

LA STRUCTURATION D'UN RÉSEAU D'AMBASSADEURS DE LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

L'INTÉGRATION DES CITOYENS DANS LA POLITIQUE DE
TRANSITION ÉNERGÉTIQUE DU GRAND NARBONNE

Laurène PAUCSIK

Master 1 Gestion Territoriale du Développement Durable – Mémoire sous la
direction de Sophie BOUJU

Stage de mars à août 2020 au Service Transition énergétique à la
Communauté d'Agglomération du Grand Narbonne – sous la direction de
Rokaya TOUBALE



Source : www.publicdomainpictures.net

Table des matières

INTRODUCTION	1
1. LE CHOIX D'UN RESEAU D'AMBASSADEURS DANS LA POLITIQUE DE TRANSITION ENERGETIQUE DU GRAND NARBONNE.....	3
1.1 CONTEXTUALISATION DE LA MISSION ET METHODE ADOPTEE	3
1.1.1 <i>Le territoire du Grand Narbonne.....</i>	<i>3</i>
1.1.2 <i>La politique de transition énergétique du Grand Narbonne.....</i>	<i>5</i>
1.1.3 <i>Une méthode de travail qui allie théorie et pratique</i>	<i>7</i>
1.2 L'INTERVENTION DES POLITIQUES PUBLIQUES DANS LE DOMAINE DE L'ENERGIE ET DES CHANGEMENTS DE COMPORTEMENTS INDIVIDUELS AFIN DE SURMONTER LES OBSTACLES EXISTANTS	12
1.2.1 <i>La place des comportements individuels dans la diminution de l'empreinte carbone.....</i>	<i>12</i>
1.2.2 <i>Les freins que rencontrent les individus face au changement de comportement.</i>	<i>15</i>
1.2.3 <i>Les freins spécifiques au territoire mis en avant par les acteurs locaux.....</i>	<i>18</i>
2. STRUCTURER LE RESEAU D'AMBASSADEURS : ACCOMPAGNER LES INDIVIDUS ET ANIMER UN RESEAU	20
2.1 LES ELEMENTS ESSENTIELS A L'ACCOMPAGNEMENT AU CHANGEMENT DE COMPORTEMENT.....	20
2.1.1 <i>Agir à différentes échelles</i>	<i>20</i>
2.1.2 <i>Comprendre le public pour mieux cibler les actions</i>	<i>21</i>
2.1.3 <i>Les leviers au changement de comportement</i>	<i>26</i>
2.2 LES ELEMENTS ESSENTIELS A LA MISE EN PLACE DU RESEAU.....	27
2.2.1 <i>Les ambassadeurs : la création d'un statut et d'une identité collective.....</i>	<i>27</i>
2.2.2 <i>Le réseau : conseils, vigilances et retours d'expériences.....</i>	<i>33</i>
2.2.3 <i>Les outils d'animation.....</i>	<i>36</i>
3. ELABORATION DE SCENARIOS ET RETOURS CRITIQUES	38
3.1 RESULTATS DE LA REFLEXION	38
3.2 RETOURS CRITIQUES DE LA MISSION	48
3.2.1 <i>Ma première expérience professionnelle : entre découverte des collectivités et enrichissement professionnel et personnel.....</i>	<i>48</i>
3.2.2 <i>Retours sur le déroulement des entretiens.....</i>	<i>49</i>
CONCLUSION	52
BIBLIOGRAPHIE	

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier **Mme Sophie Bouju**, mon enseignante référente de l'Université Bordeaux-Montaigne, pour ses conseils délivrés tout au long du stage, son adaptation durant la période de télétravail et enfin, son investissement lors de nos échanges.

Je remercie ensuite, tout particulièrement **Mme Rokaya Toubale**, ma maître de stage et responsable du Service transition énergétique, pour sa confiance accordée tout au long de ma mission et les retours effectués sur mon mémoire.

Je remercie également **Anna Cathala**, animatrice Plan Climat au sein du Service transition énergétique, pour son aide en début du stage et ses conseils lors de l'écriture du mémoire.

Je tiens aussi à remercier tous les **acteurs locaux** que j'ai interrogé pour le temps qu'ils m'ont accordé et souvent, l'adaptabilité à laquelle ils ont fait preuve, au vu des contraintes engendrées par le contexte sanitaire lié au COVID19.

Enfin, je remercie personnellement les personnes qui m'ont conseillé tout au long de la rédaction de ce mémoire, notamment mes parents et mes amis.

Liste des acronymes

ADEME	Agence de L'Environnement et de La Maitrise de L'Energie
ADT	Aménagement Durable du Territoire
CEREMA	Centre d'études et d'expertise sur les risques, l'environnement, la mobilité et l'aménagement
CODEV	Conseil de développement
COPIL	Comité de pilotage
EEDD	Éducation à l'Environnement et au Développement Durable
GES	Gaz à effet de serre
GN	Grand Narbonne
LTECV	Loi de transition énergétique pour la croissance verte
PCAET	Plan climat-air-énergie territorial
PCET	Plan climat-énergie territorial
PIMMS	Structure visant à faciliter l'accès des habitants aux services publics et à les accompagner dans leurs démarches
PNRNM	Parc naturel régional de la Narbonnaise en Méditerranée
TE	Transition énergétique

Introduction

La raréfaction des ressources énergétiques et les impacts négatifs de notre système énergétique sur l'environnement ont imposé de manière inéluctable la nécessité de s'engager dans des changements conséquents. La transition énergétique que nous connaissons actuellement se caractérise par le passage de manière progressive d'un système énergétique fondé sur l'utilisation d'énergies fossiles (pétrole, gaz naturel, charbon, uranium etc.) à un système énergétique basé à la fois sur l'utilisation d'énergies renouvelables (solaire, éolienne, hydraulique, biomasse, géothermique, etc.) et sur des comportements énergétiques plus sobres et efficaces (Lejoux et Ortar, 2014). C'est donc l'ensemble du système, structuré en trois niveaux selon Smil, les ressources primaires mobilisées, les modes de transformations et les modes d'utilisation finale (De Perthuis, 2017) qu'il faut prendre en considération. La considération de ces nouvelles priorités s'inscrit à l'échelle internationale lors du Sommet de Rio en 1992 qui place le développement durable, un concept défini par le rapport Brundtland de 1987, au centre des débats (Jégou, 2007). En France, cette orientation est impulsée par les lois Grenelles I et II, adoptées respectivement en 2009 et 2010 mais n'apparaît véritablement dans le débat public qu'à partir de la Conférence environnementale sur le développement durable organisée par l'État en septembre 2012 (Lejoux et Ortar, 2014), puis par le débat national, ouvert et citoyen, sur la transition énergétique de 2013 (LTECV, 2015). Par la suite, la loi de transition énergétique pour la croissance verte (LTECV) ainsi que les plans d'actions qui l'accompagnent sont publiés le 18 août 2015 (*ibid.*). Cette loi permet de définir des objectifs à l'échelle nationale mais également de remanier et clarifier les moyens d'actions des collectivités territoriales afin d'instaurer un modèle énergétique durable (*ibid.*). Dans cette démarche, ont été mis en place les PCET (Plans climat-énergie territoriaux), véritables projets de territoire de développement durable visant les collectivités afin que ces dernières s'impliquent dans la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) pour limiter l'impact environnemental de leur territoire et s'adaptent aux changements climatiques (CEREMA, 2014). Devenu obligatoire avec la loi Grenelle II de 2010, le PCET est modernisé en 2015 et s'intitule dorénavant PCAET (Plan climat-air-énergie territorial) en intégrant un volet spécifique sur la qualité de l'air. Comme son prédécesseur, il est un outil de planification composé d'un diagnostic, d'une stratégie territoriale, d'un plan d'actions et enfin d'un dispositif de suivi et d'évaluation des mesures initiées (LTECV, 2015).

Voté le 16 janvier 2020, le PCAET de l'agglomération du Grand Narbonne, co-élaboré avec la Parc naturel régional de la Narbonnaise en Méditerranée (PNRNM), intègre une action phare (Action 14) dédiée à la création d'un réseau d'ambassadeurs multi-acteurs local pour amplifier la transition énergétique sur le territoire en y intégrant ses habitants.

La volonté de mettre en place un tel réseau d'ambassadeurs provient de l'élue, Mme Isabelle Herpe, 6ème Vice-Présidente du Grand Narbonne, en charge de la délégation « Dispositifs de développement durable, de transition énergétique et de croissance verte », conseillère municipale de Narbonne et élue au PNRNM. Cette volonté est née d'un constat, celui du manque d'implication citoyenne. En effet, suite, notamment, à deux rencontres organisées par le Grand Narbonne en collaboration avec le Département ou encore avec des associations, il s'est avéré que la participation était insuffisante. Ce projet de réseau d'ambassadeurs s'inscrit dans une démarche d'expérimentation, c'est-à-dire de tenter une nouvelle approche plus ciblée et au plus proche des habitants. Les publics visés à travers ce projet sont le milieu économique (entreprises), le milieu associatif mais surtout, les habitants, qui, dans ce premier temps de recherche, sont le public sur lequel nous nous concentrerons. L'intégration des citoyens dans les projets de politiques publiques s'inscrit aujourd'hui de manière globale dans la transition écologique, sociale et citoyenne que nous connaissons.

Mon stage porte sur la mise en œuvre d'une partie de l'action phare 14 du PCAET de la Narbonnaise, en se concentrant sur le volet citoyen. Il s'agit de mener une réflexion sur la structuration de ce réseau et d'élaborer plusieurs scénarios afin de les présenter, par la suite, aux élus. Mais alors, comment construire ce réseau d'ambassadeurs de la transition énergétique sur le territoire du Grand Narbonne ? Quelles sont les acteurs à mobiliser pour la constitution de ce réseau et quel statut et missions leur attribuer ? Comment animer et rendre pérenne le réseau ? Afin de mener cette réflexion nous allons nous demander quels sont les enjeux à la fois territoriaux, sociologiques, méthodologiques et financiers à prendre en considération afin d'accompagner, à travers ce réseau d'ambassadeurs, les habitants du Grand Narbonne dans la transition énergétique.

Nous verrons dans un premier temps, comment s'articule la politique de transition énergétique du Grand Narbonne et pourquoi elle s'intéresse à l'accompagnement au changement de comportement individuel. Dans un second temps, nous verrons quels sont les éléments essentiels à prendre en compte pour accompagner les habitants à ce

changement et ceux indispensables à la structuration d'un réseau d'ambassadeurs. Enfin, nous verrons quels choix ont été opérés pour l'élaboration de ce projet.

1. Le choix d'un réseau d'ambassadeurs dans la politique de transition énergétique du Grand Narbonne

1.1.Contextualisation de la mission et méthode adoptée

1.1.1. Le territoire du Grand Narbonne

La communauté d'agglomération du Grand Narbonne a été créée en 1999 et réunit aujourd'hui 37 communes et 127 530 habitants en 2016 selon l'INSEE sur 973 km² (Grand Narbonne, 2020) (voir Annexe 1). Narbonne, avec ses 55 000 habitants en 2016 (INSEE, 2020) représente le pôle d'attractivité du territoire en concentrant emplois, logements, administrations et activités culturelles et sportives. Le Grand Narbonne, possède une position géographique stratégique d'ampleur régionale, nationale et européenne, en étant un véritable nœud routier, autoroutier, ferroviaire, portuaire et aéroportuaire situé sur le pourtour méditerranéen. En effet, le Grand Narbonne se situe à la croisée des routes entre l'Est et l'Ouest de la France en jouant un rôle d'articulation vers Montpellier puis Marseille à l'est, et à l'inverse, vers Toulouse puis Bordeaux, à l'ouest, entre terre et mer par son ouverture sur la Méditerranée avec le port de Port-la-Nouvelle, mais également entre l'Espagne et les pays frontaliers de l'Est de la France, notamment l'Italie, structurée par l'antique Via Domitia (Grand Narbonne, 2019).

Le territoire du Grand Narbonne possède également une grande richesse naturelle et environnementale qui se compose d'une mosaïque de milieux. On y retrouve à la fois des milieux humides avec la frange littorale, les étangs et les lagunes, des milieux agricoles avec la forte présence des vignes caractéristique du paysage notamment dans le Massif de la Clape, des Corbières et du Minervois ainsi que d'une formation végétale méditerranéenne de garrigue (voir Figure 1). Cette richesse écologique en revanche fragile, est révélée par des sites de protection et de gestion de la biodiversité (Conservatoire du littoral, réserves naturelles, espaces remarquables du littoral...) et des sites à portée européenne et internationale (Natura 2000, Ramsar). De la même manière, le Parc naturel régional de la Narbonnaise en Méditerranée souligne la diversité biologique et paysagère en couvrant le territoire de 15 communes (*ibid.*) (Voir Annexe 2).

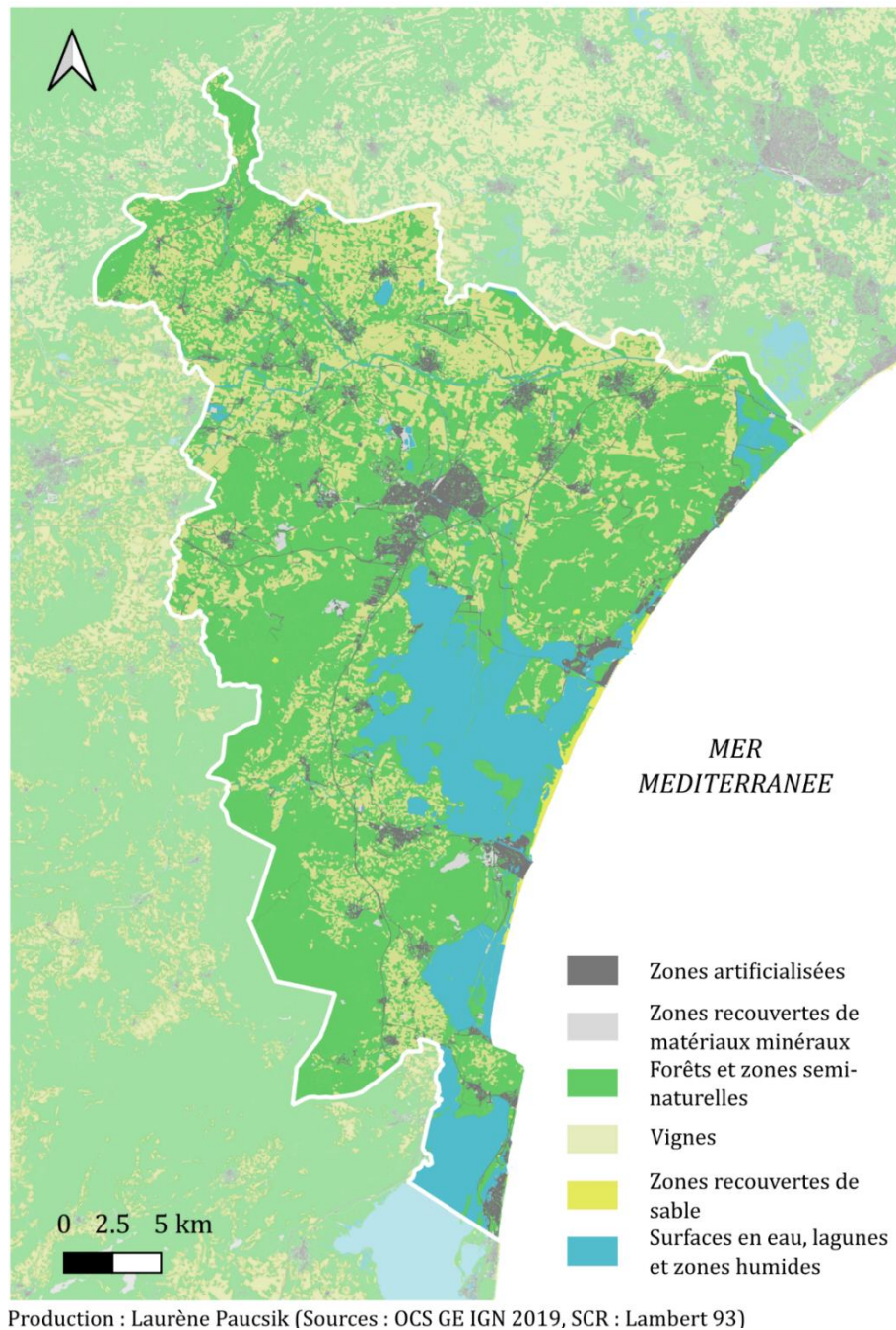


Figure 1 : Carte d'occupation du sol du Grand Narbonne, Laurène Paucsik, 2020

Le territoire de la Narbonnaise, par sa localisation géographique, sa concentration de ressources naturelles (mer, étangs, vent, ensoleillement, viticulture, pêche, ...), ainsi que ses richesses patrimoniales et historiques depuis l'Antiquité romaine (Cathédrale Saint-Just et Saint-Pasteur, Palais des Archevêques, Canal du Midi, Canal de Robine...), est un territoire attractif. D'une part, avec l'importance de l'activité touristique dans l'économie locale, avec un tourisme d'été et de « glisse » (windsurf, voile, ...), d'autre part, avec une

croissance démographique, caractérisée par la forte arrivée de personnes, majoritairement retraitées ou sans emploi (*ibid.*). Une population âgée, un fort taux de chômage et donc une part importante de ménages en situation précaire ou modeste ainsi qu'une biodiversité qui subit une pression à la fois touristique et industrielle, sont des éléments qui soulèvent une partie des caractéristiques du territoire et révèlent des enjeux non négligeables pour la mise en place d'un dispositif de participation citoyenne et de développement durable.

1.1.2. La politique de transition énergétique du Grand Narbonne

Le projet de réseau d'ambassadeurs fait partie du PCAET de la collectivité et s'inscrit donc dans une démarche plus large de transition écologique et sociale. Ce document stratégique réglementaire a permis de définir la feuille de route du Grand Narbonne en définissant, en 2019 à travers son scénario de transition, trois objectifs :

- Une baisse des émissions de gaz à effet de serre de -18% par rapport à 2014 d'ici 2030 et -37% d'ici 2050 ;
- Une diminution des consommations d'énergie de -17% par rapport à 2014 d'ici 2030 et -38% d'ici 2050 ;
- Une multiplication par 4,5 de la production d'énergies renouvelables par rapport à 2014 d'ici 2050.

De cette manière, le Grand Narbonne s'engage pour devenir un territoire autonome en électricité d'ici 2030 et territoire à énergie positive d'ici 2050 (GN, 2019).

Comme énoncé précédemment, la diminution de l'utilisation de l'énergie, qui a jusque-là été privilégiée (Bally, 2015), est un enjeu phare et suppose que « chacun doit, à son niveau, devenir acteur d'une transition, d'un changement de penser et d'agir, pour consommer moins » (Bally, 2015). De fait, prendre en compte l'importance d'une impulsion par les acteurs territoriaux signifie que la transition énergétique ne peut se faire seulement de manière technocratique mais doit également se faire « à travers les actions qu'un ménage, une entreprise, un territoire décide de mettre en œuvre à son échelle » (Lejoux et Ortar, 2014). Cette vision, aujourd'hui partagée par un grand nombre, signifie que ces acteurs doivent, aux côtés de l'État, mener et impulser des changements de comportement dans les pratiques qui touchent tous les domaines du quotidien (Lejoux et Ortar, 2014), et ainsi, ouvrir le champ des possibles au-delà des innovations technologiques (Raineau, 2011). A ce titre, on constate déjà une réappropriation des questions énergétiques par les

habitants (Raineau, 2011) à travers la volonté de mener des actions collectives locales, développant une approche participative et citoyenne de la transition énergétique que l'on nomme *bottom-up* (Bally, 2015.). Ces initiatives expérimentent une nouvelle façon d'appréhender la transition énergétique et sous-entendent la nécessité de faire évoluer le cadre institutionnel vers une décentralisation (Raineau, 2011) en optant pour une approche à la fois descendante (*top-down*) et ascendante (*bottom-up*) tout en valorisant le rôle des territoires (S. a., 2016). Malgré un décalage persistant entre la vision des institutions et celle des acteurs ordinaires, ces initiatives doivent être rendues visibles et reconnues (Bally, 2015), ainsi que permettre de développer une réelle dynamique entre acteurs locaux.

Afin d'inscrire son territoire dans cette démarche, le PCET du Grand Narbonne de 2013 avait, par exemple, donné lieu à la rédaction de chartes, par type de partenaires, qui proposaient plusieurs actions éco-responsables pouvant être mises en place. Sur cinq ans, une dizaine de chartes avaient été signées, essentiellement par des entreprises. Aujourd'hui, sous la direction du Grand Narbonne, des actions de sensibilisation ciblées sont menées par les ambassadeurs du tri sur l'ensemble du territoire. Parallèlement, la collectivité et le PNRNM sont déjà en lien avec un cercle d'associations d'éducation à l'environnement et au développement durable avec lequel ils interviennent sur le territoire. Dans ce contexte, et afin d'accentuer la proximité avec ses habitants, s'inscrit alors aujourd'hui la volonté de mettre en place ce réseau d'ambassadeurs.

L'objectif principal de la mission est d'amplifier la transition énergétique sur ce territoire en accompagnant le changement de comportement des individus. Il s'agit pour cela, de relayer et de valoriser les bonnes pratiques à la fois à l'échelle individuelle, par des éco-gestes, et à l'échelle collective, par des initiatives par exemple. Ce projet soulève plusieurs enjeux importants. Le premier est celui de l'implication d'acteurs du territoire en tant qu'ambassadeurs de la transition énergétique afin de servir de levier pour égrener les bonnes pratiques. Le second est celui de la création d'un réseau pérenne qui sous-entend notamment la mise en place d'une coopération entre acteurs mais également des moyens d'animation dans le but de fédérer autour d'un projet territorial commun. Le dernier concerne les outils utilisés pour accompagner les changements des pratiques et usages afin que tous les publics puissent s'y identifier.

Afin de mener cette mission j'ai intégré le service Transition énergétique de la communauté d'agglomération, dirigé par Rokaya Toubale, ma maître de stage. Ce service, inséré au sein de la Direction Aménagement durable du territoire (voir Figure 2), l'un des 5 pôles de la collectivité (voir Annexe 3). Créé en 2013, afin de piloter principalement le PCET, le service Transition énergétique s'occupe aujourd'hui des politiques et dispositifs structurants comme organisationnels liés aux changements progressifs et écologiques en lien avec les questions d'énergie et de développement durable. Le service est constitué de deux autres agents :

- Anna Cathala, animatrice Plan climat, en charge de la sensibilisation aux éco-gestes des agents de la collectivité et du grand public ainsi que de l'organisation d'événements sur les communes (semaine européenne de la mobilité, rencontres Plan Climat, ...);
- Gregory Delfour, technicien Energie Climat, en charge du Bilan des émissions de GES de la collectivité et de dossiers en lien avec la mobilité (déploiement des infrastructures de recharge pour véhicule électrique, accompagnement des communes dans la labellisation « écomobilité » pourvu par l'ADEME, appel à projet vélo et territoire, ...) et le patrimoine.

1.1.3. Une méthode de travail qui allie théorie et pratique

La méthode adoptée pour réaliser une réflexion sur ce réseau d'ambassadeurs de la transition énergétique s'axe sur deux éléments majeurs (voir Figure 3) :

- La **recherche** :
 - Scientifique sur l'accompagnement au changement de comportement individuel : permet d'analyser les différents comportements qu'adoptent les individus en fonction des biais qu'ils rencontrent et ainsi de savoir comment, à travers le réseau d'ambassadeurs et en tant qu'institution, il est possible d'agir ;
 - « Pratique », de type benchmark, sur des réseaux d'ambassadeurs déjà existants dans le domaine du développement durable, des recherches d'ordre méthodologique sur les éléments essentiels à l'implication citoyenne et sur la stratégie des ambassadeurs dans le marketing territorial, et enfin, sur des outils et approches de participations citoyennes afin de répertorier des idées et conseils grâce à des retours d'expériences.

