un effet sur le lecteur, à le faire agir, s'émouvoir, prendre conscience de la nécessité de faire changer les choses... Il faut donc savoir argumenter ses propos et interpeller son lectorat.

→ Objectifs

- Favoriser la découverte du genre épistolaire.
- Permettre l'acquisition de connaissances sur la structure des lettres.
- Permettre au groupe d'initier des partenariats.

→ Matériel

- Papier.
- Stylos.
- Tableau.
- Nombreux exemples de lettres de toute nature rendues anonymes si nécessaire (amenées par les jeunes ou l'éducateur).
- Récipient (chapeau, saladier, sac...).

→ Déroulement

Avant la première séance, demander aux jeunes de rechercher et d'amener des exemples de lettres (chez eux, sur Internet, dans des livres, dans des archives d'associations...). L'éducateur fait de même de son côté.

•> Procéder collectivement à la classification de ces lettres.

Plusieurs classifications sont possibles :

- classification par émetteur (ou scripteur) ;
- classification par destinataire ;
- classification par catégorie : carte postale, lettre anonyme, lettre cachetée, lettre ouverte ;
- classification par type : lettre administrative, lettre privée, lettre d'information, lettre d'invitation.

•> À partir de quelques-unes de ces lettres, étudier la structure, le plan d'une lettre :

- le destinataire ;
- exposé du contexte, des faits, d'une situation ;
- argumentation ;
- demande, requête, proposition d'action ;
- formule de politesse.

Ce plan servira désormais de base à toute rédaction de lettre. Plutôt que de l'imposer d'emblée aux jeunes, il aura été découvert par la confrontation des jeunes à des courriers existants.

En plus de mettre en évidence la structure, le plan de rédaction d'une lettre, faire observer aux jeunes les techniques d'écriture utilisées dans chacune des parties de la lettre. L'intervention d'un professeur de français s'avérera des plus utiles.

Comment le contexte est-il exposé ? Par des descriptions techniques de faits et d'événements, par des énumérations, par des anecdotes, par une approche sensible...

Comment l'argumentaire est-il rédigé ? Avec des figures de style, des paradoxes, des descriptions d'un ou plusieurs scénarios positifs ou négatifs...

Comment la requête est-elle formulée ? Au moyen de questions, de descriptions de propositions d'actions...

•> Après une analyse des lettres, le groupe peut s'engager dans la rédaction de ses propres courriers.

La méthode suivante peut être utilisée pour rédiger les premiers jets de la lettre.

- Deux à quatre jeunes (l'un après l'autre) sont chargés d'exposer le contexte.
- Deux à quatre jeunes (l'un après l'autre) se chargent ensuite de rédiger un argumentaire.
- Enfin, deux à quatre jeunes (toujours l'un après l'autre) formulent les requêtes et propositions de partenariat.
- Un dernier jeune peut ensuite s'atteler à écrire l'en-tête de la lettre et la formule finale.

Trucs et astuces



Si nécessaire, se faire accompagner par un professeur de français ou un animateur d'atelier d'écriture.



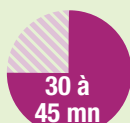
Phase

3

Formaliser la
problématique
locale que les
élèves souhaitent
développer



Le conseil des jeunes



durée



complexité

Le conseil des jeunes est une réelle institution : c'est un espace de prise de décisions, de résolution de conflits, d'élaboration de règles de vie, de reconnaissance de progrès, d'organisation de projets collectifs et de prise de responsabilités et de fonctions.

C'est un outil de communication que les jeunes n'ont pas forcément l'habitude de côtoyer dans leur scolarité, mais qui permet pourtant de travailler sur l'expression orale, le rapport à l'autre (y compris l'adulte), la construction collective.

→ Objectifs

- Faire avancer le projet de façon collective.
- Favoriser la communication, la diffusion d'informations sur le projet en cours.
- Permettre aux jeunes d'être acteurs de leur projet et de leur vie de groupe.
- Amener le groupe à s'approprier, à modifier et à créer de nouvelles règles ou idées.
- Réguler la vie du groupe de jeunes de façon démocratique.

→ Durée

Le conseil a lieu de façon régulière (exemple: toutes les semaines sur un projet de quelques mois, tous les jours pour un projet de quelques jours).

→ Matériel

- Tableau.
- Cahier pour noter les décisions.

→ Déroulement

Le conseil a son propre rituel et son organisation : une présidence et un secrétariat. Consulter la partie « les rôles » pour s'informer des compétences requises.

•> Le premier conseil

Ce conseil permet d'expliquer les règles et les lois du groupe. Ces lois ne sont pas négociables tandis que les règles le sont. Elles définissent donc le cadre dans lequel le groupe vit, cadre à transformer par l'élaboration ou la modification de nouvelles règles. Le premier conseil est animé par un

adulte. Les suivants peuvent être présidés par un jeune mais coprésidés par un adulte.

Il est recommandé, dès le premier conseil, de soumettre à la discussion puis au vote quelques règles constitutives.

•> Les autres conseils

Le président ouvre le conseil et précise qui est secrétaire. Il rappelle les lois puis les règles posées lors de conseils précédents et demande si elles ont été respectées. Si ce n'est pas le cas, le groupe réfléchit à des solutions pour qu'elles le soient et/ou les soumet à nouveau au vote. Le président prend les inscriptions des personnes qui veulent s'exprimer selon quatre rubriques : informations ou demandes d'informations, propositions, critiques, félicitations. Le président clôt les inscriptions et donne la parole dans l'ordre des inscriptions. Il anime le débat, reformule, synthétise, soumet au vote des propositions claires, sollicite l'attention, renvoie à des « travaux de groupe » des réflexions qui méritent d'être retravaillées. Il est aussi garant de la parole et du respect des individus. Lorsque tous les participants se sont exprimés, le secrétaire rappelle les décisions du jour, qu'il aura pris soin de noter dans le carnet de conseil. Le président clôt le conseil.

→ Les rôles

•> 1. Rôle du président

La fonction du président se limite au temps d'un conseil. Il a cependant, durant ce moment, des rôles multiples et fondamentaux. Le président peut être assisté par un coprésident. Globalement, il a pour fonction d'animer les discussions et de synthétiser le débat.



Le conseil des jeunes

• Compétences requises

- Connaître le bon déroulement des phases du conseil.
- Être garant de la prise de parole des individus.
- Savoir donner la parole mais aussi la reprendre.
- Savoir reformuler les idées.
- Savoir soumettre au vote ou au sondage.
- Recentrer les discussions sur ce qui concerne vraiment le groupe.

• Et concrètement, dans le déroulement d'un conseil...

- Il ouvre le conseil («Le conseil est ouvert»).
- Il dit qui est président et qui est secrétaire.
- Il rappelle les lois.
- Il demande si elles ont été respectées.
- Il rappelle les règles et décisions du dernier conseil.
- Il demande si elles ont été respectées et, sinon, organise le débat jusqu'à ce qu'une solution aux éventuels problèmes soit trouvée et adoptée par le conseil.
- Il ouvre et clôt les inscriptions pour les prises de parole.
- Il donne la parole aux inscrits et organise le débat
- Il demande que les décisions du jour soient rappelées.
- Il clôt le conseil («Le conseil est terminé»).

•> 2. Rôle du secrétaire

Lors du conseil, le secrétaire est chargé de garder en mémoire les décisions actées par le groupe. Il pourra être aidé par un cosecraire.

• Compétences requises

- Connaître les prénoms de ses camarades.
- Savoir écouter avec attention.
- Savoir écrire lisiblement.
- Savoir demander des précisions lorsque l'idée ne lui paraît pas claire.

• Et concrètement, dans le déroulement d'un conseil...

- Avant le conseil, il prépare tableau et marqueurs.
- Il récupère le carnet de conseil.
- Il note éventuellement les nouvelles règles sur le carnet de conseil.
- Il inscrit, par rubrique, les personnes qui veulent prendre la parole.
- Il note les décisions et règles actées par le conseil.
- Il rappelle les décisions du jour.
- Il range le matériel et retouche ce qu'il a écrit dans le carnet du conseil pour que cela soit lisible par d'autres.

Trucs et astuces



- **Se disposer en cercle ou de façon à ce que tous (jeunes et adultes) se voient.**
- **Le secrétaire écrit sur un grand tableau ou un carnet et se tient près du président.**
- **Dans la vie du groupe, les adultes doivent renvoyer au conseil tout ce qui peut y être réglé, donc bien faire attention à ne pas se substituer à ce petit parlement.**
- **Le conseil est une instance confidentielle, ce qui s'y passe ne concerne que le groupe.**
- **Il existe une complémentarité entre les différents outils d'expression. Par exemple, si les jeunes sont lancés dans la discussion, il est possible de faire suivre un conseil d'un débat philosophique pour ceux qui le souhaitent.**

Comment aboutir à une décision collective ?

De 30 mn à 1 h 30

durée

2

complexité

Une décision doit être prise. C'est le moment de se réunir : une préparation sérieuse et un ordre du jour clair aideront à prendre une décision collective qui reflète bien l'avis du groupe.

→ Objectifs

Amener les jeunes à...

- Être au même niveau d'information.
- Comprendre le problème posé en réunion.
- Élaborer des solutions.
- Prendre une décision collective.
- Favoriser l'écoute et la tolérance de chacun.
- Susciter des réactions.

→ Matériel

Carnet de notes, tableau, salle de réunion.

→ Déroulement

• 1. Avant la réunion : se fixer un objectif clair

Pour cela, l'écrire sous forme de question en se demandant : « Que veut-on avoir accompli à la fin de la réunion ? ».

Nombre de participants inférieur à 10.

Il est possible de fonctionner en sous-groupes. Chaque sous-groupe peut soit avoir un objectif de réunion différent, soit le même. Quoi qu'il en soit, un temps doit être prévu en fin de réunion pour que tous les représentants des sous-groupes présentent leurs conclusions et qu'une synthèse soit faite.

• 2. Pendant la réunion

Le groupe qui se réunit doit désigner un animateur de réunion et un secrétaire.

Les compétences de l'animateur de réunion sont les mêmes que celles du président du conseil des jeunes.

• L'animateur de réunion...

- Distribue la parole en respectant l'ordre dans lequel la parole est demandée. Il peut faire une exception quand une personne n'ayant pas encore parlé lève le doigt.
- Veille à ce que le groupe ne s'écarte pas du problème posé. Si des sujets qui ne sont pas inscrits à l'ordre du jour

sont abordés, il rappelle que cette réunion a un autre objet et propose éventuellement de différer ces nouveaux sujets à une autre réunion.

- Facilite la discussion : il rappelle clairement l'objectif de la réunion. Il reformule en cours de réunion les points de vue avancés. Il peut aussi demander à ce qu'une idée soit expliquée ;
- Conclut : en fin de réunion, il résume les idées avancées, rappelle les décisions prises par le groupe et relève les points laissés en suspens.

• Le secrétaire de réunion

Les compétences du secrétaire sont les mêmes que celles du secrétaire du conseil.

- Il prend des notes. Ces notes doivent être claires, précises et doivent contenir juste les grandes lignes de la réunion.
- Il rédige les conclusions et les décisions prises. Quand des décisions sont prises, il relit ce qu'il a écrit et demande aux participants s'ils sont d'accord.

• 3. Après la réunion

• Le secrétaire...

- Rédige et diffuse le compte-rendu : le compte-rendu est la mémoire de la décision et peut être soit donné à chaque participant, soit affiché dans un lieu commun.

→ Exemples

Une réunion prévue le mardi 14 mars, de 16 h 30 à 17 h 30.

Ordre du jour : comment se déplacer en respectant mieux l'environnement ?

1. Organisation d'un sondage pour savoir quels sont les modes de transport utilisés.
2. Choix d'un groupe de travail pour étudier les réponses.
3. Prochaine réunion à prévoir pour faire des propositions à partir des résultats du sondage.

Trucs et astuces



Une information anticipée : prévenir une semaine maximum à l'avance de la date et du lieu de réunion. Un ordre du jour léger : trois sujets maximum à aborder. Ils seront inscrits sur le tableau en début de réunion. Une bonne disposition de salle : pour que chacun se voie et s'entende (disposition en cercle, en fer à cheval...). La réunion d'information se déroule de la même façon, mais elle est plus courte et ne nécessite pas d'aboutir à une décision. Elle peut se dérouler simplement en faisant un tour de table des informations à donner.

Le tableau d'affichage

Fiche

15



15 mn

durée



1

complexité

Un lieu clair et bien identifié par tous les membres d'un groupe est nécessaire pour diffuser des informations importantes et réussir un projet collectif.

→ Matériel

Panneau clairement identifié par le groupe et qui ne sera pas partagé avec d'autres groupes.

→ Durée

Mise en place : 15 minutes, à faire pendant toute la durée du projet.

→ Déroulement

Un panneau d'affichage est dédié au groupe. Chacun a le droit et même le devoir d'y afficher les informations importantes pour le groupe.

→ Exemple

Rubriques possibles sur un panneau :

- les nouveautés ;
- la revue de presse ;
- des posters présentant des campagnes de communication ;
- la répartition des tâches et fonctions de chacun ;
- les rendez-vous pris et à prendre ;
- des références d'ouvrages et articles à lire, de sites Internet à consulter ;
- de la matière grise (pour les textes de réflexion) ;
- troc (offres et demandes) ;
- FAQ (foire aux questions) ;
- ordre du jour et compte-rendu du conseil de jeunes ;
- le niveau d'avancement des différentes tâches ;
- de belles photos...

Trucs et astuces



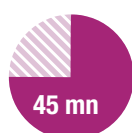
L'organisation du tableau en rubriques en rend la lecture plus facile. Un membre du groupe pourra être chargé de mettre à jour le panneau d'affichage, c'est-à-dire retirer et archiver les informations qui ne sont plus d'actualité et mettre en valeur celles qui sont récentes ou importantes.



La démarche de projet a tendance à rapprocher les jeunes entre eux, autour d'un enjeu, d'une question, de la découverte d'une partie de territoire... Le « débat philo » permet de s'interroger personnellement sur le sens de l'action, sur des idées rencontrées à un niveau plus global... C'est l'occasion de prendre le temps d'apprendre à « penser par soi-même » son rapport aux choses, aux autres et à soi.

Cette fiche propose différents ateliers ; « À la chasse aux opinions », « Racines d'opinion », « Se chatouiller les opinions » et « Construire des quasi-mondes ». Ces ateliers permettent d'amener progressivement un groupe à vivre un débat philo. Ils pourront donc être mis en place selon la chronologie proposée.

Atelier 1 : À la chasse aux opinions



durée



complexité

→ Objectifs

Amener le groupe à...

- Mettre en évidence les différentes opinions possibles sur des sujets liés à l'environnement et au développement durable.
- Repérer des opinions contradictoires et complémentaires.

→ Matériel

- Bandeaux de papier.
- Tableau.
- Gomme collante.

→ Préparation

Donner quelques exemples d'opinions aux jeunes.

S'entraîner à exprimer des opinions sur des sujets simples (l'école, la guerre...).

→ Consigne pour l'éducateur

Interdire tout commentaire, réflexion sur ce que disent les jeunes afin de libérer la parole. Cette règle devra être précisée et s'appliquera aussi à l'éducateur.

→ Déroulement

Choisir un thème lié à l'environnement ou au développement durable : consommation, énergies renouvelables, énergies fossiles, nucléaire, relations Nord-Sud, effet de serre, usages de l'eau, traitements des déchets, chasse, protection de la nature...

Demander aux jeunes d'exprimer « ce qu'ils pensent » par rapport à ce sujet. Ces phrases seront notées sur un bandeau de papier.

Lire puis afficher sur le tableau les opinions recueillies.

Les jeunes regroupent en grands ensembles les opinions en fonction de leurs ressemblances.

