



HAL
open science

La communication intercommunale sur le changement climatique : entre stratégies et paradoxes : l'exemple de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB)

Marième Pollèle Ndiaye

► To cite this version:

Marième Pollèle Ndiaye. La communication intercommunale sur le changement climatique : entre stratégies et paradoxes : l'exemple de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB). Sciences de l'information et de la communication. Université Michel de Montaigne - Bordeaux III, 2014. Français. NNT : 2014BOR30011 . tel-01141491

HAL Id: tel-01141491

<https://theses.hal.science/tel-01141491>

Submitted on 13 Apr 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Université Bordeaux Montaigne

École Doctorale Montaigne Humanités (ED 480)

MICA – Médiation, Information, Communication, Art (EA 4426)

THÈSE DE DOCTORAT EN

« SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION »

**La communication intercommunale sur le changement
climatique : entre stratégies et paradoxes.**

L'exemple de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB).

Présentée et soutenue publiquement le 7 avril 2014 par

Marième Pollèle NDIAYE

Sous la direction de Gino GRAMACCIA

Membres du jury

Françoise BERNARD, Professeure, Université Aix-Marseille

Laure CURVALE, Vice-présidente « Plan climat, HQE, Concertation », CUB

Nicole d'ALMEIDA, Professeure, Université Paris Sorbonne

Gino GRAMACCIA, Professeur, Université de Bordeaux

Catherine LONEUX, Professeure, Université Rennes 2

Anne PIPONNIER, Maître de conférences HDR, Université Bordeaux Montaigne

À feu mon père Iba Ndiaye Diadji qui m'a fait partager sa curiosité pour les « choses qui nous entourent ». Il incarne, pour moi, vivacité d'esprit et intégrité.

REMERCIEMENTS

J'exprime, tout d'abord, mon estime à mon directeur de thèse Gino Gramaccia. Je le remercie pour sa bonne humeur, ses encouragements, ses marques de confiance, et pour m'avoir transmis son appétit pour la recherche. Merci, très sincèrement, M. Gramaccia d'avoir toujours cru en moi depuis le début de cette aventure car sans votre soutien, cette thèse serait certainement tout autre.

Ma gratitude va également à Anne Piponnier, maître de conférences SIC HDR, pour sa gentillesse, sa disponibilité, ses relectures attentives et les discussions que nous avons pu avoir.

Je suis reconnaissante envers Laure Curvale, vice-présidente « Plan climat, HQE, Maîtrise de l'Énergie et Concertation » à la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB), pour m'avoir offert l'opportunité d'intégrer le projet de mobilisation autour des « pionniers du climat ». Je n'oublie pas non plus, mes interlocutrices au sein de la direction du « Développement Durable et de la Participation », notamment Hèlène Dourneau et Julie Roussarie, successivement chefs de projet « pionniers du climat » pour leur précieuse aide.

Je suis aussi redevable à Marie-Christine Landry, responsable administrative de l'École doctorale. Elle n'a pas ménagé ses efforts pour rendre possible la signature de la convention « Doctorant-conseil », laquelle m'a permis d'effectuer une immersion au sein de la CUB, alors que les écueils administratifs en auraient découragé plus d'un.

J'aimerais aussi remercier toutes les personnes qui ont participé à mon étude pour m'avoir accordé de leur temps et pour les échanges que nous avons eues, lesquelles ont participé à nourrir mon travail de recherche.

J'adresse un chaleureux merci à mes amies Ouleye Diop et Fatou Ndione pour leur soutien et leurs encouragements.

De plus, merci à Anne Wimez pour son amitié et pour m'avoir soustrait à la solitude de la recherche. Elle fut ma complice durant cette aventure, nous avons partagé doutes et moments d'euphorie qui rythment inévitablement le parcours d'une thèse.

Merci à ma sœur adoptive Fatou Sow pour sa présence, ses conseils avisés et ses très précieux encouragements. Elle m'a aidé à me recentrer sur l'essentiel pendant des périodes d'égarement.

Je souhaite aussi remercier spécialement ma famille pour son soutien inconditionnel : ma mère Souadou Ndiaye, pour ses encouragements constants et sa patience en voyant mes études s'étirer..., et malgré les kilomètres qui nous séparent, sa présence m'a incité à garder le cap, je lui dois aussi cette thèse ; mes petites sœurs Marame Taaw, Ndèye Mariane et Ndèye Soxna qui ont manifesté un intérêt pour ce travail bien loin de leurs préoccupations d'informaticiennes... Merci les filles pour toutes vos marques de confiance et vos mots d'encouragement toujours très stimulants ; sans oublier mon beau-frère Marwane Kalam-Alami pour sa précieuse relecture de la langue de Shakespeare.

Enfin, mes pensées vont à ma cousine Amina Ndiaye, ma famille cenonaise, mon oncle Moussa et ma tante Nafi Diop, et mes parents proches au Sénégal notamment la famille Diaouné et ma tante Fatou Mamedy Ndiaye pour leur sollicitude à mon égard.

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements -----	4
Introduction -----	13
Objet d'analyse et justification de la recherche-----	14
Plan de la thèse -----	17
<u>PREMIÈRE PARTIE. REPÈRES CONTEXTUELS ET CONCEPTUELS</u>	19
Chapitre I. Problématiques de la communication sur le changement climatique ----	21
Sous-section I. De la difficulté de communiquer sur les risques climatiques -----	22
I-1 Généralités-----	23
I-1-a Le changement climatique est un phénomène complexe-----	23
I-1-b Les perceptions du public face aux risques -----	25
I-1-c Risques et principe de précaution-----	28
I-2 Entre « cacophonie » discursive et peur de la disqualification-----	30
I-2-a Des messages porteurs de promesses -----	30
I-2-b La lutte contre le changement climatique, une peur de la disqualification ?-----	33
I-3 Le « grand récit environnemental » -----	34
I-3-a Genèse d'une dynamique-----	34
I-3-b Considérations éthiques -----	35
Sous-section II. Entre action individuelle et action collective -----	37
II-1 « L'agir ensemble », une action coordonnée ?-----	37
II-1-a Les représentations sociales et l'environnement -----	37
II-1-b Articuler le « Je » et le « Nous » : prélude au processus de mobilisation-----	40
II-2 Questions de reconnaissance-----	45
Sous-section III. La territorialisation du défi climatique, nouveaux enjeux, nouvelles perspectives pour la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) -----	48
III- 1 La CUB au carrefour de dynamiques-----	49
III-1-a Une mise en perspective : particularités et ambivalences -----	49
III-1-b La réforme des collectivités territoriales : une opportunité pour donner l'impulsion à une dynamique communautaire-----	53
III-2 La mobilisation territoriale contre le changement climatique : une quête de légitimité ? ----	56

III-2-a « Effets de mise en abyme »-----	56
III-2-b La légitimité en discussion-----	59
Conclusion intermédiaire-----	66
<i>Chapitre II. Repères théoriques et conceptuels de la recherche-----</i>	67
Sous-section I. La communication intercommunale-----	68
I-1 Le contexte d'émergence de la communication intercommunale-----	68
I-1-a L'affirmation de la communication publique-----	68
I-1-b Une nouvelle conception de la communication organisationnelle-----	73
Une dynamique de projet-----	74
I-2 Communication intercommunale, action collective et numérique-----	80
I-2 -a La dialectique « communication intercommunale » et « action collective » -----	80
La Théorie de la Mobilisation des Ressources (TMR) -----	83
Le processus de cadrage de l'action collective -----	85
L'analyse des réseaux -----	87
Le courant pragmatique -----	90
Le paradigme de la « communication engageante ET instituante »-----	93
I-2-b La dialectique « communication intercommunale »et « numérique » -----	98
Une évolution des pratiques de communication territoriale ?-----	102
Sous-section II. La posture théorique adoptée et les fondements épistémologiques de la recherche-----	105
II-1 Esquisse pour une critique des utopies mobilisatrices favorables à la lutte climatique territorialisée -----	105
II-1-a La communication territoriale, entre « engobage » et « engagement » -----	105
II-1-b Peut-on parler de « Babel » de la communication territoriale ?-----	110
II-1-c Peut-on faire l'économie d'une perspective temporelle ?-----	114
Temporalités et communication -----	115
II-2 Objectifs de la recherche et posture épistémologique -----	118
II-2-a Rappel des enjeux de la démarche « pionniers du climat » et recadrage de la problématique-----	118
II-2-b Les jalons épistémologiques de la recherche-----	121
Un parti pris « constructionniste »-----	121
Une orientation méthodologique interprétative et pragmatique-----	123
II-3 Hypothèses-----	127
Conclusion intermédiaire-----	129

Chapitre III. La stratégie de la recherche -----	133
Section I. Une approche qualitative -----	133
I-1 L'étude de cas -----	133
I-1-a L'enquête exploratoire -----	133
I-1-b Justification de la méthode et des outils choisis -----	135
I-2 Les techniques de collecte de données -----	136
I-2-a Le focus group -----	136
I-2-b L'entrevue semi-directive -----	138
I-2-c L'observation en situation : la mission « Doctorant-conseil » -----	139
I-2-d Limites des techniques -----	141
Section II. Protocole d'enquête -----	142
II-1 Plans d'analyse et échantillonnage -----	142
II-1-a Trois plans d'analyse -----	142
II-1-b Echantillonnage et limites -----	143
II-2 Schéma d'analyse conceptuel -----	146
II-2-a Le concept de communication intercommunale sur le changement climatique -----	147
II-2-b Les dimensions et les indicateurs de la communication intercommunale sur le changement climatique -----	148
II-2-c Objectifs opérationnels de l'étude -----	150
II-3 Création des grilles d'enquête, modalités de prise de contact et calendrier -----	151
II-3-a Schéma de l'entretien semi directif -----	151
II-3-b L'observation en situation -----	152
II-3-c Modalités de prise de contact -----	152
II-3-d Calendrier -----	154
Section III. Collecte et mode d'analyse des données -----	154
III-1 La collecte des données -----	154
III-2 L'analyse qualitative informatisée : Nvivo -----	155
Fonctionnement du logiciel et limites -----	156
Conclusion intermédiaire -----	158

Chapitre IV. La mobilisation autour des pionniers du climat : quels échos à l'échelle communautaire ? ----- 163

Sous-section I. La mobilisation territoriale sur le changement climatique comme principe d'association ----- 163

I-1 La communication territoriale sur le changement climatique-----	164
I-1-a Les caractéristiques de la communication communale-----	164
La mobilisation territoriale sur le changement climatique comme principe d'association	167
Pratiques communicationnelles composites-----	169
Une communication par réseautage-----	171
Un besoin de reconnaissance-----	173
Une prise de conscience des limites de la communication territoriale-----	174
Pour une communication engageante-----	175
L'inscription temporelle des pratiques de communication, un paramètre à prendre en compte-----	177
La migration vers les outils numériques, une tendance plus ou moins suivie-----	178
I-1-b La communication des partenaires (institutionnels, associatifs et acteurs socioéconomiques)-----	180
Pratiques communicationnelles composites-----	181
Le réseautage comme impératif-----	183
La mobilisation territoriale sur le changement climatique comme principe de médiation	185
Un télescopage des pratiques -----	186
La lutte pour la reconnaissance -----	187
La migration vers le numérique, pour une utilisation judicieuse -----	188
I-2 La Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) et les « pionniers du climat »-----	190
I-2-a Rappel du contexte et genèse du projet -----	190
I-2-b Déploiement du projet -----	195
I-2-c La communication autour du projet -----	198