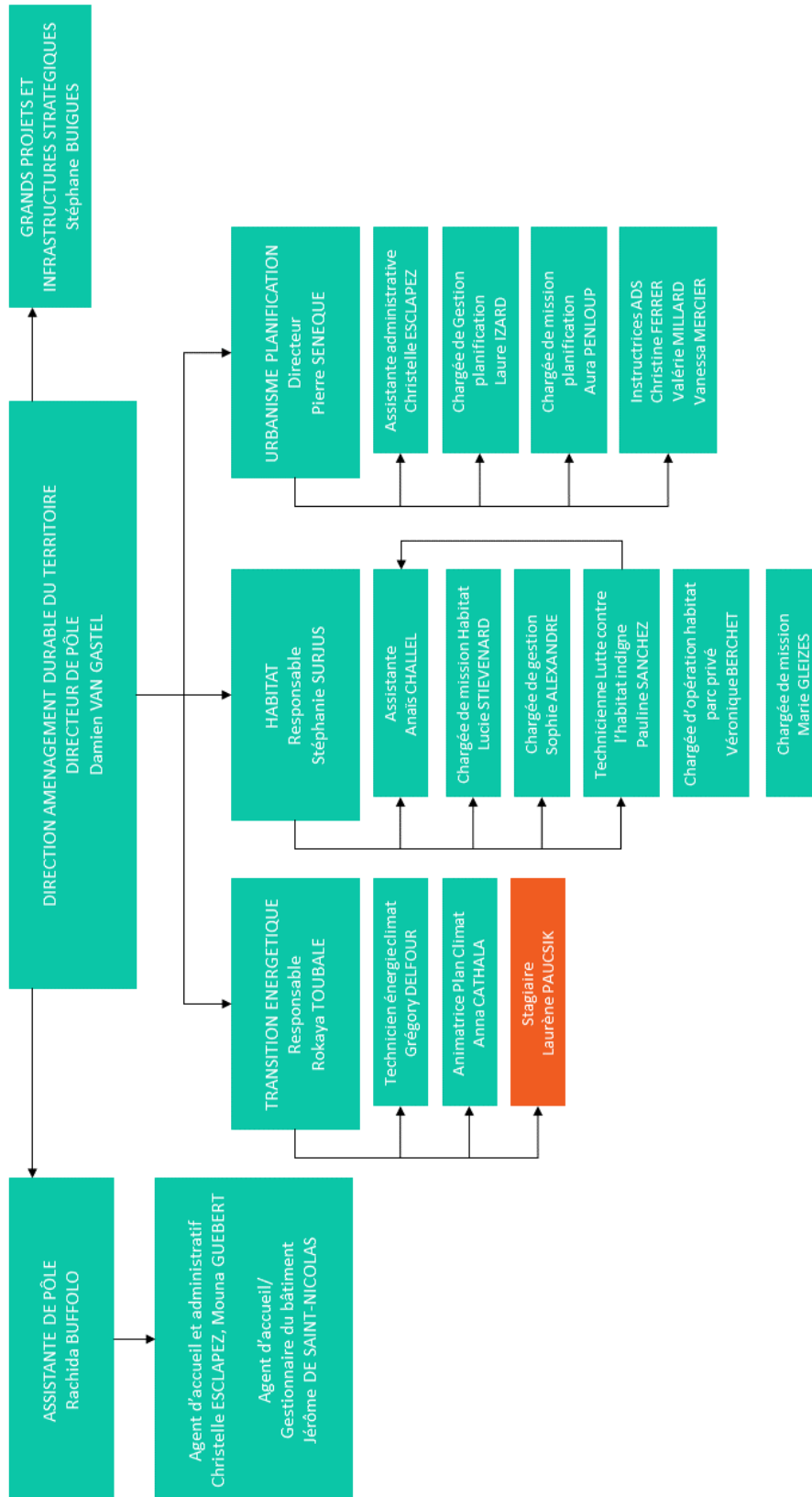


Figure 2 : Organigramme de la Direction ADT, Laurène Paucsik, 2020

- Les **entretiens**, conduits auprès de différents types d'acteurs (associations, collectifs, institutions, particuliers, ...) qui permettent d'avoir un retour d'expérience propre au territoire (voir Annexe 4).

Les entretiens représentent une grande partie du travail effectué au cours de mon stage.

Ainsi, pour les mener au mieux, ont été créés :

- Une fiche technique et théorique sur le déroulement des entretiens et sur le traitement des données (voir Annexe 5) ;
- Deux grilles d'entretiens différentes, une à destination des structures et une à destination des particuliers (voir Annexe 6). Ces grilles suivent un déroulement réfléchi, qui commence par des questions propres aux structures ou aux particuliers pour terminer avec des questions précises sur les éléments du réseau d'ambassadeurs (voir Figure 4).

Au total, 14 personnes ont été interviewées : 11 acteurs locaux issus de structures et 3 particuliers dont le listing se situe en Annexe 7.

Cette méthode permet ainsi de s'appuyer sur les théories des sciences sociales pour comprendre les motivations et contraintes individuelles, sur des retours d'expérience et conseils méthodologiques de participation citoyenne afin de mener au mieux l'implication des citoyens dans ce réseau d'ambassadeurs et enfin, de s'appuyer sur des expériences locales pour adapter les éléments du projet aux spécificités territoriales dans l'élaboration du projet.

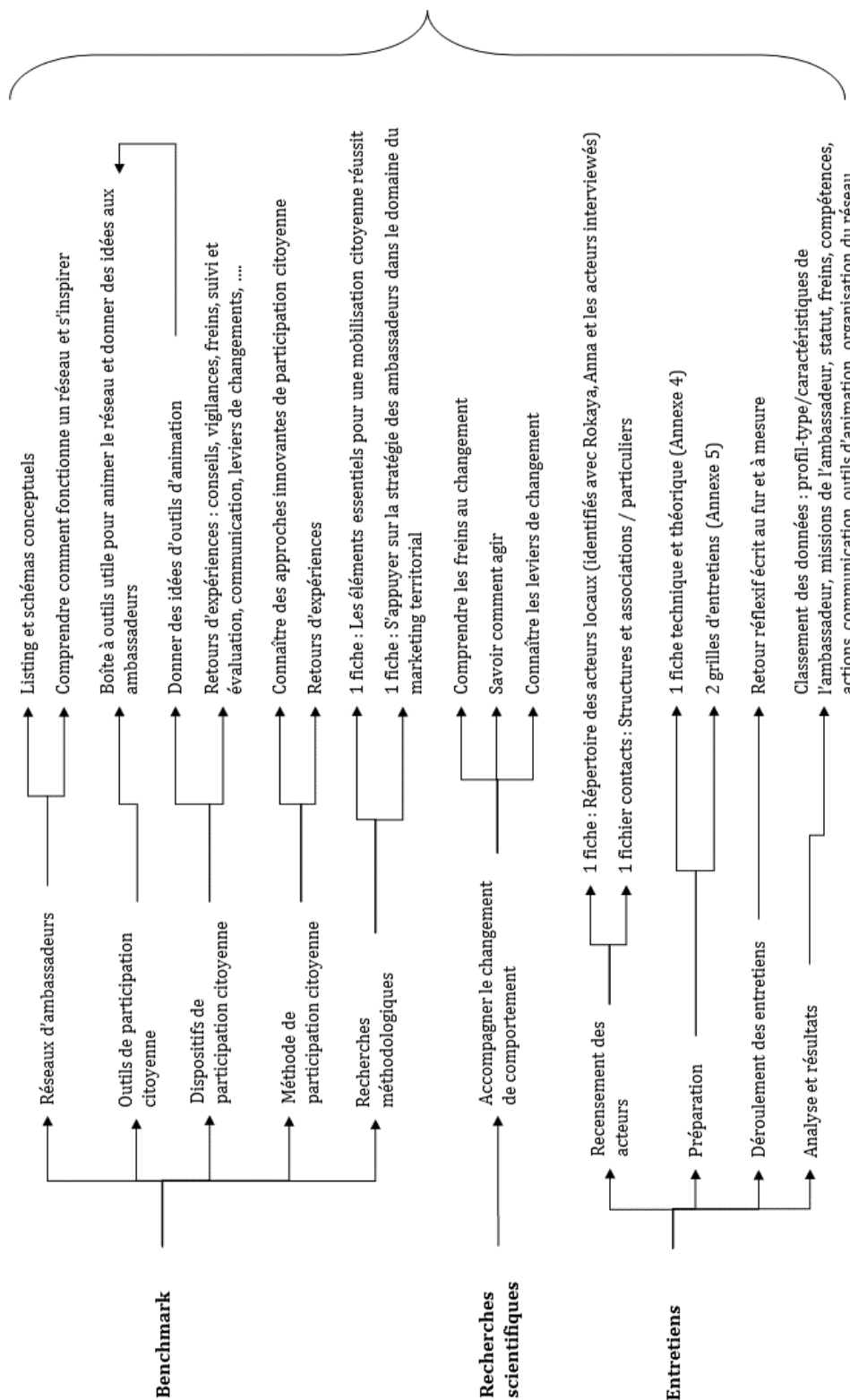


Figure 3 : Méthode de travail adoptée, Laurène Paucsik, 2020

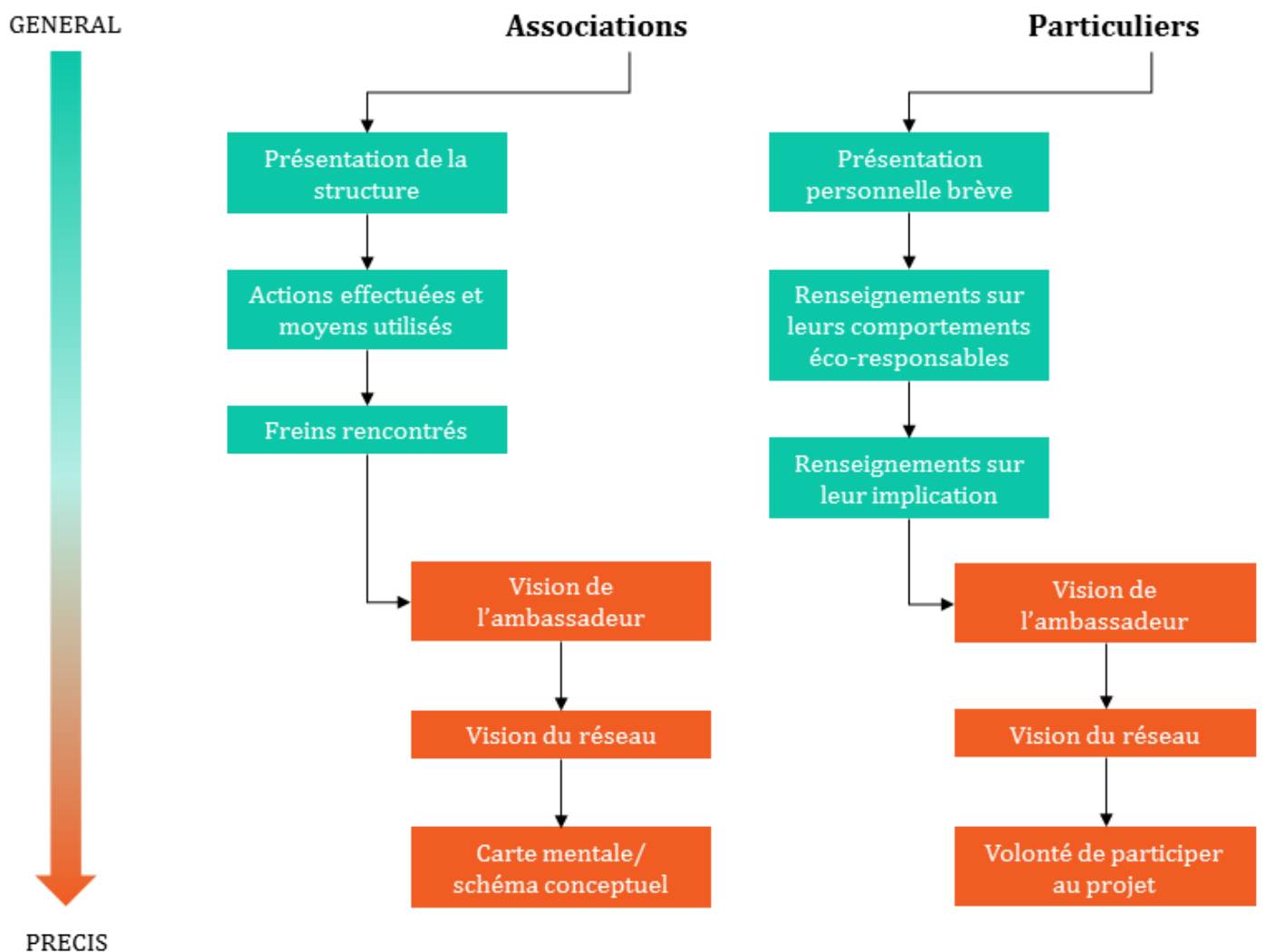


Figure 4 : Méthode de déroulement des entretiens, Laurène Paucsik, 2020

Ma mission s'est ainsi, globalement, déroulée en cinq grandes étapes successives avec des périodes d'enchevêtrement (voir Annexe 8).

- ✓ La première phase a été celle de la prise de connaissance de la mission de manière concrète, de la structure ainsi que celle de la mise en place de la méthode de travail. Durant cette première semaine, je me suis notamment concentrée sur la prise de connaissance des acteurs locaux ; ce qui s'est traduit par l'élaboration d'un fichier contacts (structures et particuliers), de la construction des deux grilles d'entretiens (voir Annexe 6), de la fiche technique (voir Annexe 5) et enfin de

l'écriture d'une fiche guide (Annexe 9) avec Rokaya Toubale à la suite de difficultés rencontrées lors d'une première prise de contact avec un acteur du milieu associatif ;

- ✓ La seconde phase correspond à la période de recherches qui s'est à la fois focalisée sur l'aspect pratique et sur l'aspect scientifique ;
- ✓ La troisième phase correspond à la période des entretiens et de leur traitement. Cette phase se constitue de deux périodes, la première correspond aux entretiens effectués auprès de représentants d'associations, de structures ou agents d'institutions, alors que la seconde correspond aux entretiens effectués auprès de particuliers. Cette seconde période, effectuée en suivant, ne relève pas d'un choix mais de la réalité du terrain, c'est-à-dire qu'aucun des particuliers n'avait répondu à la première prise de contact. Parallèlement, un travail de traitement et d'analyse des entretiens a été effectué au fur et à mesure ;
- ✓ La quatrième phase correspond à l'écriture du mémoire. C'est une phase particulière car elle répond aux exigences universitaires demandées mais rentre également dans le cadre des missions car il sera un outil d'appui pour la proposition des scénarios et d'aide à la décision ;
- ✓ La cinquième et dernière phase correspond à l'élaboration des scénarios possibles pour la structuration du réseau d'ambassadeurs.

1.2.L'intervention des politiques publiques dans le domaine de l'énergie et des changements de comportements individuels afin de surmonter les obstacles existants

1.2.1. La place des comportements individuels dans la diminution de l'empreinte carbone

Depuis 2006, on constate l'insistance des politiques publiques dans le domaine de l'énergie ou de l'environnement sur les comportements individuels (Gaspard et Martin, 2016). Une intervention légitime, car comme nous l'avons vu, le changement des comportements individuels est un des trois leviers pour permettre la transition énergétique (Lejoux et Ortar, 2014). Mais jusqu'à quel point ?

Selon le rapport publié en juin 2019 par Carbone 4 (cité par Dugast et Soyeux, 2019), premier cabinet de conseil indépendant spécialisé dans la stratégie bas carbone et l'adaptation au changement climatique, nous pouvons retenir 2 points majeurs :

La part des gestes individuels dans la diminution de l'empreinte carbone est loin d'être négligeable, mais cela n'est valable qu'à la condition que les actions mises en place ne soient pas seulement ponctuelles ou marginales. Si les Français activaient conjointement et systématiquement la douzaine d'actions relevées dans l'étude, qui vont des petits gestes du quotidien (acheter une gourde, équiper son logement de lampes LED...) à des changements de comportement plus ambitieux (manger végétarien, ne plus prendre l'avion, faire du covoiturage...) cela permettrait une baisse de l'empreinte carbone de 25%. A noter que, « parmi les actions individuelles à plus fort impact, le passage d'un régime carné à un régime végétarien » est le plus significatif en permettant à lui seul une diminution de 10% de l'empreinte carbone individuelle (voir Figure 5).

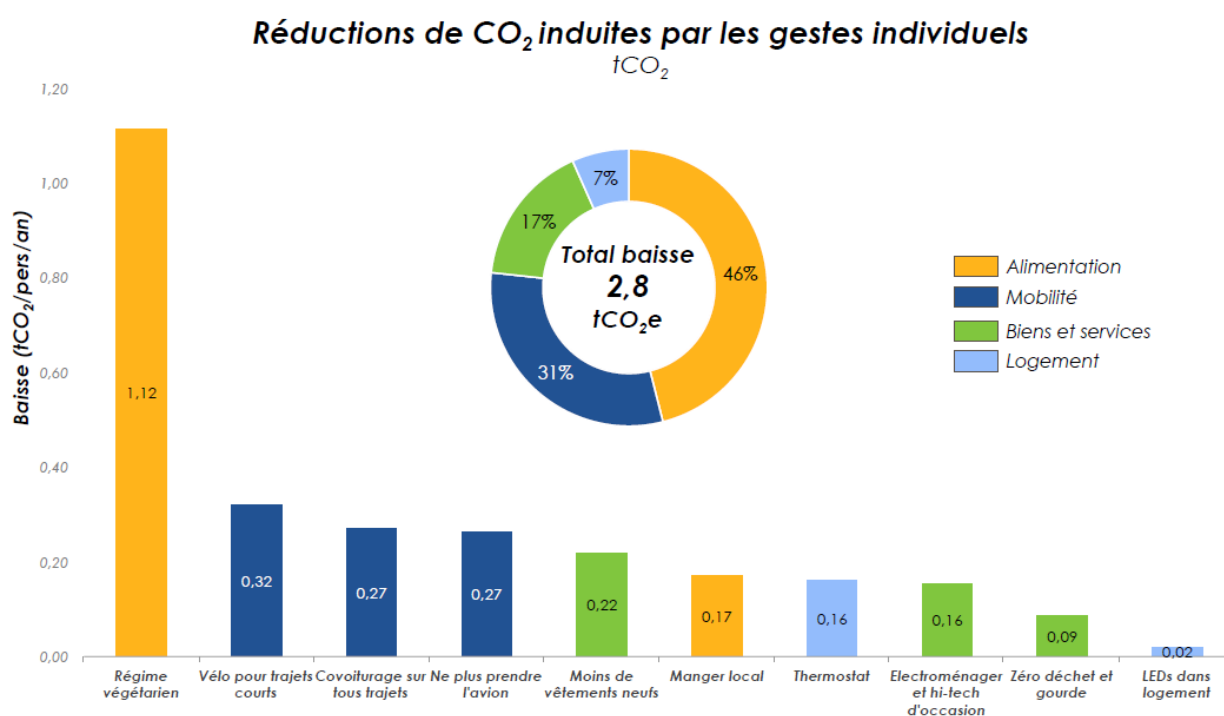


Figure 5 : Réductions de CO₂ induites par les gestes individuels, Dugast et Soyeux, 2019

Cependant, cette hypothèse du « comportement héroïque » nécessite un niveau d'engagement très fort et que l'ensemble des Français soient impliqués. De manière plus réaliste, l'étude montre que pour un Français moyen, l'impact probable des changements de comportement individuels sur la baisse de l'empreinte carbone devrait stagner autour

de 5 à 10%, alors que pour atteindre les objectifs des Accords de Paris, il devrait être de -80% d'ici 2050 (voir Figure 6).

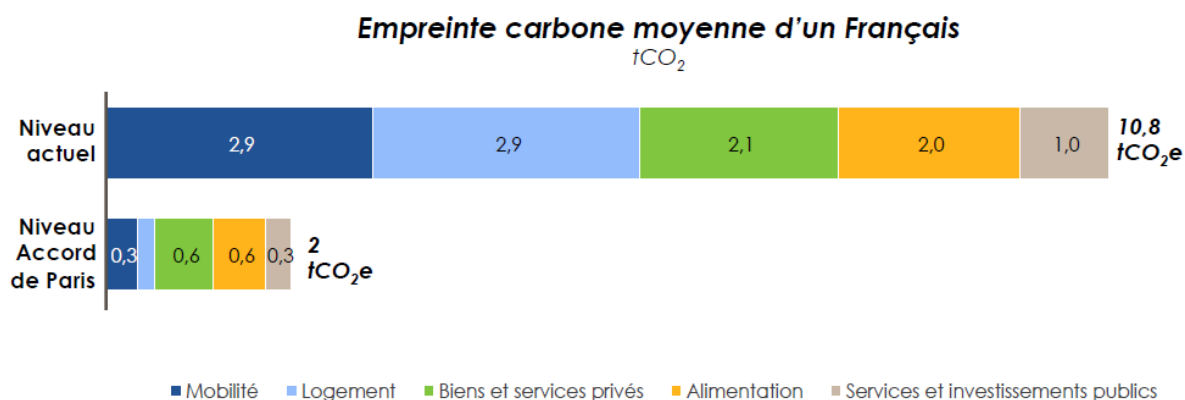


Figure 6 : Empreinte carbone moyenne d'un Français, Dugast et Soyeux, 2019

Toutefois, l'individu est limité par l'environnement sociotechnique qui l'entoure et dont il dépend. Comme nous venons de le voir, même un « comportement héroïque » généralisé à l'ensemble des Français ne pourrait permettre la baisse de 80% des émissions de GES nécessaire pour atteindre les Accords de Paris. Pour, au moins, induire une baisse d'environ 20%, soit le quart des efforts nécessaires. Pour atteindre l'objectif +2°C, il faudrait ajouter au -10% d'empreintes carbonées dues aux éco-gestes individuels, un investissement au niveau des ménages. Cet investissement comprendrait une rénovation énergétique du logement et l'achat d'un véhicule bas carbone. Ces deux points additionnés constitueraient un véritable levier de transition. En revanche, l'investissement à l'échelle des ménages demande déjà la mise en place d'incitations, notamment financières, de la part des pouvoirs publics et montre dans ce premier, la limite de l'action individuelle propre. Enfin, la part restante des efforts à faire en termes de diminution de l'empreinte carbone revient à l'État et aux entreprises, soit des investissements qui ne sont plus du ressort de l'individu. Il est à noter que le citoyen a également un rôle d'interpellation des pouvoirs publics sur ces sujets. Il peut être force de proposition à l'instar de la convention citoyenne initiée par l'Etat cette année.

1.2.2. Les freins que rencontrent les individus face au changement de comportement

La mise en place de politiques publiques sur le champ d'action de l'accompagnement au changement de comportement nécessite que les collectivités s'approprient la thématique en définissant les domaines visés. Cela demande notamment, d'être au clair sur le terme de « comportement ». En effet, cette notion a été généralisée dans ce domaine, mais n'est pas la seule pouvant décrire les actions des individus. Le terme de « comportement » est une notion utilisée en économie et en psychologie (Gaspard et Martin, 2016) qui désigne communément l'« ensemble des réactions observables chez un individu placé dans son milieu de vie et dans des circonstances données » (CNRTL, 2020). En revanche, dans le domaine de la sociologie on parle d'« usages¹ » ou de « pratiques sociales² » (Gaspard et Martin, 2016), ce qui montre que la notion de comportement n'est pas forcément la seule à prendre en compte, notamment lorsque l'on étudie et utilise divers domaines des sciences sociales pour mettre en place ce type de dispositifs.

Si la question de l'accompagnement au changement de comportement s'invite dans les politiques publiques, ce n'est pas plus par le fait qu'elle soit un des leviers de la transition que par la difficulté des individus à changer leur comportement malgré une politique de sensibilisation engagée (ADEME, 2016a). De nombreux biais viennent empêcher ces changements et c'est en les répertoriant qu'il est possible d'envisager de mettre en place des dispositifs ou des moyens ciblés afin de les supprimer.

L'un des premiers obstacles, comme l'explique Coralie Chevallier, chercheuse en sciences cognitives et en sciences du comportement, est celui de ne pas savoir, de ne pas comprendre les faits. Le manque de connaissances empêche ainsi, dans un premier temps, de créer une intention au changement (Chevallier, 2019). Ensuite, la difficulté à changer de comportement peut également provenir d'une défiance envers le messager (élites, médias, scientifiques, gouvernement, ...) où le manque de confiance amène à ne pas croire en l'information transmise ou en une politique mise en place (*ibid.*). A cela, s'ajoute le fait que les individus aiment l'habitude, « ce qui est familier est presque toujours préféré » (Ville, 2019). En effet, l'habitude est quelque chose de très fonctionnel dans la vie

¹ Pratique, manière d'agir ancienne et fréquente, ne comportant pas d'impératif moral, qui est habituellement et normalement observée par les membres d'une société déterminée, d'un groupe social donné (CNRTL, 2020).

² Manières habituelles d'agir, comportements habituels (CNRTL, 2020).

quotidienne d'un individu et représente un gain de temps. Ceci souligne, par ailleurs, l'importance des comportements rationnels chez les individus (Chevalier, 2019), qui consistent à poursuivre dans une posture qui semble fonctionner. Or, toutes les habitudes ne sont pas bénéfiques pour l'environnement. De plus, les individus sont confrontés à la distance à la fois temporelle et spatiale qu'il existe entre leurs comportements et les enjeux environnementaux. D'une part, il est difficile de mettre en lien ses propres actions, à échelle individuelle, avec des conséquences environnementales, à échelle planétaire, souvent éloignées de nous à la fois dans l'espace (nous ne sommes pas toujours tous directement impactés à ce jour, et quand nous le sommes le lien n'est pas directement fait) et dans le temps. Barbara Bonnefoy, maître de Conférences au laboratoire parisien de psychologie sociale de l'Université Paris Nanterre, parle d'une dualité entre une situation contrôlable (nos actions quotidiennes) et ses conséquences sur une situation moins contrôlable pour un individu comme l'est le réchauffement climatique (Ville, 2019). D'autre part, les changements de comportements n'ont pas d'effet immédiat sur les enjeux environnementaux et, comme le dit Coralie Chevallier, nous avons « tendance à survaloriser les récompenses immédiates et dévaloriser les récompenses à long terme » (Chevalier, 2019).