→ Prolongements

Les « patates d'opinions » ainsi obtenues pourront rester affichées et évoluer en cours de projet lorsque de nouvelles opinions apparaîtront. Être attentif aux opinions exprimées par des personnes extérieures à la classe. Elles seront recueillies et utilisées pour compléter la collection.

→ Conclusion de l'atelier

Il y a beaucoup d'avis sur le sujet (pluralité des points de vue) ou, au contraire, tout le monde pense la même chose. Certains avis sont divergents et peuvent amener à des désaccords lors d'une discussion ou lors de la mise en œuvre des actions liées à ces thèmes.

Trucs et astuces



Pour « décoincer » un groupe, l'éducateur pourra afficher des avis un peu provocateurs. Il encouragera les jeunes qui se limitent à des « c'est nul », « c'est normal »... à argumenter leurs positions.

Atelier 2: Racines d'opinions



durée



complexité

→ Objectif

Amener les jeunes à repérer l'origine de nos opinions.

→ Matériel

- Bandeaux de papier.
- Tableau.
- Gomme collante.
- Laine.

→ Préparation

Lancer une discussion sur l'origine des idées.

→ Déroulement

Questionner les jeunes sur l'origine de leurs opinions à partir des «patates d'opinions» obtenues suite à l'atelier «À la chasse aux opinions» :

- Est-ce ta propre opinion ?
- Est-ce que tu répètes celle d'une autre personne ?
- Est-ce que tu l'as entendue à la télé ?

Positionner ces origines à l'aide de bandeaux d'une autre couleur puis, à l'aide de fils de laine, relier les sources aux opinions correspondantes. Se construit ainsi petit à petit un «arbre des opinions».

→ Prolongements

Cet arbre pourra, encore une fois, grandir au cours du projet. Il est conseillé de garder trace de sa croissance en prenant des photographies régulières. Les jeunes pourront ainsi réfléchir sur «ce qui a fait que l'arbre a grandi».

→ Conclusion de l'atelier

Certaines fois, on ne fait que reproduire l'opinion d'autres personnes sans y avoir réfléchi. Il y a plusieurs origines à des opinions : les parents, l'entourage, les médias, la propre réflexion personnelle, les expériences...

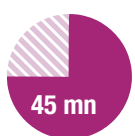
Les idées se construisent souvent en interaction avec d'autres personnes.

Trucs et astuces



Il est possible de questionner des adultes et d'autres jeunes en les amenant à se positionner sur leurs opinions (sans les juger) puis en leur demandant d'expliquer pourquoi ils pensent cela, d'où viennent leurs idées.

Atelier 3: Se chatouiller les opinions



durée



complexité

→ Objectif

Amener les jeunes à se forcer à explorer d'autres opinions que les leurs.

→ Matériel

Une salle avec un bureau.

→ Préparation

Commencer la préparation du groupe avec des «sujets faciles»: «l'école ne sert à rien», «il ne faut pas être à la mode»...

→ Déroulement

Demander aux jeunes de choisir, dans l'arbre des opinions (atelier 2), une opinion qui n'est pas du tout la leur.

Laisser le jeune ou le groupe qui a choisi une opinion préparer ses arguments.

Organiser un débat qui aura pour but de convaincre les autres du bien-fondé de cette opinion. Chaque jeune se forcera ainsi à jouer le rôle d'une autre personne et, de ce fait, à explorer à fond ses arguments.

→ Prolongements

C'est un atelier qui passionne, il est possible d'organiser successivement des débats sur des opinions variées autour d'un même thème: «il faut être à la mode», «il ne faut pas suivre la mode», «la mode est un moteur de la consommation»...

→ Conclusion de l'atelier

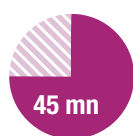
Chaque personne est sûre de ce qu'elle pense. Souvent, elle pense qu'elle détient «la vérité» et que l'autre a tort... Peut-être que ce type de comportement empêche d'écouter vraiment l'autre.

Trucs et astuces



Il est important suite à cet atelier de faire s'exprimer les jeunes sur ce qu'ils ont ressenti (énervement, trahison intellectuelle...) pour faire retomber la pression mais aussi montrer que les débats d'opinions peuvent devenir passionnés.

Atelier 4: Construire des « quasi-mondes »



durée



complexité

→ Objectif

Amener le groupe à pousser une opinion à son comble.

→ Matériel

Une salle avec les chaises disposées en cercle.

→ Préparation

Présenter certains auteurs qui se sont amusés à pousser certains arguments à leur comble: Perec en imaginant un monde sans « e », certains utopistes qui ont imaginé d'autres mondes possibles: Georges Orwell dans *La ferme des animaux*, Aldous Huxley dans *Le meilleur des mondes*, Daniel de Fœ dans *Robinson Crusoe*...

→ Déroulement

Choisir une opinion dans l'arbre des opinions précédemment construit puis la poser comme dogme universel.

Discuter et imaginer alors le monde qui en résulterait.

Par exemple: « la pub, c'est indispensable! » Le groupe se met alors à imaginer un monde où tout devrait passer par la pub... Les enseignants qui font la pub de leurs cours à la récré, les jeunes qui font leur pub pour trouver des copains, les parents qui font la pub du repas du soir...

Suite aux discussions (souvent animées), relever les aspects qui seraient positifs dans ce monde et ceux qui seraient négatifs.

→ Prolongements

Chercher autour de soi si certains de ces effets ne se font pas déjà sentir.

→ Conclusion de l'atelier

Une opinion s'exerce souvent dans un champ limité, derrière la passion qui anime, au sein de l'expression des opinions. Les effets peuvent ainsi être pervers s'ils sont poussés à leur extrême. Effets pervers qui, peut-être, sont déjà à l'œuvre?

Atelier 5: Le débat philosophique

de 45 mn
à 1 h

durée

3

complexité

→ Objectifs

Amener les jeunes à...

- Elargir la réflexion.
- Apprendre à débattre et à s'écouter.
- S'interroger, définir, argumenter sur une question, une idée.
- Apprendre à réfléchir par eux-mêmes.

→ Matériel

- Cahier.
- Bâton de parole.
- Chaises disposées en cercle.

→ Mise en garde

Cette forme d'animation demande à l'éducateur de bonnes capacités d'écoute, de synthèse et de conceptualisation.

→ Préparation

Il ne faut pas hésiter, pour des groupes qui n'ont jamais pratiqué de débats, à partir sur des sujets qui ne sont pas forcément philosophiques. Cela permettra d'apprendre à réfléchir, argumenter, écouter puis de partir, petit à petit, sur des sujets plus philosophiques.

Par questionnements philosophiques, on entend des interrogations qui n'amèneront pas à une réponse factuelle (portant sur de la connaissance : qu'est-ce qu'une station d'épuration ? ou sur de la technique : comment fabrique-t-on un Tetra Brick® ? ou encore de type scientifique : comment poussent les plantes ?).

Il est pertinent de choisir des interrogations métaphysiques (sur la liberté, la vérité, la nature), éthiques (a-t-on le droit de tout faire ?)... en bref, difficiles à résoudre et susceptibles d'aboutir à plusieurs réponses également fondées.

→ Déroulement

Les jeunes proposent des questions en début de séance, puis après une courte discussion, le groupe choisira la question à explorer.

Voici une règle qui peut être énoncée en début de séquence : « Celui qui souhaite parler ne peut le faire que lorsqu'il a le bâton de parole ».

L'éducateur, toutes les 5 à 10 minutes, fera la synthèse des idées en présence, reformulera les pistes de réflexion, montrera les idées qui s'opposent, proposera un nouvel angle d'attaque. Il pourra inciter les personnes qui ne se sont pas encore exprimées à donner des exemples ou encore des contre-exemples (plus compliqué).

En fin de débat, prendre du temps pour analyser ce qui s'est passé durant le débat, ce qui se joue en termes d'apprentissage individuel et collectif. Il ne faut pas craindre de mener ce type de discussion avec les jeunes, qui sont souvent très étonnants par leur niveau de lucidité et d'analyse.

→ Prolongements

Ces séances pourront se renouveler régulièrement (une séquence par semaine semble un bon rythme).

→ Essai de typologie des interventions des jeunes lors de débats philosophiques

- Se taire.
- Donner un exemple.
- Donner un contre-exemple.
- Répéter ce que vient de dire une personne.
- Abonder dans le sens de X.
- S'opposer à X.
- Situer son idée par rapport à X et Y.
- Pousser un argument (construction d'un quasi-monde).
- Retracer un cheminement d'idées.
- Apporter de nouvelles idées.
- Situer son idée par rapport à d'autres idées.
- Recadrer le débat.
- Proposer une nouvelle problématique par rapport à la question.

→ Exemple

- > Compte-rendu d'un débat dont le thème était « Faut-il sauver la nature ? »

Les jeunes ont d'abord exploré la notion de « sauver ».

Voici les idées qui illustraient cette notion.

- Préserver, aider la nature à se débrouiller plutôt que faire les choses à sa place.
- Ne pas empiéter sur les espaces naturels.
- Utiliser des énergies non polluantes.
- Essayer que d'autres espaces naturels soient restaurés.

Les jeunes ont ensuite exploré la notion de « nature » de cette façon.

- C'est quand l'homme n'est pas là.
- Quand un homme plante une chose ou élève des animaux ce n'est pas naturel, là certains rétorquent que quand c'est une espèce locale, c'est naturel.
- Certains disent que la nature, c'est grâce à l'homme car c'est lui qui a inventé cette notion, d'autres ne sont pas d'accord, ils soulignent qu'avant l'homme, il y avait déjà la nature.
- Une personne précise que, pour elle, ce qui est naturel a pour fin de perpétuer l'espèce, ce n'est pas pour l'usage de l'homme.

A suivi une controverse concernant cette séparation homme/nature.

Pour certains, l'homme est un animal, donc il fait partie de la nature alors que pour d'autres, l'homme sort de la nature car il n'a plus de prédateur, et la controverse continue car certains

trouvent des exemples d'animaux qui n'ont pas de prédateur selon eux et qui ne sont pas des hommes pour autant. Certains disent alors que si l'homme fait partie de la nature, c'est la nature qui s'est détruite elle-même car elle a inventé l'homme qui la détruit. Et lorsqu'on poursuit cette idée, on en arrive à dire que tout est naturel car tout vient donc de la nature : on cite les HLM, les centrales nucléaires et les bombes atomiques, l'idée que tout est naturel vacille. L'homme sort de la nature car il a découvert des choses. Certains expriment que l'homme est naturel mais que ce qu'il fait ne l'est plus.

Le groupe décide alors d'aller chercher « nature » dans un dictionnaire.

Devant la définition, un jeune met en garde sur le fait que les dictionnaires ne sont pas les cerveaux du monde.

Un jeune qui reprend la question première montre que si dès que l'homme intervient ça n'est plus naturel, alors dès qu'il intervient pour sauver la nature, la nature ne l'est plus... Donc, comme chaque action sur la nature n'est pas naturelle, il faut bien réfléchir à ce qu'on fait.

D'autres rétorquent qu'on peut sauver la nature sans avoir d'action directe sur elle, on peut par exemple prendre un endroit et le laver (des actions humaines) ou/et partir de cet endroit et alors la nature se remettra toute seule. D'autres affirment qu'il faut l'aider alors que certains redisent que ce n'est pas naturel, ils se demandent où ira l'homme s'il doit laisser la nature tranquille.

Trucs et astuces



Le groupe ne doit pas dépasser 15 personnes. En classe entière, la moitié de la classe peut débattre et l'autre écouter le débat.

Un compte-rendu du débat peut être rédigé.

Ceux qui n'ont pas encore parlé peuvent être prioritaires s'ils souhaitent s'exprimer.

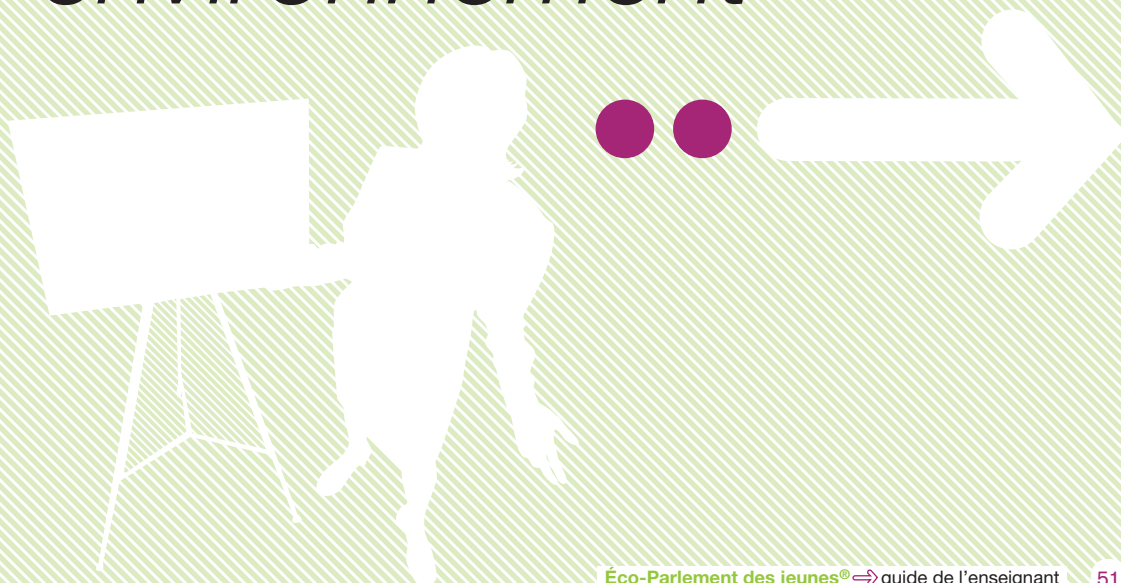
Pour l'éducateur qui n'a encore jamais animé de débat philo, il est intéressant d'aller participer à un tel débat (ex. café philo) et de s'entraîner à prendre des notes, classer les avis et opinions.



Phase

4

Participer à la
rédaction collective
du *Plan d'actions
de communication
pour l'environnement*



Le « remue-méninges »

Fiche

17



complexité

Grâce à cette technique, le groupe produit des idées. Le principe est de donner libre court à ses pensées et de chercher la quantité d'idées plutôt que la qualité.

→ Objectifs

- Développer la créativité du groupe.
- Proposer des idées d'actions.

→ Matériel

- Carnet de notes.
- Tableau.
- Salle de réunion.

→ Déroulement

Définir un objectif pour la séance. Par exemple, favoriser l'utilisation des composteurs dans les quartiers pavillonnaires. Le groupe se réunit et propose spontanément des idées.

Proposer au groupe de produire des idées sur un sujet donné. Ce sujet est lié aux objectifs que le groupe a choisis.

L'éducateur demande à chacun des jeunes de réfléchir, individuellement dans un premier temps, et de noter sur un papier les idées qui lui viennent à l'esprit. Après 5 minutes de réflexion, les jeunes disent oralement les idées qu'ils ont notées sur le papier. Le partage de ces idées peut générer de nouvelles idées que les jeunes sont invités à dire également. L'activité se poursuit jusqu'à ce que les jeunes aient exprimé toutes leurs idées.

Trucs et astuces



Il est très important que l'éducateur reste neutre. Il peut néanmoins reformuler une idée pour s'assurer qu'il l'a bien comprise.

L'animateur du groupe qui note les propositions sur le tableau doit :

- accepter toutes les idées même les plus fantaisistes ;
- se garder de toute critique ou commentaire et veiller à ce que tous les membres du groupe respectent cette règle ;
- encourager les associations et combinaisons d'idées lorsque le rythme de production d'idées s'essouffle.

Une fois la séance terminée, le groupe décide de retenir et de valider les idées. La fiche 14 peut être utilisée s'il est difficile de parvenir spontanément à un consensus.