Sous-section II. Quels échos du projet « pionniers du climat » ? ----- 203

II-1 Les cadres-----	203
II-1-a Un sentiment de frustration -----	204
II-1-b Un modelage nécessaire -----	206
II-1-c Une antinomie structurelle-----	208
II-2 Les réseaux-----	210

	11
II-2-a Une communication par réseautage limitée -----	210
II-2-b Une absence de visibilité du Club climat -----	212
II-3 Les pratiques de communication -----	213
II-3-a Le choix de l'« accountability »-----	214
II-3-b Une économie de la perspective temporelle -----	215
Conclusion intermédiaire-----	218
<i>Chapitre V. Paradoxes de la communication intercommunale sur le changement climatique -----</i>	219
Sous-section I. Trajectoires des pratiques communicationnelles favorables à la lutte territoriale contre le changement climatique-----	219
I-1 Une casuistique de la communication intercommunale -----	220
I-1-a Des pratiques singuliers aux pratiques composites-----	220
I-1-b Une « sphérologie plurielle » -----	226
I-2 Focus sur la stratégie de communication de la CUB autour des « pionniers du climat » ----	231
I-2-a L'intelligence collective comme moyen de mise en réseau-----	232
Intelligence collective via les partenariats -----	233
Intelligence collective via la mise en place d'un comité technique-----	233
I-2-b Le projet, un « objet communicationnel »-----	235
I-3 Evaluation des hypothèses-----	238
I-3-a Hypothèse I-----	238
I-3-b Hypothèse II-----	238
I-3-c Hypothèse III -----	239
Section II. Vers une aporie communicationnelle ? -----	240
II-1 Des utopies mobilisatrices-----	240
II-1-a Au rythme des temporalités -----	240
III-1-b Une mise à l'épreuve -----	242
II-2 Au « Babel » de la communication intercommunale sur le changement climatique-----	245
II-2-a La CUB entre imputation, députation et réputation -----	245
II-2-b Une aporie communicationnelle ? -----	248
Section III. Les discordances comme pilier de la communication territoriale sur le changement climatique-----	250
III-1 Le paradoxe au centre de la communication territoriale-----	250

III-1-a La peur de la disqualification : actualisation du sentiment d'appartenance au territoire -----	250
III-1-b La casuistique : actualisation du sentiment d'engagement dans l'action collective ---	251
III-2 La gestion des discordances-----	255
Conclusion intermédiaire-----	259
Conclusion générale -----	261
Ouverture -----	264
Liste des tableaux -----	267
Liste des figures-----	269
Bibliographie -----	271
<u>QUATRIÈME PARTIE. ANNEXES</u>	299
Annexe 1. Tableau récapitulatif de quelques initiatives existantes en matière de mobilisation citoyenne-----	301
Annexe 2. Grille « Focus group »-----	304
Annexe 3. Pistes méthodologiques envisagés dans le cadre d'une recherche expérimentale -----	307
Annexe 4. Grilles d'entretiens -----	308
Annexe 5. Courriel de prise de contact.-----	311
Annexe 6. Tableau récapitulatif des pratiques de communication communales.-----	312
Annexe 7. Exemples d'entretiens retranscrits -----	316
Annexe 8. Rennais posant pour la campagne ENGAGE -----	332

INTRODUCTION

Cette thèse est issue de travaux antérieurs¹ qui portaient sur l'utilisation d'internet par le Conseil Général de la Gironde, pour mener une consultation publique, à l'occasion du lancement de son Plan Climat-Énergie Territorial (PCET). En effet, depuis le Grenelle de l'Environnement²(2007), les collectivités locales de plus de 50 000 habitants sont incitées à se doter d'un PCET, lequel définit dans le cadre des compétences des collectivités ciblées, les objectifs opérationnels en matière de lutte contre le changement climatique. Précisément, la question qui nous occupait était la suivante : dans quelle mesure l'objet de la consultation, le Livre vert³, pouvait-il contribuer à générer une forte participation à l'échelle territoriale ?

L'analyse du dispositif mis en place sur le site institutionnel du département d'une part ; et de l'autre, le questionnaire administré auprès d'un échantillon d'habitants de l'agglomération bordelaise⁴ ont révélé que l'outil internet n'était pas tout à fait approprié à ce type de démarche. En effet, les répondants ont affiché leur préférence pour des échanges directs avec leurs élus au détriment du débat dématérialisé. Aussi, nous nous sommes rendue compte que les thématiques locales (estuaire de la Gironde, forêts des Landes, érosion de la côte) abordées dans le document ne suffisaient pas à stimuler la participation des habitants. En résumé, les enquêtés sont

¹ Dans le cadre de notre mémoire de fin d'études intitulé « La communication territoriale à l'épreuve d'internet : le cas du plan climat girondin » soutenue en 2010 sous la direction du Professeur Gino Gramaccia et de Anne Piponnier, Maître de conférences SIC, HDR.

² Le Grenelle de l'Environnement était un processus de réflexion qui avait réuni les membres de la société civile (syndicats, organisations non gouvernementales, etc.) et les représentants du gouvernement. L'objectif était de définir une série de mesures à mettre en place au niveau national en faveur du développement durable. Ces discussions ont donné lieu à des engagements traduits par une série de lois.

³ Le Livre Vert fait l'état des lieux de l'impact du changement climatique en Gironde par grandes thématiques (Transports, Planification urbaine, Habitat, etc.) et pose des questions soumises au débat.

⁴ Ainsi, la taille de notre échantillon s'élevait à 250 personnes choisies de façon aléatoire au sein de l'agglomération bordelaise. Il est clair qu'avec ce chiffre, nous n'avions aucune prétention à l'exhaustivité, l'objectif était, pour l'essentiel, de mettre en exergue des tendances. Notre questionnaire était donc disponible uniquement en ligne et débutait par une « consultation-test ». Il s'agissait, en restant fidèle aux thématiques du Livre Vert, de soumettre trois questions relatives au tri des déchets ménagers, à la performance énergétique des logements et à la vulnérabilité du littoral girondin. Par la suite, nous interrogeons nos répondants sur la notoriété du Livre Vert mais aussi sur leurs motivations à adhérer à ce type de démarche. Nous nous sommes aussi intéressée à la perception de l'outil internet comme levier de la consultation publique. Enfin, nous nous sommes penchées sur l'impact des messages véhiculés pendant la campagne de communication en les corrélant avec l'envie de participer ou non au débat.

conscients des enjeux du changement climatique : ils affichent leurs inquiétudes en affirmant que la préservation de la Planète est un « *devoir citoyen* » ; mais ils se comportent comme s'ils étaient désintéressés, jugeant le débat « *stérile* ». La crise écologique annoncée et ses conséquences sur les conditions de vie humaine ne semblent pas susciter de fortes mobilisations à l'échelle locale au-delà de l'expression d'une inquiétude amorphe et dispersée. D'ailleurs, l'enquête sur la « *Perception et [l'] Implication des Aquitains en matière de changement climatique* » (Étude non publiée, 100% Quali, 2011), établit que 82% des aquitains se déclarent « *préoccupés par le changement climatique à l'échelle régionale* » ; 39% estiment ne pas être suffisamment « *informés des bons gestes à adopter pour préserver l'environnement* » alors qu'ils sont 44% à se déclarer pour le développement de l'énergie éolienne. L'étude a montré, également, une méconnaissance du champ sémantique lié au dérèglement climatique, les interrogés confondant souvent « *changement de saison* » et « *changement climatique* ». Devant cette déconnexion entre les rhétoriques organisationnelles favorables à la lutte climatique territorialisée et les réactions du public, nous nous sommes interrogée sur les ressorts de la communication territoriale sur le changement climatique : *comment les campagnes de communication des collectivités locales peuvent-elles produire les effets escomptés ?*

Objet d'analyse et justification de la recherche

Dans le temps présent, il est difficile d'échapper à l'effervescence suscitée par le changement climatique. En France, nombreux sont les textes législatifs votés pour encourager les territoires (région, département, intercommunalité, commune, etc.) à prendre des mesures en faveur de la lutte climatique. Cependant, la question reste complexe et présente de nombreux défis en matière de communication comme l'affirment Pruneau, Demers et Khattabi (2008) :

« Le projet d'éduquer les citoyens à l'atténuation et à l'adaptation aux changements climatiques est l'un des plus délicats auxquels les domaines de l'éducation et de la communication aient été confrontés. La population à éduquer comprend des citoyens de tous âges, démontrant des niveaux de littératie scientifique variés et interagissant dans des milieux, sociaux, économiques et politiques multiples ».

À cela s'ajoute, d'un côté, la sur-médiatisation du phénomène climatique depuis quelques années : on entend tout et son contraire (remise en cause de son fondement réel). De l'autre côté, la sphère politique étant imbriquée dans la communication territoriale, les citoyens ont tendance à percevoir des ambitions politiques derrière l'enjeu climatique.

Dans ce cadre, cette thèse ambitionne d'étudier les pratiques de communication territoriale visant la mobilisation autour des questions climatiques. De fait, nous nous inscrivons dans le champ des **communications organisationnelles** et nous intégrons notre recherche dans le droit fil des travaux en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) sur le concept de « **développement durable** »⁵ (d'Almeida, 2005 ; Bernard, 2006 ; Pascual-Espuny, 2008 ; Hervé-Bazin, 2009). Notamment, nous nous focalisons sur un échelon spécifique de l'organisation territoriale : **l'intercommunalité**, avec pour cas d'étude, **la mobilisation territoriale autour du projet « pionniers du climat »⁶ de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB)**. Ce choix a plusieurs intérêts.

(1) L'émergence des intercommunalités a modifié le paysage communicationnel territorial. À cheval entre la communication départementale et la communication municipale, la communication intercommunale poursuit des enjeux qui varient en fonction des compétences et des singularités locales. « *Il existe autant de communication intercommunale que d'intercommunalités* » (De La Guéronnière & Le Bras, 2009, p. 10). **(2)** Jusqu'alors considérées comme des « *Objets Politiques Non Identifiés* » (OPNI), (Gaudin, 1991), les intercommunalités s'emparent de la démarche « Plan climat » afin de se positionner comme des acteurs incontournables de la vie politique locale. Ceci laisse présager une communication intercommunale dense. **(3)** La CUB désire, grâce aux « pionniers du climat », promouvoir un mode de vie écologique à l'échelle

⁵ « Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire les leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion : le concept de besoins, et plus particulièrement de besoins essentiels des plus démunis, à qui il convient d'accorder la plus grande priorité, l'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale impose sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir » (Rapport Brutland, chapitre 2, 1987 cité par d'Almeida, 2005).

⁶ Le projet « pionniers du climat » s'inscrit dans le plan climat de la CUB.

communautaire. Une tâche qui s'annonce difficile dans un territoire géographique en constante évolution⁷ et marqué par la rivalité avec la ville centre Bordeaux.