Enfin, selon la théorie du comportement planifié (voir Figure 7) développé par Ajzen, l'adoption d'un comportement dépend de l'intention de l'individu de s'y engager, sachant qu'il prend des décisions raisonnées. L'intention, quant à elle, est dirigée selon trois facteurs (Ajzen, 1991) :

- ✓ Les attitudes envers le comportement, c'est-à-dire la perception positive ou négative de l'individu sur le futur comportement (Graine Auvergne-Rhône-Alpes, 2018) ;
- ✓ Les normes subjectives, soit la pression sociale perçue par l'individu (*ibid.*) ainsi que sa volonté de s'y conformer ou pas (ADEME, 2016b) ;
- ✓ Le contrôle comportemental perçu, c'est-à-dire la facilité ou difficulté pour réaliser le comportement (Graine Auvergne-Rhône-Alpes, 2018) qui peut également être perçu comme la motivation de l'individu (Ville, 2019).

D'autres facteurs comme la socio-démographie, les croyances et les valeurs peuvent également influencer le comportement de manière indirecte à travers ces trois variables (Graine Auvergne-Rhône-Alpes, 2018).

Basé sur cette même théorie, les travaux présentés par Barbara Bonnefoy comportent un 4^{ème} facteur, celui de la justice organisationnelle. Les entreprises représentent pour les individus un espace social pouvant exercer sur lui des normes, attitudes, motivations plus ou moins importantes. La justice organisationnelle ajoute à cela le fait que les collaborateurs au sein d'une structure ont une perception de la justice de leurs conditions de travail (Ville, 2019). Cette notion de justice organisationnelle se compose de trois aspects :

- La justice distributive : il s'agit de l'« équité perçue des rétributions » liée à une action ou plus simplement de la valorisation du travail effectué ;
- La justice procédurale : il s'agit de « l'équité perçue dans la prise de décision » comme à travers la consultation ou le droit à la parole ;
- La justice interactionnelle : il s'agit de l'« équité perçue des traitements interpersonnels », soit le traitement reçu de ses collaborateurs (*ibid.*).

Ce 4^{ème} facteur ajoute l'idée que, si un salarié perçoit une injustice au sein sa structure professionnelle, cela peut avoir un impact négatif sur sa productivité, son estime, son bien-être au travail ou sur la confiance de ses collaborateurs, diminuant le potentiel d'engagement à adopter des comportements responsables pour l'environnement (*ibid.*). Ces freins identifiés par la recherche scientifique viennent appuyer les propos relevés par les acteurs locaux grâce à leur expérience sur le terrain. En effet, dans la logique du diagnostic effectué afin de connaître le territoire, il est essentiel de connaître les freins auxquels nous pouvons être confrontés afin d'adapter la structuration du réseau au territoire en question.

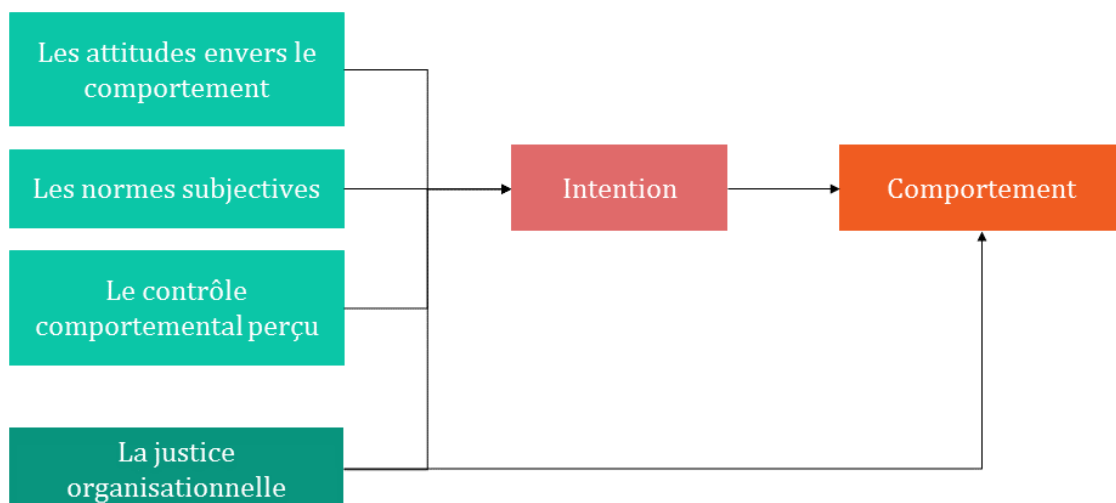


Figure 7 : La théorie du comportement planifié développée par Ajzen et les apports de la justice organisationnelle, Laurène Paucsik, 2020

1.2.3. Les freins spécifiques au territoire mis en avant par les acteurs locaux interrogés

Pour ce faire, l'ensemble des acteurs interviewés ont été interrogés sur les difficultés qu'ils rencontrent quotidiennement dans la mise en place d'actions en faveur d'une transition énergétique. Cela a permis de rassembler un grand nombre d'éléments non négligeables spécifiques au territoire du Grand Narbonne. De cette manière, cinq catégories de freins apparaissent.

Les freins sociaux

- Un territoire pauvre économiquement, en universités, en jeunes et cadres actifs ; ce qui rend difficile l'implication des habitants dans le milieu associatif et la mobilisation de la population sur les questions environnementales. Les acteurs locaux soulignent la grande part de la population âgée active dans la vie associative ;
- Un manque d'ambition de la part des habitants. De manière générale, les gens ne veulent plus s'engager, ils veulent être libres. Il y a une contradiction entre se sentir concernés mais ne pas agir et soulignent l'importance du déni « on s'adaptera quand ça se passera » ;
- Un manque de temps de citoyens actifs ;
- De fait, une difficulté à identifier les bonnes cibles, trouver des volontaires.

Les freins culturels

- Territoire où il y a beaucoup de natifs et dont le rattachement social est lié au lieu où l'on est né, cette manière de s'inscrire dans une démarche éco-responsable n'est pas source de rattachement social, de valorisation même si parfois des comportements ont déjà été adoptés. Les Audois sont beaucoup dans la retenue, dans la distance et rares, sont ceux qui se revendiquent écologiques car on ne cherche pas à s'identifier de cette manière-là ici ;
- Forte appartenance et identification à l'échelle du village, ce qui limite a priori les relations inter-villages « *on reste dans le 5 km autour de chez soi* » (particulier 3).

Les freins économiques

- Pour les citoyens, il est difficile de demander toujours plus aux citoyens alors que les coûts et factures sont toujours plus élevés ;

- Pour les associations, il existe essentiellement un manque de moyens financiers ce qui entraîne :
 - Une impossibilité d'embaucher, qui permettrait de mener des actions dans la durée et plus constructives ;
 - Un manque de communication, donc de visibilité et ainsi d'impact sur le territoire et ses habitants.

Les freins liés à la concurrence

- Le *greenwashing*³ : les personnes qui souhaitent s'engager pour se faire bien voir, ne sont pas des personnes avec de bonnes motivations ;
- Une concurrence entre associations pour les subventions (reste cependant faible) ;
- Entre associations pour ne pas empiéter sur les domaines de compétences des autres (attente majoritairement réussie).

Les autres freins

- Un manque de soutien des élus et les freins administratifs associés. De cette même manière et tout comme l'élue Isabelle Herpe l'a énoncé lors d'un entretien, pour qu'un tel projet marche « *il est essentiel d'avoir un portage politique fort* ». Cela permet de donner un cap attractif et positif autour de la transition vers une société et des modes de vie durables (S. a., 2016) ;
- Un manque d'harmonisation des directives sur le territoire ;
- Un accès trop compliqué à de l'équipement, par exemple avec la permanence des ambassadeurs du tri ouverte seulement le vendredi.

L'ensemble de ces éléments mettent en avant les enjeux essentiels de la mise en place d'un tel projet. Néanmoins, ces obstacles ne sont pas infranchissables et il est possible d'agir à partir du moment où l'on considère les actions à mettre en place en fonction des caractéristiques de sa cible et de son contexte (Gaspard et Martin, 2017).

³ Le greenwashing (éco-blanchiment) est une méthode de marketing consistant à communiquer auprès du public en utilisant l'argument écologique. Le but du greenwashing étant de se donner une image éco-responsable, assez éloignée de la réalité... La pratique du greenwashing est trompeuse et peut-être assimilée à de la publicité mensongère (novethic, 2020).

2. Structurer le réseau d'ambassadeurs : accompagner les individus et animer un réseau

2.1. Les éléments essentiels à l'accompagnement au changement de comportement

2.1.1. Agir à différentes échelles

Tout d'abord, le fait d'analyser les différents biais auxquels les individus sont confrontés dans le changement de comportement met en lumière la nécessité de faire appel aux différents domaines des sciences sociales. En effet, quatre disciplines précisément, permettent de comprendre les actions des individus afin d'adopter des dispositifs efficaces et adaptés. On retrouve :

- L'économie, qui s'intéresse aux facteurs qui dirigent nos décisions d'achat et d'investissement ;
- La psychologie, qui met en avant le rôle des processus mentaux, des pensées, des émotions dans le choix de nos actions ;
- La psychosociologie, qui montre l'influence des groupes sur les individus ;
- La sociologie, qui révèle comment la pratique individuelle reflète la société dans laquelle l'individu évolue.

(ADEME, 2016a)

De fait, afin d'entraîner un processus de changement de comportement, les résultats des sciences sociales ont permis de montrer la nécessité d'agir à différentes échelles. A l'échelle individuelle, il existe selon Solange et Albane, 3 approches :

- Celle par l'individu, en prenant en compte le fait qu'il soit rationnel c'est-à-dire qu'il agisse en fonction de ses préférences et de ses contraintes budgétaires mais qu'il soit également influencé par des dimensions cognitives, psychologiques et morales ;
- Celle par l'individu dans des petits groupes, en considérant que l'individu est confronté au poids des normes sociales ;
- Et celle par l'individu dans son environnement matériel proche, en admettant que les réalités matérielles rendent possible, influencent ou empêchent certains choix.

A l'échelle collective, l'idée est de prendre en compte la dimension collective dans les décisions individuelles en économie, c'est-à-dire l'influence que peut avoir le producteur

(l'offre) dans le choix du consommateur (la demande), ainsi que dans les actions individuelles en sociologie et en anthropologie, c'est-à-dire l'influence des actions produites collectivement dans les actions individuelles (Gaspard et Martin, 2017).

Il existe d'autres façons de délimiter les échelles selon l'action que nous voulons mettre en place mais surtout selon le levier sur lequel nous voulons agir. L'ADEME met en lumière quatre échelles : celles de l'individu, de l'entourage, de la société et des infrastructures mises à dispositions (ADEME, 2016a et 2016b).

Ces différentes échelles ne sont pas à envisager seules. C'est leur articulation qui permet d'avoir un impact plus important sur le changement de comportement des individus. Leurs intrications ont permis de conclure qu'il faut : « considérer (toujours) mais dépasser (systématiquement) une échelle d'action seulement individuelle, combiner les approches, les outils, les acteurs, et enfin, prendre le temps de comprendre les pratiques sociales à faire évoluer avant de lancer des projets, mesures ou politiques » (Gaspard et Martin, 2017).

2.1.2. Comprendre le public pour mieux cibler les actions

Les politiques publiques, pour mettre en place des dispositifs adaptés et efficaces, doivent en plus des différentes échelles, connaître le public visé. Pour cela, il est essentiel d'identifier, puis de prendre le temps de comprendre le public que l'on souhaite toucher (AREE, 2016). De cette manière, le concept de Green Gap, présenté dans le rapport de l'agence de marketing Ogilvy et Mater « Mainstream Green » permet de montrer la différence entre l'importance qu'accorde les individus aux enjeux environnementaux et les actions concrètes qu'ils mettent en place. Le résultat de cette analyse montre la difficulté que les individus ont à passer à l'acte et soulève trois catégories de personnes selon le type d'attitude qu'elles adoptent :

- Les « Super greens » sont les plus motivés et engagés dans l'adoption de comportements durables notamment car ils sont convaincus des enjeux environnementaux ;
- Les « Middle greens » représentent la majorité des individus, elle est relativement consciente des enjeux mais engage peu ou très rarement un passage à l'acte ;
- Les « Green rejectors » englobent les individus sceptiques aux enjeux environnementaux ou ceux que l'on pourrait qualifier de cyniques, c'est-à-dire des individus qui refusent catégoriquement de faire des efforts d'ordre écologique et

qui perçoivent l'adoption de comportements durables ou responsables comme des pratiques réservées à l'élite.

(Ville, 2019 ; Bennett et Williams, 2011). De cette manière, nous pouvons dire que les individus ont une sensibilité plus ou moins grande à s'engager dans l'adoption de comportements responsables. Si l'on se fixe sur l'étude effectuée dans le rapport « Mainstream Green », les efforts de communication doivent être priorisés envers ceux qui adhèrent déjà intellectuellement à ces principes et qui de plus, représente la plus grande part des individus, c'est-à-dire la catégorie « Middle green » (Ville, 2019). Xavier Brisbois, consultant et docteur en psychologie sociale nous apprend également que le changement de comportement, en tant que processus complexe, implique plusieurs étapes qui ne sont, en revanche, pas toutes nécessaires pour l'adoption d'un comportement chez un individu. Ceci, implique d'identifier le pallier sur lequel chacun individu se trouve. De cette manière, l'action à conduire consistera soit à inhiber l'habitude, donner des raisons d'essayer ou encore de faciliter le passage à l'acte (Ville, 2019).

Comprendre et définir les cibles d'une politique afin d'adapter l'accompagnement au changement de comportement est une nécessité qui a également été soulevée par les acteurs locaux interrogés. Une action ciblée peut alors se faire à l'échelle sociologique et/ou géographique. A l'échelle sociologique, cela signifie que l'on doit appréhender les divers publics citoyens que l'on trouve sur le territoire. Les acteurs locaux ont également énoncé les trois catégories précédentes en y émettant des points de vigilance. Par exemple, malgré un objectif qui est d'amplifier les comportements éco-responsables notamment aux personnes les plus aptes à être sensibiliser, il est important de ne pas oublier et de prévoir des événements ou animations adaptés aux personnes déjà convaincues et sensibilisées comme aux personnes qui ne se sentent pas concernées par les enjeux environnementaux. D'autre part, à l'échelle du Grand Narbonne, les entretiens et le diagnostic territorial font émerger plusieurs cibles (voir Figure 8)



Figure 8 : Les cibles potentielles du territoire de la Narbonnaise, Laurène Paucsik, 2020

Une des catégories les plus énoncées lors des entretiens est celle des ménages en situation de précarité. Elle fait écho aux caractéristiques territoriales et sociologiques mises en avant dans le diagnostic et appuie la nécessité d'adapter des actions pour elle. Les acteurs locaux énoncent par exemple la possibilité de renforcer des actions dans les quartiers les plus précaires, de développer l'information concernant les aides que ces personnes peuvent avoir, d'accentuer le lien entre économie et éco-gestes ou encore de s'appuyer sur leurs comportements éco-responsables qu'ils pratiquent déjà.

Cibler une action peut également se faire de manière géographique. En effet, pour couvrir l'ensemble du territoire du Grand Narbonne, il est nécessaire d'élaborer une stratégie précise qui considère les dynamiques territoriales intercommunales et culturelles. D'une part, les communes ne possèdent pas la même attractivité. On retrouve de cette manière, la prédominance de l'unité urbaine, Narbonne, puis les communes de la couronne périurbaine (fortement influencées par Narbonne), les communes multi-polarisées (dont plus de 40% des résidents travaillent dans plusieurs pôles voisins), et les autres communes en campagne plus ou moins urbanisées, qu'elles soient de petits pôles ou des communes isolées. Par exemple, durant les entretiens il a été soulevé qu'en journée dans les villages, n'étaient présentes qu'en majorité les personnes retraitées. De fait, lors de la mise en place d'une animation, il est important de prendre en compte que les actifs dans les villages ne sont présents qu'en soirée ou les week-ends. Les dynamiques habitantes ainsi que les flux migratoires et économiques en place, sont donc spécifiques à chaque type de commune, voire à chaque commune elle-même, et demandent d'être pris en compte. D'autre part, comme il a été énoncé dans les entretiens en tant que frein, il existe un sentiment d'appartenance fort qui limite les relations inter-villages, et qui sont ainsi non négligeables. Par exemple, une animation prévue dans un village, ne sera pas perçue par les habitants du village voisin comme une animation qui leur est dédiée. Connaître son public c'est donc également s'intéresser à ses pratiques, ses besoins, ses représentations et ses valeurs. Afin de prendre en compte l'ensemble des citoyens du territoire du Grand Narbonne, il est donc nécessaire de mettre en place un plan d'actions en considérant à la fois dynamiques territoriales avec l'attractivité de Narbonne et culturelles avec la forte appartenance identitaire des communes qui se situent autour.

Cette manière de cibler l'action comprend évidemment la communication. Selon le type de population concerné, socialement ou géographiquement, les outils utilisés pour communiquer sur des initiatives, animations ou événements, nécessitent d'être adaptés à

leurs interlocuteurs. Cela doit se traduire à la fois par le contenu partagé et par le canal de diffusion choisi car ils représentent la première étape de l'action et ainsi le vecteur de mobilisation du public (AREE, 2016). Les acteurs locaux ont mis en avant les canaux de communication qui selon eux et leur expérience sur le territoire marchent plus ou moins bien. Les canaux de communication qui fonctionnent plutôt bien :

- Les radios locales (RTS, Virgin, Littoral, ...) ;
- Les réseaux sociaux ;
- Le réseau, les partenaires, le bouche à oreille ;
- La presse.

Les acteurs locaux ont cependant émis une vigilance concernant la communication dans les journaux en expliquant que les articles de presse cherchent plus à montrer un événement passé que d'en faire la publicité avant et d'en aborder le fond du sujet. D'autres canaux montrent selon eux également leurs limites : la publicité et les affiches, ainsi que les newsletters qui ne sont ouvertes ou lues que dans moins de 40 % des cas. L'importance de la communication est l'élément majeur soulevé par un membre du cercle cœur du mouvement les Colibris à Narbonne, Pierre Giroux, qui a énoncé lors de son entretien et mis en avant dans la réalisation de sa carte mentale du potentiel réseau d'ambassadeurs (voir Figure 9). « *Une personne reconnue ambassadeur doit avoir accès à la communication professionnelle pour cibler très précisément la population visée géographiquement ou socialement.* » Pierre Giroux

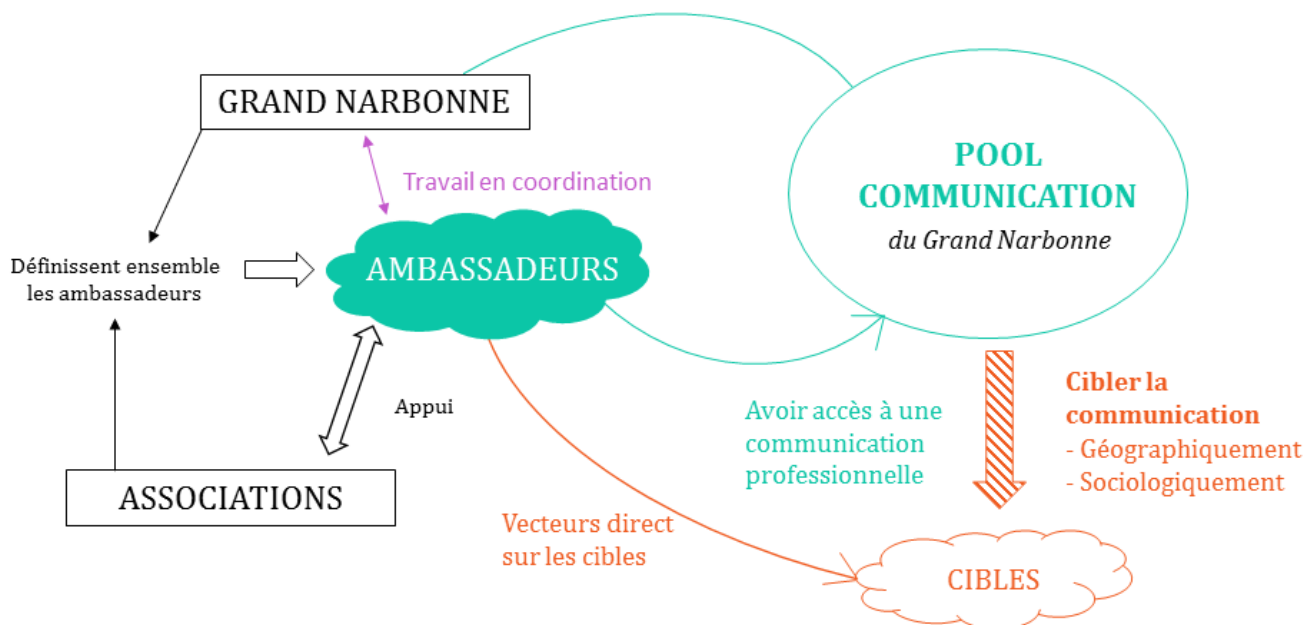


Figure 9 : Schéma conceptuel du réseau d'ambassadeurs de la TE selon Pierre Giroux, Laurène Paucsik, 2020

Pour cibler au mieux la communication, il faut donc prendre en compte l'ensemble des éléments soulevés précédemment (spécificités du territoire, sociologie, ...) mais également s'appuyer sur les leviers de changements de comportements (S. a., 2016). En effet, comprendre le public c'est adapter ses mesures d'accompagnement. Comme nous l'avons déjà mentionné, aujourd'hui, il ne s'agit plus de se focaliser sur la transmission d'informations mais bien d'accompagner les individus dans l'adoption de comportements durables. Pour se faire, des techniques et des outils ont été élaborés afin d'aider à mettre en place des mesures efficaces et adaptées, en s'appuyant sur l'expérience des années passées et en expérimentant de nouveaux moyens. Cependant, chaque situation est unique, possède ses propres caractéristiques et moyens d'action. L'importance est de ne pas chercher d'outils miracle (Gaspard et Martin, 2016) car il n'y en a pas, mais de choisir le plus adapté au contexte territorial tout en gardant la liberté de le faire évoluer et d'en expérimenter d'autres. Pour cela, il est important de s'appuyer dans un premier temps sur des leviers au changement de comportement.

2.1.3. Les leviers au changement de comportement

Dans certains ouvrages (ECODDS, 2017 ; FNE PACA, 2017 ; S. a., 2016 ; Chevalier, 2019), plusieurs piliers ou clés sont mis en lumière pour aider ceux qui souhaitent accompagner le changement :

- **Prendre le temps** : un changement d'habitude doit s'effectuer par un effort progressif et non par un changement radical. Il faut accepter le temps du changement qui est un processus dont les temporalités ne sont pas forcément compatibles avec les temps politiques ;
- **Jouer sur l'émotion** : nos décisions sont entraînées en grande partie par nos émotions et non que par la raison ;
- **La reconnaissance** : rendre les individus fiers d'eux en reconnaissant les efforts effectués par des victoires progressives ;
- **L'influence** : laisser un individu libre de faire ses propres choix est plus efficace que de le contraindre ;
- **L'encouragement** : mettre en avant la capacité et le talent pour donner envie de relever les défis plutôt que d'avoir un discours de culpabilité qui brime l'énergie, de la même manière il faut considérer les citoyens comme des êtres rationnels et capables de comprendre les enjeux ;
- **Être souple et adaptable** : faire preuve d'adaptation au public et accepter de ne pas maîtriser tout le changement ;
- **Être cohérent** : mettre en adéquation objectifs, moyens et messages ;
- **L'optimisme** : une vision optimiste qui porte des solutions et des espoirs suscitent l'engouement, « Il nous faut une vision positive du paradis bas-carbone », s'attacher aux aspects bénéfiques du changement. De la même manière, il est nécessaire de mettre en place des initiatives ludiques et oser s'amuser. A l'inverse un discours alarmiste du monde angoisse et bloque l'action ;
- **Allier action et réflexion** : associer activités de terrain et temps d'échange, de partage d'idées ;
- **L'opportunisme** : montrer que le changement est rentable économiquement ou que le citoyen va y gagner quelque chose. Un changement s'opère en premier lieu par ce qu'il peut nous apporter dans la société. Parler de ce que le citoyen y trouvera, les bénéfices que ça aura sur sa qualité de vie ;

- **Trouver la bonne porte d'entrée** : aborder la transition à travers les aspects concrets de la vie quotidienne : santé, bien-être, alimentation, plaisir ;
- **La lisibilité** : traduire des messages compliqués en statistiques simples pour pallier le problème de compréhension et de connaissance ;
- **La confiance** : reconstruire la confiance envers ceux qui transmettent de l'information (médias, élites, scientifiques, gouvernement...) ;
- **La coopération** : développer et s'appuyer sur la dynamique de groupe, oser la co-construction en intégrant dans un projet l'ensemble des personnes concernées ;
- **L'expression libre** : ménager un espace de débat pour que les oppositions s'expriment ;
- **La répétition** : favoriser la répétition de rituels, c'est en effectuant des actions de manière répétée que l'on adopte un comportement ;
- **La transparence** : assurer la transparence de l'information en communiquant du mieux que possible envers public pour faciliter l'adhésion ;
- **L'écoute et l'empathie** : se mettre à la place de l'autre sans jugement ni préoccupation (communication non violente) ;
- **La convivialité** : proposer des moments festifs à son public, amener à se rencontrer et à échanger ;
- **La continuité** : jouer sur la continuité plutôt que sur le changement, s'appuyer sur des initiatives locales et pratiques sociales alternatives qui existent déjà sur le terrain ;
- **Épouser le génie du «ET»** : travailler sur ce qui ne marche pas ET sur ce qui marche déjà, parler de l'avenir de notre planète ET de l'avenir de chaque individu, mais aussi du futur ET du présent...