Jouer avec les mots

Fiche

18

45 mn
à 1 h

durée

1

complexité

Rédiger d'emblée une lettre ou un texte construit et organisé n'est pas évident pour tous. La mise en place d'activités pour jouer avec les mots permet de produire des messages d'information ou de communication.

→ Objectifs

- Favoriser l'entrée en écriture.
- Rendre ludique et agréable le geste d'écriture.
- Permettre la mise en place d'une banque de mots.

→ Matériel

- Papier.
- Stylos.
- Colle.
- Ciseaux.
- Journaux et magazines.
- Tableau.

→ Déroulement

Ces jeux peuvent se mener les uns à la suite des autres dans l'ordre proposé. Il est possible aussi d'ouvrir ou de clôturer chaque séance où le groupe se consacre à son projet par un petit temps de jeux d'écriture.

Il est nécessaire d'expliquer en début de séance aux participants l'intérêt de ces jeux : jouer avec les mots, se rendre compte que l'écriture n'est pas qu'une contrainte et qu'elle permet l'humour et la communication.

Expliquer les consignes et laisser pour chaque jeu un temps d'écriture d'au moins 5 minutes. L'idéal serait que tout le groupe puisse ensuite partager ses productions (écriture au tableau, lecture à voix haute, circulation de papiers anonymes), mais chacun doit avoir le droit de ne pas montrer ses écrits aux autres.

Il est important de toujours terminer la séance en archivant les textes produits (sous réserve d'autorisation des participants) et en les intégrant à la banque de mots.

→ Jeux d'écriture

• Acrostiche

Choisir un mot, l'écrire à la verticale et former une phrase ou une liste de mots à partir des lettres écrites à la verticale. Chacun pourra choisir un ou plusieurs mots à partir d'une liste constituée collectivement sous forme de « remue-méninges. »

Exemples :

- Avec une approche poétique

Comme un
Oiseau
Léger et
Levantin...
Étendre du
Compost sur la
Terre
Et regarder pousser la vie.

- Sous forme de questionnement

Idéal ?
Nocif ?
Coûteux ?
Inoffensif ?
Nécessaire ?
Écologique ?
Rationnel ?
Attractif ?
Terrifiant ?
Irresponsable ?
Oui ou
Non ?



Jouer avec les mots

- Sous forme de slogan :

Volontaire

Et

Réaliste pour

Recycler les

Emballages.

- **› Mots valises**

Inventer de nouveaux mots à partir de deux ou trois mots existants et en donner des définitions.

Exemple :

Transport + biologique = translogique

Définition : nouvelle forme de mobilité qui consiste à toujours se déplacer en respectant l'équilibre biologique du milieu où l'on vit.

- **› «À partir d'un mot»**

D'après la *Grammaire de l'imagination* de Gianni Rodari.

Décliner et lister de nombreux mots à partir d'un mot de départ.

Exemple : « Déchet »

Mots commençant par d : descendre, dentiste, danse, dire, dilatation...

Mots commençant par dé : dédicace, délicat, débrider, déambuler...

Mots rimant phonétiquement : brochet, hochet, guichet, ricochet, pichet, cachet...

Mots apparentés par le sens dans le champ lexical : débris, détritux, ordure, épiluchure, résidu, reste, rebut...

- **› Écrire avec des mots grappillés dans les journaux**

Découper des mots dans les journaux (de préférence des mots de titres et sous-titres) et former des phrases et messages courts à partir de ces mots.

Il est possible de ne prendre dans les journaux que des mots « flash » (noms communs, verbes, expressions) et écrire à la main les articles, les prépositions... L'idée est quand même de faire passer un message fort, poétique ou humoristique à travers cet écrit.

Les productions, souvent esthétiques en raison des polices de caractères colorées utilisées par certains magazines, pourront être affichées et valorisées.

- **› Banque de mots**

Se créer un outil collectif (grande affiche, carnet, répertoire, fiches) pour garder la mémoire de tous les mots cités, inventés, utilisés dans les jeux préalables. Cette base de données pourra constituer un matériau non négligeable pour proposer les slogans et les messages des actions de communication. Des textes pourront être valorisés via le journal du groupe, s'il décide d'en produire un.

Trucs et astuces



Si nécessaire, se faire accompagner par un professeur de français ou un animateur d'ateliers d'écriture.

Rédiger une fiche action

Fiche

19

45 mn
à 1 h

durée

1

complexité

Les idées fusent. Il est temps de produire une action construite et cohérente avec les objectifs définis. Cette fiche action est un véritable outil de travail commun à tous les participants de l'Éco-Parlement.

→ Objectifs

- Passer d'une idée à une action concrète et opérationnelle.
- Favoriser l'échange entre les participants de l'Éco-Parlement en utilisant un cadre et un langage communs


→ Matériel

- Photocopie de la matrice.
- Stylos.

→ Déroulement

Une fois les idées retenues, le groupe remplit la fiche «action». Pour certains points, il peut se rapprocher d'un professionnel.

Il est aussi demandé au groupe d'évaluer A priori l'action en remplissant une première grille d'évaluation.



Rédiger une fiche action

Titre de l'action de communication ou d'information : _____

Acteurs

Nom du groupe : _____

Noms des participants : _____

Objectifs

Pourquoi mettre en œuvre cette action ? _____

Public ciblé

À qui s'adresse en priorité cette action ? _____

Lieu de l'action

Échéancier

Calendrier des différentes étapes : _____

Moyens mis en œuvre

Quels seront les moyens utilisés pour atteindre les objectifs fixés ?
 (affichage, parrainages, stands, spots sur les ondes radio, diffusion de supports d'information...)

Coût de l'action

Est-ce une opération onéreuse ? _____

Quel peut être l'ordre de prix de cette action ? _____

Rédiger une fiche action

Quel sera le nombre de personnes sensibilisées ?

En quoi l'action est-elle originale ?

Est-elle facile à mettre en œuvre ?

En quoi l'action est-elle exemplaire ?

L'action est elle reproductible ?

Quel est le dispositif d'évaluation de l'action proposée ?



Phase **5**

Communiquer
sur le projet



Le journal, pour informer et s'informer



1 h à 2 h
par
semaine

durée

3

complexité

Un groupe a envie de communiquer sur ses travaux. Le journal est un moyen valorisant et facile, aussi, à diffuser en dehors du groupe. Il permet d'informer et de s'informer sur l'avancée des projets, des découvertes, de partager des coups de cœur et des cartons rouges, et surtout d'écrire et d'être lu.

→ Objectifs

- Permettre l'expression et la communication entre jeunes ou entre jeunes et adultes à travers l'écrit.
- Sensibiliser les jeunes à la presse écrite: la rédaction du journal, sa mise en pages, sa diffusion.

→ Durée

Cette activité demande du temps, réparti de façon régulière.

→ Matériel

Ordinateur, imprimante et photocopieur.

→ Déroulement

Il convient de vérifier d'abord l'intérêt du groupe pour la mise en œuvre d'un journal.

Il peut être organisé en plusieurs rubriques, ce qui donne aux journalistes un cadre pour l'écriture. Il est important de décider de la périodicité du journal. La production d'articles est libre.

La mise en pages et la gestion du journal peuvent être menées par des jeunes compétents en informatique et désireux de s'y investir et de se former. Le journal, à parution régulière, pourra être envoyé à d'autres groupes travaillant sur les mêmes sujets.

Il pourra aussi être mis en ligne sur Internet et diffusé auprès des habitants de la commune, des enseignants de l'établissement, du CDI, du CDDP, de l'inspection académique, des partenaires du projet, des personnes ressources rencontrées.

Trucs et astuces



Il est important de mettre en place le « métier » de rédacteur en chef.

Il sera responsable de :

- la collecte des articles ;
- la mise en pages ;
- la parution régulière du journal ;
- la transmission d'informations au conseil des jeunes (fiche 13).

Un jeune peut ne pas avoir toutes ces fonctions.

Mais il veillera à ce qu'elles soient tenues dans l'équipe de rédaction du journal.

Pour plus d'informations : www.clemi.fr : fiches ressources pour rédiger un journal.

Transmettre ou comment valoriser son projet



2 à 6 demi-journées

durée

2

complexité

C'est l'heure de rassembler les acquis dans une forme généreuse, tournée vers l'extérieur et de les transmettre à d'autres personnes, jeunes et adultes. C'est aussi l'occasion de tester certaines actions de communication proposées.

→ Objectifs

Valoriser le travail du groupe en amenant les jeunes à...

- Synthétiser les résultats obtenus et les découvertes.
- S'appropriier l'ensemble du travail effectué.
- Développer des capacités d'expression et de communication.
- Faire profiter d'autres personnes de leur expérience.

→ Durée

La préparation peut prendre de 2 à 6 demi-journées en fonction du moyen de retransmission choisi et du degré de finition souhaité.

→ Matériel

À définir selon le moyen d'expression choisi.

→ Déroulement

Le groupe devra choisir le public auquel il s'adresse (le collège ou la structure de loisirs, les familles, les habitants du quartier ou de la ville...). Puis il convient de choisir le mode d'expression approprié à sa parole :

- théâtre, spectacle corporel, poésie, musique ;
- conférence, film, exposition scientifique et artistique, stand d'information ;
- ouvrage écrit (document, livre, journal)...

Distinguer trois niveaux de retransmission.

•> Communiquer

Faire connaître son expérience en demandant à la presse ou à la radio locale de relayer l'information ou en utilisant un

espace disponible, si possible dans un événement médiatisé (journée de l'environnement, fête locale, sciences en fête, nettoyage de printemps...).

•> Retransmettre

À tous les niveaux, les acquis peuvent prendre de l'importance si chacun séparément ou en groupe fait profiter d'autres personnes des petites choses qu'il sait. Retransmettre vers sa famille, vers ses voisins ou son école, vers les associations, les commerces et structures qui font partie de son entourage, de sa vie quotidienne...

•> Diffuser

Organiser une exposition, un spectacle à l'école ou pour une expo-science, éditer un document écrit, préparer une intervention dans un mini-colloque.

→ Exemple

Des élèves de 3^e ont mené un projet sur leur collège labellisé haute qualité environnementale. Ils ont travaillé sur les thèmes de leur choix et en petits groupes. Ils ont retransmis leur projet en quatre petits groupes. Deux groupes (un groupe sur les insectes et l'autre sur la pollution des déchets) ont présenté leur thème par des panneaux explicatifs, en les commentant. Un autre groupe a réalisé un reportage photographique en comparant son collège avec un autre. Le dernier groupe a réalisé une maquette en trois dimensions de leur CDI, lieu central du collège, construit avec des matériaux respectueux de l'environnement.

Trucs et astuces



Il est important que chacun ait son espace d'expression dans la restitution. Une restitution non réalisée ou tronquée est démobilisatrice. Veiller à éviter l'échec ou la frustration, qui limitent largement l'intérêt de tout le travail effectué jusqu'alors. C'est la production des jeunes qui sera exposée au public, et non celle de l'adulte. Il faut veiller à ne pas trop intervenir sur ce qu'ils présenteront, même si le résultat est loin de la représentation initiale des adultes qui encadrent.

Les TIC au service de la communication

Plusieurs
séances
d'1 h

durée

3

complexité

Diaporama, vidéo et site Internet sont autant de moyens de communiquer de façon attractive et vivante sur les projets des classes.

→ Objectifs

Utiliser les outils informatiques comme support de communication.

→ Matériel

- Ordinateur.
- Caméra numérique.
- Appareil photo numérique.
- Logiciels spécifiques.
- Vidéo-projecteur.

→ Déroulement

Les différents outils de communication peuvent être utilisés en cours ou en fin de projet et leur réalisation se déroule en plusieurs étapes.

•> 1^{re} étape : récolte de la matière...

En fonction de l'objectif, convenir de l'outil utilisé, du message à transmettre, du contenu.

Récolter la matière à mettre en forme, à savoir des photos, des films, des illustrations, des textes...

•> 2^e étape : travail sur la maquette

À partir de la matière brute à mettre en forme, faire une maquette de la production finale. Finaliser les textes.

La classe peut être divisée en petits groupes, chacun travaillant sur une partie plus précise de la production finale. Cette séance ne nécessite pas forcément d'outils informatiques, des feuilles, des crayons, des photos peuvent suffire.

•> 3^e étape : réalisation de l'outil de communication

La maquette finalisée et validée par le groupe, la réalisation peut commencer. Pour cette étape, il peut être intéressant de solliciter les services d'une personne connaissant bien la technique utilisée et pouvant accompagner les jeunes pour la production.

•> 4^e étape : communication

Ces productions peuvent être présentées lors de conférences devant un large public ou de façon plus intime sur des petits stands. Elles peuvent également être mises en ligne sur des sites Internet.

→ Le diaporama

Logiciel nécessaire : PowerPoint® ou OpenOffice® (librement téléchargeable sur www.openoffice.org).

Outil relativement simple d'utilisation, il permet de faire une présentation combinant des photos et des textes. Des vidéos ou des bandes son peuvent également être intégrées. La mise en pages laisse une très grande liberté, des animations sur les différentes diapositives sont possibles. Peu d'informations doivent être présentées sur les diapositives. Le diaporama est un support qui accompagne une présentation orale du sujet.

→ La vidéo

Logiciels nécessaires : acquisition de vidéo et traitement des données.

L'utilisation des caméras numériques s'est beaucoup simplifiée ces dernières années. Il est maintenant possible de monter des films de manière relativement facile.



Les TIC au service de la communication

→ Le site Internet

•> Le Blog

Le blog est le nouvel outil de communication par Internet. Il permet d'éditer et de créer des sites Internet sans aucune connaissance technique. Outil très utilisé par les adolescents, il peut tout à fait être adapté à la mise en ligne de votre projet.

• Les blogs gratuits

Les sites hébergeant des blogs gratuits offrent tout le nécessaire pour une mise en ligne directe. Pas besoin d'installer de logiciel, les outils sont accessibles en ligne pour publier des articles, créer en toute liberté et communiquer sur des projets.

• Les blogs nécessitant un site hébergeur

Il est possible de télécharger un logiciel pour créer ses propres blogs : www.dotclear.net. Ceci nécessite d'avoir un hébergeur de site Internet (compatible PHP et MySQL). Une fois le logiciel installé sur le site, le blog est utilisable aussi simplement que pour les blogs gratuits.

•> Le Wikini

Le Wikini offre un moyen particulièrement simple et rapide de créer et gérer un site Internet ou intranet. Il permet une très grande liberté dans la création et la gestion de site.

Le logiciel gratuit est téléchargeable sur www.wikini.net.

L'utilisation de Wikini nécessite d'avoir un hébergeur de site Internet (compatible PHP et MySQL).



Phase

6

Évaluer l'action



Construire un projet, c'est se projeter dans le temps et l'espace pour mener une série d'actions. Lors de cette projection, il est nécessaire de se fixer des objectifs à atteindre, des moyens pour les atteindre et de situer dans le temps et l'espace des étapes de réalisation. L'éducateur se comporte presque comme un scénariste qui rédigerait le scénario d'un film.

Au moment d'évaluer, il s'agit de revenir sur les différentes phases et d'analyser, de se poser des questions, d'y trouver des réponses.

Pas besoin d'attendre la fin de la production pour évaluer : des moments d'évaluation intermédiaire permettront de recadrer les acteurs et de réorienter les actions.

Il faudra évaluer...

- les personnes : leur ressenti, les missions effectuées, les fonctions tenues, les relations entretenues, les capacités développées ;
- le projet : les objectifs et moyens fixés ;
- les aléas et surprises du projet : tous les aspects positifs et négatifs qui sont venus se greffer à l'action sans avoir été projetés, imaginés au démarrage.

→ Évaluer le volet humain

L'éducation à l'environnement se fixe avant tout des finalités sociales. Ses acteurs agissent pour l'épanouissement de l'individu, pour la socialisation des participants et pour la mise en place d'interactions entre les humains et l'environnement. L'évaluation des ressentis, du relationnel et des capacités développés au cours d'un projet d'éducation à l'environnement est donc primordiale.