Tous ces facteurs, selon nous, font de la communication intercommunale sur le changement climatique un sujet d'étude fort intéressant.

En outre, nous souhaitons apporter une contribution théorique à l'analyse de la communication des organisations publiques, car comme le soulignent Lakel et Gardère (2009) : si les pratiques de communication publique sont répandues dans les organisations et se développent, pour autant, « *le concept tarde à être théorisé* » en ce sens, « *la communication publique constitue un parent pauvre de la recherche [en communication organisationnelle] en comparaison d'autres formes de communication* » (Bessières, 2009, p. 16). En effet, s'agissant de la communication des collectivités territoriales, la majorité des travaux s'enferment dans des postures descriptives ou opérantes marquées par des indications sur la réalisation de supports de communication (journal municipal, création de site internet) ou sur des transferts d'expériences. Ils sont généralement le fait de professionnels de la communication territoriale à destination de leurs collègues, et ne permettent pas de dégager les particularités de ce type de communication (De La Guéronnière & Le Bras, 2009). Nous remarquons ainsi un déficit de travaux analytiques qui s'attellent à penser la communication territoriale en tant qu'objet de recherche. Néanmoins, nous pouvons souligner la contribution de quelques chercheurs en SIC qui proposent un cadre de réflexion en s'appuyant sur des études empiriques (Bernard, 2007 ; Houllier-Guibert, 2008 ; Huron et Spieth, 2009 ; Nedjar-Guerre & Gagnebien, 2013). Par ailleurs, la plupart de ces recherches ne s'aventurent pas sur notre terrain d'étude ; et quand c'est le cas, les auteurs analysent les solutions à mettre en œuvre pour résoudre le problème du passage à l'acte des citoyens en faveur de pratiques écologiques (Bernard, 2010). En définitive, si ces travaux ont permis de mieux comprendre les ressorts des motivations en faveur de la cause environnementale ; nous connaissons

⁷ La réforme des collectivités territoriales prévoit un nouveau cadre administratif, la Métropole, qui bénéficiera du transfert des compétences de la région et du département. Les intercommunalités sont annoncées comme les grands « bénéficiaires » de cette mutation. Nous reviendrons plus tard sur les enjeux de ces bouleversements pour la communication intercommunale.

encore mal les facteurs susceptibles d'expliquer l'échec des discours mobilisateurs autour de la lutte climatique à l'échelle locale.

Étant donné les limites observées dans la littérature existante, nous estimons qu'il est justifié d'entreprendre une nouvelle recherche. Ainsi, la présente recherche s'intéresse à **la manière dont un Établissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI), la Communauté Urbaine Bordeaux, construit une mobilisation territoriale autour de son plan climat. Nous braquons notre objectif sur la manière dont l'établissement va fédérer les acteurs locaux notamment les communes qui la composent autour de son projet « pionniers du climat »** ; et cela dans l'optique de mobiliser, dans un second temps les habitants du territoire communautaire. Un angle d'attaque, qui nous l'espérons, contribuera à apporter un éclairage nouveau.

Plan de la thèse

Ce volume est réparti en **trois parties**. **La première partie** nous donnera l'occasion de fixer nos repères contextuels et conceptuels afin d'éclaircir nos propos. Nous partirons d'un rappel des enjeux de la communication sur le changement climatique ; avant d'affirmer notre posture théorique en nous appuyant sur trois courants : la *communication organisationnelle* (Poinclou & Fourdin, 2000 ; d'Almeida & Andonova, 2006 ; Bessières, 2009 ; Loneux, 2008 ; Hervé-Bazin, 2009 ; Carayol, 2010) ; les *théories de l'action collective* (Snow & Benford, 1986 ; Neveu, 1996 ; Cinalli, 2005 ; Thevenot, 2006 ; Céfaï, 2007 ; Chabanet, 2009) ; et enfin, la « *communication engageante ET instituante* » (Bernard, 2008 ; 2010 ; 2012). Nous y défendrons également les assises épistémologiques de la démarche, notamment, le parti pris pour une orientation « *constructionniste* » (Hacking, 2001) et pour une méthodologie « *interprétative et pragmatique* » (Dosse, 1995 ; Rubin, 2005 ; Rumpala, 2008).

La seconde partie, sera ensuite consacrée à la stratégie de la recherche. Y seront discutés, les ressorts de l'approche qualitative retenue (outils de collecte, échantillonnage, etc.) ainsi que les modalités d'analyse des résultats.

Enfin, **la dernière partie** sera dédiée à la présentation des résultats de la recherche. Nous y proposerons une interprétation des données à la lumière nos repères conceptuels et théoriques.

PREMIÈRE PARTIE.
REPÈRES CONTEXTUELS ET
CONCEPTUELS

CHAPITRE I. PROBLÉMATIQUES DE LA COMMUNICATION SUR LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Ce premier chapitre de la thèse est l'opportunité de présenter au lecteur les principales observations et interrogations qui ont aiguillé notre recherche. Notamment, il s'agit de dégager les premiers éléments d'analyse pour nourrir notre réflexion sur la communication territoriale autour du changement climatique. Pour autant, cette méthodologie n'est pas gratuite puisqu'elle s'inscrit dans une logique pragmatique attentive à la réflexivité des acteurs et à la diversité des situations plutôt qu'à des états figés (Dosse, 1995 ; Gramaglia, 2006 ; Thevenot, 2006 ; Nachi, 2009). Ainsi, notre objectif est de voir comment le triptyque : communication, risque et changement climatique s'articule et contribue à la redéfinition constante des modalités de l'action collective.

À présent, en partant d'un examen de la complexité du phénomène climatique, nous soulignerons la difficulté de communiquer sur le sujet. Aussi, nous présenterons les principales stratégies déployées par les communicants⁸ pour inciter le public à se mobiliser en faveur de la lutte climatique (sous-section I). Nous insisterons, ensuite, sur le positionnement de ce public face aux problématiques des pratiques écologiques quotidiennes (sous-section II). Enfin, nous évoquerons les enjeux de la territorialisation du défi climatique. L'occasion d'introduire notre terrain de recherche, la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) et de mettre en perspective le contexte d'émergence des pratiques communicationnelles autour du Plan Climat Énergie Territorial (PCET). Ceci permettra d'amorcer une discussion autour du concept de légitimité afin de mieux cerner les ressorts de l'action publique et par extension, ceux de la communication territoriale sur le changement climatique (sous-section III).

⁸ Selon l'acception du dictionnaire électronique le Grand Robert de la langue française (2012), le terme fait référence à tous « ceux qui communiquent ». Ainsi, l'usage du mot renvoie ici à tous « ceux qui communiquent » autour du changement climatique : organisations publiques, privées, Organisations Non Gouvernementales (ONG), etc.

Sous-section I. De la difficulté de communiquer sur les risques climatiques

La lutte contre le changement climatique s'est imposée comme l'une des causes les plus marquantes du XXI^e siècle avec la communication pour leitmotiv. Cependant, il y a une déconnexion entre les risques décrits par les scientifiques, et le vécu expérientiel du public. En outre, les nombreuses controverses sur la responsabilité humaine dans le réchauffement climatique participent à renforcer la confusion du public. À titre d'illustration, nous observons qu'au sein même de la communauté scientifique, le sujet fait débat. Ainsi en 2007, la chaîne britannique *Channel 4* diffuse le film provocateur : « *The Great Global Warming Swindle* » ou « *La grande escroquerie du réchauffement global* » en français, lequel nie explicitement le rôle de l'Homme dans le réchauffement climatique⁹. Notamment, ce documentaire, soutenu par une vingtaine de personnalités scientifiques (dont certains ont participé aux travaux du Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'évolution du climat- GIEC)¹⁰, attribue aux variations solaires les causes du réchauffement climatique. Cette prise de position fut l'objet de violentes critiques formulées par la *Royal society* (équivalent de l'Académie des sciences en France) et la *Meteorological Office* (service britannique de météorologie). Précisons qu'il n'est nullement question ici de nous positionner dans le débat, mais plutôt de parcourir le contexte dans lequel nous sommes plongés, en tant qu'il rythme la communication autour de la lutte climatique.

Ainsi, dans la première section qui va suivre, nous cherchons à travers, l'examen de quelques pratiques et discours à penser la complexité et la multiplicité de la communication sur le changement climatique.

⁹ Notons que l'origine anthropique du réchauffement global est le postulat mis en avant par les scientifiques, les gouvernements et les organisations afin d'inciter le public à adopter des pratiques écologiques quotidiennes. Nous comprenons mieux pourquoi la remise en cause de ce fondement est sujette à polémique.

¹⁰ Le GIEC a été fondé en 1988 par les Nations unies et l'Organisation météorologique mondiale (OMM) pour analyser les effets des activités humaines sur le changement climatique.

I-1 Généralités

I-1-a Le changement climatique est un phénomène complexe

Si les travaux menés, ces dernières décennies, par le GIEC soulignent l'origine anthropique du réchauffement climatique avec les émissions de gaz à effet de serre (GES)¹¹ et alertent sur les menaces engendrées (pollutions de l'air et du sol, élévation du niveau des océans, etc.) par le phénomène ; ce dernier reste abstrait pour la plupart du public qui n'arrive pas à appréhender ces risques invisibles (Beck, 2001) au quotidien, mais qui incitent à une révision profonde des modes vie.

Ce constat, certes banal, n'en demeure pas moins vrai. En effet, dans la perspective des sciences naturelles, le système climatique mondial est d'une grande complexité, en raison principalement des nombreux mécanismes de rétroaction qui le traversent. La modification d'une variable a des répercussions dans tout le système et peut également se manifester dans des endroits inattendus. Les scientifiques construisent des Modèles de Circulations Générales (MCG) qui illustrent les rouages de ce système. La modélisation proposée par le GIEC (Figure 1) est la plus répandue. Elle présente les différents mécanismes de rétroaction et de mises en relation induits par la variabilité du climat. D'une part et d'autre du schéma, nous avons les systèmes environnementaux (*Earth systems*) et les systèmes humains (*Human systems*). L'encadré à gauche « *Climate Process Drivers* » indique la responsabilité humaine dans le dérèglement climatique avec pour conséquence la multiplication d'événements cataclysmiques (*Extreme Events*), lesquels vont avoir des effets sur les écosystèmes, la santé, les ressources en eau, etc. (*Impacts & Vulnerability*). Pour pallier ces difficultés, deux solutions sont signalées : **l'atténuation** (*Mitigation*) et **l'adaptation** (*Adaptation*). L'atténuation renvoie aux actions réalisées pour réduire les émissions de gaz à effet de serre (gestes économes en énergie, usage de transports en commun, etc.) et

¹¹ Les gaz à effet de serre (vapeur d'eau, dioxyde de carbone et méthane) présents dans l'atmosphère entraînent une augmentation de la température. On parle d'effet de serre en référence aux vitrages des serres qui sont traversés par les rayons du soleil et qui conservent la chaleur, (Plan climat de Paris, Foire aux questions, 2007). D'après les experts du GIEC (5e Rapport, 2013), il y a 95% de chances de faire un lien entre les activités humaines (notamment la production d'énergies fossiles) et le réchauffement climatique.

l'adaptation consiste à anticiper les menaces climatiques (éviter de construire dans zones inondables, par exemple). Au centre du modèle, figure le processus socio-économique (*Socio-Economic Development*): les modèles de production et de consommation, le commerce, etc. Au final, tous ces facteurs interagissent à des niveaux multiples impliquant les ménages, les organisations et les gouvernements sachant qu'il y a une inégalité face aux risques avec des « gagnants » et des « perdants ». De fait, quand la disparition de régions telles que l'Archipel des Maldives est projetée dans moins de 100 ans ; d'autres régions comme la Sibérie pourraient accéder à des réserves de pétrole situées dans des zones jusque-là inaccessibles. Ainsi donc, les effets du changement climatique peuvent modifier nos perceptions du risque aussi bien sur le plan individuel que collectif. Voilà pourquoi, traduire ces enjeux en politiques et en messages compréhensibles par tous les publics n'est pas une tâche aisée.