2.2. Les éléments essentiels à la mise en place du réseau

2.2.1. Les ambassadeurs : la création d'un statut et d'une identité collective

Le titre d'ambassadeur est un élément principal dans la réflexion à mener sur le réseau et renvoie à plusieurs points : comment définit-on un ambassadeur ? Quel statut lui attribue-t-on ? Et, quelles sont les compétences qu'il doit posséder ?

La définition d'« ambassadeur » est dans un premier temps essentielle, afin de caractériser son rôle et de donner du sens à ses missions. Au sens figuré, dans le langage courant ou littéraire, un ambassadeur est défini comme « celui, celle qui est chargé(e) par un particulier d'une mission, d'une démarche quelconque ou qui représente simplement une autre personne, une collectivité, une valeur » (CNRTL, 2012). En allemand, le mot ambassadeur « *botschaft* » signifie « porteur de message » (Godet, 2014). Pour avoir une idée plus spécifique de ce que pourrait représenter un ambassadeur sur notre territoire et dans ce contexte de transition énergétique, je me suis appuyée sur les propos et les visions énoncés par les acteurs locaux interrogés. De cette manière, lors des entretiens, la première question posée concernant le réseau à proprement parler (voir Annexe 6), était « Comment définissez-vous un ambassadeur ? ». Cette question a, dans un premier temps, permis de définir de manière générale ce qui caractérise communément un ambassadeur. Les résultats sont représentés par le schéma ci-contre (voir Figure 10) et montre la construction d'un profil-type.

Cette définition de l'ambassadeur renvoie au spectre de valeurs que l'on retrouve chez le POTES (Pionniers Ordinaires de la Transition Énergétique) en Région Bourgogne-Franche-Comté dont la démarche est de tester l'approche « gestion de transition » (née en 2000 aux Pays-Bas). Les POTES sont des personnes considérées comme précurseuses, pionnières, innovatrices du quotidien en matière de transition énergétique. L'objectif de la démarche est de donner un élan à la transition énergétique sur l'ensemble de la Région en créant une dynamique de territoire par la mobilisation citoyenne. La formation de ce groupe a mis en lumière des valeurs auxquelles ils adhèrent afin de comprendre qui ils sont, leur vision du territoire présent et à venir et leurs perceptions des innovations et de leurs pratiques (Dartiguepeyrou, 2017). Cette expérience des POTES ainsi que les retours faits des entretiens nous amène à la nécessité de créer une véritable identité de l'ambassadeur à travers des valeurs ou caractéristiques afin de créer une dynamique et adhésion collective.



Figure 10 : Ambassadeur, la création d'un profil-type selon les acteurs locaux, Laurène Paucsik, 2020

Mais alors, qui est-il ? D'où vient-il ? Quel statut lui-est-il attribué ? Un grand nombre d'acteurs locaux interviewés mettent en lumière la nécessité de « *structurer un réseau hétérogène, c'est-à-dire non seulement associatif* » (Typhaine Adell-Legrand) mais qui s'appuie sur la diversité des structures présentes « *culturelles, sportives, touristiques, etc.* » (Sergio Conçalves).

Les acteurs potentiels identifiés sont les suivants :



- Citoyens
- Associations en lien avec les enjeux environnementaux
- Acteurs sociaux (CCAS, CAF, Slime, PIMMS,...)
- Acteurs culturels
- Acteurs économiques (entreprises)
- Elus
- Institutions
- Éducateurs à l'environnement
- Associations sportives

Figure 11 : Les acteurs du territoire, Laurène Paucsik, 2020

Cette mise en avant du rôle des acteurs locaux et de la diversité des participants se retrouve dans la vision de Sergio Gonçalves (voir Figure 12) et de Typhaine Adell-Legrand (voir Figure 13) qui misent sur le partage de connaissances entre ambassadeurs afin de toucher au mieux et de manière plus ciblée la population visée.

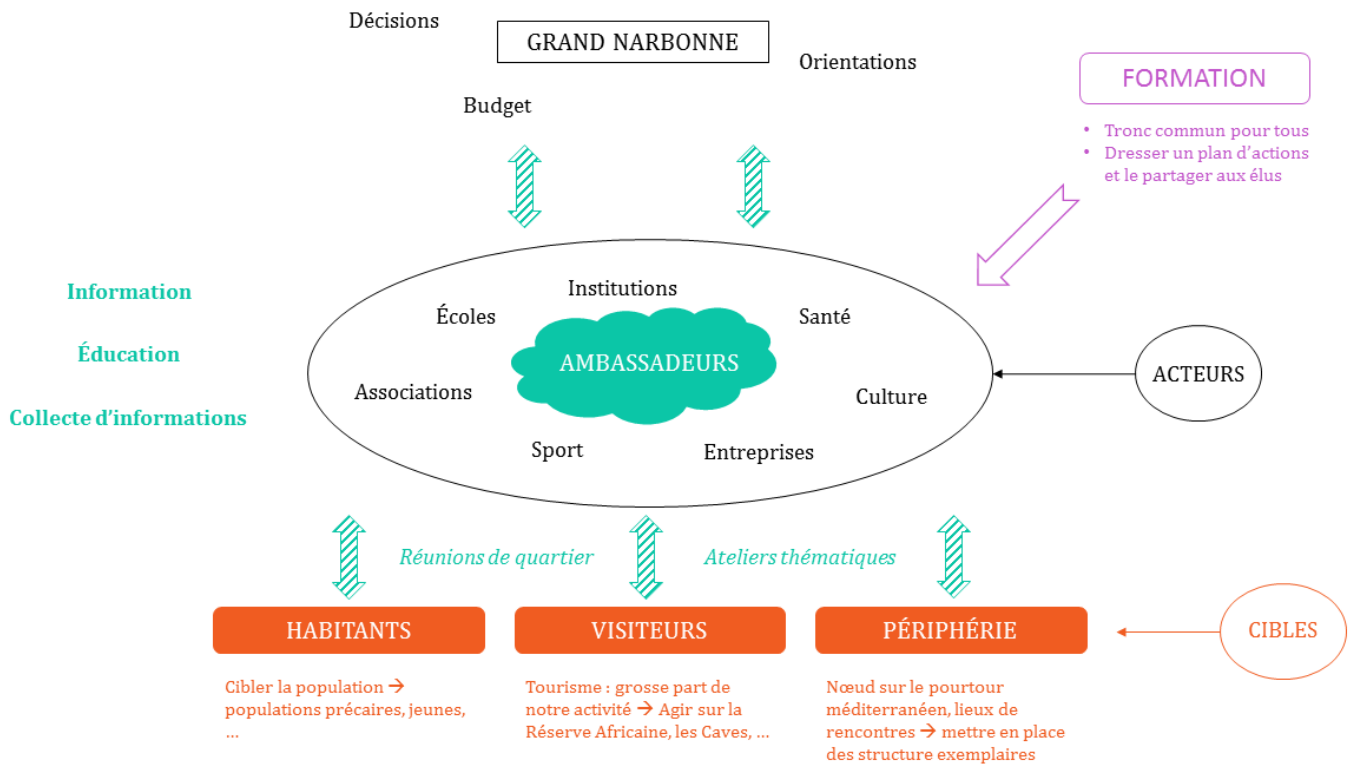


Figure 12 : Schéma conceptuel du réseau d'ambassadeurs de la TE selon Sergio Gonçalves, Laurène Paucsik, 2020

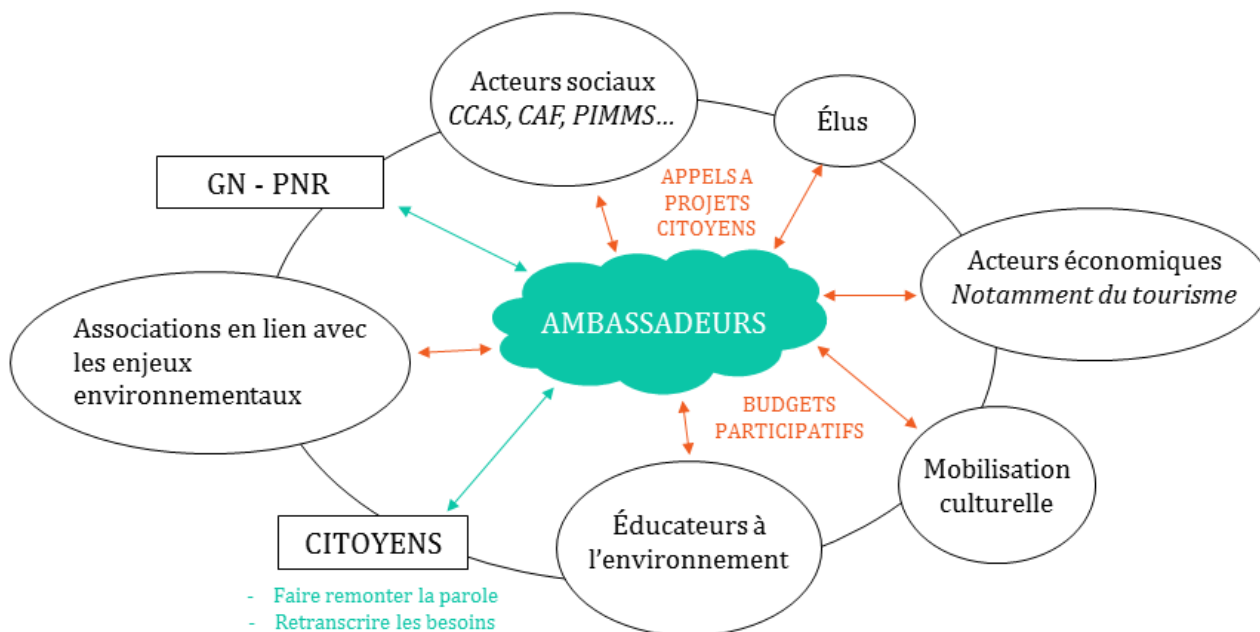


Figure 13 : Schéma conceptuel du réseau d'ambassadeurs de la TE selon Typhaine Adell-Legrand, Laurène Paucsik, 2020

Les acteurs interrogés ont également mis en avant un potentiel intérêt à structurer le réseau à la fois avec des spécialistes (par thématiques) comme des généralistes. Mettre en avant la spécificité de chacun permet de valoriser les compétences de chacun et de s'appuyer dessus, alors que les généralistes sont polyvalents et permettent d'agir sur plusieurs tableaux. Cette réflexion fait référence au réseau d'ambassadeurs proposé par Anne Canovas qui délimite le champ d'action de chaque ambassadeur selon des thématiques spécifiques (voir Figure 14). Cette vision permet d'imaginer un autre type de réseau et renvoie à la question de la formation des ambassadeurs.

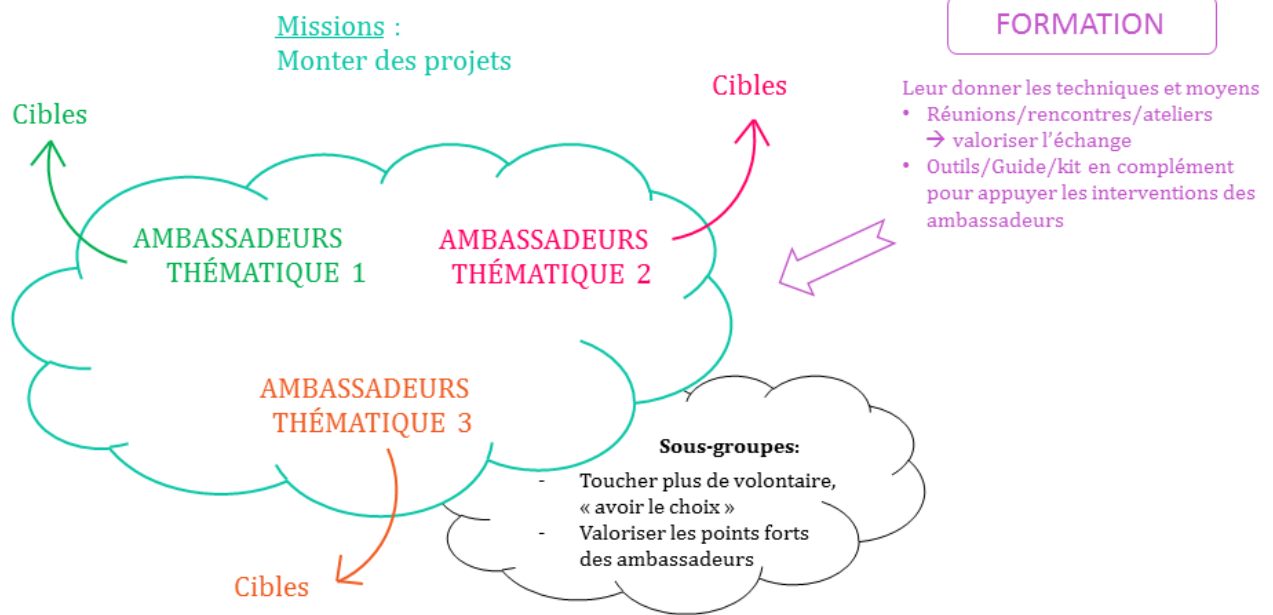


Figure 14 : Schéma conceptuel du réseau d'ambassadeurs de la TE d'après les propos de Anne Canovas, Laurène Paucsik, 2020

En effet, sous quelles conditions devons-nous alors recruter les futurs ambassadeurs ? Doivent-ils être formés ? Et si oui, de quelles manières ? Si les ambassadeurs ne sont pas seulement des personnes averties ou déjà dans le milieu des enjeux environnementaux et de la transition énergétique, la formation initiale doit-elle être différente ? Si chaque ambassadeur revêt une thématique différente selon ses spécificités ou compétences, doivent-ils tout de même être formés ? Seulement sur leur(s) thématique(s) ?

Former les ambassadeurs est une idée ressortie de la majorité des entretiens, avec pour objectif principal de donner de la légitimité aux ambassadeurs dans leurs actions. La question de la formation est importante car elle donne les moyens et les outils nécessaires pour agir mais peut aussi permettre de créer un tronc commun entre tous les ambassadeurs et affirmer leur identité collective.

Pour finir, quel statut doit-on attribuer à l'ambassadeur et à quel titre ? Le statut est un élément important à considérer car selon si l'ambassadeur est rémunéré ou non, d'autres éléments sont à prendre en compte. En effet, les acteurs interrogés ont soulevé deux points sur lesquels être vigilant.

Le premier concerne le statut en soi. Le bénévolat, plutôt que la rémunération, a été évoqué à l'unanimité lors des entretiens mais nécessite de prendre quelques précautions. Il a, par exemple, été mis en avant que le bénévolat puisse être de courte durée si aucune contrepartie n'est prévue. Cela demande à la fois de choisir des ambassadeurs motivés, qui ont de vrais projets et du temps à consacrer au réseau et non des personnes qui font ça pour leur image, ainsi que de leur dédier des temps et des échanges pour leur témoigner une reconnaissance face aux actions effectuées.

Le second concerne le titre avec lequel l'ambassadeur porte la casquette, c'est-à-dire, en son nom propre, en tant que particulier, ou bien au nom d'une association, d'une entreprise, d'une structure. Chaque posture a ses avantages et ses inconvénients. Le principal avantage de se déclarer ambassadeur en son nom est d'avoir une parole libre et la possibilité d'agir sans devoir représenter et porter le poids d'une structure, comme c'est le cas dans le réseau des POTES en Bourgogne-Franche-Comté. A l'inverse, représenter une association permet de s'appuyer sur ses compétences, son réseau et de valoriser les structures existantes tout en leur donnant une possibilité d'agir.

Une fois la question de l'ambassadeur traitée, vient la réflexion autour de la configuration et de la gestion du réseau.

2.2.2. Le réseau : conseils, vigilances et retours d'expériences

Un des premiers points à aborder lors de la structuration du réseau est la configuration que l'on compte lui donner. Si l'on s'appuie sur les analyses faites autour des réseaux d'ambassadeurs dans le domaine du marketing territorial (Godet, 2014), plusieurs types de réseaux sont envisageables et permettent de faire avancer la réflexion dans ce projet. Le premier, est un réseau dit « ouvert », c'est-à-dire qu'il repose sur les avantages à recruter autant de personnes que possibles. A l'inverse, le second, est un réseau dit « exclusif », c'est-à-dire que le recrutement se fait sur des critères spécifiques, qui par exemple peuvent être définis par la profession ou la position d'un individu. Cet aspect permet de faire le lien avec le type de personne que l'on recrute et des critères que l'on met en place lors du recrutement, que nous avons traité précédemment.

Dans le cadre de cette recherche, il s'agit de se focaliser sur le volet citoyen. Cependant, il est intéressant d'envisager un potentiel élargissement des acteurs, en sachant que « *plus le réseau sera hétérogène, plus il touchera de personnes* » (Sergio Gonçalves). Dans ce cas-ci, devons-nous choisir un réseau ouvert ou exclusif ? Serait-il pertinent de commencer avec

un réseau exclusif puis de le faire évoluer en réseau ouvert après une période d'expérimentation ? Ou devons limiter les contraintes de recrutement dès le départ ?

L'élargissement du réseau peut également être pensé en termes de répartition géographique. Doit-on restreindre le recrutement, au départ à l'échelle de Narbonne, unité urbaine du territoire, puis élargir le réseau, ne fixer aucune restriction, ou se développer directement sur l'ensemble des communes de la communauté d'agglomération ? A ce titre, selon Lucie Stievenard, il est préférable « *d'agir directement sur l'ensemble du territoire afin de ne pas exclure des communes qui pourraient déjà se sentir [déjà] en marge* » du pôle d'attractivité que représente Narbonne.

Ces enjeux d'élargissement géographique et d'origine des ambassadeurs suscitent néanmoins d'être vigilant à ne pas être trop ambitieux. Typhaine Adell-Legrand l'a par ailleurs énoncé, « *il faut faire attention à ne pas être fourre-tout, commencer petit pour ne pas se laisser déborder* ». Ainsi, il est important que ce choix d'un réseau ouvert ou exclusif et limité ou non en nombre d'ambassadeurs, doit être défini en fonction des objectifs du projet et des spécificités du territoire.

S'ajoute à cela, la possibilité de définir un effectif d'ambassadeurs. Dans ce cas-là, le réseau est plus petit et permet de créer un sentiment d'intimité plus élevé et un niveau d'interactions plus intense et vivant. A l'inverse, un réseau plus large sera moins propice aux interactions entre membres et plus difficile à gouverner mais en revanche, sera plus ouvert sur le monde environnant et moins énergivore, « *plus il sera grand, plus le travail sera réparti* » (Emilie Moreira).

La gestion d'un réseau d'ambassadeurs nécessite de prendre en compte des éléments influencés par la sociologie et la situation économique du territoire concerné, mis, par ailleurs, en évidence par l'expérience des acteurs locaux ou par l'expérience de projets similaires.

Une fois la configuration choisie, des éléments d'animation et de gestion du réseau doivent être réfléchies. Ainsi, le second point sur lequel nous pouvons nous focaliser est celui de la communication, car comme nous l'avons vu, il est primordial dans la mobilisation au public et doit être considéré comme un élément à part entière. Par conséquent, la communication est un élément pris en compte de manière systématique par les acteurs locaux et particuliers interrogés ainsi que dans les retours d'expériences⁴ sur lesquels je

⁴ ADEME, s.d. ; Bonnet, 2020 ; Lacassagne et al., 2020 ; CéléWatt, 2020 ; Citoy'enR, 2020 ; DRIEE et AREC, 2018 ; CLER, 2020 ; Geffroy et al., 2016 ; Grand Lyon, 2017 ; Jahnich, 2012, Enercoop, 2020, Sage, 2019.

me suis appuyée. Ces entretiens et recherches ont permis de dégager des conseils et remarques :

- Concevoir un plan de communication ciblé pour définir les objectifs, un calendrier précis et structurer la promotion du réseau ;
- S'appuyer sur les associations, communes et structures locales comme relais de communication pour bénéficier de leur proximité avec les différents publics ;
- Avoir une communication professionnelle avec un portage politique, officiel ;
- Faire de la créativité un gage de réussite en utilisant des formats attrayants ;
- Faire plus de communication car « il y a un manque cruel de communication sur le territoire si nous ne sommes pas déjà dans un réseau » (Particulier 1) ;
- Faire de la communication pertinente (s'appuyer sur des éléments énoncés dans les leviers de changement au comportement).

Ensuite, les acteurs interrogés ont mis en évidence quelques conseils et idées afin d'organiser et d'animer le réseau. Le premier point concerne l'animation. Anne Canovas a proposé d'externaliser les compétences du GN pour animer le réseau et de la possibilité de s'appuyer sur sa structure, le réseau GéeAude, pour le coordonner. Externaliser une partie des compétences permet de répartir la charge de travail étant donné que la mise en place d'un tel projet et son maintien demande beaucoup d'énergie, de moyens humains. Il est important de pouvoir s'appuyer sur une personne présente et motivée qui s'occupe du suivi tout au long du projet. A Besançon, une des clés de réussite de la mise en place de la méthode Conversations Carbone a été de désigner un binôme d'animation et non une seule personne. De cette manière, il pourrait être intéressant de s'appuyer sur une personne extérieure et spécialiste dans la coordination pour soutenir l'agent du GN ou du PNRNM en charge de l'animation du réseau.

Ensuite, concernant les animations des ambassadeurs, il a été conseillé de s'appuyer et de se regrouper sur des événements déjà existants à la place d'en créer de nouveaux. L'objectif étant encore une fois, de ne pas déployer de l'énergie qui pourrait être utilisée ailleurs. Par ailleurs, cela permettrait également de venir en soutien aux événements déjà présents et aux associations qui mettent en place des actions sur le territoire, et non de se substituer à eux/elles.

Enfin, les acteurs ont mis en évidence la nécessité de créer un système d'organisation et d'animation souple, c'est-à-dire sans trop d'obligations, afin de toucher des personnes qui

ne sont pas dans des associations. Comme énoncé dans les freins, une partie des individus ne veulent aujourd'hui, plus s'engager, se sentir contraint. Laisser libre le choix aux ambassadeurs des événements, proposer des manifestations et projets collaboratifs ouverts sur la base du volontariat semblent donc un moyen d'attirer, sans dicter, à la fois des ambassadeurs volontaires et des personnes à sensibiliser. Ce dernier point, amène la réflexion aux outils d'animations du réseau.

2.2.3. Les outils d'animation

Cette dernière sous-partie, récence des idées d'outils potentiellement utiles afin d'animer le réseau d'ambassadeurs. L'objectif ici, n'est pas de répertorier l'ensemble des outils existants mais plutôt de prendre en considération la parole des acteurs locaux interrogés et de mettre à profit une partie de mes recherches. Pour commencer, 3 sous-objectifs peuvent être envisagés dans un premier temps : informer sur le Plan Climat de la Narbonnaise (les objectifs définis, le plan d'actions, les obligations...) ; informer sur ce qui existe déjà notamment en termes de rénovation de l'habitat, d'isolation, d'aides ; et enfin, ne pas s'arrêter à sensibiliser mais donner les informations nécessaires et les outils pour agir en fournissant du matériel éco-gestes gratuitement.