→ Évaluer le projet

Dans des fiches actions (voir fiche 5), les jeunes ont formalisé des objectifs à atteindre, des moyens à mettre en œuvre, des étapes et un échéancier pour structurer le projet dans le temps.

Régulièrement, pendant la conduite de l'action puis à la fin de l'action, il est nécessaire de revenir sur ces documents et d'en comparer les écrits avec ce qui se passe réellement, la façon dont l'action se déroule exactement.

• Des éléments à évaluer

- Les ressentis des participants au projet.
- Les relations entretenues entre les participants (jeunes et encadrants).
- Le respect des engagements des uns et des autres.
- Les missions remplies et fonctions tenues par chacun.
- Les capacités développées au travers de l'action.
- La pertinence des objectifs visés, des moyens mis en œuvre, de l'échéancier et des étapes fixées.
- Les aléas et les surprises du projet non imaginés au démarrage.

• Des questions à se poser

- Comment les participants se sentent-ils ?
- Quelles connaissances le projet leur apporte-t-il ?
- Quels savoir-faire ont-ils développés ?
- Comment ont-ils ressenti la présence des autres ?
- Est-ce que cette action leur a permis de modifier leur comportement de départ ?
- Les objectifs ont-ils été atteints ?
- Quel est le résultat de notre action ?
- Les moyens mis en œuvre étaient-ils suffisants ?
- Le temps accordé aux différentes étapes a-t-il suffi, a-t-il été correctement géré ?

• Des méthodes, des outils

Ces méthodes, plus formatives que normatives, se basent sur l'observation attentive des participants et sur la participation des personnes formées au processus d'évaluation.

→ L'observation

Tout au long du projet, l'éducateur devra porter sur les jeunes un regard attentif, observer leurs comportements, se poser des questions, prendre note de ses observations.

Les jeunes sont-ils attentifs ? Semblent-ils enthousiastes ? Réinvestissent-ils des notions découvertes récemment ? Prennent-ils du plaisir à apprendre et agir ?

Comparer les représentations initiales et les nouvelles représentations.

Remettre en place les activités liées à l'expression des représentations initiales (voir fiches 1 et 2), remettre en place un jeu de rôles (voir fiche 3) avec la même situation problème et comparer la capacité des jeunes à investir un personnage et à argumenter.

→ La fiche « ressentis »

Pour exprimer leur ressenti à un moment donné de l'action (après un débat, après une prise de décision, après une rencontre, après une sortie de terrain, à la fin du projet), les participants doivent entourer deux à cinq adjectifs ou expressions à partir d'une liste qui leur a été donnée.

Il est facile de concevoir soi-même cette fiche en listant des adjectifs (voire en dessinant des visages qui expriment ces émotions).

Demander aux jeunes: «Comment vous sentez-vous après cette séance de travail, à la fin de ce projet?...». Ils doivent alors entourer les adjectifs qui correspondent le mieux à leur état et pourront ensuite s'exprimer à l'oral ou à l'écrit pour détailler ce ressenti.

Exemple:

«Je me sens joyeux parce que j'ai pris beaucoup de plaisir à travailler avec les autres et que nous avons toujours agi dans la bonne humeur, satisfait car cette action m'a permis d'apprendre plein de choses mais aussi frustré car j'ai regretté que Monsieur Untel n'ait pu nous recevoir».

Liste non exhaustive d'adjectifs permettant d'exprimer des ressentis:

navré, content, soulagé, satisfait, supérieur, déterminé, en désaccord, déçu, exaspéré, exténué, heureux, horrifié, élogieux, dégoûté, soupçonneux, détestable, agressif, béat, intimidé, joyeux, offensé, sous le choc, en ébullition, innocent, idiot, hystérique, indifférent, esseulé, abattu, misérable, négatif, malicieux, peiné, obstiné, optimiste, perplexe, penaud, choqué, anxieux, ennuyé, prudent, concentré, réfrigéré, confiant, incrédule, enragé, envieux, effrayé, consterné, frustré, intéressé, méditatif.

→ La fiche d'autoévaluation

L'éducateur avait formulé des objectifs éducatifs lors de la mise en place de ce projet et souhaitait que les jeunes acquièrent des connaissances, développent des compétences et des comportements particuliers. Les jeunes s'étaient peut-être eux aussi fixé des objectifs...

Il est possible de les questionner au moyen d'un tableau d'autoévaluation qu'ils rempliront par écrit.

Lors d'une formation, les objectifs fixés étaient les suivants.

- Acquérir des connaissances de base sur la nature.
- Se familiariser avec les outils (guides de détermination, ouvrages d'approfondissement) qui permettent de découvrir la nature de façon autonome.
- Vivre des activités nature, réfléchir aux adaptations possibles.
- S'approprier des démarches et outils pédagogiques pour mener des activités nature simples.
- Se projeter dans une dynamique professionnelle (éducateur spécialisé, éducateur pour jeunes enfants, animateur...) de mise en place d'activités nature.

→ Exemple de tableau d'autoévaluation fait pour des animateurs environnement en formation

OUI

NON

Peut-être

	OUI	NON	Peut-être
J'ai acquis des connaissances de base sur la nature.			
Je me suis familiarisé(e) avec des outils de détermination de la faune et de la flore.			
Je me suis familiarisé(e) avec des outils et approches pédagogiques.			
Je me sens capable de mener des activités nature simples.			
J'ai réussi à me projeter dans une dynamique professionnelle de mise en place d'activités nature.			
Je me sens capable d'expliquer l'intérêt de la médiation nature dans le champ de l'éducation.			
J'ai envie de développer des projets nature dans un cadre professionnel.			

Le tableau d'analyse des missions et des relations

Il s'agit de faire relater collectivement par les jeunes le projet ou une action sous l'angle des missions qui ont été remplies et des relations qui ont été entretenues.

Sur un tableau de classe ou une grande feuille de papier, noter ou faire noter les noms de tous les membres concernés et les différentes missions qu'ils ont remplies ou avaient à remplir. Il est possible de se baser sur les documents de formalisation de l'action ou documents de communication produits (voir fiches 13 et 19, notamment).

À partir des indications données et des événements racontés par les jeunes, symboliser sur un schéma par des flèches légendées les relations positives et négatives qui ont été entretenues entre les différents membres du groupe.

Questionner les jeunes pour comprendre pourquoi les choses se sont bien ou mal passées. À l'aide du schéma, les aider à formuler leur réponse et analyser les tensions, malaises et points positifs.

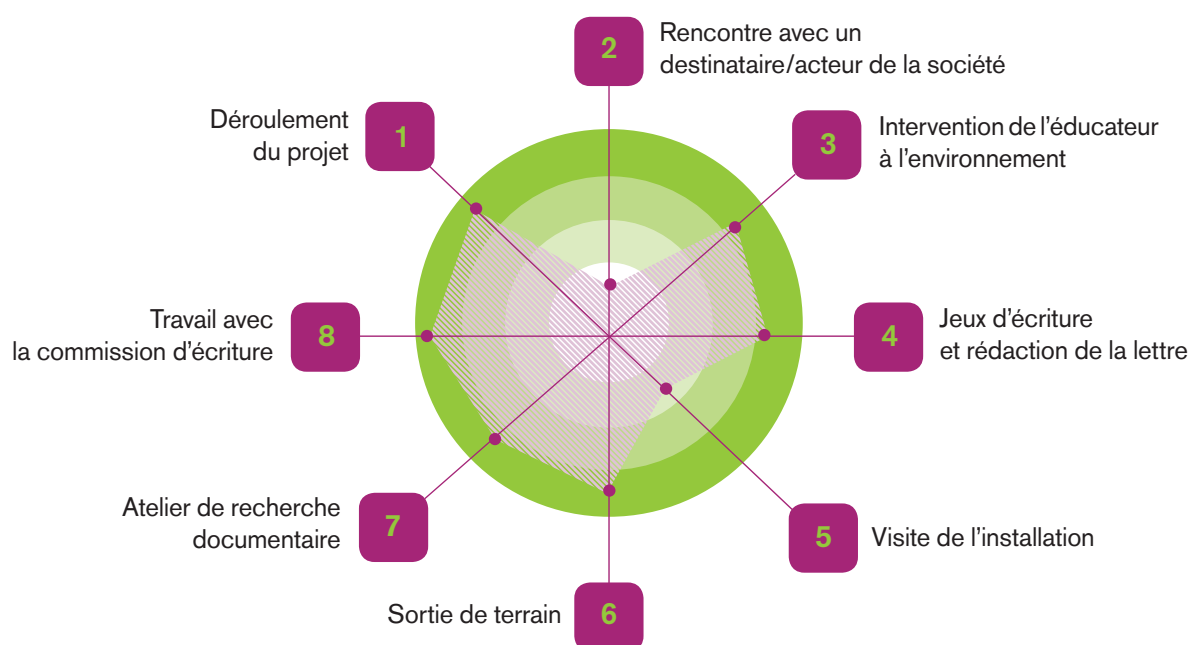
Il sera par exemple mis en évidence :

- que les tensions peuvent naître du fait qu'un membre du groupe n'a pas respecté un de ses engagements ;
- qu'il est important de consulter les outils que le groupe s'est créés pour communiquer ;
- qu'il est important d'exprimer ses ressentis rapidement pour que l'ensemble du groupe trouve une solution commune et fasse évoluer le projet et les relations ;
- que des missions n'ont pas été remplies par un membre car elles ne correspondaient pas à son profil de compétences.

→ La méthode des cibles

(Source : *Monter son projet d'éducation à l'environnement*, Réseau École et Nature, Éd. Chroniques sociales).

Il s'agit de tracer une cible et autant de rayons que de critères à évaluer. Il est demandé aux participants de placer des points représentant leur niveau de satisfaction concernant le critère évalué (près du centre = peu satisfaisant, vers l'extérieur de la cible = très satisfaisant). Ces points sont ensuite reliés par des droites qui donneront une forme. La surface en résultant est une représentation visuelle de l'évaluation du projet. Plus cette surface se rapproche de la surface du cercle, plus le participant est satisfait.





Fiches ressources

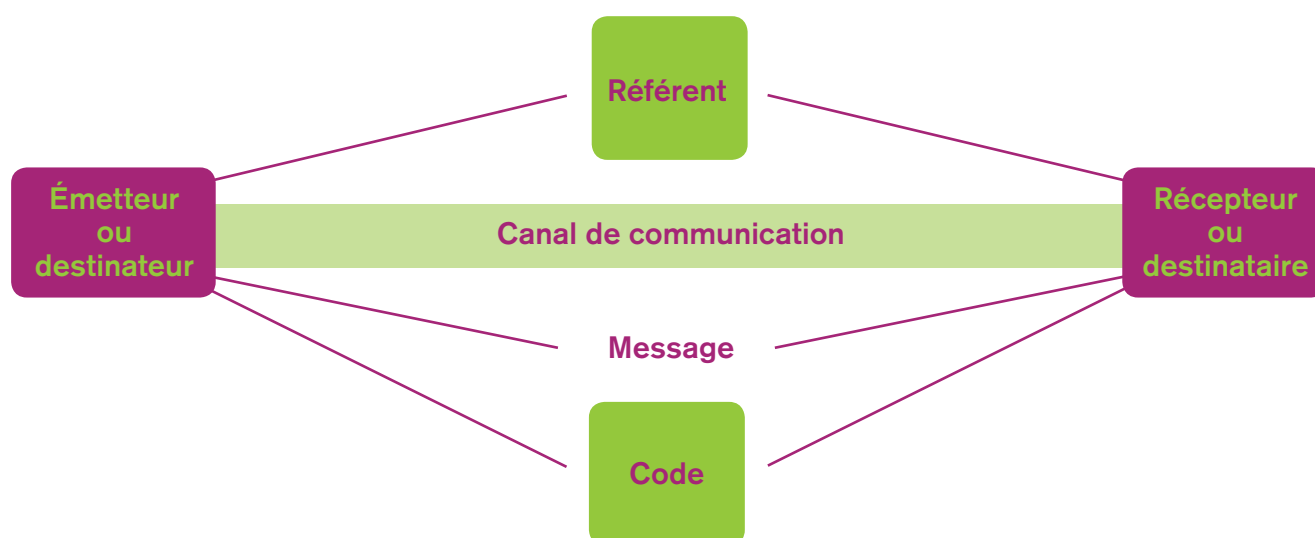


Ces fiches ont pour objectif de proposer des connaissances sur les grands principes et les acteurs de la communication, des idées et des contacts pour élaborer un Plan d'actions de communication. Des exemples d'actions engagées par des institutions publiques sont présentés. Des contacts utiles sont donnés pour en savoir plus et pour mieux comprendre les problématiques environnementales locales et les actions déjà mises en œuvre.

Qu'est-ce que la communication ?

Du latin « *comunicare* », qui veut dire « être en commun » ou « être en relation », la communication a fait l'objet de recherches et d'études pour devenir une science à part entière, fondée sur les principes suivants.

→ Les éléments de la communication



→ L'émetteur ou destinataire

L'émetteur ou destinataire émet le message. Ce peut être un individu ou un groupe.

→ Le récepteur ou destinataire

Le récepteur ou destinataire reçoit le message. Ce peut être un individu, un groupe ou une machine (ordinateur). Dans tous les cas, on estimera que la communication a eu lieu si la réception du message a une incidence observable sur le comportement du destinataire.

→ Le message

Le message est le produit de la communication. Il est constitué par le contenu des informations transmises.

→ Le canal de communication

Le canal de communication est la voie de circulation des messages. Il peut être défini par les moyens techniques auxquels le destinataire a recours pour assurer l'acheminement de son message vers le destinataire.

- Moyens sonores : voix, ondes sonores, oreilles...
- Moyens visuels : excitation lumineuse, perception rétinienne...

On distingue parfois de manière plus nette :

- le canal de communication, défini par les caractéristiques physiques de la communication ;
- le système de communication, à savoir la relation particulière s'instaurant entre un émetteur et un récepteur, définie par leurs statuts, fonctions sociales, positions institutionnelles, environnements culturels...

Qu'est-ce que la communication ?

→ Le code

Le code est un ensemble de signes et de règles de combinaison de ces signes. Le destinataire y puise pour constituer son message (c'est l'opération d'encodage). Le destinataire identifiera ce système de signes (c'est l'opération de décodage) si son répertoire est commun avec celui de l'émetteur.

•> 1^{er} cas

La communication n'a pas lieu. Le message est reçu mais non compris : l'émetteur (E) et le récepteur (R) ne possèdent aucun signe en commun.

Exemple : message chiffré reçu par un récepteur ignorant du code employé. Dans ce cas, une opération de décodage pourra avoir lieu, mais elle sera longue et incertaine.



•> 2^e cas

La communication est restreinte. Les signes en commun sont peu nombreux.

Exemple : conversation entre un Anglais et un lycéen français étudiant la langue depuis peu.



•> 3^e cas

La communication est parfaite. Tous les signes émis par l'émetteur sont compris par le récepteur



Il ne suffit pas que le code soit commun pour que la communication soit parfaite. Ainsi, deux Français ne possèdent pas forcément la même richesse de vocabulaire ni la même maîtrise de la syntaxe.

Soulignons, enfin, que certains types de communication peuvent recourir à l'utilisation simultanée de plusieurs canaux de communication et de plusieurs codes (exemple : le cinéma).

→ Le cadre de référence

«Le cadre de référence» peut être défini comme le système de croyances, attitudes, valeurs ou expériences, déterminé par notre origine sociale, notre éducation, notre formation, nos groupes d'appartenance et nos rôles socioprofessionnels. Le cadre de référence donne un sens à ce qu'on reçoit ou dit. Lorsque les cadres de référence sont trop dissemblables, il est malaisé de se comprendre car tout est interprété différemment. Cela peut conduire à un véritable dialogue de sourds.