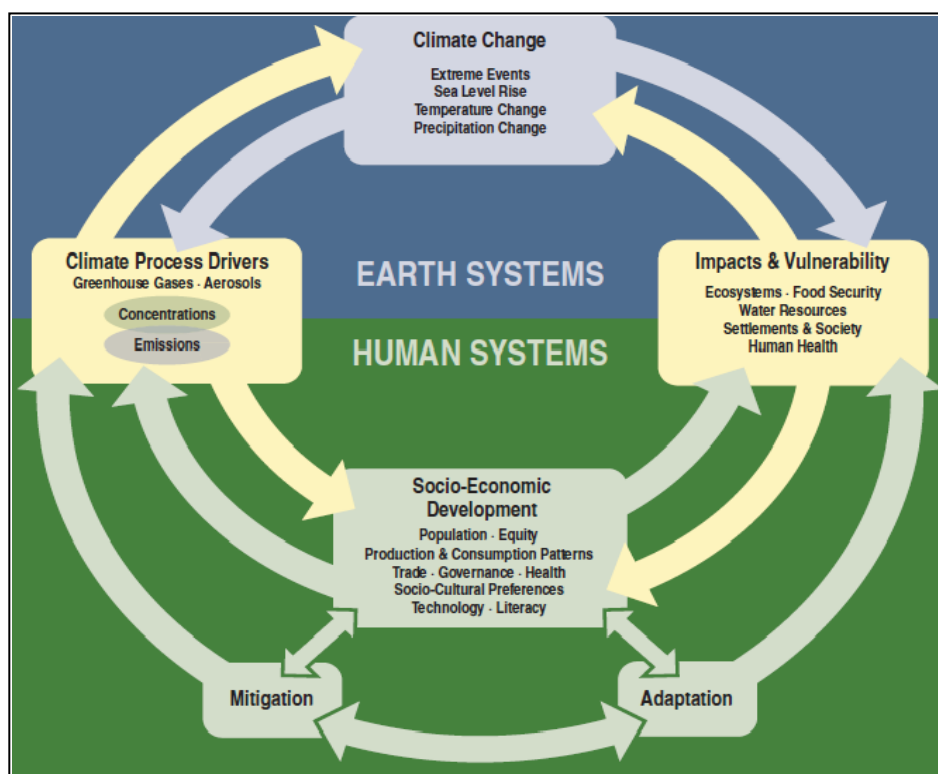


Figure 1. Facteurs et conséquences du changement climatique d'origine anthropique (GIEC, 2007)

I-1-b Les perceptions du public face aux risques

Leiserowitz (2006)¹², dans une étude comparative mondiale sur les représentations sociales du réchauffement climatique, a soutenu qu'il y avait une méconnaissance du champ sémantique lié à cet événement. Les gens confondent souvent « *trou dans la couche d'ozone* » et « *changement climatique* »¹³. Cette idée fautive est, selon lui, à la fois un signe du succès de la communication scientifique et un échec, à cause de la confusion générée auprès du public. En France, l'institut de sondage IPSOS (2013) établit que 77% des interrogés se « *disent très ou plutôt inquiets face aux conséquences du changement climatique* ». Quand le baromètre de l'Institut de Radioprotection et de Sécurité Nucléaire (IRSN, 2013)¹⁴ classe « *la dégradation de l'environnement* » et « *les bouleversements du climat* » respectivement 5^e et 8^e du top 10 des préoccupations des français. Par ailleurs, le Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie (CREDOC, 2013)¹⁵ révèle que s'ils sont 93% « *à penser que les efforts individuels peuvent avoir un impact important sur la protection de l'environnement* », dans le même temps, 78% des français sondés reconnaissent « *qu'ils pourraient faire plus ou mieux dans leur vie quotidienne pour veiller au respect* » de l'environnement.

Ces différents résultats traduisent la position ambiguë des citoyens face aux risques climatiques. L'inquiétude sur les impacts potentiels du désordre climatique est contrebalancée par une attitude amorphe à l'égard de ce phénomène. « *Nous sommes informés, mieux encore, nous savons et, pourtant, les comportements ne suivent pas, ne changent pas* » (Bernard, 2010, p. 80). Un paradoxe, car plus les connaissances scientifiques sur la responsabilité humaine dans le dérèglement climatique se précisent, plus le public semble manquer à l'appel. Ungar (2000) parle de « *knowledge-Ignorance Paradox* » ou « *Paradoxe de l'Ignorance du Savoir* » (notre traduction) pour expliquer ce phénomène. L'auteure avance que la prolifération rapide des

¹² Cité dans un rapport de l'American Psychological Association (APA, 2009, p. 30) consacré à la communication sur le changement climatique.

¹³ En réalité, il y a un rapport de causalité entre les deux phénomènes. Le « trou dans la couche d'ozone » est, selon les scientifiques, lié aux émissions de gaz à effet de serre, lesquelles ont pour conséquences l'accroissement des changements climatiques.

¹⁴ Cette enquête s'intéresse à « La perception des risques et de la sécurité par les Français ».

¹⁵ Etude réalisée pour le compte de l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME).

innovations scientifiques et techniques a entraîné une augmentation de l'ignorance au sein de la société. Chaque nouvelle découverte scientifique ouvre de nouvelles perspectives et rend obsolète les connaissances initialement acquises. Au final, l'instabilité des connaissances devenant la stabilité, les gens peuvent adopter une posture dubitative face à l'annonce de certains événements (disparition d'îles), partant du constat qu'une part d'incertitude subsiste toujours. Ou encore que la science trouvera certainement une issue favorable aux conséquences négatives du changement climatique.

Revenons un moment sur l'étude de l'IRSN. Le « chômage » se positionne comme la principale priorité des français suivit des « conséquences de la crise financière », et pour terminer « la misère et l'exclusion ». Le contexte socioéconomique résonne indubitablement sur les réponses fournies puisqu'au moment où l'enquête est réalisée, la crise économique notamment européenne dominait encore l'actualité médiatique. En 2007, « la dégradation de l'environnement » occupait la 3^e place du classement devant « l'insécurité », période pendant laquelle le « Grenelle de l'Environnement » occupait le devant de la scène. Les consultés auraient tendance, quand on leur pose une question, à fournir une réponse socialement désirable¹⁶ par peur, peut-être, de paraître ignorant suivant la mode du discours ambiant dominant. D'ailleurs, Libaert (1992, p. 49) nous invite à « manier avec prudence » les résultats des enquêtes consacrées aux questions environnementales, car ils

« peuvent donner une image en décalage avec la réalité et ils sont parfois –en apparence- contradictoires. La formulation de la question, le choix des termes (pollution, environnement, [changement climatique, réchauffement climatique] ont une incidence décisive sur les réponses ».

Ainsi, comme l'observent Fisher, O'Connor et Bord (1998, p. 79) : « *It is one thing to express general concern over an issue but quite another to have fears relating to particular dimensions of that issue* ». En d'autres termes, le fait d'admettre son inquiétude au sujet d'un problème spécifique, ne veut pas forcément dire qu'il nous occupe.

¹⁶ Une réponse « socialement désirable » désigne la tendance de certains répondants à donner une réponse qu'il croit compatible avec l'opinion du plus grand nombre. Par exemple, à la question « êtes-vous contre la peine de mort ? », une personne sera tentée de répondre « oui » si dans son environnement, les réactions vont dans ce sens même si au fond, elle ne partage pas cette position.

Sandman (2009), spécialiste américain de la communication des risques, distingue ainsi « *worry agenda* » (agenda de l'inquiétude) et « *action agenda* » (agenda de l'action) car « *nobody has time and energy to deal with every issue that comes along. We have to choose* »¹⁷.

À l'heure où l'on sait que les exigences du temps écologique diffèrent de celles du temps humain, il y a une déconnexion entre l'adhésion au discours sur la crise climatique et les actions réalisées pour faire face. Les personnes envisagent plus concrètement un événement proche temporellement (tempête) qu'un événement projeté dans le futur (disparition d'îles), synonyme d'abstraction (Trope & Liberman, 2003)¹⁸. Au final, devant l'imprévisibilité de la variabilité du climat, on assiste à une remise en cause de « l'objectivité » des risques et des institutions « *chargées de les objectiver, institutions auxquelles participent les scientifiques* » (Mormont, 2009 ; Beck, 2001). Et cela d'autant plus que s'agissant de questions compliquées, les décideurs ont tendance à se tourner vers des experts pour leur demander sur quoi le public doit être informé au lieu de demander directement aux gens sur quoi ils souhaiteraient être informés (Morgan, Fischhoff & Atman, 2001 cités par Sterman, 2011, p. 815).

Ce dernier argument fait écho à « *l'impératif participatif* » (Blondiaux & Fourniau, 2011) qui consiste à impliquer systématiquement les populations dans l'élaboration des politiques publiques. La question rhétorique étant de savoir si les instances représentatives doivent toujours jouer la carte de la transparence et cela, peu importe la situation. Par exemple, dans un autre registre, quand le pays est enclin à de nombreux mouvements sociaux (grèves syndicales autour de la réforme des retraites), la gestion de la menace terroriste en France en 2010 a éveillé d'un côté, la défiance de certaines personnes qui y voyait une manœuvre du gouvernement pour les détourner des « *vrais problèmes* ». De l'autre côté, les alertes fantaisistes de colis suspects se sont multipliées et ont « *mobilisé d'importants moyens policiers sous la tour Eiffel et sur les Champs-Élysées* » (Le Parisien, 2010). En tout état de cause,

¹⁷ « Personne n'a le temps, ni l'énergie d'affronter tous les problèmes qui se présentent au quotidien, un choix est donc nécessaire » (notre traduction).

¹⁸ Cités dans un rapport de l'American Psychology Association (APA) (2009, p. 25).

« communiquer à propos du risque [peut occasionner] d'autres risques » et produire « des effets indésirables » en déclenchant des peurs « injustifiées » (Carayol & Gramaccia, 2001, p. 19), « productrices de replis, de séparation, d'états solidaires » (Rosavallon, 2011, notes personnelles¹⁹).