Pour se faire, et ainsi faciliter le passage à l'acte, les ambassadeurs pourraient s'appuyer sur des outils prêts à l'emploi, comme par exemple des kits, des tutos, des fiches pédagogiques ou des liens simples d'accès, tout en gardant un aspect collaboratif. En effet, le réseau pourrait mettre à disposition ce type d'outils, qui existent déjà de manière abondante, tout à laissant la liberté aux ambassadeurs ou structures relais de les améliorer et de les enrichir en fonction de notre contexte de transition énergétique et des spécificités de notre territoire. Les acteurs interrogés ont également mis en avant, la nécessité d'aller au-devant de la population et à sa rencontre à travers des événements publics. Anne Canovas souligne par exemple, la possibilité de « favoriser des petites actions fréquentes et régulières plutôt que de gros événements afin d'avoir une identité visuelle ». Cela pourrait se traduire par des animations hebdomadaires, bi-mensuelles ou mensuelles sur un marché de quartier, tout en privilégiant des « animations courtes, pratiques, ludiques et pragmatiques afin de toucher le quotidien des habitants même si ce n'est pas toujours le même prestataire » ou ambassadeur (Anne Canovas), ainsi que des animations où l'on puisse « apprendre à faire des choses simples, accessibles et gratuites » (particulier 1). D'autres soulignent la possibilité de programmer des animations en

extérieur, car, comme le souligne un particulier interrogé, « de mon regard, il manque des choses à ciel ouvert [...] qui permettraient d'être visible et d'inciter les gens à venir ». De cette manière, les ambassadeurs pourraient envisager de « faire au moins tous les 2 mois des ateliers de plein-air (sur la promenade des Barques, au parc de l'hôpital, à la place de la mairie...) sur des thématiques différentes à un créneau défini (par exemple tous les 1^{ers} mercredis du mois) ». Ces conseils s'appliquent parallèlement aux types d'animations envisagés.

Une fois le fond du sujet appréhendé et toujours grâce aux retours d'expériences issus des acteurs du territoire et des recherches, quelques animations qui revêtent a priori une forme intéressante afin de mobiliser et d'impliquer les citoyens ont été relevées (voir Figure 15). La méthode SPIRALE par exemple permet de dégager les indicateurs de bien-être et de mobiliser tous les acteurs d'un territoire, dans la coresponsabilité et la coconstruction d'un projet. Les ateliers fixes, pourraient se définir par la création d'« une maison de la mobilité » (Laurent Anna) ce qui permettrait de toucher du monde en définissant un lieu fixe. Le Design thinking est une technique d'animation basée sur l'expérience de l'utilisateur composée en 5 phases : comprendre son environnement, identifier une problématique précise, trouver une idée qui permet sa résolution, concevoir puis tester ce produit. Les pique-niques, quant à eux, permettent de réunir des individus et de les mettre en relation à travers une animation conviviale et ludique. Les cafés scientifiques permettent aux citoyens et aux scientifiques de se rencontrer dans un espace convivial pour une discussion ouverte sur un thème spécifique, l'objectif étant « d'instaurer un dialogue permanent entre le monde scientifique et la société civile » (UniNE. s. d.). Les réunions de quartiers pourraient prendre la forme d'apéros ou des projections de documentaires. Les ateliers attrapes rêves permettent de mieux s'exprimer, imaginer et non réfléchir en termes de contraintes.

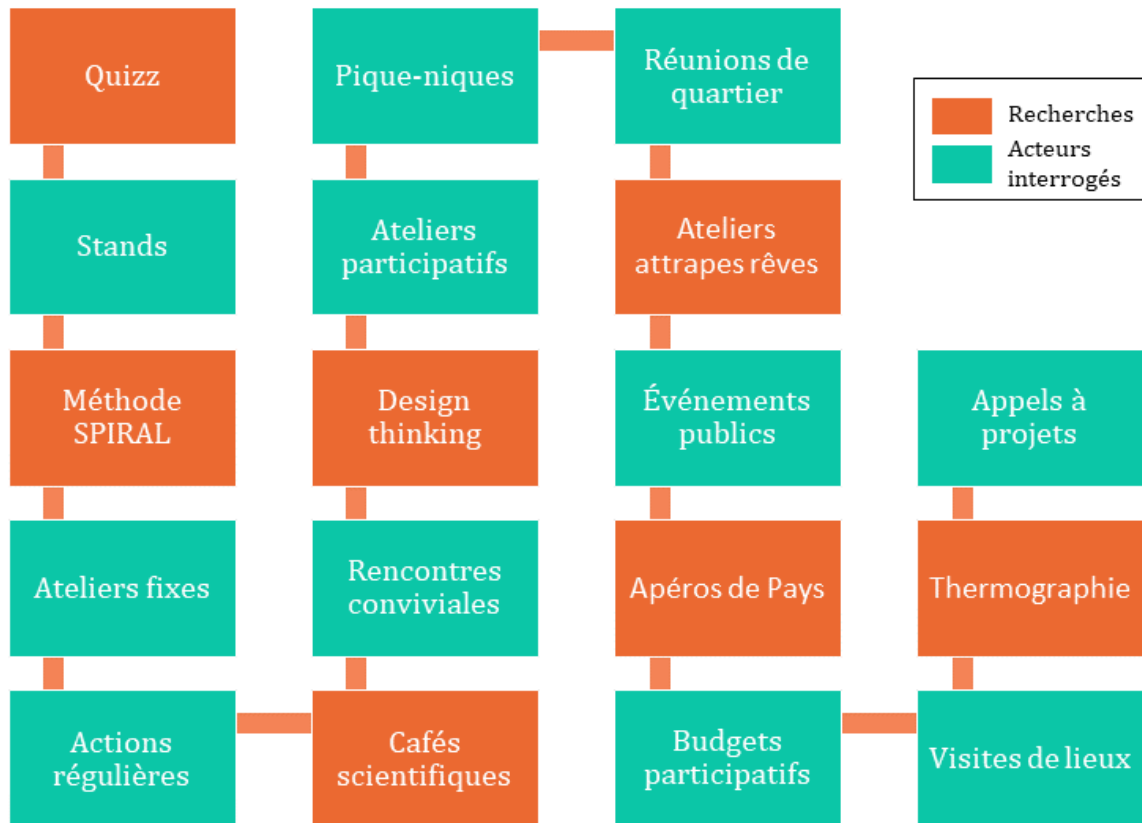


Figure 15 : Exemples d'outils d'animation, Laurène Paucsik, 2020

Les apéros de Pays proposent un moment convivial, une découverte ou une redécouverte des produits et des producteurs du territoire. Comme dernier exemple, la thermographie utilise la photographie thermique afin de confronter les habitants aux dépenses énergétiques des maisons et de servir de support afin de leur présenter, par la suite, les principes de réhabilitation. Ces outils participatifs et méthodes d'animation n'en sont que quelques exemples mais montrent le potentiel d'animation que peut recouvrir le réseau d'ambassadeurs.

3. Élaboration de scénarios et retours critiques

3.1. Résultats de la réflexion

Cette réflexion à la fois théorique et pratique m'a permis d'approfondir mes connaissances dans le domaine de l'accompagnement au changement de comportement individuel et ainsi, de comprendre et d'identifier les divers leviers utiles dans l'élaboration

de ce réseau d'ambassadeurs citoyens. L'objectif de la mission, élaborer des propositions à présenter aux élus, se traduit par :

- Une partie descriptive et explicative du scénario, composée de plusieurs propositions et options envisageables en fonction des idées retenues et des moyens financiers qui seront accordés (voir Annexe 10) ;
- Un fichier Excel récapitulatif qui répertorie les coûts (voir Annexe 11) ;
- Une note de cadrage construite à destination des élus (non effectuée à ce jour).

Pour réaliser ces divers scénarios, j'ai, sur les recommandations de Rokaya Toubale, divisé la réflexion en 6 étapes principales synthétisées dans le schéma ci-joint (voir Figure 16) et présentées ci-dessous.

Étapes



Figure 16 : Les étapes essentielles à la élaboration des scénarios pour la structuration du réseau d'ambassadeurs, Laurène Paucsik, 2020

L'étape 1 est une étape essentielle dans le montage de tout projet car elle permet de définir la gouvernance, c'est-à-dire de définir le rôle des acteurs concernés. De cette manière, il a été défini avec Rokaya Toubale :

- Un groupe projet qui pilote, suit et anime le projet, composé des deux agents référents du PCAET au GN et au PNRNM, ainsi que de l'animatrice Plan climat du

GN, d'une coordinatrice issue du milieu associatif spécialisée dans la démarche éco-citoyenne et de l' élu référent au GN et au PNRNM ;

- Un comité technique qui met en œuvre et mobilise, composé de structures associatives et sociales afin de créer un réseau de structures relais sur lesquelles les ambassadeurs peuvent s'appuyer et de 2 à 3 ambassadeurs pour s'inscrire dans une démarche citoyenne ;
- Un Comité de pilotage qui décide, initie et arbitre, composé du comité technique et des élus référents.

Intégrer les acteurs locaux dans le comité technique est essentiel dans ce type de démarche citoyenne. Ajouter au fait qu'ils représentent un réel soutien au projet et qu'ils permettent d'attirer l'attention sur la mobilisation, cela développe une coopération nécessaire afin de créer un lien de transversalité entre les structures existantes et les ambassadeurs. Enjeu important, notamment lorsque l'on sait que les ambassadeurs ne doivent pas se substituer aux démarches et initiatives déjà existantes mais au contraire les valoriser et les promouvoir. La création d'un lien fort entre ambassadeurs et structures existantes est au centre de la vision du président de l'association Ecolocal (voir Figure 17).

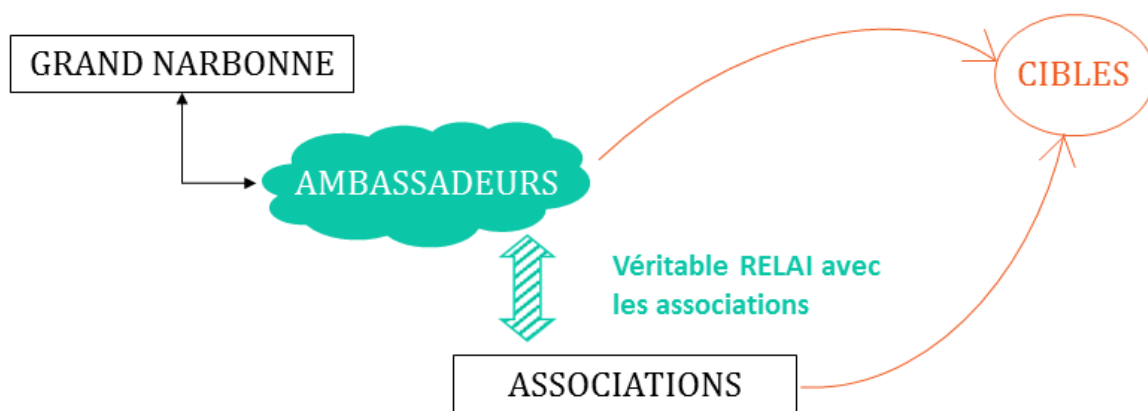


Figure 17 : Schéma conceptuel du réseau d'ambassadeur de la TE d'après les propos de Joël Aubé, Laurène Paucsik, 2020

L'étape 2 se concentre sur les modalités de recrutement des ambassadeurs. Ces modalités doivent définir à la fois les techniques de recrutement envisagées par le GN et le PNRNM, l'effectif d'ambassadeurs choisi, les critères de sélection et ce que l'on attend d'eux. Diverses techniques de recrutement sont envisageables : l'appel à candidature à travers plusieurs outils de communication ne nécessitant pas de coûts financiers et l'option du recrutement lors d'événements ouverts qui nécessite de financer le pot d'accueil (voir Figure 18).

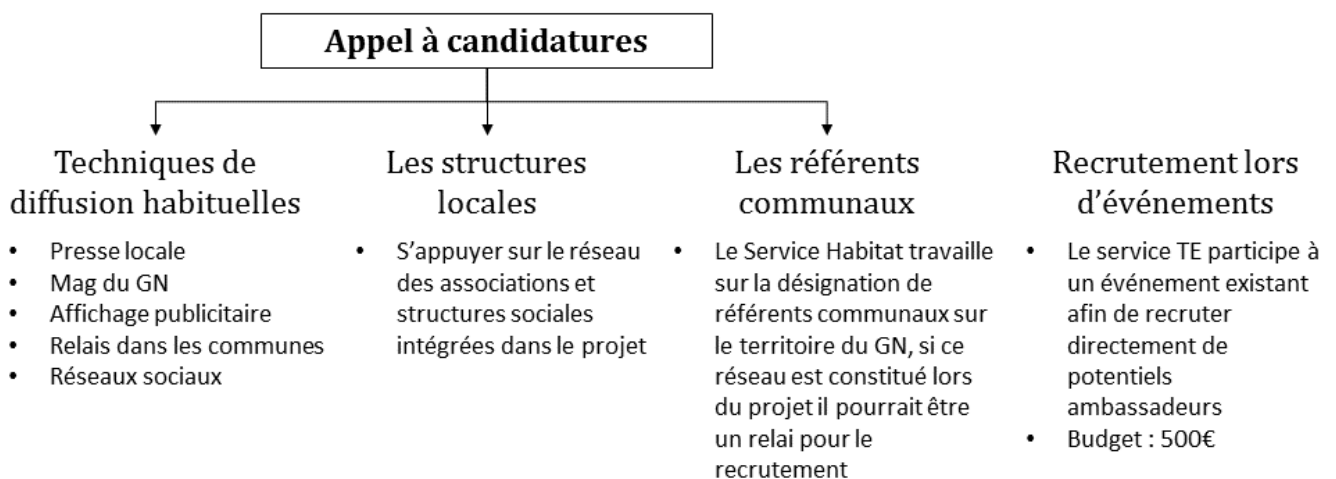


Figure 18 : Techniques de recrutement proposées, Laurène Paucsik, 2020

Des conditions de recrutement ont par la suite été définies. Premièrement, en s'appuyant sur le retour d'expérience de réseaux d'ambassadeurs dans ce domaine (transition énergétique ou développement) et en prenant en compte les moyens humains et financiers de la collectivité et la superficie du territoire, l'effectif a été fixé à une fourchette de 15 à 25 ambassadeurs. Concernant les critères, ils sont peu nombreux. L'objectif étant de recruter des citoyens, la nécessité de s'assurer de leur fiabilité repose sur ces éléments : être motivé, être convaincu, pouvoir faire preuve de disponibilité et être inspirant, c'est-à-dire pouvoir motiver les habitants non convaincus. La disponibilité est importante car aller à la rencontre des habitants « *prend beaucoup de temps et demande beaucoup de travail afin de les connaître, d'être reconnus et ainsi d'installer une relation de confiance et proximité* » selon l'expérience de Joël Aubé, de la direction collégiale de l'association ECOLOCAL (dans le cadre du projet Futur Narbona).

Le dernier élément essentiel, est d'habiter sur le territoire concerné, soit dans l'une des communes du GN, soit dans une du PNRNM. Une option a été émise quant à la localisation des membres. De fait, il pourrait également être choisi comme critère de sélectionner des ambassadeurs en fonction de leur localisation afin de permettre une répartition géographique équilibrée sur l'ensemble du territoire. Cette proposition vient de pair avec le choix de demander aux ambassadeurs de mener des actions en priorité sur leur commune de référence.

Ensuite, une proposition d'officialisation d'un statut a été proposée afin de créer un centre cœur solide d'ambassadeurs, avant un potentiel élargissement du réseau et que les nouveaux membres n'intégreraient peut-être pas. Ce noyau permettrait de développer des interactions plus intenses et un sentiment d'intimité plus grand, tel que l'on retrouve dans des réseaux exclusifs, tout en laissant la possibilité de mettre en place de nouvelles campagnes de recrutement les années suivantes.

Enfin, lors du recrutement, il est spécifié aux futurs ambassadeurs qu'une prise en charge financière par le GN est prévue. Pour cela il est proposé un défraiement des outils d'animations et du matériel éco-gestes. Pour aller plus loin, il est mis en option la possibilité de rembourser les déplacements spécifiés aux animations ainsi que la garde d'enfants. La prise en compte des frais de garde d'enfants rentre dans la volonté de prendre en compte les contraintes de tout le monde comme énoncé par des acteurs locaux lors de leurs entretiens.

L'étape 3 concerne la formation des ambassadeurs. La volonté émise à travers cette étape est définie en 4 objectifs :

- ✓ Transmettre un socle de connaissances essentielles sur la transition énergétique et écologique, notamment sur les questions techniques ;
- ✓ Expliquer aux ambassadeurs ce qu'est le Plan Climat, les objectifs et le plan d'actions qui le composent ;
- ✓ Transmettre un vocabulaire de la transition énergétique dans le but de créer un langage et un tronc commun de connaissances propice à l'identité collective et à la création d'un réseau ;
- ✓ S'assurer de la connaissance du territoire (GN et PNRNM) sur lequel les ambassadeurs interviendront (associations, initiatives...).

Ces quatre objectifs renvoient à la légitimité des citoyens volontaires de se doter de ce statut d'ambassadeur.

Pour permettre aux ambassadeurs de se former, plusieurs propositions sont faites. La formation initiale se caractérise par 6 séances thématiques et, est déclinée en deux propositions :

- La première est de créer une formation, soit animée par un ou plusieurs intervenants extérieurs dont le coût est estimé à 5000€, soit animée par des membres du réseau (associations, collectivité...) et dont le coût est estimé à 2500€.
- La seconde est de faire intervenir les Conversations Carbone qui sont des ateliers participatifs encadrés par des animateurs certifiés et qui accompagnent les participants vers un mode de vie plus sobre en carbone à travers des données chiffrées, des discussions de groupe, des exercices, des jeux, des éco-gestes et actions à mettre en place.

D'autres formations sont proposées en option afin de donner la possibilité aux ambassadeurs d'être formés sur des techniques d'animation ou des méthodes de sensibilisation. Une autre proposition repose sur la participation d'un atelier de co-construction d'outils afin d'impliquer les membres dans la création et la prise en main d'outils à destination des habitants.

L'étape 4 vise à définir les modalités d'animation du réseau, qu'il s'agisse des missions auxquelles doivent répondre les ambassadeurs ou des moyens utilisés afin de faire vivre la communauté d'ambassadeurs.

Afin de délimiter les missions attribuées aux ambassadeurs, je me suis, dans un premier temps, appuyé sur les idées des acteurs interrogés. Pour cela, il leur a été demandé « Comment imaginez-vous un ambassadeur de la transition énergétique au sein de notre territoire ? ». Ainsi, au vu de leurs retours et des recherches effectuées, cinq rôles principaux définis par une ou plusieurs missions, semblent se dégager :

Intermédiaire

Rôle d'intermédiaire, l'ambassadeur doit faire preuve de **transversalité entre les citoyens et le Grand Narbonne**

- Proche des habitants, faire remonter les besoins et pratiques d'usages mais également comprendre les barrières et freins auxquels sont confrontés les citoyens dans le changement de comportement
- Donner les moyens (connaissances et outils) aux citoyens de changer de comportement/pratiques

« Les habitants ont besoin de comprendre le lien entre mode de vie et dégradation du climat, comment les choses sont liées, et à l'inverse, les pouvoirs publics doivent comprendre pourquoi les gens ne peuvent pas faire autrement » Joël Aubé

« Ils doivent être des forces vives sur lesquels on puisse s'appuyer, que ce soit une interaction dynamique et transversale. » Typhaine Adell-Legrand

Transmission

Rôle de **transmission de messages et valeurs aux habitants**

- Connaître le sujet, avoir les éléments de connaissance sur les enjeux climat/énergie du territoire afin de les partager aux citoyens – Provoquer des prises de conscience – Porter le débat de la TE avec un langage adapté
- Avoir un discours utopique qui s'appuie sur les effets positifs de la transition énergétique
- Former des habitants à leur tour pour un effet boule de neige

« Il faut prendre le temps, cela nécessite beaucoup de travail avec les gens, beaucoup de rencontres, les connaître, qu'ils soient reconnus, demande de la proximité, de la convivialité, d'acquiescer une confiance et de la garder. » Joël Aubé

Pour transmettre et relayer, les ambassadeurs doivent, en partie, aller au plus proche de la population en utilisant leurs contacts et leur réseau pour espérer un effet boule de neige, comme le font les ambassadeurs dans le domaine du marketing territorial.

Agir

Rôle de **dynamiser le territoire** en impliquant les habitants

- Soutenir et encourager les structures et initiatives déjà existantes
- Accompagner les changements de mode de vie pour accélérer la transition de chacun : ils sont chargés d'animer des sessions de sensibilisation (dans le cadre de conférences-débat, groupes de réflexion, ateliers de travail...) auprès de structures demandeuses.
- Être porteur de projet, mener des actions auprès des citoyens (composteurs, jardins partagés, vélo, AMAP, ...)
- Impliquer au moins 10 habitants/cibles à un atelier, projet, sensibilisation sur une durée de 1 an

« Il y a un manque de moyens humains comparé aux nombres d'interventions qui sont demandées. Ce manque pourrait être investi par d'autres acteurs. » Émilie Moreira

Exemplarité

Rôle de **mise en avant de l'exemplarité** (sans nécessairement l'être)

- Créer une émulation par l'exemple, donner envie d'agir, inspirer en valorisant des démarches et l'adoption de comportements éco-responsables sans demander d'être irréprochable dans tous les domaines

« Les ambassadeurs doivent mettre en avant le rôle d'exemplarité (à l'échelle individuelle et collective) sans forcément leur demander de l'être à titre individuel sur tous les aspects. Un ambassadeur doit pouvoir s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue qui tient compte de son propre réseau de contraintes (économiques, sociales, familiales,...)» Typhaine Adell-Legrand

« Si on veut le changement, on doit l'incarner, changer nous-même. » Pierre Giroux

L'exemplarité est un aspect qui se retrouve couramment lorsque l'on envisage des dispositifs de participation citoyenne. L'exemplarité, est d'abord un moyen d'inspirer la population, ou les autres acteurs visés, et ainsi de créer une motivation au changement (Jahnich, 2012). Pour cela, il est aussi important d'impliquer les élus locaux et les agents territoriaux pour montrer l'exemple (*ibid.*).

Réseau

Rôle de **mise en réseau des structures locales**

- Faire converger/relier les mouvements au sein du réseau
- Créer une communauté d'acteurs
- Créer des espaces de rencontre, partage et d'échange

« Par contre nous espérons à l'avenir pour pouvoir assurer une sensibilisation optimale sur les thématiques de la prévention et du compostage pouvoir regrouper des relais potentiels (associations, centre sociaux / culturels, ...). Cela permettrait de mutualiser nos compétences, étendre les opérations de communication, interventions scolaires, ateliers compostage/jardinage ... » Galathée Barret

Afin de créer un véritable réseau des ambassadeurs, il a fallu trouver des outils d'interventions majeurs pour développer leur visibilité. Pour cela, il est envisagé de s'appuyer sur le guichet unique du service Habitat de la collectivité afin de posséder un point d'encrage, c'est-à-dire une permanence, où l'on pourrait accueillir des personnes et vendre ou fournir du matériel éco-gestes. Le service Habitat possède également un guichet itinérant, qui circule sur une période définie de communes en communes afin de faire connaître leurs services et d'aller à la rencontre des habitants du territoire. Ce guichet mobile permettrait aux ambassadeurs de mener des actions à leurs côtés en proposant des animations de sensibilisation et/ou d'information sur l'ensemble des communes du GN tout en s'appuyant sur un dispositif déjà existant, et donc, moins coûteux. Ensuite, il a fallu définir des moyens d'animation et de rencontres pour valoriser les échanges et la collaboration inter-ambassadeurs, tels que des pots de convivialités ou un espace collaboratif en ligne. Mettre en place ce type de dispositifs et définir clairement des missions demandées aux ambassadeurs, c'est-à-dire être transparent, sont des points essentiels afin de structurer un véritable réseau mais également de le faire vivre sur le long terme.

Concernant le visuel de communication il est proposé de garder celui du Plan Climat, dans lequel s'intègre le projet (Action phare 14) ou d'en créer un dédié spécifiquement mais qui demande une externalisation du service et des coûts supplémentaires estimés à 3000€.

L'étape 5 vise à définir les modalités de suivi et d'évaluation du projet. Cette étape est essentielle car elle permet de « valoriser et rendre visible l'investissement des citoyens et tester la validité, c'est-à-dire l'impact de son action, dès la conception. » (ARRE, 2016) ainsi que d'inscrire la démarche dans un processus d'amélioration continue. Pour cela, un suivi des actions menées, grâce au retour des ambassadeurs et des habitants touchés, ainsi qu'un suivi du réseau, grâce à des rencontres trimestrielles, ont été proposées. S'ajoute à cela, une rencontre annuelle dédiée à la présentation des démarches entreprises dans l'année écoulée, aux témoignages de personnes à l'origine d'initiatives éco-responsables, durables et locales, et à la création d'un moment convivial ouvert à tous. Cette rencontre annuelle est primordiale car elle permet de célébrer l'engagement et les réalisations des habitants et des acteurs et de faire parler du réseau (Jahnich, 2012). De plus, d'après Anne

Canovas, en charge du réseau EEDD GéeAude, « organiser une journée rencontre annuelle du réseau avec tous les membres permet de créer une synergie, une complémentarité, un échange d'expériences et d'outils, et d'éviter le biais *compétition* ».