→ La communication environnementale

Il s'agit de toutes les actions de communication réalisées par les organisations, les entreprises, les associations, les médias concernant le thème de l'environnement.

Cette communication est bien spécifique car elle concerne une grande diversité de groupes de personnes ou acteurs : les riverains, les particuliers, les institutions, les élus, les parents, les touristes... En communication, ces différents groupes de personnes ou acteurs sont appelés des «publics cibles» ou «cibles».

Cette diversité de groupes de personnes rend complexe la diffusion des messages. Les messages sont élaborés et adaptés en fonction du public cible que l'on souhaite toucher.

Qu'est-ce que la communication ?

À cette multiplicité de publics cibles s'ajoute la notion d'environnement qui revêt plusieurs conceptions.

Une conception technique où l'environnement fait l'objet d'études scientifiques et où les problèmes d'écologie, de biodiversité sont l'affaire des spécialistes.

- Une conception morale, qui prône des valeurs comme le respect du vivant, la solidarité entre êtres vivants, la préservation des équilibres naturels.
- Une conception pratique, qui met l'accent sur le cadre de vie, la qualité de vie, la sécurité.
- Une conception politique dans laquelle la participation, la responsabilité des citoyens ont une place centrale.

→ La communication engageante

De nombreuses actions de communication environnementale sont mises en œuvre pour informer et convaincre le public d'adopter un comportement (par exemple trier les déchets).

Des études en psychologie sociale ont montré que la diffusion d'informations pertinentes aussi bien dans le fond que dans la forme n'engendre pas forcément les comportements recherchés.

Ainsi, il existe une série de techniques (le pied dans la porte, l'étiquetage...) qui permettent de préparer l'individu à adopter le comportement recherché et à le doter du statut d'acteur.

En résumé, si l'objectif d'une action de communication est l'adoption d'un comportement précis, il ne suffit pas de construire son plan selon le schéma traditionnel : « qui dit quoi, à qui, dans quel canal et avec quel effet ? », mais plutôt « qui dit quoi, à qui, dans quel canal, en lui faisant faire quoi et avec quel effet ? ».

Pour en savoir plus :

Joule R.-V. et Beauvois J.-L. (2002) *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

→ L'éco-communication

Communiquer sur l'environnement nécessite un minimum de cohérence dans le choix des moyens mis en œuvre. En effet, l'impression de brochures, d'affiches, l'organisation d'événements génèrent des impacts sur l'environnement : production de déchets, consommation de ressources naturelles (papier, énergie, essence...) et utilisation de produits dangereux (encres)...

C'est pourquoi, dès la conception des actions, il est nécessaire de mener une réflexion sur les choix possibles pour limiter les impacts sur l'environnement.

Pour en savoir plus :

Guide de l'Ademe : Eco-communication, vers une communication plus éco-responsable... www2.ademe.fr

Comment communiquer ?

**Il existe plusieurs moyens de communiquer.
Ces différents moyens peuvent se compléter, se superposer.
L'important est avant tout de définir un plan d'actions de communication
cohérent et efficace.**

→ S'organiser : le plan de communication

Il s'agit d'un programme qui indique la marche à suivre pour produire et diffuser les messages nécessaires à la réalisation d'objectifs.

En pratique, un plan de communication comprendra...

- Les objectifs.
- Le public ciblé.
- Le contenu à transmettre.
- Les modes de communication.
- Le calendrier.
- Le budget.
- Les personnes ou les structures chargées de coordonner ce plan d'actions.

→ Cibler : connaître son public cible

Afin d'être en phase avec le récepteur, autrement dit la cible, il faudra déterminer l'approche, le contenu et le style du message. Une bonne connaissance de son public et un message en adéquation avec cette cible sont indispensables pour la réussite de son plan d'actions. Un message destiné à des enfants sera différent d'un message délivré à des personnes âgées, par exemple. Pour mieux connaître sa cible, il convient d'approfondir les points suivants.

- Son identité culturelle.
- Sa façon de communiquer.
- Son niveau de connaissance.
- Ses préoccupations.

→ Communiquer : concevoir son message

Un message est une construction. Il doit être conçu, d'une part, en fonction du public choisi, d'où l'importance de bien connaître la cible et, d'autre part, en fonction du mode de diffusion du message. Sa forme, en particulier, pourra varier ou se décliner selon le média choisi : radio, affichage...

→ S'outiller : les supports de communication

Qu'il s'agisse d'affiches, de brochures, de plaquettes, de panneaux de présentation..., les supports écrits permettent de délivrer un message, des informations, d'expliquer une problématique, comme par exemple la quantité d'énergie consommée par un individu chaque jour, les gestes du tri des déchets...

Pour la réalisation de ces supports, il est important de soigner le fond et la forme.

Le contenu devra être relu plusieurs fois et validé par des personnes ressources connaissant le sujet et le public.

En ce qui concerne la forme, il est important de prévoir le format (A4 plié en deux ou trois, A5 ou plus si c'est une affiche), le type de papier (qualité, grammage), le type d'impression (quadrichromie, noir et blanc) ainsi que la quantité. La définition de ces éléments permettra d'estimer le coût de conception et d'édition des supports.

Enfin, les lieux (boîtes aux lettres, points relais, stands, mairie...) et modes de diffusion (livraison par transporteur, envoi par la poste, « street marketing », c'est-à-dire diffusion directe dans la rue...) des supports devront être définis précisément et budgétés.

Comment communiquer ?

→ Diffuser : utiliser les médias

Les médias vont constituer le canal de diffusion des messages vers un grand nombre d'individus.

Parmi les médias classiques, citons la presse, la radio, la télévision, l'affichage, le cinéma...

L'utilisation de ces médias dans un but publicitaire a un coût. C'est notamment le cas de l'affichage.

En revanche, les médias peuvent relayer l'information si les actions menées les intéressent et, bien sûr, s'ils ont fait l'objet de sollicitations. Connaître les différents médias, les journalistes et soigner les relations presse permettra d'avoir une bonne diffusion de l'information.

Il existe plusieurs outils pour développer des relations avec la presse, en particulier le communiqué, le dossier de presse, la conférence, l'interview...

Enfin, parmi les nouveaux médias, Internet est une vitrine qui facilite les relations avec le public et la presse.

→ S'entourer : le parrainage

Trouver un parrain pour faire rayonner une campagne, accroître son impact auprès du public est une démarche qui peut s'inscrire dans le Plan d'actions.

Le parrain peut être une personnalité qui va jouer le rôle d'ambassadeur de la campagne et prêter sa notoriété au service de la campagne.

Une entreprise ou une institution pourra aussi parrainer une campagne en aidant financièrement à sa réalisation. On parle alors de mécénat.



Rédiger un communiqué de presse

Le communiqué délivre rapidement une information sur le modèle d'une dépêche d'agence.

Sa structure est normalisée.

Un titre résume l'information la plus importante de manière sobre ou originale.

Puis l'information est développée en un ou deux paragraphes.

Le développement doit être complet, mais bref et il doit répondre aux quatre grandes questions :

- Qui ?
- Quoi ?
- Où ?
- Pourquoi ?

En fin de communiqué, ne pas omettre de mentionner le contact presse : nom, prénom, coordonnées.

Concevoir un dossier de presse

Un dossier de presse met à la disposition des médias un ensemble complet de documents. Il combine en général les aspects factuels (informations brutes), documentaires (« preuves » à l'appui de la démonstration) et anecdotiques (devant piquer la curiosité de ses destinataires). Bien conçu, il devrait donner aux journalistes tous les éléments nécessaires à la rédaction de leurs « papiers ».

Les métiers de la communication

Chez l'annonceur, dans les médias, les organismes, qu'ils soient publics ou privés, la « com » est partout!

Voici un petit tour d'horizon des principaux métiers de la communication, autant de pistes pour rencontrer des professionnels, solliciter des partenariats, réaliser des interviews...

→ Les métiers en agence

•> **L'acheteur d'art** : il a pour mission d'assurer la cohérence entre les créatifs et les artistes. Dans une agence de publicité, sa fonction consiste à trouver l'artiste idéal pour réaliser la campagne et, bien évidemment, pour négocier sa prestation et les droits de reproduction de son œuvre.

•> **Le chef de publicité** : il est le chef d'orchestre d'une agence de publicité. Il coordonne l'équipe créative afin de présenter une campagne publicitaire correspondant aux attentes de l'annonceur.

•> **Le concepteur-rédacteur** : il crée et rédige des messages publicitaires.

•> **Le directeur artistique** : il met en forme une campagne de communication à partir de la demande émise par l'annonceur et selon le choix du média. Il travaille avec son équipe dans l'agence afin que les visuels et les textes soient cohérents.

•> **Le média-planneur** : il a pour mission de déterminer l'impact des médias sur une cible définie. Il sélectionnera alors judicieusement les médias favorables pour une campagne publicitaire.

•> **Le planneur stratégique** : il guide les créatifs en observant les tendances, les besoins des consommateurs et en observant les innovations.

→ Les métiers chez l'annonceur

Un annonceur est une entreprise, une marque ou une personne qui fait appel à une agence de communication pour faire connaître son existence, son activité, ses produits.

•> **Le chef de produit** : il est responsable de la gestion d'un produit, de sa conception à sa vente. Il étudie le marché, met en place des actions promotionnelles, publicitaires et commerciales. Il participe au choix du style et de l'emballage du produit.

•> **Le directeur de la communication** : il a pour fonction de garantir une cohérence entre l'image de l'organisme et les messages émis en interne comme en externe.

•> **Le chargé de la communication interne** : il fait partie du service de communication de l'annonceur et a pour rôle d'informer et de fédérer les salariés. Au moyen de diverses actions de communication, il facilite la circulation des messages entre les acteurs (la direction, les salariés, les représentants du personnel, les syndicats, les comités d'entreprise...).

•> **Le responsable de communication externe** : il a pour objectif de communiquer auprès des publics externes que sont les institutions, les journalistes, les clients, les consommateurs, les publics financiers... Cette communication a pour but de promouvoir l'image de l'annonceur.

•> **Le responsable des relations presse / attaché de presse** : il est le relais entre l'annonceur et la presse. Il doit par exemple convaincre les journalistes d'écrire des articles sur un événement pour lequel il a besoin de communiquer.

•> **Le responsable relations publiques / événementiel** : il crée, entretient des relations de confiance avec des publics divers, partenaires de l'annonceur, afin d'en promouvoir l'image.

Les métiers de la communication

→ Les métiers de la presse et des médias

- > **Les rédacteurs** suivent l'actualité (régionale, nationale ou mondiale) et proposent des sujets à la rédaction en chef. Lorsque les propositions sont acceptées, ils couvrent leurs sujets et rédigent leurs articles. Les localiers sont des rédacteurs qui travaillent pour la presse quotidienne régionale.

- > **Les journalistes reporters d'images (JRI)** sont polyvalents, tour à tour rédacteurs, preneurs d'images et de sons, interviewers, enquêteurs, techniciens...

- > Témoins privilégiés, **les envoyés spéciaux** sont missionnés pour une durée déterminée afin de couvrir l'actualité et des événements, le plus souvent dans des pays éloignés.

- > **Les reporters-photographes** prennent des photos qui illustrent les écrits.

- > **Les journalistes radio** réalisent leurs sujets eux-mêmes, ils sont à la fois reporters, rédacteurs et commentateurs.

- > **Les chefs d'édition** travaillent pour la télévision : ils coordonnent les équipes techniques et rédactionnelles avant et pendant l'émission.

→ Les métiers du multimédia

- > **Le chef de projet Internet / webmaster** : en relation avec l'annonceur, il crée et anime le site Internet.

- > **Le webdesigner** : il élabore le graphisme du site Internet, la mise en place de la charte graphique.

- > **Le consultant Internet** : il permet de prendre des décisions stratégiques concernant l'utilisation d'Internet. Il présente les outils adéquats afin de répondre à des problèmes de communication.

Pour en savoir plus :

L'Association des agences conseils en communication propose des définitions de métiers en agence : www.aacc.fr.

Association des responsables de communication des institutions publiques : www.communication-publique.fr.

Exemples d'actions de communication mises en place par des institutions publiques

«**Campagne d'information de lutte contre le tabac, via les médias, lancée à l'occasion de l'entrée en vigueur le 1^{er} février 2007 du décret sur l'interdiction de fumer dans les lieux publics.**»

Sources: ministère de la Santé, de la Jeunesse et des Sports : www.sante.gouv.fr;
plan de lutte anti-tabac : www.tabac.gouv.fr.

Cette campagne s'inscrit dans une stratégie globale de communication qui accompagne la mise en œuvre de cette mesure.

→ Objectifs

« Informer sans stigmatiser »

1. Annoncer l'interdiction.
2. Informer sur les modalités d'application et les lieux concernés.
3. Convaincre le public ciblé d'appliquer cette mesure.

•> Public ciblé

Cette campagne s'adresse à toutes les personnes à qui le décret s'impose, donc à tous les citoyens français.

Le cœur de cible: les citoyens visés en priorité sont les fumeurs, qui vont devoir modifier leur comportement en changeant radicalement leurs habitudes quotidiennes.

La cible secondaire: les non-fumeurs que ce décret vise à protéger en les informant du changement de législation. Ils pourront ainsi légitimement demander son application et faire remarquer son non-respect.

→ Argumentaire

Fumeur ou non-fumeur, la qualité de l'air est un thème de santé publique qui influe sur la qualité de vie. Pour **informer sans stigmatiser**, le décret réunit les Français autour d'un bénéfice collectif que la campagne va valoriser.

Pour mettre l'accent sur les conséquences du décret, est utilisé un « avant/après » résumé par l'image d'un aspirateur à fumée qui dégage les lieux publics, théâtre de la réforme.

→ Moyens

Pour toucher la population ciblée, le dispositif doit être global. Ainsi, une large palette de médias va être utilisée de manière à ce que chacun puisse recevoir l'information.

Le terrain a déjà été préparé par la mise en place d'une ligne téléphonique **tabac info service** et la mise en ligne d'un site Internet www.tabac.gouv.fr.

•> **Télévision:** un film publicitaire de 25 secondes diffusé plus de 900 fois sur un large éventail de chaînes et de créneaux horaires.

•> **Radio:** deux spots de 30 secondes diffusés plus de 1 000 fois et particulièrement sur les radios jeunes. Ces spots ont été réalisés avec le concours de la voix du chanteur Sanseverino.

•> **Presse quotidienne régionale (PQR):** une annonce diffusée au format pleine page et en quadrichromie le jour de l'entrée en vigueur du décret dans 66 journaux.

•> **Internet:** des bannières renvoyant sur le site Internet ont été placées sur 4 portails, ce qui représente 23 millions de personnes sensibilisées sur deux semaines.

→ Lieu

Tout le territoire de la France.

Exemples d'actions de communication mises en place par des institutions publiques

→ Calendrier

	janvier																															février														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Hotline																																														
Site																																														
TV																																														
Radio																																														
PQR																																														
Bannières																																														



Commentaire de l'annonce PQR

Le visuel occupe l'essentiel de l'annonce pour la rendre plus explicite et plus percutante qu'un simple texte. L'utilisation d'un agenda est une référence à la vie active, dont il est un objet clé. Le cadrage de l'agenda permet une identification du spectateur : il s'approprie cet objet comme s'il s'agissait du sien. En effet, il s'agit bien de sensibiliser les fumeurs sur leur lieu de travail.

On retrouve le fil rouge de la campagne : la fumée qui disparaît dès le jour de l'entrée en vigueur du décret, qui, entouré de rouge, est facilement mémorisable. Le message est complété par des références au site Internet pour inciter les fumeurs à se renseigner sur les moyens d'arrêter de fumer.