I-1-c Risques et principe de précaution

Nous voyons donc que la communication des risques²⁰ recouvre des enjeux particuliers. En désignant l'homme comme responsable du réchauffement climatique, le GIEC a modifié la conception du risque moderne. « *Il change le statut de l'être humain de victime en coupable* » (Bozonnet, 2011). Historiquement, en effet, la gestion des risques a toujours existé mais celle des risques naturels (Tierney, 2010). Le concept de « risque » est apparu au moyen-âge avec l'essor de l'assurance maritime et renvoyait aux dangers imprévisibles qui pouvaient menacer un navire et son équipage. Cette vision du risque « *excluded the idea of human fault and responsibility. Risk was perceived to be natural even such as storm, flood or epidemic rather than a human-made one* »²¹ (Lupton, 1999, p. 5 cité par Leiserowitz, 2003, p. 25). Ce n'est qu'à partir du XX^e siècle que la notion a évolué pour inclure les événements d'origine anthropique. Aujourd'hui, le « *risk tends to be used to refer almost exclusively to a threat, hazard, danger or harm* »²² (Lupton, *Ibid.*).

Pour autant, Bouzon (2001, p. 27) observe le flou conceptuel qui entoure le vocable de « risque », qu'elle décrit comme « *un mot valise qui sert à désigner des événements individuels ou collectifs pouvant avoir des conséquences aussi bien mineures que catastrophiques* ». Douglas (1986) nous interpelle sur cette absence de consensus social sur l'évaluation et le degré d'acceptation du risque. Chaque société définit sa

¹⁹ Rosavallon lors d'une intervention dans le cadre du congrès du Groupe d'Intérêt Scientifique « Démocratie & Participation », 18/10/11, EHESS, Paris.

²⁰ Nous considérons que la communication sur changement climatique est, tout d'abord, une communication de risques avant d'être une communication axée sur la mobilisation citoyenne. Pour une vision panoramique du thème voir le numéro 20 de la revue « Communication & Organisation » coordonné par Valérie Carayol et Gino Gramaccia publié aux PUB en 2001.

²¹ Pendant longtemps, « le risque excluait l'idée de la faute humaine donc celle de responsabilité. Il était perçu comme naturel au même titre que les tempêtes, inondations ou épidémies » (notre traduction).

²² « Le risque tend à être utilisé pour se référer presque exclusivement à une menace, un danger ou préjudice » (notre traduction).

conception du risque d'où, selon l'auteure, l'importance de prendre en compte les dimensions culturelles dans l'appréhension du phénomène. Pour sa part, Beck (2001) souligne que la « *modernité réflexive* », c'est-à-dire la gestion des risques dont la science est responsable, est une caractéristique de nos sociétés contemporaines. La science, fragilisée par de nombreux discours contradictoires, n'est plus incontournable, ni suffisante. Devant ce constat, le « Politique » prend le relais afin de garantir la sécurité des individus : le principe de précaution fait loi. Il stipule que

« l'importance des dommages potentiels prenant le pas sur leur incertitude [exige] que la décision politique précède la connaissance scientifique, à l'inverse de la chronologie habituelle où la connaissance précède l'action » (Bontems & Rotillon, 2007²³).

La précaution est envisagée telle une « *démarche positive d'appréciation et de gestion des situations de forte incertitude* » (Callon, Lascoumes & Barthe, 2001, p. 264). Pour ces chercheurs, « *L'incertitude n'exonère pas la responsabilité. Au contraire, elle la renforce en créant un devoir de prudence* », (p. 279). Ils distinguent, par la suite, la « *précaution* » (gestion de l'incertitude) de la « *prévention* » (gestion des risques avérés). Par ailleurs, Mormont (2009) alerte sur le danger de basculer dans une « *société de contrôle* », qui s'attèle à « *capturer la peur* » par la « *construction de dispositifs de contrôle* ». La société de contrôle tend à « *organiser des pratiques à partir des exigences de sécurité qui sont celles des organisateurs* ». Il rejoint ainsi l'idée développée par Virilio (2010) dans son ouvrage au titre évocateur « *L'administration de la peur* »²⁴. Pour Mormont, les systèmes institutionnels « *cadrent et orientent les risques* », ils pratiquent la « *forclusion* » (Gramaccia, 2012). En référence à la communication environnementale des organisations, cet auteur postule que

²³ Cités par Rotillon p. 24-25, 2008.

²⁴ Pour Virilio, la peur est devenue « monde, panique, au sens de totalité ». Dans la préface du livre, Richard repère trois grandes causes principales pour expliquer ce fait : (1) La montée en puissance de l'individualisme avec le déclin des autorités traditionnelles (Eglise, Etat) et la « déconstruction des grands récits » ; (2) la remise en cause de la capacité de la science et du progrès à assurer la sécurité de l'Humanité. Ceci, par rapport aux violences du XXe siècle (les guerres) ; (3) la diffusion de la pensée de Hans Jonas, philosophe allemand, qui fait de la peur un « principe heuristique » (p. 9). Dans ce contexte apparaît « l'administration de la peur », la peur comme mode de gouvernance. À cause de la chute des principes unificateurs, l'État essaye de rassurer le citoyen en lui démontrant qu'il peut le protéger. Nous sommes dans « un nouveau gouvernement de l'insécurité sociale. Une époque où toutes les grandes idées [ayant] perdu leur crédibilité, la crainte d'un ennemi chimérique est tout ce qui reste aux hommes politiques pour assurer leur pouvoir » (Wacquant cité par Virilio, p. 55).

« la forclusion est une pathologie de la communication environmentaliste.[Elle désigne] une stratégie de l'esquive au moyen d'énoncés susceptibles de sous-estimer l'ampleur d'un risque ou de minimiser l'impact d'une catastrophe et une stratégie dilatoire puisque l'esquive permet alors aux stratèges de la forclusion [...] de priver les victimes du temps nécessaire pour organiser leur défense ».

Gramaccia pointe de fait les enjeux de communication et de pouvoir indissociables de la gestion des risques.

De ces constats, nous pouvons avancer que la difficulté de la communication sur le changement climatique réside dans le fait qu'elle se trouve à cheval entre « précaution » et « prévention », ce qui accentue la confusion du public. Précaution face aux conséquences des dégradations environnementales (désertification, disparition d'espèces animales et végétales, etc.) et prévention, avec un discours axé sur la réalisation de changements sociaux profonds. Dès lors, il s'agit de « *conjuguer l'individu et la collectivité* » afin de « *dégager leurs prérogatives respectives et, partant, à définir les droits et les devoirs de chacun* », (Bourg & Whiteside, 2010, p. 18-19). Le bouleversement physique du climat est devenu un phénomène social (Hulme, 2009).

La gestion des risques appelle ainsi donc la coordination et la coopération entre les différentes parties prenantes (gouvernements, collectivités, entreprises, citoyens) par la promotion de la responsabilité partagée. Organisés autour de messages empreints de représentations symboliques engageantes, les discours s'inscrivent dans plusieurs registres : de la « *raison* » à « *l'emprise* » en allant jusqu'à « *l'émotion* » et « *l'impuissance* » (Jahnich, 2011). Malheureusement, entre symboles et actions, le public manque de repères.

I-2 Entre « cacophonie » discursive et peur de la disqualification

I-2-a Des messages porteurs de promesses

L'injonction écologique incite les pouvoirs publics, la société civile et le marché à promouvoir des actions favorables à l'Environnement. Elle « *place au tout premier rang des préoccupations non plus l'humanité des hommes, mais Gaïa, la planète Terre sanctifiée* » (Brunel, 2010, p. 39). Dans ce cadre, la communication sur le changement

climatique devient un enjeu considérable pour tous les acteurs qui rivalisent d'ingéniosité pour mobiliser le grand public. Presse, radio, Internet, affichage, etc., ce dernier est assailli de toute part d'informations sur les solutions à adopter pour faire face aux risques climatiques. La typologie des différents discours récurrents proposée par Hulme (2009) en atteste.

Le climatologue avance quatre grands mythes au sens anthropologique du terme, c'est-à-dire les mythes comme des « *histoires que nous nous racontons et qui recèlent des intuitions pénétrantes sur le monde qui nous entoure* », (p. 70). L'Éden perdu, est le premier de ces mythes. La référence est biblique et renvoie au paradis d'Éden, le climat comme un élément fragile à protéger. Le film « *Home* » de Yann Arthus-Bertrand (2009) se positionne sur ce registre en scénarisant la beauté des paysages terrestres contrebalancée par des commentaires alarmistes sur leur devenir. Le second mythe nommé l'Apocalypse expose une vision catastrophique de l'avenir. Citons, *Greenpeace*, une Organisation Non Gouvernementale (ONG) qui milite pour la protection de l'Environnement. En 2010, elle a lancé une campagne pour dénoncer l'utilisation par l'entreprise Nestlé -dans la fabrication de ses barres chocolatées- d'une huile de palme issue des forêts tropicales. Cette exploitation contribuait, selon l'ONG, à accroître la déforestation et menaçait la survie des orangs-outans (une espèce de grands singes qui vit en Indonésie). Une publicité montrait une personne croquant une barre chocolatée et (effet de surprise) du sang déborde de l'emballage et, l'on se rend compte que le chocolat a été remplacé par le doigt d'un orang-outan. C'est la « *culture de la répulsion* » (Virilio, 2010) : manger une barre chocolatée pour ces activistes équivaut à tuer ces animaux. Un message choquant adressé aussi bien à la marque qu'aux consommateurs. Nous avons ensuite, le mythe thémis, de Thémis, déesse grecque de l'ordre naturel et de la justice. Le changement climatique est pris comme le résultat des comportements inconsidérés de l'Homme face à la nature. L'ADEME dans sa campagne « *Faisons vite, ça chauffe !* » encourage le public à prendre ses responsabilités par l'adoption de mesures d'atténuation face au bouleversement climatique. Enfin, le mythe prométhéen, de Prométhée, héros de la mythologie grecque qui s'empara du feu de Zeus pour le donner aux hommes. Le

climat est présenté comme quelque chose qu'il faut maîtriser. L'Union européenne à travers sa campagne « *Change* », au sous-titre évocateur « *comment maîtriser le changement climatique ?* », propose des solutions intitulées « commandements » pour améliorer la qualité de vie des citoyens.

À côté de ces discours somme toute rigoristes, nous avons des messages qui prennent le contre-pied en s'appuyant sur l'humour. L'objectif est de se démarquer de la concurrence en pariant sur l'originalité. Nous pensons à la communication de Volkswagen (2009) qui tourne en dérision une communauté d'écologistes extrémistes prêts à tout pour ne pas rejeter de gaz carbonique (CO₂). La morale de l'histoire est de dire que l'on ne peut pas vivre sans rejeter CO₂ et par extension, il est question de relativiser le caractère émissif des voitures. Le secteur automobile étant souvent accusé d'écoblanchiment²⁵, « *l'humour peut permettre une sortie par le haut* » (Szczepan, 2011, p. 14). Volkswagen anticipe, en quelque sorte, les éventuelles critiques que peut susciter sa campagne.