L'étape 6 consiste à proposer un potentiel élargissement du réseau si celui-ci est estimé satisfaisant. S'il l'est, une campagne de recrutement est envisagée au bout de 2 ans, permettant aux ambassadeurs issus du premier recrutement, de créer un noyau solide sur lequel s'appuyer.

Pour illustrer ce à quoi pourrait ressembler une proposition une fois la décision des élus prise, j'ai réalisé ce schéma synthétique (voir Figure 19) qui prend en compte certaines options et les coûts humains et financiers envisagés.

Figure 19 : Exemple de scénario budgétisé possible sur le réseau d'ambassadeurs de la TE une fois les propositions et options choisies, Laurène Paucsik, 2020



3.2.Retours critiques de la mission

3.2.1. Ma première expérience professionnelle : entre découverte des collectivités et enrichissement professionnel et personnel

Ce stage m'a permis d'acquérir une première expérience professionnelle de longue durée m'apportant à la fois sur le plan professionnel et personnel. Dans un premier temps, intégrer une collectivité m'a permis d'appréhender de manière plus réaliste les enjeux politiques qui guident l'ensemble du travail mené par les agents territoriaux. Dans le cadre de ma mission, j'ai personnellement pu le remarquer. Le projet de réseau d'ambassadeurs est une action phare du PCAET qui a été proposée et, est aujourd'hui soutenue avec conviction par l'élue référente Isabelle Herpe. Cependant, les élections de 2020 peuvent venir remettre en question l'application du projet en fonction du financement qui sera accordé, et donc le travail que j'ai effectué durant ces quelques mois. Intégrer le service Transition énergétique du Grand Narbonne m'a permis de découvrir les compétences qui lui étaient attribuées. Cela m'a également permis de constater, qu'en l'absence d'un service développement durable, Rokaya Toubale, a intégré dans ses démarches quotidiennes toutes les dimensions du développement durable et vise à mobiliser l'ensemble des autres services afin d'accélérer dans la transition écologique. Après plus de 3 mois et demi de stage au sein de la communauté d'agglomération, je me suis rendu compte que la structuration de la collectivité était plus complexe que je ne le croyais. Il m'est encore difficile de comprendre l'ensemble des compétences attribuées aux autres services de mon pôle et encore plus, aux services des autres pôles. J'ai tout de même pu participer à des réunions qui m'ont donné une idée du fonctionnement et des relations interservices ainsi que des missions attribuées à mes collègues.

En revanche, la période de confinement est venue suspendre, après deux semaines de stage dans les bureaux, notre travail en présentiel et ralentir les échanges avec les collègues. Tout de même, le Grand Narbonne, a su bien s'organiser durant cette période de crise sanitaire et nous a permis, de rester en contact dans de bonnes conditions. De cette manière, j'ai, quotidiennement été en contact avec les agents de mon service et, une fois toutes les deux semaines par réunion en visioconférence avec les autres services du Pôle ADT. Cette période de télétravail s'est bien déroulée dans l'ensemble. D'un point de vue professionnel, cette situation n'a pas changé ma capacité à effectuer les recherches sur l'accompagnement au changement de comportement mais a cependant, rendu plus

compliqué les échanges et les rencontres avec les acteurs locaux que je devais interroger. Certains acteurs contactés n'ont plus donné de nouvelles, ce qui est compréhensible aux vues de la situation de crise à laquelle nous avons été confrontés. Pour les autres, les interviews ont dû se dérouler par téléphone ou vidéo appel, diminuant dans la majorité des cas, la profondeur des échanges et la dynamique de l'entretien. Durant cette période de télétravail, je me suis tout de même, quelques fois, retrouvée en doute et dans le flou concernant l'avancement du projet. En revanche, chaque échange avec Rokaya Toubale m'a permis de me recentrer sur mes objectifs et d'éclaircir le contenu du travail que j'allai rendre.

Tout au long de la durée de la mission, j'ai su m'adapter et rebondir sur les obstacles rencontrés. Cette expérience m'a par ailleurs, permis de constater ma capacité à être autonome et à prendre des initiatives concernant les tâches à effectuer. De cette manière, j'ai par exemple su préparer, passer et analyser les entretiens de façon autonome, comme m'organiser dans mon temps de travail.

Du point de vue personnel, cette expérience professionnelle a conforté ma prise de confiance quant à mes capacités d'adaptation, de travail et à être autonome. L'oral, situation dans laquelle je me sens le moins à l'aise, devrait elle aussi évoluer, aux vues des futures présentations prévues. Cette expérience, m'a également permis de découvrir un domaine, celui de la participation citoyenne, dans le lequel je n'avais jamais eu d'expérience et qui m'a ouvert sur un potentiel champ pour mon futur professionnel.

Enfin, durant cette expérience, le master m'a apporté quelques outils essentiels afin d'appréhender plus sereinement cette expérience professionnelle. L'élément majeur a été la notion de projet. En effet, le cours Montage de projet m'a permis d'appréhender une première fois, même fictivement, le déroulement d'un projet et de connaître les différentes étapes. Ces connaissances m'ont surtout aidée lors de l'écriture des scénarios. De plus, nous avons été initiés à des techniques d'animation participatives et interactives, que je ne connaissais pas et qui ont totalement pris sens lors de mes recherches et de l'écriture de ce mémoire.

3.2.2. Retours sur le déroulement des entretiens

Au total, 3 entretiens ont été réalisés en présentiel et 11 par téléphone. De manière générale, les acteurs interviewés ont eux-mêmes su énoncer un certain nombre d'informations concernant leur retour d'expérience, sans devoir leur poser toutes les

questions. Cependant, concernant le projet de structuration d'un réseau d'ambassadeurs, il a été difficile d'imaginer pour la majorité des acteurs interviewés comment pourrait être structuré ce réseau. Il a donc fallu que je m'adapte et que je trouve des solutions ponctuelles afin d'orienter les acteurs dans cette démarche de recherche et d'échanges, comme par exemple leur donner diverses options possibles. Énoncer des exemples a été un bon moyen de leur faire trouver des idées adaptées à notre territoire selon l'expérience qu'ils en ont. Ceci vient en partie du fait que le projet n'était pas encore défini et qu'il devait être difficile de se projeter, tout comme ça l'a été pour moi au début de la recherche.

Concernant les entretiens en présentiel que j'ai mené seule, il a été plus simple d'établir un lien de confiance et donc de les interroger de manière plus approfondie. Par exemple, pour introduire la question « Comment imaginez-vous un ambassadeur de la transition énergétique sur notre territoire ? », je commençais par leur demander de me définir en quelques mots la notion d'ambassadeur. Ce travail, a permis de mettre en perspective le rôle d'un ambassadeur et de définir un spectre de valeurs qui semble lui-être associé communément. Enfin, je terminais par leur demander, s'ils le voulaient bien, d'effectuer une carte mentale ou un schéma conceptuel du réseau d'ambassadeurs tel qu'ils le visualisaient. Cet exercice a dans un premier temps, montré la difficulté de passer d'idées à la conception visuelle du réseau. En revanche, lors de leur réalisation, cela a permis aux acteurs interviewés de pousser un peu plus la réflexion et de se poser de nouvelles questions (hiérarchisation des acteurs, types de cibles, liens entre acteurs, ...). Et, finalement, cette démarche ludique, s'est avérée, pour les 3 acteurs interviewés en présentiel, être un exercice pertinent et concluant. De plus, ayant menée ces entretiens seule et conjointement à un travail de recherche (la rédaction du mémoire), cela a permis aux acteurs locaux de parler plus librement et d'approfondir les échanges.

Concernant les entretiens téléphoniques, je me suis moins appuyée sur la grille et j'ai plus rebondi sur les propos énoncés par les acteurs afin de rendre l'échange plus souple. Malgré quelques exceptions, l'ensemble des acteurs a été réceptif à la démarche et intéressé par le projet, rendant ces temps d'échanges constructifs. Je souligne également la forte implication de ces acteurs malgré la situation sanitaire particulière dans laquelle nous avons été et les mesures de confinement. De manière générale, le déroulement de ces entretiens, dans le cadre de la recherche, s'est constitué en trois phases :

Phase 1 : phase de test et d'adaptation

Cette première phase, composée des premières prises de contact téléphoniques ainsi que des premiers entretiens, s'est caractérisée par une remise en question de certaines parties de ma grille d'entretien, de soulever des aspects sur lesquels je ne m'étais pas interrogée et de me confronter à une réalité de terrain, ce qui m'a ainsi permis de l'améliorer :

- Certaines questions se rejoignaient et créaient une redondance dans le déroulement de l'entretien. Elles ont donc été fusionnées ;
- Des questions posées de la part des acteurs interviewés m'ont permis : soit d'ajouter de nouvelles questions, qui par ailleurs leurs étaient alors retournées (statut d'un ambassadeur, modalités pour devenir ambassadeur, cibles, etc.), soit de demander plus de renseignements à ma maîtresse de stage Rokaya Toubale ce qui nous a amené à créer la fiche guide ;
- Des interrogations auxquelles je n'avais pas pensé ont été soulevées, notamment sur la question de la portée politique, morale et éthique du projet « Dois-je soutenir/porter la voix des projets que mène le Grand Narbonne et donc sa stratégie politique ? ».

Phase 2 : phase de maîtrise

Cette seconde phase, qui s'est composée de l'enchaînement de plusieurs entretiens auprès d'acteurs locaux, m'a permis de me conforter dans l'amélioration de ma grille d'entretien et de mettre en avant ma maîtrise du sujet et de ses nombreux enjeux.

Phase 3 : phase d'approfondissement et d'évolution

Cette dernière phase s'est caractérisée par 2 points :

- Le premier est, qu'ayant commencé l'analyse de mes entretiens et m'être penchée sur l'élaboration des scénarios, j'ai pu constater que certaines informations étaient moins approfondies que d'autres me permettant d'appuyer sur ces éléments-là lors des entretiens suivants ;
- Le second est que cette phase s'est caractérisée par le début de mes entretiens de particuliers. De fait, j'ai dû modifier la grille d'entretien pour l'adapter à ce type d'acteurs.

Conclusion

Afin d'amplifier la transition énergétique sur son territoire en touchant les habitants, le Grand Narbonne a opté pour la mise en place d'un réseau d'ambassadeurs citoyens. La réflexion menée sur ce réseau d'ambassadeurs est à caractère expérimental car il est propre à son territoire et ne répond pas à une démarche ou dispositif reconnu. En revanche, il semble que l'ensemble des éléments essentiels à la réussite d'un tel projet ait été relevé et pris en compte. Dans un premier temps, ce réseau, est un moyen pour la collectivité de développer l'accompagnement au changement individuel, devenu aujourd'hui, un des leviers majeurs pour accélérer la transition écologique. Les individus, face à une potentielle intention au changement, sont confrontés à une multitude d'obstacles tant personnels, sociaux, sociétaux, économiques, que technocratiques. Comme l'a énoncé Joël Aubé lors de son entretien, « *nous sommes modelés, conditionnés par notre environnement immédiat et notre façon d'habiter le territoire dépend de la manière dont il est organisé. Que l'on le veuille ou pas, pas besoin de démonstration, notre comportement est énormément impacté par le milieu dans lequel on évolue au moment où on y est, puis modifié par nos expériences personnelles.* » De cette manière, l'intervention des politiques publiques dans le domaine de l'accompagnement au changement est un moyen de soutenir les individus dans ce processus et de les aider à adopter des pratiques écoresponsables. Cette volonté d'une transition vers une société bas-carbone ne doit en revanche pas seulement s'effectuer à travers les citoyens. Si l'on veut reconstruire une relation de confiance entre la population et les pouvoirs publics, la responsabilité doit être partagée et, également s'appliquer dans l'environnement économique et technocratique. Dans un second temps, ce réseau mise sur la participation citoyenne et donc, sur l'effervescence d'une coopération multi-acteurs. L'intégration des acteurs locaux, associations, collectifs, structures sociales et institutionnelles, permettent de servir de relais, d'appui et d'accompagnement dans les actions futures menées au sein du réseau. Le rôle des citoyens, quant à lui, permet, sous le statut d'ambassadeur, la création d'une entité intermédiaire entre les habitants et les structures publiques, favorisant les échanges, la proximité et ainsi, l'impact d'une amplification de la transition énergétique sur le territoire. De cette manière, en utilisant les leviers de l'accompagnement au changement et de la proximité habitante, ce projet devrait aider, à son échelle, à atteindre les objectifs fixés dans le Plan Climat. Il conviendra à la nouvelle équipe politique de s'emparer de la question.

Bibliographie

Actu-Environnement, 2019. « Définition de Plan climat-air-énergie territorial (PCAET) », Dictionnaire environnement, *Actu-Environnement*, le 05/06/2019, consulté le 18/05/2020. https://www.actu-environnement.com/ae/dictionnaire_environnement/definition/plan-climat-air-energie.php4.

ADEME, 2016a. « Changer les comportements pour un mode de vie plus durable ». <https://www.youtube.com/watch?v=RAhEoxPf8f4>.

ADEME, 2016b. « Changer les comportements, faire évoluer les pratiques sociales vers plus de durabilité », *Expertises* : 183p.

ADEME, s. d. « Observatoire des démarches », *Territoires et climat, mobilisons nos énergies*. Consulté le 23 avril 2020. <https://www.territoires-climat.ademe.fr/observatoire>.

Ajzen, Icek, 1991. « The Theory of Planned Behavior ». *Organizational Behavior and Human Decision Processes, Theories of Cognitive Self-Regulation*, 50 (2): 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).

AREE, 2016. « Favoriser le changement de pratique des citoyens, Outils et démarches », Résultats, RhôneAlpEnergie Environnement.

Bally, Frédéric, 2015. « Vers une transition énergétique citoyenne. La réappropriation des questions environnementales par les acteurs ordinaires ». *Rives méditerranéennes*, no 51 (octobre) : 67-79. <https://doi.org/10.4000/rives.4940>.

Bennett, Graceann et Freya Williams, 2011. « Mainstream Green ». *The Red Papers*. Ogilvy. .

Bonnet, Guillaume, 2020. « Accélérateur de mobilisation ». Formation. L'Accélérateur de la mobilisation citoyenne. Consulté le 23 avril 2020. <https://www.accelerateurdelamobilisation.org/programmes>.

Brisepierre, Gaëtan, et Desrue, Anne, 2018. « Le transfert des pratiques environnementales domicile/travail ». Synthèse. ADEME. http://www.planbatimentdurable.fr/IMG/pdf/synthese_de_l_etude_disponible_en_telechargement.pdf

CéléWatt, 2020. « Energie Partagée ». Consulté le 23 avril 2020. <https://energie-partagee.org/projets/celewatt/>.

CEREMA. 2014. « ARCHIVE - Avant les PCAET : les Plans climat-énergie territoriaux (PCET) ». *Site outils de l'aménagement*. Centre d'études et d'expertise sur les risques, l'environnement, la mobilité et l'aménagement, le 13/08/2014, consulté le 18/05/2020.

<http://outil2amenagement.cerema.fr/archive-avant-les-pcaet-les-plans-climat-energie-a842.html>.

Chevalier, Coralie, 2019. « Écologie : pourquoi est-ce si difficile de changer de comportement ? » Audio. *La Terre au carré*. <https://www.franceinter.fr/emissions/la-terre-au-carre/la-terre-au-carre-28-aout-2019>.

Citoy'enR, 2020. « Citoy'enR - coopérative d'énergie renouvelable », Citoy'enR. Consulté le 23 avril 2020. <http://citoyenr.org/>.

CLER, 2020. Familles à énergie positive, « Fonctionnement et conditions ». Consulté le 23 avril 2020. <http://www.familles-a-energie-positive.fr/fr/fonctionnement-et-conditions-8005.html>.

CNRTL, 2012. « Définition de Ambassadeur », *B.-Au fig. 1. Subst. a) Lang. cour. ou littér.*, consulté le 9/04/2020, <https://www.cnrtl.fr/definition/ambassadeur>

CNRTL, 2020. « Définitions », consulté le 11 mai 2020. <https://cnrtl.fr/definition/>.

Dartiguepeyrou, Carine, 2017. « Les valeurs des POTES ». Analyse. Energy Cities.

De Perthuis, Christian, 2017. « La transition énergétique : Les ambiguïtés d'une notion à géométrie variable », p3. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01504615>.

DRIEE et AREC, 2018. « Faire participer les citoyens : cas pratiques en Île-de-France ». Consulté le 23 avril 2020. http://www.driee.ile-de-france.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/recueil_interactif.pdf.

Dugast, César, Soyeux, Alexia, 2019. « Faire sa part ? Pouvoir et responsabilité des individus, des entreprises et de l'État face à l'urgence climatique », *Carbone 4*, juin 2019.

ECODDS, 2017. « Changer les comportements » Le livre blanc. EcoDDS : 36. <https://www.ecodds.com/ecodds/publications/livre-blanc/>.

Enercoop, 2020. « Notre projet », *Site*. Consulté le 23 avril 2020. <https://www.enercoop.fr/decouvrir-enercoop/notre-projet>.

FNE PACA, 2017. « Un Petit manuel pour accompagner au changement de comportements », *France Nature Environnement Provence-Alpes-Côte d'Azur*, le 25/04/2017. <https://fnepaca.fr/2017/04/24/un-petit-manuel-pour-accompagner-au-changement-de-comportements/>.

France culture, 2018. « Connaissez-vous le nudge ? », Consulté le 24 mars 2020. <https://www.franceculture.fr/emissions/hashtag/connaissez-vous-le-nudge>.

Gaspard, Albane, et Martin, Solange, 2016. « Faire Évoluer Les Comportements Pour Le Développement Durable... Mythes et Réalité », *The Conversation*, le 08/12/2016,

<http://theconversation.com/faire-evoluer-les-comportements-pour-le-developpement-durable-mythes-et-realite-68183>.

Gaspard, Albane, et Martin, Solange, 2017. « Les comportements, levier de la transition écologique ? » *Futuribles* N° 419 (4): 33-44.

Geffroy, Diane, Fieulaine, Nicolas, Monnet, Laurence et Szerb, Peter, 2016. « Favoriser le changement de pratiques des citoyens : outils et démarches ». *RhôneAlpEnergie Environnement (RAEE)*. https://www.auvergnerhonealpes-ee.fr/fileadmin/user_upload/mediatheque/raee/Documents/Publications/2016/favoriser_changement_pratiques_citoyens_avril2016.pdf.

GN, 2019. « Projet RA 2019 », Service TE, Rapport d'activité, 2019, consulté le 12/06/2020.

Grand Narbonne, 2019. « Rapport et conclusions du projet de révision du SCOT de la Narbonnaise ». *Scot*. Département de l'Aude, préfecture de l'Aude. https://services.legrandnarbonne.com/fileadmin/dam/02/6_Amenagement_et_urbanisme/SCOT_2020/Rapport-final-CE-SCOT-Narbonnaise-22nov2019.pdf

Grand Narbonne, 2020. « Une communauté d'agglomération de 37 communes », *Site officiel du Grand Narbonne, Communauté d'agglomération*, consulté le 16 avril 2020 <https://institution.legrandnarbonne.com/le-territoire-du-grand-narbonne/140-37-communes.html>

Godet, Joseph, 2014. « Le réseau d'ambassadeurs : introduction théorique », *Nouvelle Ambassade* (blog). 25 avril 2014. <https://nouvelleambassade.wordpress.com/2014/04/25/le-reseau-dambassadeurs-introduction-theorique/>.

GRAINE Auvergne-Rhône-Alpes, 2018. « Ecocitoyenneté des adultes, accompagner le changement, 21 fiches ». Consulté le 2 mai 2020. https://www.graine-ara.org/sites/default/files/2019-12/Integralite_fiches_accomp_changements.pdf

Grand Lyon, 2017. « Transition énergétique : comment promouvoir l'appropriation des enjeux et l'action de la Société civile ? » *Synthèse*. Conseil de Développement du Grand Lyon.

Houllier-Guibert, Charles-Edouard, Luisi, Graziella, Albertini, Therese et Bereni, Delphine, 2018. « La mobilisation des ambassadeurs dans le management d'une marque territoire (MT) : approche exhaustive » dans © *Revue Marketing Territorial*, 1/été 2018, URL : <http://publis-shs.univ-rouen.fr/rmt/index.php?id=129>.

INSEE, 2020. « Dossier complet - Commune de Narbonne (11262) », *Statistiques et études*, paru le 06/04/2020, consulté le 19/05/2020 <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=COM-11262#chiffre-cle-8>

Jahnich, Mathieu, 2012. « Énergie et climat : conseils pour mobiliser les acteurs du territoire ». *Sircome.fr* (blog). 4 juillet 2012. <http://sircome.fr/energie-et-climat-conseils-pour-mobiliser-les-acteurs-du-territoire/>.

Jégou, Anne, 2007. « Les origines du développement durable ». *L'Information géographique* Vol. 71 (3): 19-28.

Lejoux, Patricia, et Ortar, Nathalie, 2014. « La transition énergétique : vrais enjeux, faux départs ? » Édité par P. Lejoux et N. Ortar. *SHS Web of Conferences* 9: 01001. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20140901001>.

Lacassagne, Sylvie, Crzych, Carol, Buron-Jacob, Mathilde, et Maurer, Christiane, 2020. « Fabrique de transition démocratique : Implication des citoyens dans la transition énergétique en Europe ». Etude exploratoire. *Energy Cities*.

LTECV, 2015. « Loi de transition énergétique pour la croissance verte », Ministère de la Transition écologique et solidaire, mise à jour le 30/05/2017, consulté le 07/04/2020. <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/loi-transition-energetique-croissance-verte>.

Morange, Marianne et Schmoll, Camille, 2016. « Les outils qualitatifs en géographie », *Méthodes et applications*, Armand Colin, p.

Novethic, 2020. Greenwashing, *Lexique*, consulté le 08/06/2020, <https://www.novethic.fr/lexique/detail/greenwashing.html>

Raineau, Laurence, 2011. « Dossier « Adaptation aux changements climatiques » - Vers une transition énergétique ? » *Natures Sciences Sociétés* 19 (2): 133-43. <https://doi.org/10.1051/nss/2011143>.

S. a., 2016. « La vie happy, changer les comportement pour changer le monde », Rapport d'étude effectuée pour *Mescoursespouirlaplanète.com*, initiative de Graines de Changement, <https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/la-vie-happy-rapport-final.pdf>.

Sage, Karine, et Alouis, Juliette 2019. « Recherche action : Accompagnement de territoires en transition pour capitaliser sur les pratiques de conduite du changement dans les politiques publiques ». *Rapport final de capitalisation*. https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/capitaliser-pratiques-conduite-changement_2019.pdf.

UniNE, s. d. « Cafés scientifiques UniNE ». Académique. Université de Neuchâtel. Consulté le 23 avril 2020. <https://www.unine.ch/cafescientifique>.

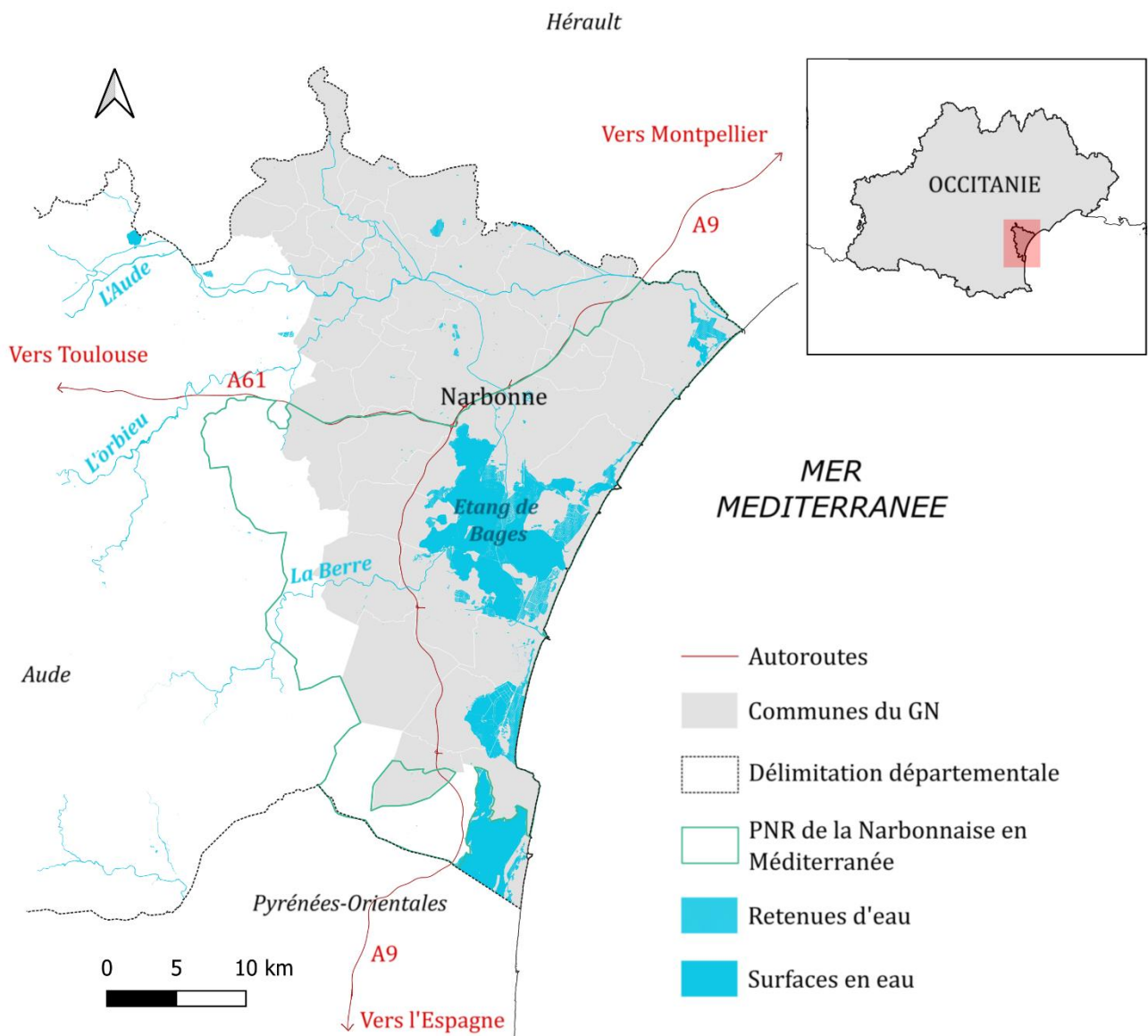
Ville, Alizée, 2019. « Accompagner le changement de comportement - Guide pratique ». Ministère de la Transition écologique et solidaire / Commissariat général au développement durable (CGDD). https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/sites/default/files/190729_CDDEP_guide_changement_de_comportement.pdf.