Lexique

Décret : un décret est un acte réglementaire pris par le Président de la République ou le Premier ministre dans l'exercice de leurs fonctions respectives. En effet, la plupart des activités politiques et administratives de ces deux autorités se traduisent, sur le plan juridique, par des décrets. Les décrets sont publiés au *Journal Officiel*.

Quadrichromie : la quadrichromie est un procédé d'imprimerie permettant de reproduire un large spectre colorimétrique à partir des trois teintes de base (le cyan, le magenta et le jaune) auxquelles on ajoute le noir.

Exemples d'actions de communication mises en place par des institutions publiques

« Campagne de promotion de l'activité physique du Programme national nutrition santé (PNNS) de 2004 : "au moins l'équivalent de 30 minutes de marche rapide chaque jour" via médias et actions de terrain. »

Sources : Institut National de Prévention et d'Éducation pour la Santé (INPES)
Programme national nutrition santé : www.mangerbouger.fr.

→ Objectifs

- 1 - Faire prendre conscience de l'importance de cet enjeu pour la santé publique.
- 2 - Dédramatiser l'effort lié à l'activité physique.
- 3 - Favoriser le passage à l'acte en indiquant les moyens d'atteindre l'objectif des «30 minutes».

•> Public ciblé

Le message s'adresse à l'ensemble de la population française, et plus particulièrement aux personnes vivant en milieu urbain dont le style de vie n'incite pas forcément à la pratique sportive et à une alimentation équilibrée.

- Le cœur de cible : le grand public, en particulier les femmes et les plus de 45 ans qui souffrent le plus de l'inactivité physique.
- Les cibles secondaires : cette cible se compose des professionnels de la santé et des entreprises, qui auront pour mission d'accompagner les personnes sensibilisées.

→ Argumentaire

Le PNNS conduit par les pouvoirs publics a pour mission d'améliorer l'état de santé de la population. L'information sera délivrée d'une manière claire et directe, sans recours à des artifices.

Sa recommandation phare au sujet de l'activité physique «au moins l'équivalent de 30 minutes de marche rapide chaque jour» met en avant la simplicité et le peu de contraintes qui conduisent au bénéfice en matière de santé.

La campagne de terrain portera ce slogan dynamiquement, par un discours de proximité positif pour que chacun agisse, que ce soit à son travail ou dans ses trajets quotidiens.

→ Moyens

Le dispositif se divise en deux campagnes : d'une part, une campagne média pour sensibiliser le plus largement possible la population ciblée et d'autre part, des actions de terrain pour délivrer une information de proximité.

•> La campagne médias ⁽¹⁾

- Télévision : un film de 30 secondes pour mettre en valeur le caractère naturel, facile et ludique de l'activité physique quotidienne.
- Radio : 4 spots pour ancrer les recommandations du PNNS dans la vie de tous les jours.
- Presse quotidienne régionale : 3 annonces basées sur le décalage entre l'impact sur la santé et le côté anodin de l'absence d'activité physique pour provoquer la prise de conscience.

•> Les actions de terrain ⁽²⁾

- Une action de proximité dans les transports en commun : mise en place d'une signalétique pour inciter à prendre les escaliers plutôt que les escalators ou des panneaux dans les bus encourageant à descendre un arrêt plus tôt.
- Un kit de communication : destiné aux entreprises, il comprend des autocollants, des affiches et des dépliants faisant la promotion de l'activité physique sur le lieu de travail.
- Un quiz : accompagné du kit de communication, il sera diffusé par les professionnels de la santé pour informer d'une manière ludique.

(1) et (2) se reporter tableau tableau p. 78

Les démarches à disposition des collectivités en faveur de l'environnement et du développement durable

Pour répondre à la demande sociale pour un meilleur cadre de vie, à une pression réglementaire de plus en plus forte, à une urbanisation croissante avec parfois des incidences sur l'environnement, les collectivités locales (communes, communautés de communes, agglomérations...) ont été amenées à s'intéresser de plus en plus à l'environnement et au développement durable.

Aujourd'hui, celles qui ont choisi de concilier dynamisme économique, préservation du patrimoine naturel, maîtrise des impacts sur l'environnement et équité sociale, mettent en place une démarche d'environnement et de développement durable sur leur territoire.

Elles disposent pour cela d'outils et du soutien de divers partenaires.

→ Les partenaires

Les organismes institutionnels comme la Direction régionale de l'environnement (Diren), la Délégation régionale de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe Paca) et l'Agence régionale pour l'environnement (Arpe) soutiennent les collectivités locales dans leurs démarches.

Le conseil régional et les conseils généraux peuvent aussi être associés, notamment pour leur contribution financière car les stratégies environnementales des collectivités locales exigent des efforts d'investissements importants.

→ Les démarches

En fonction de leurs attentes et de leurs objectifs, les collectivités peuvent choisir de s'engager dans différents types de démarche globale.

• > Charte pour l'environnement

Procédure contractualisée avec l'État visant à intégrer l'environnement dans l'ensemble des actions d'une collectivité. C'est une première étape vers le développement durable.

Contact : Diren, www.paca.ecologie.gouv.fr.

• > Contrat ATEnEE

Ou Actions territoriales pour l'environnement et l'efficacité énergétique. Ce contrat engage une collectivité locale dans des actions environnementales et énergétiques intégrées, visant notamment à réduire les émissions de gaz à effet de serre. Le contrat ATEnEE est signé entre la collectivité et l'Ademe pour une durée de trois ans, renouvelable une fois.

Ademe : www.ademe.fr/collectivites/atenee

• > Agenda 21 local

Démarche de développement durable préconisée par les Nations unies depuis 1992, c'est un projet global et concret, dont l'objectif est de mettre en œuvre progressivement et de manière pérenne le développement durable à l'échelle d'un territoire. Il est porté par la collectivité et mené en concertation avec tous ses acteurs : élus et personnels, habitants, associations, entreprises, structures déconcentrées de l'État, réseaux de l'éducation et de la recherche...

Il se traduit par un programme d'actions visant à améliorer la qualité de vie des habitants, économiser les ressources naturelles et renforcer l'attractivité du territoire.

Pour connaître les collectivités qui ont mis en place un agenda 21 : www.comite21.org.

• > Une démarche éco responsable

L'éco responsabilité consiste, pour les collectivités, à être exemplaires dans leur fonctionnement interne, notamment en ayant une politique d'achats favorisant les éco produits, en réduisant leurs consommations d'eau, d'énergie, de papier, en améliorant la gestion de leur patrimoine bâti et non bâti, en améliorant les déplacements et en sensibilisant et formant le personnel au développement durable.

www.ecoresponsabilite.ecologie.gouv.fr.

• > Pour aller plus loin

Associations d'élus :

– AMF : Association des Maires de France

www.amf.asso.fr ;

– Eco-Maire

www.ecomaires.com.

Zoom sur les médias en région Paca

Les médias traditionnels tels que la presse quotidienne régionale, la radio, la télévision sont relativement faciles d'accès. Voici une liste non exhaustive des principaux médias déclinés par département.

→ La presse quotidienne régionale

•> 04 – Alpes de Haute-Provence

- Le Dauphiné Libéré
place Frédéric-Mistral
04400 Barcelonnette
Tél. : 04 92 81 30 30
Fax : 04 92 81 24 45

- La Marseillaise
22, rue de l'Hubac
04000 Digne
Tél. : 04 92 30 85 30
Fax : 04 92 30 85 39

- La Provence
Place du Général-de-Gaulle
04000 Digne
Tél. : 04 92 36 76 70
Fax : 04 92 31 60 56

•> 05 – Hautes-Alpes

- Le Dauphiné Libéré
1, avenue Jean-Jaurès BP 35
05001 Gap
Tél. : 04 92 51 21 46
Fax : 04 92 51 83 83

•> 06 – Alpes-Maritimes

- Nice Matin
214, Route de Grenoble
06290 Nice Cedex 03
Tél. : 04 93 18 28 38
www.nicematin.fr

- Métro
30, avenue Jean-Médecin
06000 Nice
Tél. : 04 93 80 09 58
Fax : 04 93 80 10 08
www.metrofrance.com

•> 13 – Bouches-du-Rhône

- 20 minutes (édition Marseille)
28, rue Montgrand – 13006 Marseille
Tél. : 04 91 33 59 43
Fax : 04 91 54 17 57

- La Marseillaise
17, cours Honoré-d'Estienne d'Orves BP 1862
13222 Marseille Cedex 01
Tél. : 04 91 57 75 00
Fax : 04 91 57 75 25/99
www.lamarseillaise.fr

- Métro
60, cours Pierre-Puget
13006 Marseille
Tél. : 04 91 99 33 40
Fax : 04 91 99 33 42
www.metrofrance.com



Zoom sur les médias en région Paca

- La Provence
248, avenue Roger-Salengro
13902 Marseille Cedex 20
Tél. : 04 91 84 45 45
Fax : 04 91 84 47 17
- La Liberté
21, rue Gaspard-Monge – BP 10
13633 Arles Cedex
Tél. : 04 90 93 26 11
Fax : 04 90 49 66 17
- La Provence Libérée
11, avenue Fontenaille BP 17
13601 Aix-en-Provence Cedex 1
Tél. : 04 42 96 00 09
Fax : 04 42 21 11 03
- **83 – Var**
- La Marseillaise
11, rue Truguet – BP 946
83050 Toulon Cedex
Tél. : 04 94 95 59 97
Fax : 04 94 92 95 07
- Var Matin
15, bd de Strasbourg – BP 86
83051 Toulon Cedex
Tél. : 04 94 93 31 00
Fax : 04 94 93 31 51
www.varmatin.com
- **84 – Vaucluse**
- La Marseillaise
50, rue Guillaume-Puy – BP 195
84009 Avignon Cedex
Tél. : 04 90 14 86 60
Fax : 04 90 14 86 69
- La Provence
18, rue de la République
84000 Avignon
Tél. : 04 90 80 70 30
Fax : 04 90 85 80 79
- Vaucluse Matin
17, rue de la République – BP 134
84007 Avignon Cedex
Tél. : 04 90 16 78 00
Fax : 04 90 16 78 40

→ Télévision nationale

• > Bureaux régionaux d'information

- France 3 Provence-Alpes
2, allée Ray-Grassi
13008 Marseille
Tél. : 04 91 23 45 45
Fax : 04 91 23 45 52
- France 3 Côte d'Azur
159, avenue du Pylône
La Brague
06608 Antibes Cedex
Tél. : 04 92 91 72 00
Fax : 04 92 91 72 01
www.cote.azur@france3.fr

• > Rédactions locales

- France 3 Marseille
96, la Canebière
13001 Marseille
Tél. : 04 91 36 53 30
Fax : 04 91 36 53 33
marseille@france3.fr
- France 3 Toulon
43, bd de la Roseraie
Saint-Jean-du-Var – BP 3002
83059 Toulon Cedex
Tél. : 04 94 16 60 80
Fax : 04 94 16 60 81
toulon@france3.fr
- France 3 Nice
8, avenue Félix-Faure
06000 Nice
Tél. : 04 92 47 65 00
Fax : 04 92 913 94 98
France3.nice@france3.fr

• > Bureaux décentralisés

- France 3 Alpes de Haute-Provence
2, rue Alphonse-Richard
04000 Digne
Tél. : 04 92 32 58 77
Fax : 04 92 32 58 66



Zoom sur les médias en région Paca

- France 3 Est Var
178, avenue de la Première-Année
83300 Draguignan
Tél. : 04 94 47 01 56
Fax : 04 94 68 11 61
france3.draguignan@wanadoo.fr
- France 3 Hautes-Alpes
5, rue Louis-Balmens
05000 Gap
Tél. : 04 92 53 84 78
Fax : 04 92 53 99 95
- France 3 Vaucluse
6, bd Rimbart
84000 Avignon
Tél. : 04 90 82 65 99
Fax : 04 90 27 10 93

→ Télévisions de proximité

- NTV Nice Télévision
16, avenue Édouard-Grinda
06200 Nice
Tél. : 04 97 25 81 70
Fax : 04 97 25 81 68
www.nice-television.fr
- Canal Maritima
4, bateau blanc Bât C
Chemin de Paradès – BP 158
13694 Martigues Cedex
Tél. : 04 42 41 36 08
Fax : 04 42 41 36 09

→ Radio

- Réseau local de Radio France
- Radio Bleue Provence
560, avenue Mozart
13617 Aix-en-Provence Cedex
Tél. : 04 42 99 13 13
Fax : 04 42 99 13 32
- Radio Bleue Azur
2, place Grimaldi – BP 704
06012 Nice Cedex 01
Tél. : 04 97 03 36 36
Fax : 04 97 03 36 13
- Radio Bleue Vaucluse
25, rue de la République – BP 320
84021 Avignon Cedex
Tél. : 04 90 14 13 12
Fax : 04 90 85 68 95

Pour trouver toutes les coordonnées des médias nationaux et de la presse (recherche par organisme et par région) : www.mediasig.premier-ministre.gouv.fr.

Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information : utile pour trouver des contacts et des partenaires auprès des principaux médias : www.clemi.org.

Les pouvoirs publics

→ L'État

En France, les fonctions de l'État sont réparties selon le principe de séparation des pouvoirs.

Ainsi, le Parlement, constitué de l'Assemblée nationale et du Sénat, détient le pouvoir législatif. Les députés, élus pour 5 ans au suffrage universel direct, et les sénateurs, élus pour 9 ans au suffrage universel indirect, conçoivent les lois.

Le chef de l'État et le gouvernement, constitué du Premier ministre, des ministres et des secrétaires d'État, se partagent le pouvoir exécutif et font appliquer les lois. Le Président de la République est élu au suffrage universel pour 5 ans et choisit lui-même son Premier ministre.

Le pouvoir judiciaire est confié aux juges et aux magistrats dont le rôle est de contrôler l'application de la loi et de sanctionner son non-respect.

• → Rôle de l'État

Son rôle est très vaste, il est chargé de :

- faire respecter l'ordre et la loi en ayant sous ses ordres les forces de police ainsi que l'administration pénitentiaire ;
- conduire la politique étrangère de l'État ;
- diriger la force militaire ;
- représenter l'État à travers les hauts fonctionnaires comme les ministres, secrétaires ou encore les diplomates ;
- diriger les services publics.

Le gouvernement doit décider et entreprendre les actions nécessaires à la conduite de l'État. Il en est responsable devant les citoyens et politiquement devant le Parlement. Chaque ministre est titulaire d'un portefeuille ministériel.

En matière d'environnement, suite aux élections de 2007, le ministère compétent est le ministère de l'Écologie, du Développement et de l'Aménagement durables (Medad).

Site Internet : www.ecologie.gouv.fr.

Ses missions sont :

- Évaluation et recherche.
- Eaux et milieux aquatiques.
- Risques et pollutions.
- Biodiversité et paysages.
- Europe et international.
- Développement durable.
- Changement climatique.
- Écrans de l'écologie.

Localement, des collectivités territoriales détiennent aussi des pouvoirs.

→ La Région

La France compte **22 régions**. Chaque région est gérée par un conseil régional élu pour 6 ans au suffrage universel direct.

Les compétences de la Région :

- développement économique (domaine dans lequel elle assure une fonction de coordination) ;
- aménagement du territoire et planification ;
- éducation (financement des lycées), formation professionnelle ;
- culture ;
- santé.

→ Le Département

La France compte **96 départements**. Un département est géré par un conseil général élu pour 6 ans au suffrage universel direct.

Les compétences du Département :

- action sociale, solidarité, logement ;
- aménagement de l'espace, équipement ;
- éducation, culture, patrimoine ;
- action économique.

→ La commune

En France, on dénombre **plus de 36570 communes**.

Il s'agit, dans la majorité des cas, du plus petit découpage administratif du territoire français qui correspond généralement au territoire d'une ville ou d'un village. Une commune est administrée par un conseil municipal élu, présidé par un maire. Il dispose d'un budget communal et ses compétences sont diverses :

- urbanisme et transports ;
- enseignement ;
- action économique ;
- logement ;
- action sanitaire et sociale ;
- culture.