En fin de compte, toute cette effervescence autour des enjeux climatiques entraîne un enchevêtrement des finalités communicationnelles à l'origine d'effets de « *mise en abyme* » marquée par une médiatisation du discours sur le discours écologique. Par exemple, quand le débat écologique est parfois réduit à des querelles entre partis politiques, c'est le cas avec la thématique du nucléaire qui a vu la Gauche et la Droite s'affronter dans la sphère médiatique française. Des ONG comme « Les Amis de la terre » (2009) font du climat un combat éthique et se rebiffent contre les choix politiques en réclamant « *le respect des droits humains dans la lutte contre les changements climatiques* ». Dans ce contexte, l'on peut se demander si l'engouement en faveur de la lutte climatique ne cache une peur de la disqualification.

²⁵ L'écoblanchiment ou « *greenwashing* » désigne les communications basées sur des arguments écologiques sans aucune légitimité.

I-2-b La lutte contre le changement climatique, une peur de la disqualification ?

La **disqualification** ne se pose pas qu'en termes sociaux, c'est-à-dire comme un

« processus d'affaiblissement ou de rupture des liens de l'individu à la société [..]. L'homme socialement disqualifié est à la fois vulnérable face à l'avenir et accablé par le poids du regard négatif qu'autrui porte sur lui » (Dictionnaire des sciences humaines, 2006, p. 286).

Le vocable renvoie ici à une symbolique de la sportivité où des joueurs sont disqualifiés s'ils ne respectent pas les règles du jeu. En poursuivant la métaphore, il s'agit de considérer la lutte contre le dérèglement climatique comme un jeu stratégique où l'objectif est de préserver la planète. Les règles de conduites sont dictées par la communauté internationale à coup de protocoles et de réglementations qui encouragent la participation massive de tous (incitation aux changements comportementaux). Néanmoins, certains contestent les règles, ce qui leur vaut d'être stigmatisés. Nous avons alors deux camps, d'un côté « les bons joueurs » et de l'autre les « mauvais joueurs ». Rappelons-nous du « *climagate* », scandale provoqué par les climato-sceptiques²⁶ dont l'un des représentants les plus connus en France, Claude Allègre (ancien ministre de l'Éducation nationale) fut traité d'irresponsable par les environmentalistes et par quelques médias pour avoir émis des doutes sur l'expertise du Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat (GIEC). Ainsi parler favorablement d'écologie est devenu la norme à suivre si l'on veut éviter d'être mis « hors-jeu » du débat public. Il existerait donc, un consensus autour des questions climatiques de sorte que l'on assiste à l'émergence d'un « *grand récit ou métarécit* » environnemental (Jalenques-Vigouroux, 2006).

²⁶ D'après les défenseurs de ce courant, les activités humaines ne seraient pas l'origine du réchauffement climatique. De plus, ils considèrent qu'il y a plutôt un refroidissement des températures par conséquent, il n'y a pas, selon eux, d'urgence à mettre en place des mesures d'adaptation et d'atténuation au climat.

I-3 Le « grand récit environnemental »

I-3-a Genèse d'une dynamique

« La théorie du colibri »²⁷ ou concept de « l'action goutte d'eau » est la métaphore la plus souvent convoquée pour encourager des changements comportementaux en matière de consommations énergétiques, de déplacements, de logements, etc. Le slogan du magazine télévisuel « *C'est ma Terre* », consacré aux initiatives écologiques de « citoyens ordinaires » et diffusé sur TF1, traduit bien cette idée : « *Un geste, plus un geste et c'est ma Terre qui va mieux* ». L'action collective, favorable au succès des politiques environnementales, est envisagée comme l'agrégation des actions individuelles. Dans ce cadre, le discours environnementaliste apparaît comme un « *métarécit ou grand récit* » (Jalenques-Vigouroux, 2006).

Pour soutenir ce propos, cette auteure insiste tout d'abord, sur la distinction à établir entre « grand récit » et « idéologie ». Alors que le grand récit peut admettre plusieurs contradictions en son sein ; l'idéologie s'oppose aux autres idéologies²⁸. Principalement, le grand récit aiguille vers un idéal social et résulte de la coopération entre différents acteurs qui se regroupent pour donner un sens aux actions humaines. Une fois cette précision terminologique posée, Jalenques-Vigouroux remet en cause le postulat du philosophe Lyotard, pour qui l'hégémonie scientifique aboutit à la fin des « grands récits », et par voie de conséquence au désenchantement du monde. En effet, lors d'une recherche doctorale en sciences de l'information et de la communication, elle a comparé les discours d'organisations et de personnes

²⁷ « Un jour, dit la légende amérindienne, il y eut un immense incendie de forêt. Tous les animaux terrifiés et atterrés observaient, impuissants, le désastre. Seul le petit colibri s'active en allant chercher quelques gouttes d'eau avec son bec pour le jeter sur le feu. Au bout d'un moment, le tatou agacé par ses agissements dérisoires, lui dit : -Colibri ! Tu n'es pas un peu fou ? Tu crois que c'est avec ces gouttes d'eau que tu vas éteindre le feu ? -Je le sais, répond le colibri, mais je fais ma part... » <http://etat-du-monde-etat-d-etre.net/de-soi/responsabilite-personnelle/agir-a-son-echelle>, consulté le 23/01/12). La morale de l'histoire peut se résumer ainsi : chacun à son niveau peut apporter une pierre à l'édifice en participant notamment à la sauvegarde de la Planète.

²⁸ L'idéologie est un « l'ensemble des idées, des croyances propres à une époque, à une société, ou à une classe », (édition électronique le Grand Robert de la langue française, 2012). Le Communisme, le Féminisme, le Libéralisme sont des exemples d'idéologie politique.

engagées²⁹ dans la cause environnementale afin d'étudier leurs représentations sociales. Ses résultats lui ont permis d'affirmer l'existence d'un « *grand récit environnemental* » qui s'ancre dans les discours valorisant la rupture avec nos modes de vie actuels face à la finitude des ressources naturelles.

Par ailleurs, si habituellement chaque grand récit met en scène une quête, un ou plusieurs héros et un adversaire à combattre. La présence de ces différentes composantes ayant pour fonction de légitimer le récit et de le faire exister. Dans le cas du « grand récit environnemental », Jalenques-Vigouroux constate que

« la figure du grand héros laisse la place à de multiples héros anonymes: les citoyens désireux de changer leurs comportements. [...] La notion d'héroïsme disparaît devant celle d'acteur du quotidien, de « porteurs d'exemples », plus enclin au « bricolage » et aux petits gestes qu'aux grandes actions. [...]. C'est finalement l'action qui est héroïque et non la personne qui est un héros » (citée dans la Lettre Nature humaine, 2009, N°6, p. 7).

Cette action comporte alors deux facettes : « *le grand but* » et le « *le grand péril* ». Le premier concerne l'objet de la quête, ce vers quoi l'on se destine ; et le second représente les barrières à contourner afin d'atteindre ce but. Le « *grand péril* » nous incite à sortir d'une vision anthropocentrique du monde pour une vision biocentrique (prise en compte des interactions avec la nature). À partir de là, le discours écologique en voulant redéfinir les fondements de la société amène inévitablement des réflexions autour de l'éthique et de la responsabilité.

1-3-b Considérations éthiques

Pour Ricoeur (1994a), l'éthique nécessite un « *engagement personnel et un engagement envers les autres* ». C'est un compromis entre l'intérêt individuel et l'intérêt collectif. Cependant, pour ce philosophe, la morale et l'éthique recouvrent le même phénomène. La principale différence réside dans leur étymologie, le premier vient du latin et le second du grec. L'action écologique relèverait ainsi du comportement éthique au vu de ces considérations. D'ailleurs, Brunet (2002) définit l'éthique comme

²⁹ Il s'agissait de l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME), l'association France Nature Environnement, l'entreprise SITA France, ainsi qu'une Commission locale d'information et de surveillance (CLIS).

« l'ensemble des valeurs fondamentales à partir desquelles les êtres humains se positionnent et interagissent les uns par rapport aux autres dans le souci du respect mutuel, de la garantie de la dignité humaine et du bien commun ».

Dans cette acception où morale et éthique sont indissociées, une autre question se fait jour relative à la posture des personnes : la responsabilité. La responsabilité comme leitmotiv de l'engagement éthique et/ou moral. Canoniquement, est responsable celui qui émet des actes mais Ricœur (1994b) trouve cette définition trop réductrice et lui préfère le terme « d'imputabilité ». La « véritable responsabilité n'est autre que celle qu'on exerce à l'endroit de quelqu'un ou de quelque chose de fragile » (Jonas cité par Ricœur) : « il faut que l'on me confie quelque chose pour que je puisse en être responsable ». Rapporté à notre problématique, il s'agit de souligner l'imputabilité des organisations publiques³⁰, en tant que garantes du bien commun, dans la lutte contre les changements climatiques.

Ceci étant, nous pensons que l'héroïsme n'a pas disparu du grand récit environnemental. Les pionniers du mouvement écologiste se positionnent et restent les « grands héros » de ce récit. Nous dirions plutôt que « les citoyens ordinaires » et les acteurs publics ou privés, qui se sont ralliés à la cause au fil du temps, sont leurs compagnons. Il est clair que certains occupent une place privilégiée, ce sont les « souteneurs ». Ces derniers se sont appropriés la quête et veillent à la mise en réseaux des différentes actions pour atteindre l'objectif fixé.

Pour conclure cette première section, nous dirons que le modèle du « déficit informationnel », défendu par la sociologue de l'environnement Bulkeley (2000, citée par Nogaard, 2006) trouve ici ses limites. En effet, elle postule que le manque d'informations du public sur les enjeux du réchauffement climatique est la cause principale des échecs de mobilisation citoyenne. En réalité, si l'explication du « déficit informationnel » est crédible, elle ne dit pas pourquoi le degré d'inquiétude de la population baisse quand les prédictions scientifiques sont de plus en plus alarmistes. En effet, si l'on peut avancer que la diffusion des connaissances

³⁰ L'expression « organisations publiques » regroupent : l'État, les collectivités territoriales, les entreprises et les organismes publics, et les structures hospitalières publiques. Ces instances ont pour mission : la satisfaction des besoins sociaux et la garantie de l'intérêt général.

scientifiques a fonctionné auprès des publics puisqu'il existe une prise de conscience collective des risques climatiques. Pourtant, les dispositifs communicationnels ont trouvé leurs limites vu que les pratiques écologiques tardent à se propager au plus grand nombre. La question qui se pose alors aux acteurs publics est la suivante : comment tirer profit de cette prise de conscience collective afin d'aboutir à une mobilisation en faveur du climat ?

Sous-section II. Entre action individuelle et action collective

Peut-on parler d'une opinion publique « consciente » du risque climatique dans le temps où les comportements moins émissifs en CO₂ tardent à se généraliser ? Beck (2001) parle de *conscience théorique du risque* pour désigner cette perception objective mais abstraite d'un risque toujours probable. Pour Bozonnet (2011) « *le dilemme de l'écologiste citoyen s'apparente au paradoxe du pécheur de St-Augustin : pourquoi est-ce je fais le mal que ne veux pas et ne fais pas le bien que je voudrais* ».