Table des figures

Figure 1 : Carte d'occupation du sol du Grand Narbonne, Laurène Paucsik, 2020.....	4
Figure 2 : Organigramme de la Direction ADT, Laurène Paucsik, 2020.....	8
Figure 3 : Méthode de travail adoptée, Laurène Paucsik, 2020	10
Figure 4 : Méthode de déroulement des entretiens, Laurène Paucsik, 2020	11
Figure 5 : Réductions de CO ₂ induites par les gestes individuels, Dugast et Soyeux, 2019	13
Figure 6 : Empreinte carbone moyenne d'un Français, Dugast et Soyeux, 2019.....	14
Figure 7 : La théorie du comportement planifié développée par Ajzen et les apports de la justice organisationnelle, Laurène Paucsik, 2020	17
Figure 8 : Les cibles potentielles du territoire de la Narbonnaise, Laurène Paucsik, 2020	22
Figure 9 : Schéma conceptuel du réseau d'ambassadeurs de la TE selon Pierre Giroux, Laurène Paucsik, 2020	25
Figure 10 : Ambassadeur, la création d'un profil-type selon les acteurs locaux, Laurène Paucsik, 2020	29
Figure 11 : Les acteurs du territoire, Laurène Paucsik, 2020	30
Figure 12 : Schéma conceptuel du réseau d'ambassadeurs de la TE selon Sergio Gonçalves, Laurène Paucsik, 2020.....	30
Figure 13 : Schéma conceptuel du réseau d'ambassadeurs de la TE selon Typhaine Adell-Legrand, Laurène Paucsik, 2020.....	31
Figure 14 : Schéma conceptuel du réseau d'ambassadeurs de la TE d'après les propos de Anne Canovas, Laurène Paucsik, 2020.....	32
Figure 15 : Exemples d'outils d'animation, Laurène Paucsik, 2020	38
Figure 16 : Les étapes essentielles à la l'élaboration des scénarios pour la structuration du réseau d'ambassadeurs, Laurène Paucsik, 2020	39
Figure 17 : Schéma conceptuel du réseau d'ambassadeur de la TE d'après les propos de Joël Aubé, Laurène Paucsik, 2020	40
Figure 18 : Techniques de recrutement proposées, Laurène Paucsik, 2020	41
Figure 19 : Exemple de scénario budgétisé possible sur le réseau d'ambassadeurs de la TE une fois les propositions et options choisies, Laurène Paucsik, 2020	41

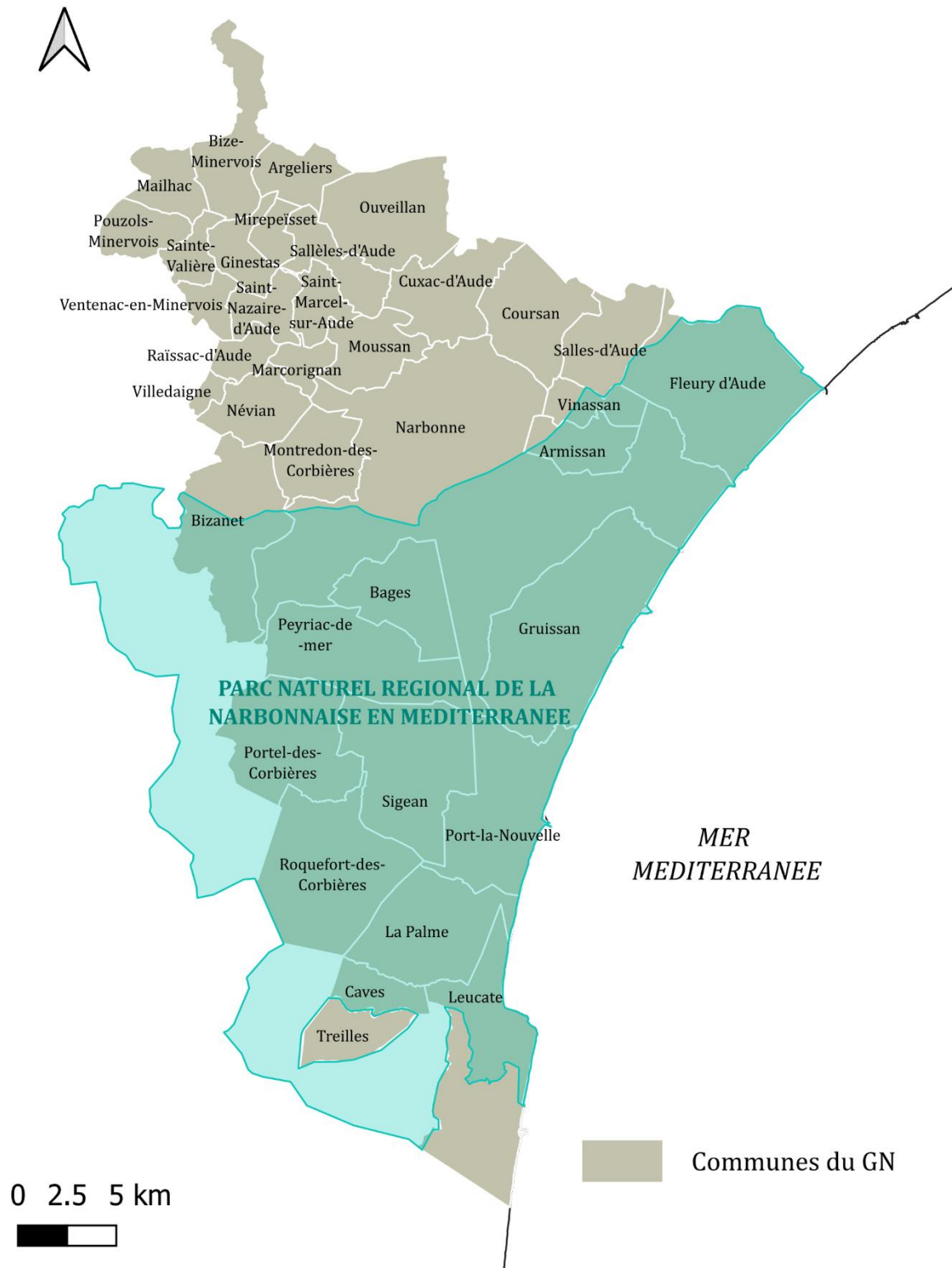
Annexes

Annexe 1 : Le territoire du Grand Narbonne

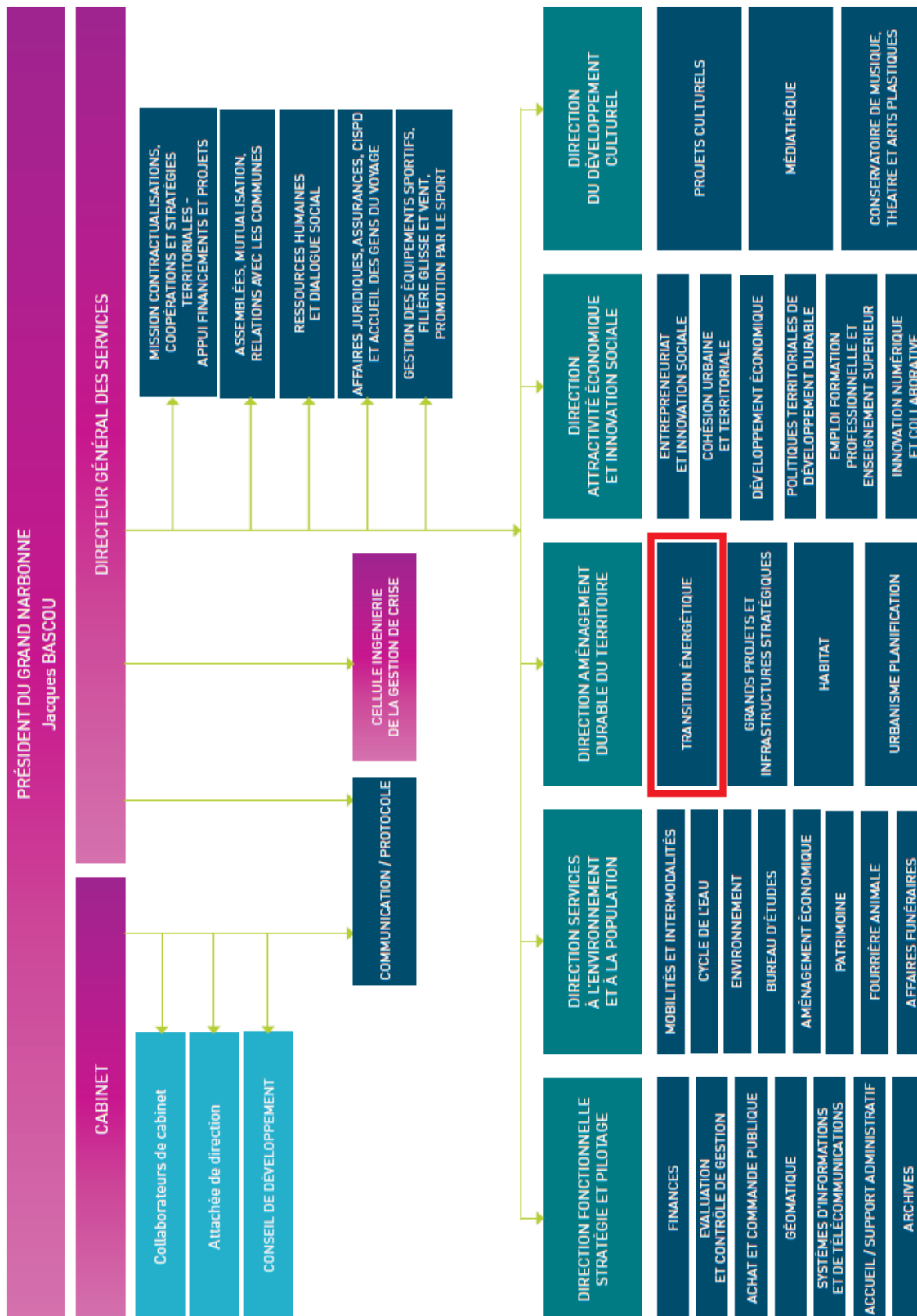


Production : Laurène Paucsik, 2020, Sources : data.gouv.fr, 2019, IGN, 2019, SCR : Lambert 93

Annexe 2 : Territoire du PNR de la Narbonnaise en Méditerranée et du Grand Narbonne



Annexe 3 : Organigramme général du Grand Narbonne Communauté d'Agglomération



Source : Grand Narbonne, 2020

Annexe 4 : Préalables sur les entretiens

Chaque entretien a été préparé à partir d'une grille (voir Annexe 4) réalisée en amont mais également de manière personnalisée avant chacun d'eux. Cela m'a permis de poser un cadre général concernant les attentes de ces entretiens ainsi que d'adapter mes questions selon les structures pour avoir une approche personnalisée et des résultats plus intéressants. Ces grilles d'entretien ont été élaborées dans le but de mener des entretiens semi-directifs c'est-à-dire peu structurés, où une certaine liberté est permise tout en ayant un fil conducteur.

De cette façon, chaque acteur interviewé n'a pas obligatoirement répondu aux mêmes questions ni à toutes les questions. C'est pour cela que la fréquence des réponses données peut sembler déséquilibrée. L'objectif était avant tout de collecter un nombre suffisant d'informations sur l'ensemble des éléments du réseau afin de poursuivre la réflexion et de construire divers scénarios.

Le traitement des données s'est effectué à codes ouverts, c'est-à-dire par thématique relevées à la suite des entretiens. Cette démarche permet de ne pas se limiter à des thèmes que l'on aurait seulement pensés mais au contraire d'élargir l'analyse à l'ensemble des données recensées qui nous intéresse.

L'ensemble de l'analyse a été retravaillés par mes soins pour regrouper et fusionner des idées, certains propos ont donc été reformulés mais tendent à respecter au mieux la parole des acteurs et particuliers interrogés.

Certains *propos* ont été transcrits afin de les mettre en évidence et d'appuyer un argumentaire énoncé et partagé par les acteurs locaux.

Annexe 5 : Fiche technique pour les entretiens

1^{er} temps : l'entretien

Préparation

- Selon le type d'entretien (présentiel ou téléphonique) : avantages ? Inconvénients ? Ressentis ?
- Importance des circonstances (actualités du jour, cadre/lieu...) sur le comportement et les réponses
- Grille d'entretien
 - Accroche de départ importante (ni trop fermée ni trop brutale)
 - Ordre des questions (du plus général au plus précis) et questions plus sensibles à la fin si un climat de confiance s'est instauré
 - Enchaînement des questions : le plus souvent, mettre les questions importantes au milieu ou à la fin de l'entretien mais s'adapter au déroulement, rebondir sur les propos
- Selon le type d'acteur ou la cible interrogé(e) (associations, particuliers, collectivités, ...) : pourquoi on interroge cet acteur ? Le nombre de personnes interrogés ? Quel est la position de la personne interrogée ? Est-ce que le discours varie selon les statuts ?
- Proposer la réalisation de cartes mentales ou de schéma conceptuels

Pense bête pour l'entretien

- Qualité de l'écoute
- Rester souple, s'adapter
- Faire preuve de disponibilité et avoir une attitude encourageante (« c'est-à-dire », « vous voulez dire que... », répéter un mot pour faire répéter, mettre en relation des propos d'autres entretiens, etc.)
- Importance de la relation qui s'installe
- Ne pas oublier l'objet de l'entretien en introduction
- Visée à la fois informative et compréhensive : système de représentation (pensées construites) et/ou pratiques sociales
- Prise de note : noter les expressions/termes les plus utilisés et les informations importantes.

2nd temps : l'analyse

Traiter rapidement les données

S'éloigner de l'analyse textuelle et se concentrer sur les thèmes, la situation, le déroulé, les catégories, les creux, les non-dits, les éléments informatifs faciles à noter au fil de l'entretien, enchaînements logiques, les liens entre éléments du discours....

1. Mise à plat des données : évaluer la pertinence des informations, sélectionner et hiérarchiser selon leur importance (possibilité de faire un tableau), inventorier, ordonner les idées, les opposer, les comparer, les croiser, dresser des listes systématiques et analytiques d'acteurs (possibilité de faire des organigrammes)
2. Codage ouvert : sans grille préétablie ni thème fixé a priori
 - Chercher les similitudes et divergences
 - Garder/réserver les cas particuliers pour l'analyse/le rendu
 - Grille de codage généralement pas publiée
3. Interprétation ! mots/thèmes/sujet répétés, faire émerger des catégories, établir des typologies, construire des idéales-types

Production : Laurène Paucsik, 2020, d'après Morange et Schmoll, 2018

Annexe 6 : Grilles d'entretiens

Grille n°1 – Structures

1. Présentation de la structure en quelques mots : année de création, domaines d'actions, types animation, public visé, nombre d'adhérents, démarche, etc.
2. Quelle est votre communication ?
3. Comment s'est faite la constitution du réseau ?
4. Vous appuyez-vous sur d'autres structures ?
5. Quelles sont vos missions/domaines privilégiés ou prioritaires ?
6. Avez-vous des retombées ? Sont-elles chiffrables ?
7. Quels sont les freins que vous rencontrez ?
8. Comment pensez-vous que l'on peut améliorer la sensibilisation, prise de conscience, mobilisation citoyenne ? Comment agir ? Types actions, animations, etc.
9. Pour les animations que vous effectuez, quels sont les moyens humains et financiers que cela requiert ?
10. Qu'est-ce qu'est pour vous un ambassadeur ? Des mots qui pourraient le définir
11. Comment imaginez-vous un ambassadeur de la transition énergétique sur notre territoire ?
12. Comment pourriez-vous imaginer une structuration de ce réseau ? Types d'acteurs, liens, etc.
13. Qu'attendez-vous des collectivités ?

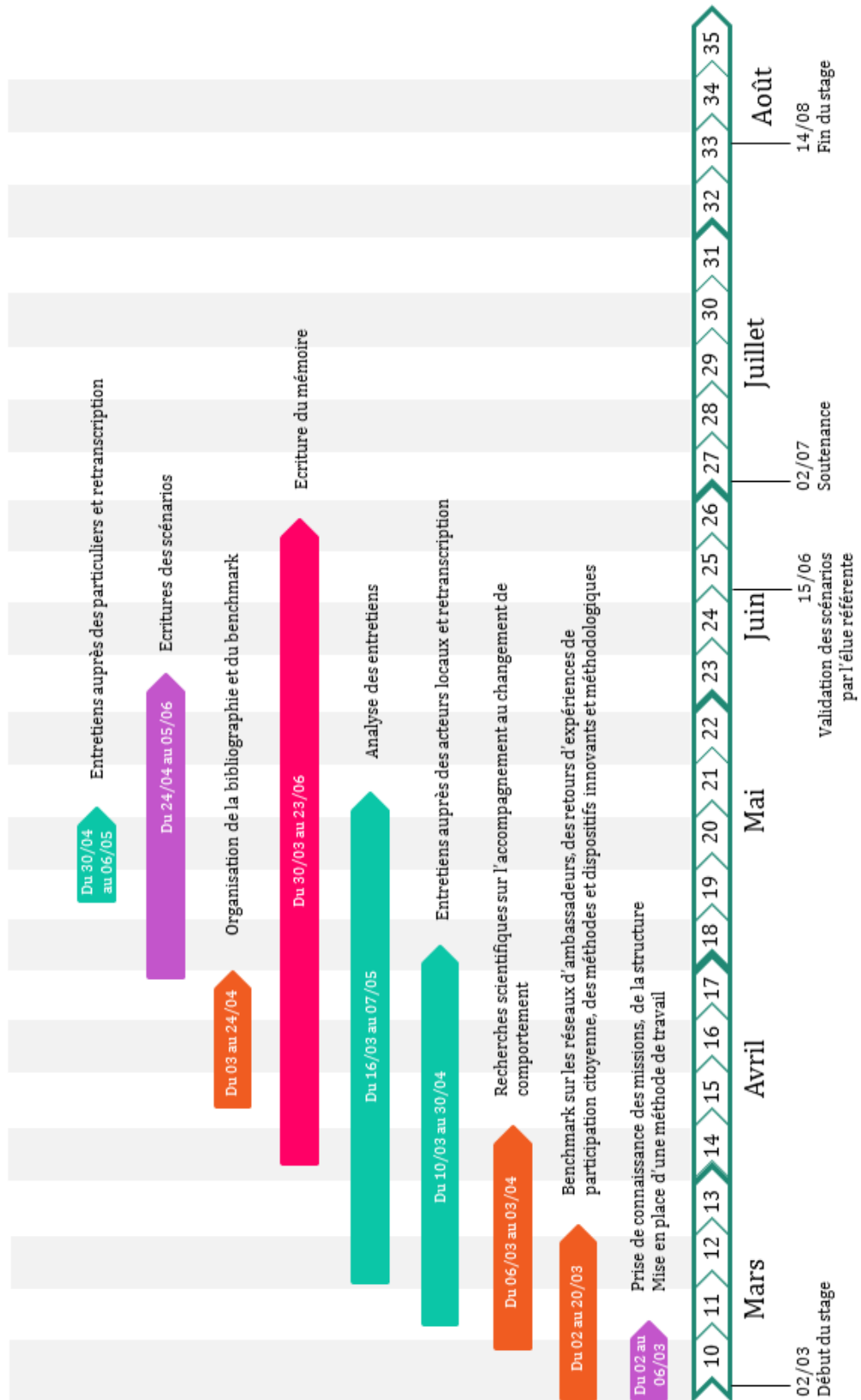
Grille n°2 – Particuliers

1. Êtes-vous à Narbonne même ?
2. Êtes-vous impliqué dans une association, collectif ou mouvement ? Si oui, de quel ressort ?
3. Est-ce que vous avez adopté chez vous ou dans vos pratiques quotidiennes des comportements responsables (transport, consommation, alimentation, déchets, etc.) ? Si oui, lesquels ?
4. Avez-vous déjà à l'origine d'une initiative qui s'inscrit dans une évolution des comportements, avec d'autres personnes ? Amis, famille, etc.
5. Pourriez-vous l'être dans un cadre plus structuré ? Aimerez-vous et sentiriez-vous capable (en termes de disponibilité) d'être porteur de projets ou d'initiatives à l'échelle micro-locale ?
6. On aimerait créer ce réseau d'ambassadeurs de la transition énergétique [...] auriez-vous un avis ? Quelles missions selon-vous pourriez porter les ambassadeurs ? Des conseils ? Des remarques à faire en tant que citoyenne ? Qu'est-ce que vous pourriez attendre de la collectivité ?
7. Pour vous, quel type de communication vous semble le plus pertinente, attractive, percutante ?
8. On aimerait intégrer des particuliers, qui sont déjà sensibles aux questions environnementales, voire que l'on pourrait définir comme des précurseurs sur le territoire, pourriez-vous être intéressée ?

Annexe 7 : Listing des acteurs interrogés

Type d'organisme	Organisme	Civilité	Nom	Prénom	Fonction	Date de RDV	Lieu de RDV
Institutionnel	PNRNM	Madame	Adell-Legrand	Typhaine	Responsable du Pôle Climat/Energie	Le 12/03/2020	Sigean (PNR)
Institutionnel	Service environnement (GN)	Madame	Barret	Galathée	Ambassadrice du tri	Le 19/03/2020	Téléphonique
Institutionnel	Pôle attractivité économique et innovation sociale - INNESS (GN)	Madame	Koci	Albina	Directrice Cohésion urbaine et territoriale	Le 18/03/2020	Téléphonique
Institutionnel	PIMMS (et impliquée dans le Mouvement Zéro Déchet)	Madame	Moreira	Emilie	Directrice du PIMMS	Le 07/04/2020	Téléphonique
Institutionnel	CODEV - PNRNM	Madame	Roy	Alice	Animatrice au CODEV et Chargée de communication au PNR	Le 16/04/2020	Téléphonique
Institutionnel	Service habitat (GN)	Madame	Stievenard	Lucie	Chargée de missions	Le 30/04/2020	Téléphonique
Associatif	Narbovélo	Monsieur	Anna	Laurent	Président	Le 18/03/2020	Téléphonique
Associatif	Ecocal	Monsieur	Aubé	Joël	Président	Le 02/04/2020	Appel visio
Associatif	Gée Aude	Madame	Canovas	Anne	Coordinatrice de réseau	Le 11/03/2020	Téléphonique
Associatif	Les Collibris	Monsieur	Giroux	Pierre	Président	Le 10/03/2020	Ginestas
Associatif	Surfrider	Monsieur	Gonçalves	Sergio	Responsable Antenne	Le 12/03/2020	MDS
Particulier	/	Madame			<i>Particulier 1</i>	Le 27/05/2020	Téléphonique
Particulier	/	Madame			<i>Particulier 2</i>	Le 30/04/2020	Téléphonique
Particulier	/	Madame			<i>Particulier 3</i>	Le 06/05/2020	Téléphonique

Annexe 8 : Chronogramme des missions



Annexe 9 : Fiche guide

Fiche Guide

La mission : Structuration d'un réseau d'ambassadeurs de la transition énergétique.