Les pouvoirs publics

→ Zoom en PACA



La Région Provence–Alpes–Côte d'Azur est une assemblée composée de 123 conseillers régionaux élus pour 6 ans au suffrage universel, sur un territoire défini, dotée d'un budget et d'une administration qui exécute les décisions de l'Assemblée dans le respect du principe de libre administration.

Elle a comme compétences spécifiques déterminées par la loi :

- la construction et le fonctionnement de la restauration scolaire dans les lycées ;
- la formation professionnelle ;
- le développement économique ;
- le transport régional des voyageurs (TER) ;
- l'aménagement du territoire.

La Région Provence–Alpes–Côte d'Azur a élargi ses compétences à d'autres domaines. Il s'agit de la culture, de la jeunesse, du sport, de l'environnement, de la recherche et de la politique de la ville.

Pour entrer en contact avec la Région Paca : www.regionpaca.fr.

Par ailleurs, il existe en Paca, **le Pôle environnement et développement durable** <http://edd.environnement-paca.org>.

Né de la réforme de l'État en régions, le Pôle environnement et développement durable fédère les principaux acteurs de l'environnement en région Paca pour une efficacité accrue.

Le Pôle comprend :

- les services de la Diren et les services de la Dire qui travaillent pour le compte du Medad ;
- les établissements publics : Agence de l'Eau Rhône Méditerranée Corse (AERMCC), Conseil Supérieur de la Pêche (CSP), Office National de la Chasse et de la Faune sauvage (ONCFS), Parcs Nationaux, Conservatoire du Littoral et des Rivages lacustres (CLRL), Office National des Forêts (ONF), Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (Ademe) et, en tant que de besoin, le Bureau de Recherche Géologique et Minière (BRGM), l'Institut Français de Recherche pour l'Exploitation de la Mer (Ifremer),

– les services « environnement » des préfectures ;

– la préfecture maritime ;

– les services départementaux de l'État sous l'autorité des préfets de département : Directions Départementales de l'Équipement (DDE), Directions Départementales de l'Agriculture et de la Forêt (DDAF), Directions Départementales des Services Vétérinaires (DDSV), Services Départementaux de l'Architecture et du Patrimoine (SDAP) ;

– tout autre service invité à s'associer aux travaux du pôle : la Direction Régionale de l'Action Sanitaire et Sociale (Drass), les Directions Départementales de l'Action Sanitaire et Sociale (Ddass), la Direction Régionale des Affaires Maritimes (Dram), les Directions Départementales des Affaires Maritimes (DDAM), le Service départemental d'Incendie et de Sécurité (SDIS), les services de police et de gendarmerie, les procureurs de la République, Météo France...

La finalité du Pôle est de favoriser la cohérence de l'action, la rationalisation des structures et la mutualisation des moyens des nombreux services de l'État qui concourent à la mise en œuvre des politiques du ministère de l'Écologie, de l'Aménagement et du Développement durable.

Le portail des données publiques de l'environnement en Provence–Alpes–Côte d'Azur donne accès aux pages Internet et aux bases de données des partenaires de l'environnement dans la région.

www.environnement-paca.org.

Thèmes abordés : faune, flore, air, eau, énergie, pollution, nuisances...

Les pouvoirs publics

• > **Diren – Direction régionale de l'environnement**

La Diren a pour mission de contribuer à la connaissance, à la gestion et à la valorisation de l'environnement dans la région.

Plus précisément, l'action de la Diren s'articule autour de quatre pôles :

- la connaissance de l'environnement ;
- la réussite de la planification ;
- le respect de la réglementation ;
- la promotion d'un partenariat actif.

En Paca : www.paca.ecologie.gouv.fr

• Onglet Diren / Service au public

- Point info des données de l'environnement

Le point info des données est un service qui renseigne le public, les associations et les professionnels sur les inventaires et les protections environnementales concernant la région Paca.

La plupart des informations sont mises en ligne sur ce site dans la rubrique «Données». Consultation et téléchargement possibles de beaucoup d'informations.

Pour plus de renseignements :

point-info@paca.ecologie.gouv.fr

Élisabeth Braun

Tél. : 04 42 66 66 32

Fax: 04 42 66 66 01

Mèl: elisabeth.braun@paca.ecologie.gouv.fr

- Centre de documentation

La Diren dispose d'un centre de documentation ouvert au public sur rendez-vous les lundis, mardis, jeudis et vendredis de 9h30 à 12h00.

Le fonds documentaire comporte aujourd'hui environ 15000 titres répertoriés dans une base documentaire informatisée et concernant l'environnement.

Documentaliste :

Christine Eudeline

Tél. : 04 42 66 66 31

Fax: 04 42 66 66 01

Mèl: christine.eudeline@paca.ecologie.gouv.fr

• Onglet Développement durable

- Présentation
 - Niveau national
 - Niveau régional
- Éducation
 - Semaine du développement durable
 - 1 000 défis pour ma planète
 - Semaine de la mobilité
 - Dispositif Éducation nationale
- Politiques territoriales
- Agendas 21 et chartes
- L'État éco responsable
- Bilan carbone
- Véloroutes

• > **Drire – Direction régionale de l'industrie, de la recherche et de l'environnement**

www.drire.gouv.fr

En Paca : www.paca.drire.gouv.fr

Dans le domaine de la protection de l'environnement, l'activité d'une Drire s'exerce pour le compte du Medad, sous l'autorité du préfet de département.

Une Drire a pour mission principale de contrôler les activités industrielles susceptibles d'avoir un impact sur l'environnement, ceci dans le cadre de la réglementation sur les installations classées pour la protection de l'environnement.

• > **Drass et Ddass - Directions régionale et départementale des affaires sanitaires et sociales**

Les missions des Drass et Ddass comportent la santé publique, l'action sociale et la protection sociale. La Drass assure une veille sanitaire, une mission d'information et de prévention des risques auprès des professionnels et du grand public ainsi qu'une mission de contrôle dans le domaine pharmaceutique.

Des actions importantes, en santé environnementale, sont également conduites par les services déconcentrés dans les domaines de la qualité de l'eau, de l'habitat insalubre, du bruit...

En Paca : www.paca.sante.gouv.fr

Contact documentation : Martine Rochelemagne

Tél. : 04 91 29 93 38

dr13-documentation@sante.gouv.fr

Les pouvoirs publics

• DRE et DDE – Directions régionale et départementale de l'équipement

- Les DRE exercent les missions suivantes.
 - Des missions traditionnelles : elles animent des réflexions sur l'aménagement du territoire et des transports, et continuent à gérer l'observatoire régional de sécurité routière.
 - Des missions plus étendues : les dre assurent le pilotage de tous les projets routiers neufs de l'état dans leur région.
 - Des missions nouvelles : dans les domaines de l'aménagement et de l'habitat, elles ont en charge l'animation et le pilotage de la politique du logement au niveau régional, et assurent la répartition territoriale des aides au logement.
- Quant aux DDE, leurs missions sont désormais fondées sur quatre piliers.
 - Premier pilier : habitat, politique de la ville, logement, constructions publiques.
 - Deuxième pilier : connaissance des territoires, planification, urbanisme, aménagement.
 - Troisième pilier : prévention des risques et environnement.
 - Quatrième pilier : transports et déplacements, sécurité des transports, sécurité routière, ingénierie de crise.

En Paca : www.paca.equipement.gouv.fr.

Unité documentaire

Tél. : 04 91 00 53 17

Fax : 04 91 00 52 20

Mèl : documentation.secretariat-general.dre-paca@equipement.gouv.fr.

Dans le département des Alpes de Haute-Provence :

www.alpes-de-haute-provence.equipement.gouv.fr,

Onglet Environnement

- Prévention des risques naturels
- Gestion des déchets du BTP
- Atlas des paysages
- Lutte contre l'affichage publicitaire illégal
- Cartographie

Dans le département des Hautes-Alpes :

www.hautes-alpes.equipement.gouv.fr,

Onglet Environnement – Eau

- Risques naturels
- Traitement des déchets
- Retenue de Serre-Ponçon

Dans le département des Alpes-Maritimes

www.alpes-maritimes.equipement.gouv.fr,

Onglet Environnement

- Information préventive
- Accès dossier communal
- Les plans de prévention
- L'atlas départemental

Dans le département des Bouches-du-Rhône

www.bouches-du-rhone.equipement.gouv.fr,

Onglet Environnement

- Risques naturels
- Risques industriels
- Traitement des déchets

Dans le département du Var :

www.var.equipement.gouv.fr,

Domaines d'activités

- Circulation – Sécurité routière
- Infrastructures
- Aménagement – Urbanisme
- Développement durable
- Risques naturels
- Information géographique
- Construction – Logement
- Maritime

Dans le département du Vaucluse :

www.vaucluse.equipement.gouv.fr,

Onglet Environnement

- Plan prévention des risques
- Dossiers communaux synthétiques
- Feux de forêts
- Campings à risques
- Déchets du BTP
- Bruit des transports terrestres
- Sécheresse et construction

Les pouvoirs publics

•> Agence de l'eau Rhône-Méditerranée et Corse

www.eaurmc.fr

Une agence de l'eau est un établissement public administratif doté de la personnalité civile et de l'autonomie financière. Elle est placée sous la tutelle du ministère chargé de l'Environnement et sous celle du ministère chargé des Finances.

- Ses missions : faciliter les diverses actions d'intérêt commun dans chaque bassin hydrographique telles que...
 - la préservation et l'amélioration de la ressource en eau ;
 - la lutte contre la pollution ;
 - la connaissance des milieux ;
 - attribuer des subventions ou des avances remboursables (aux collectivités locales, aux industriels et aux agriculteurs) pour l'exécution de travaux d'intérêt commun ;
 - informer les publics sur l'eau.
- Ses droits : établir et percevoir des redevances pour les prélèvements d'eau et pour la détérioration de la qualité des milieux.
- Recherche en ligne possible sur les thèmes suivants.
 - Institutionnel
 - *Journal Eaux* de Rhône-Méditerranée et Corse.
 - Programme d'intervention
 - milieux aquatiques ;
 - gestion concertée ;
 - SDAGE ;
 - qualité / quantité ;
 - zones humides.
 - Alimentation en eau potable
 - Assainissement
 - Scolaires :
 - à partir du primaire ;
 - à partir du collège ;
 - enseignants.

Onglet Site Juniors www.eaurmc.fr/juniors

•> Ademe – Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie www.ademe.fr

L'Ademe est un établissement public à caractère industriel et commercial, placé sous la tutelle conjointe des ministères en charge de l'écologie, du développement durable, de l'industrie et de la recherche.

Ses missions sont de susciter, animer, coordonner, faciliter ou réaliser des opérations ayant pour objet la protection de l'environnement et la maîtrise de l'énergie. Ses domaines d'intervention sont l'énergie, l'air, le bruit, les déchets, les sites et sols pollués, le management environnemental.

En Paca : www.ademe.fr/paca

•> Rare – Réseau des agences régionales de l'énergie et de l'environnement www.rare.asso.fr

Créées avec le soutien des conseils régionaux, les agences régionales de l'énergie et de l'environnement interviennent en matière de gestion de l'énergie, de valorisation des ressources naturelles et des déchets, dans une optique de développement durable.

Afin d'accroître leur synergie et leur efficacité, ces agences se sont regroupées au sein d'un réseau national : le Rare.

Ces agences assurent plusieurs missions d'intérêt général en concertant et valorisant les initiatives des acteurs locaux.

En Paca : **Arpe – Agence régionale pour l'environnement** www.arpe-paca.or

Créée en 1979, l'Arpe est une agence publique régionale qui a pour mission principale de développer et d'aider à la prise en compte de l'environnement dans tout projet relatif au territoire de Paca pour le compte des pouvoirs publics et des collectivités territoriales.

Fruit de la volonté commune de la Région et des Départements de disposer en région Provence-Alpes-Côte d'Azur d'un outil technique de terrain, l'Agence opère au quotidien pour initier et accompagner le montage de projets en environnement, explorer et valider de nouveaux procédés d'intervention pour sensibiliser, informer et animer.



Bibliographie



→ Pédagogie

Des ouvrages pour vous accompagner dans la mise en place et l'animation de votre projet éducatif.

• > *Éduquer à l'environnement en collèges et lycées*, Les Écologistes de l'Euzière, 2000

Les Écologistes de l'Euzière – Domaine de Restinclières – 34730 Prades-le-Lez

Ce livret reflète l'avancement des pratiques de terrain et de la « théorie » qui les accompagne. Pédagogie, fiches techniques et ressources (adresses, partenaires, financements) pour les enseignants du secondaire.

• > *Guide de projets éducatifs à l'environnement*, Ademe, 2003 Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie. DSC Service Formation externe et emploi 27, rue Louis-Vicat – 75737 Paris Cedex 15.

Ce guide apporte des informations utiles pour élaborer et conduire des projets collectifs. Il propose également une liste d'outils et de dispositifs pédagogiques validés, disponibles et reproductibles dans les domaines des déchets, de l'énergie, de l'air et des transports.

• > *Délégué flash*, Durand Damien, CRDP Grenoble, 2003

Ce petit guide est destiné à former et informer les délégués de classe des collèges et lycées. Il permet d'aider à remplir cette tâche de délégué et fournit des ressources méthodologiques aux jeunes. Un site Internet complète cet ouvrage : www.crdp.ac-grenoble.

• > *Mémento de pédagogie institutionnelle*, Lafitte René et le groupe « Vers la pédagogie institutionnelle », Éd. Matrice, 1999

Ce livre est un ensemble de repères à la fois pratiques et théoriques utiles pour la mise en œuvre d'une pédagogie institutionnelle. Il comporte à la fois des fiches techniques sur les différentes institutions de ce type de pédagogie (conseil, quoi de neuf ?, journal...), mais aussi et surtout des témoignages d'enseignants qui analysent leurs pratiques en situation.

• > *Séjours buissonniers*, Les Écologistes de l'Euzière, 2000 Les Écologistes de l'Euzière – Domaine de Restinclières – 34730 Prades-le-Lez

Ce livret est le témoignage d'un état de réflexion en éducation à l'environnement au cours de camps et classes vertes. Vous y trouverez toute une série de fiches résultant de pratiques sans cesse renouvelées : place de l'imaginaire, conseil, projets, inactivité pour rêver, sac à dos de l'animateur...

• > *Penser par soi-même*, initiation à la philosophie, Tozzi Michel, Éd. Chronique Sociale, 1999

Ce livre est écrit pour celui qui veut apprendre à penser par lui-même. Il veut aider à prendre du recul par rapport aux préjugés ambiants, à accéder à l'autonomie intellectuelle, à devenir un adulte de la réflexion. Des exercices pour apprendre à poser correctement des questions philosophiques, en saisir le sens profond, se donner intellectuellement les moyens de cheminer vers des réponses.

• > *Guide de l'animateur de groupes*, Maccio Charles, Éd. Chronique Sociale, 2002

Cet ouvrage donne les clés pratiques qui font vivre le groupe, quel que soit le type d'organisation instauré en son sein.

• > *Animer et participer à la vie de groupe*, Maccio Charles, Éd. Chronique Sociale, 2002

Notre quotidien nous conduit à vivre dans une multitude de groupes : collège, entreprise, etc. Nous pouvons y être actifs et participer à la prise en charge de notre vie et de celle de la cité. Cet ouvrage fournit de nombreux repères, il sera un outil permanent pour améliorer son efficacité personnelle et celle du groupe.

• > *La grammaire de l'imagination*, Gianni Rodari, Éd. Rue du monde, 1998

C'est un ouvrage essentiel pour tous ceux qui s'intéressent aux processus de l'imagination : enseignants, animateurs, formateurs, parents mais aussi tout « candidat libre » à une écriture débridée.