Après avoir évoqué les particularités de la communication sur le changement climatique, il nous a semblé pertinent, pour bien comprendre la problématique des mobilisations territoriales autour des questions climatiques, de compléter notre analyse en nous intéressant au positionnement du public face à ces questions complexes.

II-1 « L'agir ensemble », une action coordonnée ?

II-1-a Les représentations sociales et l'environnement

Pour les sociologues de l'environnement, les représentations sociales que nous avons de l'environnement conditionnent notre passage à l'acte.

« Les représentations sociales constituent des systèmes de référence qui nous permettent d'interpréter ce qui nous arrive, voire de donner un sens à l'inattendu; ce sont des catégories qui servent à classer les circonstances, les phénomènes, les individus auxquels nous avons affaire » (Jodelet, 2008, p. 366).

Il n'est plus question de véracité objective, mais de « *véracité sociale* » (Fischer, 1996). Moscovici (1989) distingue les représentations individuelles des représentations

collectives en soulignant qu'il n'y a pas de réelle rupture entre ces deux conceptions. En reconnaissant que les représentations sont « à la fois générées et générantes, [dit-il], on leur enlève leur côté préétabli. Ce ne sont pas les substrats, mais les interactions qui comptent », (p. 82). En raison de ce détour, l'on peut avancer que la crise environnementale ne suscite pas les mêmes réactions d'une personne à l'autre. Ainsi, l'on peut distinguer ceux qui se positionnent en défenseurs de l'environnement et ceux qui, au contraire, jugent qu'elle n'a nullement besoin de protection. Et, entre les deux, il y a le « *socially organized denial* » (Norgaard, 2006) ou « *déni socialement organisé* » (notre traduction).

Une immersion dans une ville norvégienne a permis à cette auteure de démontrer que l'inaction du public face aux questions environnementales n'est pas forcément liée au manque d'informations. Le fait d'ignorer des informations sur le réchauffement climatique prend place en réponse à des circonstances sociales particulières.

[S]ocially organized denial, (...) mean[s] that ignoring information about global warming takes place in response to social circumstances and carried out through a process of social interaction»³¹, (p. 352).

La Norvège est précurseur en matière de politique environnementale : les habitants ont bien intégré les différents enjeux du désordre climatique. Toutefois, l'économie de ce pays riche est largement dépendante des gisements de pétrole et de gaz naturel qui bordent sa côte. L'expansion de la production d'énergies fossiles dans les années 1990 a incité le gouvernement norvégien à revoir ses objectifs de Kyoto à la baisse. Dans le même temps, le pourcentage des personnes « *très préoccupées* » par le réchauffement climatique passe de 40% (1989) à 10% (2001). Pour Norgaard, le contexte justifie le détachement des citoyens norvégiens qui font l'impasse sur les questions environnementales pour légitimer, quelque part, le développement économique du pays.

³¹ « Le déni socialement organisé signifie que le fait d'ignorer des informations sur le réchauffement climatique s'inscrit dans un contexte social particulier et se manifeste dans un processus d'interaction sociale » (notre traduction).

« *From my observations, the people I spoke with did believe climate change was happening, expressed concern about it, yet lived their lives as though they did not know or care about it* »³² (p. 352-353).

L'auteure souligne, également, que durant son séjour, à aucun moment la gravité du réchauffement climatique n'a été évoquée ni dans le journal local, ni dans les réunions de politiques ou d'associations écologiques auxquelles, elle a pris part. Les gens ont choisi d'ignorer tout simplement les risques associés au réchauffement climatique. Un comportement qu'elle interprète comme la résultante d'un « *déni socialement organisé* ».

En résumé, cette étude met en lumière la contradiction entre les valeurs écologistes prônées par le pays et sa politique économique ; entre la connaissance des norvégiens sur le sujet, et leur vie quotidienne. De façon inconsciente, les citoyens norvégiens réalisent des stratégies d'évitement pour écarter toute information susceptible de contrarier leurs représentations sociales. L'omission de la question climatique dans les médias locaux favorise ainsi donc la normalisation des attitudes des habitants de cette ville norvégienne. Toute la communauté s'engage de ce fait à préserver leur mode de vie. Comme le relève Cordelier (2007, p. 227), un des aspects intéressants « *dans le processus des représentations sociales réside dans leur capacité à réduire d'éventuelles dissonances cognitives* ». Cependant, au regard des rhétoriques en matière d'éducation aux changements comportementaux qui jouent à la fois sur les singularités et les valeurs sociales partagées afin de stimuler une dynamique engageante, l'argument du « déni socialement organisé » ne suffit pas. Dans cette situation, comment les organisations s'y prennent-elles pour établir un lien entre les actes de la vie quotidienne et l'engagement collectif en faveur de l'environnement ? En d'autres termes, comment articuler le « Je » et le « Nous » ?

³² « De mes observations, je retiens que les personnes avec qui j'ai échangé étaient convaincues que le changement climatique allait survenir, elles exprimaient leur sollicitude à l'égard du phénomène ; mais en même temps, elles se comportent comme si elles n'étaient pas concernées ou si elles étaient indifférentes » (notre traduction).

II-1-b Articuler le « Je » et le « Nous » : prélude au processus de mobilisation

« Mieux se déplacer », « mieux se chauffer », « mieux s'éclairer », etc., bref « mieux consommer » pour « mieux lutter » contre le réchauffement climatique, voilà autant d'injonctions ou de préceptes, pour ne pas dire, plus simplement, de slogans au centre des argumentaires des campagnes de communication des organisations publiques et privées. Avec l'état d'esprit « développement durable » omniprésent au quotidien, le public est de plus en plus informé sur les aspects moraux et environnementaux de ses consommations. Le « **public** », voilà un mot galvaudé surtout s'agissant de questions climatiques. En effet, l'enjeu est de convaincre le « public » de s'engager dans la lutte contre le désordre climatique. Mais que recouvre exactement ce terme ? Autrement dit, quels sont « *les sens du public(s)* », pour paraphraser la formule Céfaï et Pasquier (2003) dans l'ouvrage éponyme qu'ils ont dirigé. En nous intéressant à ce vocable, l'idée est de mieux circonscrire le destinataire, *a priori*, des divers dispositifs d'actions pro-environnementales.

Le public est un mot polysémique. Appréhendé comme un adjectif, il renvoie à « *des jeux de langage qui mettent en forme nos épreuves de la vie quotidienne et des règles du jeu que nous respectons en pratique dans ce que nous faisons* » (Céfaï & Pasquier, 2003, p. 14). Pris comme substantif, il qualifie « *une personne collective, au statut grammatical de sujet, actif ou passif* », (*Ibid.*, p. 13). Dans sa forme verbale, « publiciser » désigne l'action de « mettre en pleine lumière », « de faire connaître au public » une information nouvelle (Dictionnaire électronique, le Grand Robert de la langue française, 2012). Pour autant, dans le langage courant, le public renvoie à un « *sujet collectif* », c'est-à-dire à la réunion d'individus hétéroclites à la fois « acteurs » et « spectateurs » des actions émanant de leurs environnements. En matière de rhétoriques environnementales, l'effet performatif du terme renvoie à l'« **éco-citoyen** » ou au « **consommateur-citoyen** ». « *Être éco-citoyen implique, à côté des droits accordés à chaque citoyen, certains devoirs en matière de préservation de l'environnement* » (Romma, 2010, p. 22). En effet, « *Faire des petits gestes pour l'environnement procède d'une éthique et d'une solidarité mondiale* » (Vigneron & Francisco, 1996, p. 27). Quant

au vocable « consommateur-citoyen », il engendre une tension entre d'une part, le consommateur avec ses besoins, ses désirs (le droit de consommer à sa guise sans se soucier des conséquences) et de l'autre, le citoyen avec les valeurs morales et éthiques prônées par la société (impératif de préserver la Planète). Rotillon (2008) parle de « *schizophrénie structurelle* » pour souligner cette ambivalence. Un état accentué par

« le modèle dominant en matière de réussite social [qui] fait référence à la possession matérielle, au luxe, alors que la crise écologique invite à plus de sobriété » (Agence Locale pour l'Energie et le Climat [ALEC] Grenoble, 2011, p. 2).

D'ailleurs, si le « **Je** » marque notre différence par rapport aux autres (Elias, 1991) ; Gierke (cité par Blanchet, 2011, p. 17) « soutient que l'individu ne peut pas être pensé indépendamment de la communauté à laquelle, il appartient ». Les campagnes environnementalistes incitatrices tentent d'exprimer cette idée de l'unicité dans la différence. Par exemple, le logo de la campagne « *Défi pour la Terre* » (ADEME, Fondation Nicolas Hulot, 2006) représentait des mains de taille diverse qui s'accumulent pour symboliser la diversité des contributions à petite échelle dans la lutte climatique (cf. Figure 2). Le « **Nous** » se distinguerait ainsi du « **Je** » :

« l'imbrication des actes, des projets et des objectifs de nombreux « **Je** » fait toujours naître quelque chose de nouveau qui n'a été projeté, voulu ni créé tel que cela se présente par aucun individu pris en particulier » (Elias, 1991, p. 105).

Le « **Nous** » possède une identité spécifique. En guise d'illustration, dans le cas de la territorialisation du défi climatique, le « **Nous** » peut renvoyer à l'instance intercommunale et le « **Je** » à l'identité de chaque commune. Dans la commune, le « **Je** », c'est l'habitant et le « **Nous** » la commune. Dès lors, tout l'enjeu pour les acteurs de la mobilisation autour de l'environnement, est d'articuler le « **Je** » et le « **Nous** », deux figures qui peuvent se trouver en décalage.

Nonobstant, on peut se demander si l'articulation du « **Je** » et du « **Nous** » suffit à garantir le succès des campagnes de communication ? La question est surtout de



DEFI
Avec l'ADEME et la Fondation Nicolas Hulot

Figure 2. Logo de la campagne « Défi pour la Terre »

savoir, pour parler comme Rancière (2009)³³, à quels sujets politiques s'adresse ces communications environnementales : des « *citoyens* », des « *riverains* », des « *ethnonymes* » ou des « *gentilés* », des « *salariés* », des « *experts professionnels* » ? (Gramaccia, 2010). Ou encore, puisqu'il s'agit de « *mobiliser* », à quelles autres figures du pouvoir s'adresse le « *pouvoir institutionnel territorial* », celui dont la vocation est de décider du bien commun ? En résumé, de quel public parle-t-on ?