Stade de la réflexion :

Engagement d'un mémoire pour identifier les modèles possibles pour la structuration d'un ou des réseaux d'ambassadeurs en vue de mobiliser les citoyens.

Les propositions seront présentées aux élus.

Les objectifs pour engager les citoyens :

- Accompagner le changement des comportements individuels et collectifs
- Structurer un réseau d'ambassadeurs, l'animer l'amplifier (temps d'échange, formations, guide, kits, communication...)
- Relayer et valoriser les initiatives intéressantes auprès des citoyens
- Susciter des changements de pratiques des citoyens grâce aux ambassadeurs

Les domaines de la transition énergétique :

Tous les domaines permettant un travail sur les économies des ressources (eau, électricité, carburant, achats durables, zéro déchet, limitation des déplacements...) et les sources de production d'énergies renouvelables sont concernés.

Statut de l'ambassadeur :

A définir

Bénéficiaire de formations, d'outils de relais

Signature d'une charte ?

Sera privilégié « bénévole/volontaire » mais des dépenses pourraient être défrayées tels que des déplacements, ou des outils pourraient être pris en charge par le GN (kit, objets, etc.).

Annexe 10 : Scénarios

Les propositions se substituent, les options peuvent s'additionner.

Étape 1 - Constituer un groupe projet

Le **groupe projet technique** (pilote, suit, anime, met en œuvre)

- 2 agents du Grand Narbonne, Rokaya et Anna
- 1 agent du PNR : Typhaine Adell-Legrand
- 1 personne de GéeAude

Le groupe projet associe autant que de besoin les élus référents

- L'él.u.e référent.e du Grand Narbonne /él.u.e référent.e du Parc

Le comité technique

Objectif : avoir un réseau de structures relais/partenaires sur lesquelles s'appuyer. Travaillent conjointement avec les ambassadeurs.

- PIMMS
- Centre Social Nelson Mandela
- France Bénévolat
- Club UNESCO Terres de l'Aude
- Les colibris
- Ecolocal
- 2 ou 3 ambassadeurs

Le **COPIL** (décide, initie, arbitre) Comité technique + élus concernés.

Étape 2 – Recruter des ambassadeurs

Objectif : recruter entre 15 et 25 ambassadeurs

Statut de l'ambassadeur :

- Bénévole
- Volontaire
- Nominatif/en tant que citoyen ou possibilité de porter une double casquette (représentant d'une association, structure, club sportif ou culturel, élu, agent territorial, ...)

Proposition 1 : Officialisation du statut à géométrie variable

→ Les 25 premiers ambassadeurs seront le cercle cœur afin de créer un groupe solide. Les autres seront conviés à des rencontres moins officielles/plus ponctuelles

Proposition 2 : Aucune officialisation du statut

→ Chaque ambassadeur au même statut

Défraiement

Proposition 1 : Prise en charge financière du Grand Narbonne

- Déplacements pour les animations
- Outils/besoins nécessaires à des animations (apéro dans les quartiers...)
- Matériel éco-gestes
- Défraiement garde d'enfants
- Si un seul ambassadeur concerné, tarif conventionnel 11 à 14€/h
- Mise en place d'une garderie sur le lieu de l'événement (si plusieurs ambassadeurs concernés) par un prestataire

Proposition 2 : Prise en charge financière du GN seulement pour les animations

Outils/besoins nécessaires à des animations (apéro dans les quartiers...)

Matériel éco-gestes

Technique de recrutement :

Option 1 : Appel à candidatures

Lancer une campagne de recrutement sur une période donnée.

- Presse locale
- Mag du GN (gratuit)
- Affichage publicitaire
- Relais dans les communes (gratuit)
- Réseaux sociaux (gratuit)
- Relais par les associations (gratuit) : demander de diffuser l'appel à candidature à leur réseau et de nous conseiller des personnes fiables au recrutement
- Contacter par mail puis appel (groupe projet) les structures déjà en lien (fichier contacts)
- S'appuyer sur le réseau de référents communaux

Option 2 : Recrutement lors d'événements

→ Le service TE s'inscrit dans un ou plusieurs événements existants et/ou est présent lors d'apéro ouverts et recrute directement de potentiels ambassadeurs, qui doivent remplir la fiche d'inscription

Visuel de communication

Créer un logo à utiliser lors de la communication, des mails et de la création de matériel.

Proposition 1 : Conserver le visuel du Plan climat

Proposition 2 : Créer un logo à partir de celui du GN

Conditions nécessaires requises :

- Habiter dans 1 des 43 communes (Grand Narbonne ou PNR)

Argeliers, Armissan, Bages, Bizanet, Bize-Minervois, Boutenac, Caves, Coursan, Cuxac-d'aude, Feuilla, Fitou, Fleury d'Aude, Ginestas, Gruissan, La Palme, Leucate, Mailhac, Marcorignan, Mirepeïssat, Montredon-des-Corbières, Montséret, Moussan, Narbonne, Névian, Ouveïllan, Peyriac-de-Mer, Port-la-Nouvelle, Portel-des-Corbières, Pouzols-Minervois, Raissac-d'Aude, Roquefort-des-Corbières, Saint-André-de-Roquelongue, Saint-Marcel-sur-Aude, Saint-Nazaire-d'Aude, Sainte-Valière, Sallèles-d'Aude, Salles-d'Aude, Sigean, Treilles, Ventenac-en-Minervois, Villedaigne, Villesèque-des-Corbières, Vinassan

- Être volontaire et bénévole
- Répondre au profil-type
 - Convaincu, impliqué et prêt à s'engager
 - Motivé
 - Avoir une parole juste et respectueuse (impartialité) qu'importe l'origine sociale, politique, raciale, professionnelle...
 - Faire preuve de disponibilité pour prendre le temps d'aller à la rencontre des habitants
 - Être fédérateur, inspirant, savoir communiquer, savoir motiver, donner l'envie de s'investir

Candidater pour être ambassadeur :

Proposition 1 : Créer une fiche d'inscription (permet d'officialiser le rôle revêtu) :

- Indiquer si nominatif/en tant que citoyen ou double casquette (association, structure, club sportif ou culturel, élu, agent territorial, ...)
- Faire apparaître les missions de l'ambassadeur, permet aux futurs ambassadeurs de connaître leurs rôles et objectifs
- Faire apparaître les caractéristiques de l'ambassadeur, demande que les personnes se reconnaissent dans ce profil-type
- Ecrire ses motivations *[!] Implication dans le temps lorsqu'on recrute des gens lambda*

Proposition 2 : Pas de fiche d'inscription mais l'habitant doit répondre aux conditions nécessaires et au profil recherché

Critère de recrutement supplémentaire :

Proposition 1 : Pas de critère géographique pour le recrutement

S'assurer de la disponibilité et de la mobilité des ambassadeurs afin de se déplacer sur l'ensemble du territoire

Proposition 2 : Critère géographique pour le recrutement

Recruter des ambassadeurs par communes, quartiers, si possible ou du moins relativement répartis sur le territoire.

Premier échange avec les ambassadeurs (avant formation)

Mail informatif

Envoyer par mail un récapitulatif des objectifs, plan d'actions, formations et d'information sur la prise en main des outils collaboratifs.

Option 1 : Organiser une rencontre (par calendrier pour laisser plusieurs possibilités de date)

- Permettre aux ambassadeurs de se rencontrer.
- Organiser une première rencontre avec les ambassadeurs pour présenter les objectifs, le plan d'actions décidé, les formations et les outils collaboratifs (site, mail...).
- Consacrer un temps d'échange : questions, suggestions.

Soirée de lancement (avant la formation)

Étape 3 – Former des ambassadeurs

Objectifs :

- Transmettre un socle de connaissances essentielles sur la transition écologique (questions techniques)
- Expliquer le Plan Climat (GN ou PNR)
- Transmettre un vocabulaire de la transition énergétique afin d'avoir un langage et un tronc (de connaissances) commun (savoir de quoi on parle, pouvoir échanger entre eux)
- S'assurer de la connaissance du terrain sur lequel les ambassadeurs auront à intervenir (associations, initiatives, etc.)

Formation initiale

Proposition 1 : Programme de 6 séances 2 à 3h (3 demi-journées) plusieurs séances thématiques : mobilité, énergie, consommation & déchets, alimentation & eau

- Option 1 : animés par un intervenant extérieur (ex : association, éducateur à l'environnement, GéeAude)
 - Budget : 5000€ si marché de services
- Option 2 : co-animés par les acteurs locaux

- GN sur les éco-gestes, PNR sur l'énergie, GN sur le tri, Association Vélo sur la mobilité douce, etc. - Valoriser et s'appuyer sur les compétences de chacun et développer une cohésion de groupe nécessaire à la construction du réseau.
- Budget : 2500€ pour rémunérer les associations

Proposition 2 : Faire appel à conversation carbone

Budget 50€/personne pour 6 séances, ce qui comprend : 2 livrets (15€) et frais de bouche (5-6€/pers./séance). Effectif par formation : 7 à 10 participants.

- Total de 1000€ si 20 ambassadeurs

Option 1 : Déplacement à Toulouse : 25€/personne Aller/Retour

- 6x25 = 150€/personne
- Total de 3000€ si 20 ambassadeurs

Option 2 : Faire venir le facilitateur

- Entre 150€ et 200€ pour un facilitateur

Formation à l'animation et à l'utilisation d'outils

Une période de formation pour initier aux techniques, outils et méthodes de sensibilisation, d'animation.

Création d'un outil/guide d'animation à destination des ambassadeurs. A relayer sur l'espace collaboratif.

- Option 1 : Intervenant extérieur/connaissance du réseau
 - Budget : 1000€
- Option 2 : Un spécialiste au sein du réseau (GN, Associations)
 - Budget : 700€ si association

Atelier de co-construction d'outils

- Option 1 : Intervenant extérieur/connaissance du réseau
 - Budget : 1000€
- Option 2 : Un spécialiste au sein du réseau (GN)

Idée 1 : Création d'un kit

- ❖ Guide des bonnes pratiques « changer pour un comportement éco-responsable » à destination des citoyens
- ❖ Outils pour faire des économies d'énergie (fournir du matériel, ...)

- ❖ Guide à destination des ambassadeurs pour initier aux techniques, outils et méthode de sensibilisation, pour animer des ateliers/balades (type d'animation choisi), support d'animation, fiche discours aux publics

Idée 2 : un diagnostic territorial partagé (optionnel en amont de la création d'un kit)

Impliquer les ambassadeurs, voire les habitants, dans un état des lieux énergétique, des initiatives, des usages et comportements au sein du GN. Permet d'informer les ambassadeurs (les habitants si implication) et de fournir un outil d'appui à l'information/sensibilisation.

Étape 4 – Faire vivre ce réseau

Rôles et missions des ambassadeurs

1. Rôle d'intermédiaire, doit faire preuve de transversalité entre les citoyens et le Grand Narbonne

Mission 1 : Être proche des habitants, faire remonter les besoins et pratiques d'usages mais également comprendre les barrières et freins auxquels sont confrontés les citoyens dans le changement de comportement.

- **Agir dans le quotidien : aller à la rencontre de ses voisins, en parler avec ses collègues de travail, entre amis, ...**
- **Favoriser la proximité en menant des actions à l'échelle d'un quartier, d'une commune**
 - Mises en place d'actions lors de marchés de quartier/communes, échelle micro-locale, Faire la promotion d'événements de quartier, valoriser la vie de quartier, de partage
 - Aller à la rencontre des associations de quartier

Mission 2 : Donner les moyens (connaissances et outils) aux citoyens de changer de comportement et de pratiques

- **Donner aux ambassadeurs les outils de sensibilisation/animation essentiels (espace collaboratif et guide)**
- **Mettre à disposition du matériel écoresponsable à destination des habitants et en proposer à la vente (permanence)**

-
2. Rôle de transmission de messages et valeurs aux habitants

Mission 1 : Connaître le sujet, avoir les éléments de connaissance sur les enjeux climat/énergie du territoire afin de les partager aux citoyens – Provoquer des prises de conscience – Porter le débat de la TE avec un langage adapté

- **Grâce à la formation commune aux ambassadeurs transmettre des connaissances en lien avec les enjeux environnementaux, énergie, climat du territoire de manière simple**

Mission 2 : Avoir un discours réaliste mais optimiste qui s'appuie sur les effets positifs de la transition énergétique

- **Partager sur les avantages économiques et de bien-être de la transition écologique et sociale**

Mission 3 : Former des habitants à leur tour pour un effet boule de neige

- **Proposer aux habitants de devenir eux-mêmes ambassadeurs, participer à la formation et amplifier la transition énergétique**
 - **Les ambassadeurs deviennent formateurs**
-

3. Rôle de dynamiser le territoire en impliquant les habitants

Mission 1 : Soutenir et encourager les structures et initiatives déjà existantes

- **Relayer aux habitants ce qui existe déjà, proposer d'intervenir sur des événements déjà existants et de créer une cohésion entre acteurs du territoire**

Mission 2 : Accompagner les changements de mode de vie pour accélérer la transition de chacun : ils sont chargés d'animer des sessions de sensibilisation (dans le cadre de conférences-débat, groupes de réflexion, ateliers de travail...) auprès de structures demandeuses.

- **Connaître et s'appuyer sur les leviers permettant les changements de comportements et de proposer un accompagnement humain et/ou matériel**
- **Proposer aux ambassadeurs de choisir des thématiques dans lesquelles ils sont le plus à l'aise tout en restant des généralistes/polyvalents** (*Mobilité, énergies renouvelables, efficacité énergétique, consommation et déchets, eau et alimentation, agriculture, consommation, éco-gestes, ESS, culture, etc.*)
 - Alternier les interventions d'ambassadeurs en fonction des thématiques sur des événements hebdomadaires/bimensuels

Avantage :

- ✓ Facilité d'intervention lors d'événements spécialisés (par thèmes) déjà organisés ;
- ✓ Valoriser les compétences de chacun

- ✓ Laisse tout de même la liberté aux ambassadeurs d'intervenir, ne pas structurer officiellement les domaines d'intervention de chacun et donc valoriser le tronc commun acquis lors de la formation
- ✓ Les ambassadeurs savent qu'ils peuvent compter les uns sur les autres, se remplacer si besoin sur des interventions

Mission 3 : Être porteur de projet, mener des actions auprès des citoyens (composteurs, jardins partagés, vélo, AMAP, ...)

- **Engager du temps et être capable de démontrer que la mise en œuvre d'actions concrètes est possible, de donner des exemples dans la région (ou autre) et de montrer qu'ils sont reproductibles**
- **Valoriser le collectif et monter des projets ensemble à l'échelle locale ou micro-locale**
 - Faire des apéros, soirées projection, animations ludiques avec les enfants, valoriser les démarches collectives comme le compostage ou le jardin collectif, l'entraide, le tri, les récupérateurs d'eau, donner envie de monter des projets collectivement...

Mission 4 : Agir activement envers les citoyens du territoire

- **Impliquer au moins 10 habitants à un atelier, projet, sensibilisation sur une durée de 1 an**

4. Rôle de mise en avant de l'exemplarité (sans nécessairement l'être)

Mission 1 : Créer une émulation par l'exemple, donner envie d'agir, inspirer en valorisant des démarches et l'adoption de comportements écoresponsables sans demander d'être irréprochable dans tous les domaines.

- **Fournir aux ambassadeurs du matériel éco-geste pour « être exemplaire » et faire de la communication**

5. Rôle de mise en réseau des structures locales

Mission 1 : Faire converger/relier les mouvements au sein du réseau

- **S'appuyer sur le réseau de chacun**

Mission 2 : Créer une communauté d'acteurs

- **Echanger sur l'espace collaboratif** (voir étape 4 : animer le réseau)

Mission 3 : Créer des espaces de rencontre, partage et d'échange

➤ **Participer aux rencontres organisées inter-réseau**

Animer le réseau

L'animation du réseau doit être suivie de près par au moins un des membres du groupe projet.

Animateur pilote (Animatrice Plan Climat) entre 0.3 et 0.4 ETP.

Formations ponctuelles

Aux ambassadeurs :

Proposer une formation trimestrielle pour approfondir des thématiques (proposer que ce soit facultatif, pour ne pas être trop contraignant).

- **Option 1** : Intervenant extérieur/connaissance du réseau
 - Budget : 1000€
- **Option 2** : Un spécialiste au sein du réseau
 - Budget : 600€

Aux citoyens :

- **Option 1** : Les ambassadeurs deviennent formateurs (cercle élargit du réseau)
- **Option 2** : Les habitants passent la formation officielle (appartenir au cercle cœur)

Rencontres, temps d'échange

Animation hebdomadaire/bimensuelle/mensuelle

- Proposer un atelier/stand/animation dans un marché de manière récurrente : rendre visible le réseau d'ambassadeurs - Rotation des ambassadeurs sur le stand : 2/3 ambassadeurs par événement

Communication

Etablir un plan d'actions et mener une communication ciblée déterminée par le Copil (pour que les citoyens se sentent concernés, visés).

Cibler la population socialement	OU	Cibler la population selon le Green Gap
Les retraités		Les personnes déjà sensibilisées
Les actifs		Les personnes aptes à être sensibilisées
Les ménages modestes ou en situation précaire		Les personnes qui se sentent non concernées

Agents et élus		
Etudiants		
Jeunes actifs		

Permanence

S'appuyer sur le guichet unique du service Habitat

- Mettre à disposition de l'information
- Mettre à vente du matériel éco-geste à prix réduit

Collaboration avec le guichet itinérant du service habitat

Préconisation : le message doit être clair, à la fois rendre présent sur le terrain le service Habitat et proposer des animations sur des gestes-écoresponsables en lien avec la transition écologique et sociale.

- Conjointement à ce qui est proposé par le service Habitat, proposer une animation thématique/pratique par intervention/village animée par l'animateur Plan climat ou un ambassadeur
- Proposer un parcours (sur plusieurs communes) sur une période (*exemple : 3 mois*) avec un programme est fixé en amont (par les ambassadeurs) et communiqué (co-construction avec le service Habitat)

Avantages

- ✓ La programmation permet de renseigner à l'avance les habitants des villages sur ce qui va être présenté et de pouvoir s'organiser
- ✓ La diversification des animations pourrait permettre d'attirer à un endroit (une commune), les habitants d'une autre commune, et ainsi les « fidéliser à l'offre » et limiter le frein culturel d'appartenance à son village
- ✓ Les communes volontaires à la démarche seront a priori volontaires à relayer l'information et communiquer dessus.

Espace collaboratif

Créer un mail pour joindre l'ensemble des ambassadeurs et qu'ils communiquent entre eux.

Proposition 1 : Espace en ligne collaboratif

Créer cet espace en ligne collaboratif pour partager les outils, un calendrier, des conseils, le kit ...

Géré par le groupe projet et partagé à l'ensemble des ambassadeurs.

Proposition 2 : Plateforme

Quand ?

Option 1 : Dès le départ

Option 2 : Mettre en place après 1 à 2 ans d'expérimentation

Comment ?

Option 1 : Créer un site à part entière créé par un prestataire et alimenté par le groupe projet/la com du GN

→ 1 partie publique : relayer de l'information sur les initiatives des ambassadeurs et des associations des relais dont les événements sont en lien ; mettre un agenda en ligne ; mettre en lien avec la carte « Près de chez vous » des Colibris

→ 1 partie privée : mettre à disposition les outils créés ; conversation pour échanger entre ambassadeurs

Option 2 : Créer un onglet sur le site du Grand Narbonne géré par le Grand Narbonne

1 partie publique : relayer de l'information sur les initiatives des ambassadeurs et des associations des relais dont les événements sont en lien ; mettre en lien avec la carte « Près de chez vous » des Colibris ; se greffer à l'agenda du GN

Étape 5 – Suivre et évaluer le réseau

Suivi par action

- De l'ambassadeur : faire un retour après chaque événement, animation, sensibilisation

Les ambassadeurs doivent faire un retour au groupe projet pour évaluer la démarche et voir si l'on peut améliorer des choses (outils, matériel, ...).

- Des habitants : demander un retour du public lors des animations, sensibilisations

Proposition 1 : Les ambassadeurs devront faire remplir un questionnaire aux participants

Proposition 2 : Les ambassadeurs devront prendre un temps en fin d'animation/initiatives avec le public pour parler de la démarche

Suivi du réseau

Organiser une rencontre tous les 3 ou 4 mois entre ambassadeurs et groupe projet (au moins la première année).

Evaluation

Prévoir une rencontre annuelle entre ambassadeurs, groupe projet, COPIL, et habitants/cibles pour :

- Présenter les démarches entreprises durant l'année écoulée
- Créer une dynamique de réseau, se rencontrer, partager, échanger
- Faire témoigner des personnes sur des initiatives de la région

Étape 6 – l'amplifier si satisfaisant

Faire une nouvelle campagne de recrutement

- Attendre 2 ans d'expérimentation
- Se baser sur les mêmes critères et prendre en compte le retour d'expérience
- Faire en sorte que le plus de domaines soit touché : sportif, culturel, institutions, ... ajouter si nécessaire des conditions de recrutement (appartenir à un club, etc.)
- Faire en sorte que le territoire soit couvert dans son ensemble par les ambassadeurs ... personnaliser si besoin les campagnes de recrutement pour les communes les plus isolées ou moins touchées par le réseau
- Elargir aux domaines économiques et touristiques

Annexe 11 : Coûts des scénarios

	Poste de dépense	Coût annuel	Coût optionnel annuel	Remarques
Étape 1 - Constituer un groupe projet				
Constituer un groupe projet technique	Moyens humains	150 000 €		Entre 0,3 et 0,4 ETP (poste Animatrice Plan climat) Groupe technique (GN - service TE, PNR, GEE Aude) + élus référents autant que de besoin
Constituer un comité technique				Groupe technique + PIMMS, Centre Social Nelson Mandela, France Bénévolat, Club UNESCO Terres de l'Aude, Les colibris, Ecolocal, 2 ou 3 ambassadeurs
Constituer un comité de pilotage				Comité technique + élus concernés
Étape 2 – Recruter des ambassadeurs				
Recruter 15 à 25 ambassadeurs	Défraiement des ambassadeurs		1 000 €	
Option 1 : Recruter 15 à 25 ambassadeurs lors d'évènements	Pot de convivialité		500 €	
Option 2 : Par un appel à candidature				
Définir le statut des ambassadeurs				
Option 1 : Officialisation du statut (centre cœur)				
Option 2 : Pas d'officialisation				
S'appuyer sur un visuel				
Option 1 : S'appuyer sur le visuel du Plan Climat				
Option 2 : Création d'un visuel dédié			3 000 €	Si externalisation
Établir une fiche d'inscription/conditions nécessaires				
Prédéfinir une répartition géographique des ambassadeurs				
Option 1 : Prédéfinir un nombre d'ambassadeurs/commune				
Option 2 : Accueillir tous les ambassadeurs volontaires quelque soit leur lieu d'habitation				
Option 1 : Ambassadeurs agissent localement dans sa commune				
Option 2 : Ambassadeurs agissent sur tout le territoire				
Organiser un temps de rencontre				
Option 1 : 1er échange avec les ambassadeurs via une rencontre	Pot de rencontre		500 €	
Option 2 : 1er échange avec les ambassadeurs par courriel				
Lancer le réseau	Soirée de lancement		1 000 €	
Étape 3 – Former des ambassadeurs				
Définir des formations thématiques pour mieux appréhender les dom	Prestataire privé		5 000 €	
	Associations		2 500 €	
Avoir recours aux Conversations Carbones	Atelier à Toulouse		4 000 €	
	Atelier à Narbonne		1 000 €	Possibilité de faire venir le facilitateur
Créer un kit d'animation pour les ambassadeurs				
Option 1 : Proposer des formations pour l'animation et l'utilisation d'o	Prestataire		1 000 €	
	GN			Animateur Plan climat
Option 2 : Animer des ateliers de co-construction d'outils	Prestataire privé		2 000 €	
	GN ou association		Entre 0 et 700 €	
Étape 4 – Faire vivre ce réseau				
Proposer des formations ponctuelles aux ambassadeurs	Prestataire privé		1 000 €	
	Association		600 €	
Organiser des formations pour les habitants par les ambassadeurs			2 000 €	
Acquérir des objets éco gestes (mousseurs, ampoules leds...)			5 000 €	
Organiser des animations	3 temps de rencontre		5 000 €	
Collaborer avec le guichet unique du service Habitat	Tenir une permanence			
Mettre à disposition du réseau des outils numériques d'échange				

Option 1 : Mettre à disposition des espaces collaboratifs					
Option 2 : Créer une plateforme dédiée					5 000 €
Communiquer sur le réseau via nos outils					
Étape 5 – Suivre et évaluer le réseau					
Option 1 : Suivre et évaluer le réseau en s'appuyant sur le groupe Projet					
Option 2 : Suivre et évaluer le réseau en s'appuyant sur les ambassadeurs					
Organiser une réunion bilan					300 €
Étape 6 – L'amplifier si satisfaisant					
Organiser une nouvelle campagne de recrutement					