• > *Oulipo, abrégé de littérature potentielle*. Éd. Mille et une nuits.

Un ouvrage « atelier » pour fabriquer de la littérature en quantité illimitée, potentiellement productible jusqu'à la fin des temps, en quantités énormes, infinies à toutes fins utiles.



• › *L'atelier de poésie*, P. Coran et P. Lemaitre. Éd. Casterman.

Ouvrage qui permet aux plus jeunes comme aux plus anciens d'aborder la poésie avec plaisir, de pouvoir créer des poèmes à partir des nombreux conseils d'écriture.

• › *La correspondance*, Collection 1, 2, 3, Séquences – Français collège, N. Ouabdesselam et D. Schlenker. Éd. Delagrave et CRDP Grenoble.

Cet ouvrage propose un ensemble d'activités fondées sur la correspondance qu'entretiennent deux classes de troisième : expression écrite sous forme de lettres individuelles ou collectives, lecture littéraire de textes épistolaires, pratique de l'oral et étude de la langue.

• › *L'argumentation (volumes 1 et 2)*, Collection 1, 2, 3, Séquences – Français collège, D. Grapin. Éd. Delagrave et CRDP Grenoble.

L'enseignement de l'argumentation est notamment inscrit dans les programmes de français de la 3^e. Les 2 tomes de cet ouvrage proposent des démarches pour déceler les marques de l'argumentation dans des textes littéraires (lettres, théâtre, dialogues), des images de publicité, des articles de journaux. Un enseignement perçu comme une éducation à la citoyenneté...

→ Communication et environnement

Des ouvrages pour vous aider dans la mise en place du plan d'actions de communication.

• › *Les métiers de la communication*, C. Aubrée, L'étudiant, 2007.

Un tour d'horizon de tous les métiers liés à la communication.

• › *Le discours publicitaire*, D. Cayla, affiches et magazines, Bordas, coll. Lire les images, 2002.

24 transparents reproduisant des affiches et des annonces de presse pour travailler sur les relations entre le visuel et le texte, étudier les fonctions narrative, descriptive, explicative et argumentative de la publicité, aborder les spécificités de l'image fixe.

• › *La sensibilité des Français à leur environnement de proximité*, IFEN (n° 85), 2003

Cette enquête réalisée pour l'Ifen permet de connaître l'opinion des Français sur l'état général de leur environnement de proximité, mais aussi sur des sujets spécifiques comme la qualité de l'air, la qualité de l'eau, la gêne liée au bruit ou encore l'exposition aux risques naturels. À télécharger sur www.ifen.fr.

• › *La communication environnementale*, J. Vigneron, L. Francisco, Éd. Economica, 1996

Cet ouvrage, qui présente les 10 commandements de la communication, révèle la place qu'occupe aujourd'hui l'environnement en termes de communication. Il analyse les changements profonds des modes de communication et d'échange entre entreprises et citoyens induits par la communication environnementale.

→ Lire et faire lire

Il s'agit là d'une sélection d'ouvrages dont les sujets se rapprochent des thèmes sur lesquels votre groupe de jeunes sera certainement amené à travailler. Il vous faudra cibler les titres en fonction de la problématique de votre projet. Ces ouvrages favorisent souvent une approche pluridisciplinaire des sujets abordés et font appel à l'histoire, à la géographie, aux sciences physiques, aux sciences de la vie et de la terre, à l'éducation civique, juridique et sociale, à la philosophie.

• › Des petits ouvrages thématiques

La collection *Que sais-je ?* des éditions PUF a fait bien des émules, ces dernières années. De nombreux éditeurs publient désormais des ouvrages succincts pour faire le tour de problématiques ou d'événements d'actualité. Abordables par les adolescents, ces écrits pourront les accompagner pendant la mise en œuvre des actions environnementales locales. Ils pourront être consultés au CDI, en médiathèque ou achetés par l'établissement, s'il a décidé de consacrer un budget au projet.



Bibliographie

• > *Petite encyclopédie Larousse* (résumés de l'éditeur)

- *La mondialisation une seule planète, des projets divergents*
La mondialisation concerne la vie de tous, même si bien peu ont le sentiment d'avoir pris sur elle. Elle existe depuis la seconde moitié du XIX^e siècle, mais il est encore difficile aujourd'hui d'en comprendre les rouages. Cet ouvrage apporte les clés nécessaires pour aborder clairement l'une des questions les plus polémiques de notre époque.

- *L'alimentation dans le monde mieux nourrir la planète*
Comment pourrons-nous subvenir aux besoins d'une population qui devrait s'accroître de 3 milliards d'individus d'ici à 2050 ? La réponse est difficile, d'autant que l'augmentation de la production agricole ne devra pas se faire au détriment de l'environnement, ni de la qualité sanitaire et nutritionnelle des aliments. Après un panorama complet de la situation, cet ouvrage aborde les différentes voies possibles pour réussir à relever ce formidable défi.

- *Petit Atlas des risques écologiques*
Un panorama de tous les problèmes actuels qui touchent l'environnement et les solutions pour l'avenir. Accentuation de l'effet de serre, destruction de la couche d'ozone, réchauffement climatique, pollutions diverses, destruction d'écosystèmes ou disparition d'espèces, déforestation, désertification : tous ces sujets sont régulièrement à la une de l'actualité.

- *Petit Atlas des espèces menacées*
Toutes les solutions pour préserver la Terre d'une hécatombe écologique.
De nombreuses espèces animales et végétales disparaissent chaque jour ou sont gravement menacées par la faute de l'homme. L'ouvrage démontre que des solutions individuelles ou collectives existent pour les préserver du désastre.

• > *Les essentiels Milan*

Des ouvrages de vulgarisation à lire dès 15 ans, écrits par des journalistes, des chercheurs, des professionnels de la question traitée.

- L'Onu
- Le journalisme
- L'action humanitaire
- La construction européenne
- Le nucléaire : progrès ou danger ?
- La bioéthique
- L'aide au développement à l'heure de la mondialisation
- Alimentation de demain, le règne des OGM ?
- L'eau en danger ?
- L'eau, source de vie, source de conflit
- L'empoisonnement alimentaire
- Prévenir les accidents technologiques
- Prévenir les catastrophes naturelles

• > *Les petites pommes du savoir*, Éd. Le pommier

« Des réponses brèves, claires et sérieuses aux questions que vous vous posez sur le monde. »

- Combattre l'effet de serre nous mettra-t-il sur la paille ?
- Pourquoi les rivières débordent-elles ?
- Jusqu'où la mer va-t-elle monter ?
- La science nous menace-t-elle ?
- L'énergie nucléaire a-t-elle un avenir ?
- Les énergies renouvelables ont-elles un avenir ?
- Peut-on boire l'eau du robinet ?
- Peut-on encore manger sans peur ?

• > *Collection La question, éditions de l'Hèbe*

- À quoi sert l'Onu ?
- À quoi servent les ONG ?
- Pourquoi craindre le loup ?
- Le pétrole va-t-il révolutionner le monde ?
- La mondialisation : le triomphe du libéralisme sauvage ?



Bibliographie

•> Les Éditions PEMF www.pemf.fr

- Collection « Regard sur le monde » :
 - Agir avec les ONG
- Collection BT2
 - L'agriculture autrement
- Collection « Un œil sur » :
 - Ressources et développement durable
 - La rançon du progrès
- Collection « 30 mots-clés » :
 - Les risques naturels
 - La malbouffe
 - Les déchets
 - La radioactivité
 - La population
 - L'eau
 - L'environnement
 - La mer
 - L'écologie

→ Revues

Des dossiers intéressants sur le développement durable ou les enjeux environnementaux sont régulièrement publiés dans des revues destinées aux adultes. Des périodiques conçus pour la jeunesse pourront aussi être consultés.

- > Le numéro 623 (2 au 8 juin 2005, semaine du développement durable) des **Clés de l'actualité** comporte un dossier « environnement ». Ils ont également sorti un hors-série « Les clés de la planète » (avril 2007 – Éditions Milan Presse)
- > Le site Internet www.courrierinternational.com du journal **Courrier international** comporte une rubrique « Écologie ».
- > Le **Monde diplomatique** www.monde-diplomatique.fr rassemble régulièrement ses articles dans une revue appelée **Manière de voir**. Le n° 81 (juin-juillet 2005) titre « Écologie, le grand défi », le n°65 « La ruée vers l'eau », le n° 50 « Soulager la planète ».

•> La revue **Alternatives économiques** www.alternatives-economiques.fr a sorti un guide pratique *Développement durable: villes, régions..., agir localement* (GP n°29, mai 2007), un guide pratique sur la consommation citoyenne (GP n°26, mai 2006), un hors-série sur le développement durable (HS n°63, 1^{er} trimestre 2005) ainsi que deux hors-série pratiques (n°18 mars 2005 *Le tourisme autrement*, n°19 mai 2005 *Les initiatives citoyennes en Europe*).

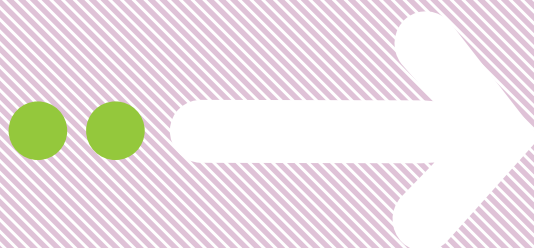
•> La revue **Alternatives internationales** www.alternatives-internationales.fr titre dans son n°33 « Gaz à effet de serre, pétrole trop cher: peut-on se passer du nucléaire? » (décembre 2006). Son site Internet propose une rubrique environnement.

Consulter également **L'écologiste** www.ecologiste.org
La revue durable www.larevuedurable.com, **Panda magazine**, la revue du WWF... et surveiller la presse nationale et locale.



Le site Internet

www.ecoparlementdesjeunes.info



Le site Internet

www.ecoparlementdesjeunes.info



→ L'aspect pédagogique du site Internet

www.ecoparlementdesjeunes.info est un outil pédagogique interactif qui facilite la démarche éducative des animateurs et des enseignants tout en impulsant une dynamique collective au sein des groupes de jeunes en situation de projet.

Ce site sera ainsi l'outil grâce auquel les jeunes pourront participer à la rédaction collective du *Plan d'actions de communication pour l'environnement*.

Mais il sera également pour le groupe et l'enseignant un bon outil au service du projet que mène la classe.

- > **Ainsi, dès la préparation** de votre action éducative, vous pouvez observer les projets déjà existants sur le site. Dans l'esprit de partage des connaissances, vous avez la possibilité de vous en inspirer mais aussi d'identifier les groupes susceptibles de vous aider dans vos recherches.
- > **Au lancement du projet** et en parallèle de la découverte du thème sur le terrain, votre groupe a la possibilité d'effectuer des recherches dans «l'écothèque» (bibliothèque mutualisée du site). Les jeunes lancent un débat sur le forum avec les autres groupes et interrogent des personnes ressources référencées sur le site.
- > **Après s'être immergé dans le thème**, le groupe peut démarrer la structuration de son projet. En rédigeant directement dans leur «espace projet» personnalisable, les jeunes organisent leur planning de travail et se répartissent les tâches.
- > Puis vient le moment de la **mise en œuvre du projet**: «l'espace projet» peut servir à mettre en commun les recherches de chacun, valoriser les connaissances acquises en les mettant à la disposition de tous dans l'écothèque et identifier quelles actions le groupe va pouvoir mettre en place. Pour l'éducateur, il est aussi un outil d'évaluation en inter séquence et un moyen de mesurer la dynamique de son groupe autour du thème.
- > Enfin, **lors de la phase de restitution** et de valorisation du projet, les jeunes peuvent sensibiliser les autres groupes à leur thématique par l'écriture d'une brève, valoriser le projet auprès des parents et, pourquoi pas, projeter une action commune avec un autre groupe du site.

→ L'aspect technique du site Internet

Le site Internet est construit sur un modèle de logiciel libre appelé «wikini», qui offre un moyen particulièrement simple, efficace et rapide de créer et gérer un site Internet. Cet outil permet, en ligne, avec n'importe quel navigateur Web :

- de **créer, supprimer, modifier, commenter les pages du site** ;
- d'**élaborer la mise en pages** des contenus de manière intuitive et très visuelle, par des règles de formatage ne nécessitant aucune connaissance informatique ;
- de **publier instantanément** toute création ou modification de page.

Le site vous permet de gérer votre espace comme vous le souhaitez et de participer librement aux échanges. Les modératrices du site assurent un accompagnement pédagogique, l'animation et le suivi des échanges effectués sur le site. Pour vous accompagner, vous trouverez une aide en ligne sur le site.

•> Présentation du site Internet

L'ensemble du site est librement consultable par toute personne, mais l'écriture au sein des différents espaces est uniquement réservée aux classes qui participent au projet. Un identifiant et un mot de passe sont nécessaires pour écrire sur le site Internet.

Le site est composé de cinq espaces spécifiques.

• L'espace «Projets»

Cet espace est dédié à chacun des projets. Les jeunes peuvent, au fur et à mesure de leurs recherches, informer de leurs avancées, de leurs recherches, de leurs réflexions. Cet espace est automatiquement créé lors de l'inscription du groupe sur le site. Il est accessible en écriture par ce seul groupe uniquement. Il est préformaté et comprend un menu contenant des liens vers les pages « écriture collective ».

• L'espace «Plan d'actions»

Cet espace est dédié à l'écriture collective du *Plan d'actions de communication pour l'environnement*. Différentes pages seront créées par les modératrices au fur et à mesure de l'avancée de l'écriture collective. Elles permettront aux classes de suivre la méthodologie d'écriture collective, pour apporter leur contribution et hiérarchiser les propositions faites par l'ensemble des classes.



Le site Internet www.ecoparlementdesjeunes.info

- L'espace « Actualités »

Deux types d'annonces peuvent être mises en ligne :

- les brèves : les dernières actualités des groupes ;
- les événements : pour mettre en ligne les événements à venir, dans votre établissement, dans votre commune, dans le région...

- L'espace ressources « ékothèque »

Le site www.ecoparlementdesjeunes.info partage son espace ressources avec le site www.ekotribu.org, site regroupant des groupes de jeunes qui travaillent sur des projets environnementaux en France et dans la francophonie.

Les ressources sont mises en ligne soit par les groupes eux-mêmes, soit par les modératrices des sites Internet.

Différentes types de ressources sont disponibles :

- des jeux ;
- des documents à télécharger ;
- des contacts des personnes ressources ;
- des liens vers des sites Internet.

- L'espace « Échanges »

Les jeunes disposent de deux outils pour échanger entre eux

- **un chat**, pour **discuter en direct** avec d'autres jeunes motivés, des experts ou encore des personnalités engagées pour la préservation de notre environnement ;
- **des forums**, pour poster des messages, proposer des idées, **débattre** et s'entraider sur tous les sujets environnementaux et sur l'écriture collective.

Le guide de l'enseignant a été conçu et rédigé collectivement par des praticiens de l'éducation à l'environnement. Ont participé à ces travaux :

- Angélique Adrion, Bertrand Dumas
CPIE Atelier Urbain APIEU Montpellier Mèze
- Laurent Marseault – Les Écologistes de l'Euzière
 - Caroline Vieillard – Méditerranée 2000
- Juliette Chériki-Nort – Pédagogia Conception
 - Claire Bernardo – Terre Contact
- Véronique Lapostolle et Isabelle Lépeule
Réseau École et Nature

Les modératrices pédagogiques se tiennent à votre disposition pour vous accompagner tout au long de l'écriture du *Plan d'actions de communication pour l'environnement*. Vous pouvez les joindre par téléphone et par courriel :

Sandrine Poyet
Graine Paca

Tél. : 04 42 97 11 51
sandrinepoyet@grainepaca.org

Véronique Lapostolle
Réseau École et Nature

Tél. : 04 67 06 18 78
veronique.lapostolle@ecole-et-nature.org