Quéré (2003) envisage le « public » comme une « *forme et une modalité d'expérience* » qui se manifeste d'abord par son intentionnalité avant de laisser paraître son « *caractère adverbial, à travers une sémantique de l'action collective* », (p. 115). Il distingue ainsi le public de la foule en convoquant Durkheim, lequel définit, la foule comme le regroupement d'individus qui partagent des sentiments à un instant précis (contagion des sentiments). C'est un mouvement éphémère qui ne suffit pas pour consolider un groupe, un collectif. Pour atteindre ce dernier état, selon Durkheim (cité par Quéré), il faut passer du « *sentir la même chose* » au « *sentir commun* ». « Sentir commun » pour Durkheim est une « *synthèse psychique sui generis* » dont le fondement est la « *représentation de l'identité affective* » qui génère la représentation collective autrement dit le lien social. Cette représentation du public est empreinte de la « *métaphysique classique de la représentation* » d'après Quéré, puisqu'elle présume de sujets conscients des relations qui les unies aboutissant ainsi au fondement d'un « *objectivisme sociologique* ». Au final, pour l'auteur cette vision est difficilement applicable de nos jours mais en même temps, il se demande si l'on peut définir autrement le public qu'en termes de « *sentir commun* ». En effet, c'est tout le problème que soulèvent les campagnes de communications environnementales qui sont censées participer à l'accentuation de ce « *sentir commun* » pour générer la mobilisation autour de pratiques écologiques. La principale difficulté réside dans le fait que le public apparaît comme une « *collection d'individus, une convergence d'idées, de positions* » (Descombes, 1996). Ceci pourrait expliquer en partie l'échec des discours mobilisateurs en faveur de la lutte contre le désordre climatique.

³³ « Il n'y a de sujet politique qu'à travers des actes et des décisions, qu'à travers la constitution de formes d'énonciation » (p. 169).

À titre d'illustration, citons l'étude de Chavanon, Joly, Laforgue, Raymond et Tabois (2011) consacrée aux limites de la rhétorique institutionnelle en matière de consommation énergétique en France. En relevant les incohérences entre le discours des différents acteurs (collectivités locales, intercommunalités, etc.) et les conduites des citoyens, ils postulent que

« le travail des acteurs publics se caractérise par la production de mots d'ordre à l'intention de populations censées obéir. [...], c'est l'institution qui définit le bien commun à l'attention des usagers et qui, au regard de cet horizon de sens, prend les bonnes décisions et non l'inverse ».

De là, la plupart des organisations publiques s'afficheraient donc en « *grands héros* » du récit environnemental et en tant que tel, elles se donnent pour mission d'aiguiller le citoyen vers des pratiques responsables. Pour ce faire, elles réalisent des actions en misant sur le « *client idéal* », terme que Chavanon et ses collègues reprennent à leur compte après Becker (1997). Ce « client idéal », les institutions lui donnent le bénéfice du doute, car elles croient que s'il dispose de bonnes informations et s'il est bien guidé, il adhérera au changement en adoptant les « comportements attendus ». C'est la raison pour laquelle, afin de ne pas se heurter à des problèmes de compétences, des moyens sont mis à sa disposition (plaquettes, conseils personnalisés, financements, etc.). Cette figure du « client idéal » se rapproche du « *spectateur impartial* » de Boudon (2006), capable de prendre une décision dictée par le bon sens uniquement quand « *ses préjugés, ses passions et ses intérêts* » ne sont pas en jeu, mais dans le cas contraire, il a besoin du Politique pour l'éclairer.

Nous voyons clairement que ce type de raisonnement s'appuie sur une vision homogène du public qui se définirait en termes « *d'expériences partagées* » (Quéré, 2003). Dans une approche herméneutique, l'expérience est une épreuve qui découle de la confrontation à un événement qui imprègne celui qui s'expose. Cette expérience fabrique des liens entre les individus puisque partager une expérience commune crée des liens. Toutefois bien qu'intéressantes, toutes ces acceptations du public que nous venons d'évoquer sont réductrices car trop limitées au vécu des individus. En effet,

« le public est une forme qui ne peut être saisie que par un acte de compréhension (comprendre c'est souvent voir apparaître une organisation, saisir une configuration globale) » (Quéré, 2003, p. 120).

Il est de l'ordre de l'intention c'est-à-dire que le public est corrélé à « *la projection d'un contexte institutionnel qui fait sens* ». D'ailleurs, l'enquête conduite auprès des populations par Chavanon et ses collègues (2011) démontre d'une part,

« une certaine congruence entre le modèle du client idéal et les logiques de justification que les acteurs ordinaires mobilisent lorsqu'ils parlent de leurs modes de consommation d'énergie au quotidien et d'autre part, l'analyse des pratiques qui orientent les conduites [...] conduisent à discuter l'efficacité de ce modèle du client idéal voire à l'invalidier ».

Le contexte joue ainsi un rôle prépondérant dans les réactions du public. Prenons, le cas du tri : une personne, qui dispose de poubelles de tri dans son immeuble, se rend compte qu'elle est la seule à respecter la charte de tri. Un constat frustrant qui peut la pousser à arrêter une pratique insatisfaisante, car elle ne veut pas être la seule à faire des efforts quand la responsabilité est collective. L'intention individuelle n'entre plus en jeu dans cette action. Cette figure de « l'acteur ordinaire » avec ses contradictions nous renvoie au « *sujet acteur* » de Touraine (1984).

Dubet (2002) a pointé la « *fin des institutions* » qui garantissaient « sécurité » aux individus, provoquant ainsi l'éclatement des systèmes de représentation et de médiation. Ce qui a engendré de nouveaux modes de subjectivation plus adaptés « aux logiques fonctionnelles et rationnelles auxquelles les individus sont exposés » (Céfaï, 2007, p. 446). En effet, pendant longtemps, « la liberté de l'individu et sa participation à la vie collective apparaissent indissociables » (Touraine, 1984, p. 11), mais au fil du temps, il y a eu une rupture entre le système et l'acteur. Ce dernier n'acceptant plus d'être défini par sa seule appartenance sociale.

« Le Sujet ne se forme plus, comme dans le modèle classique, en assumant des rôles sociaux, en conquérant des droits et des moyens de participation ; il se construit en imposant à la société instrumentalisée, marchande et technicienne, des principes d'organisation et des limites conformes à son désir de liberté et à sa volonté de créer des formes de vie sociale favorables à l'affirmation de soi-même et à la reconnaissance de l'Autre comme Sujet » (1997, p. 107).

L'apparition des nouveaux mouvements sociaux (mouvement écologiste, mouvement alternatif, etc.), le déclin du mouvement syndical, la crise économique sont autant d'éléments qui en témoignent. « Le retour de l'acteur » (Touraine, 1984), c'est la revalorisation du sujet qui « représente la capacité des hommes à se libérer à la fois des principes transcendants et des règles communautaires » (p. 71). Par voie de conséquence,

« Reconstruire, à partir de l'individu-sujet, une société conçue comme une maison commune suppose qu'on soit capable d'associer le respect des différences avec la création d'une conscience universaliste des droits humains fondamentaux » (Touraine, 2010, p. 124),

ce qui demande d'associer le « sujet » et l'action publique. La « rhétorique du Soi » (Battaglia, 1995 cité par Céfaï, 2007, p. 446) résonne dans ce cadre. En effet, l'individu-sujet doit trouver l'équilibre entre des dynamiques contradictoires. D'une part, les impératifs sociaux (injonction écologique et de rentabilité) et d'autre part, « la prise de conscience » du « Soi ». Ce

« Soi, se définit autant par son égalité avec d'autres Soi, en vertu de principes universalistes hérités des Lumières, que par sa différence et donc son unicité et sa singularité, enjeux d'une attente de reconnaissance », (*Ibid.*).

Comme le récapitule Touraine (1997), « *Égaux et différents* ». Ce dernier rappel nous autorise à revisiter la question de la reconnaissance.

II-2 Questions de reconnaissance

Des enquêtes d'opinion ont montré que si le public est déterminé à faire des efforts pour la résolution du cas climatique, il est attendu des organisations qu'elles prouvent leur engagement en faveur des valeurs défendues par la société³⁴. Dans « *une société hantée par la question de l'incertitude et du risque* » (Gramaccia, 2010), le public réclame « *un droit à la reconnaissance critique* » (Blondiaux, 2008). Une nouvelle génération d'acteurs émerge dans cette situation : ce sont les « **pro-am** » pour

³⁴ Pour plus d'informations, nous invitons le lecteur à consulter l'Eurobaromètre spécial 372 publié en Juin 2011 par la Commission européenne, consulté le 09/07/2011 au http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_372_fr.pdf.

professionnels-amateurs (Flichy, 2010). Le « pro-am »³⁵ est défini comme « *l'amateur [qui] se tient à mi-chemin de l'homme ordinaire et du professionnel, entre le profane et le virtuose, l'ignorant et le savant, le citoyen et l'homme politique* » (Flichy, p. 11).

Grâce aux technologies de l'information et de la communication précisément au web participatif, il concurrence l'expert-spécialiste en développant une « *expertise de l'ordinaire* ». Pour Flichy, c'est par la pratique et l'expérience que le « pro-am » se réalise. Il prend des initiatives, va à la recherche de l'information dont il a besoin pour décrypter une situation donnée, et conteste l'analyse de l'expert si nécessaire. « *La participation citoyenne appelle [ainsi] la mise en œuvre de savoir-faire et de savoir dire* » (Claeys-Mekdade, 2006).

Bien que pertinente, cette analyse de Flichy ne prend pas toute la mesure de l'importance de la **reconnaissance** sociale pour les personnes. En effet, en le lisant de plus près, il apparaît que l'auteur inscrit le développement de l'amateurisme dans le « *mouvement de l'individualisme contemporain* ». L'individu manifeste une volonté de « *favoriser son épanouissement personnel, de développer des activités qui lui sont propres, d'agir pour son plaisir. C'est le règne de l'intérêt pour.* », (p. 87). Même s'il souligne que l'amateur n'est pas « indifférent [...] aux gratifications symboliques (par exemple la fierté ou la notoriété) » (*ibid.*). Nous pensons à l'inverse que l'engagement, quel qu'il soit, a quelque chose de spéculaire puisque le citoyen a besoin de la reconnaissance de ses pairs et de l'institution à laquelle il appartient pour s'épanouir. Ceci, sous-entend que l'on donne une légitimité à autrui, un pouvoir sur nous, le droit de nous valoriser ou de nous dénigrer : on se rend vulnérable. Et, c'est justement cette vulnérabilité qui caractérise les enjeux de pouvoir dans la reconnaissance. L'acte de reconnaissance est performatif (Austin, 1970) : « *il accomplit son objet au moment de l'énonciation* » et ce sont les institutions qui sont garantes de cet acte (Ferasse, 2008, p. 97).

³⁵ Flichy emprunte ce terme à Charles Leadbeater et Paul Miller dans leur ouvrage intitulé, « *The Pro-Am Revolution : How Enthusiasts Changing our Economy and Society* », Londres, Demos, 2004.

Pour être précise, citons une lettre ouverte³⁶ disponible sur internet à l'initiative d'un collectif d'associations au titre révélateur « *Valoriser la capacité citoyenne des quartiers populaires* » (FONDA, 2010). Les auteurs y expriment leur malaise d'être mis à l'écart du débat public, plus en encore, ils se sentent « *invisibles* » et « *hors-jeu* ». Pourtant, nous pouvons considérer ce collectif comme un regroupement de « *pro-am* » qui, en dépit de leur expérience du terrain, se sentent résolument disqualifiés. Un sentiment qui les pousse à réclamer plus qu'un besoin, un droit à la reconnaissance. Le statut institutionnel de l'individu ou de l'organisation est résolument différent de son statut d'engagé. De plus, l'intégration d'une association ne suffit pas pour aboutir à la reconnaissance de son engagement. C'est ce que souligne Honneth (1992) quand il déclare que la reconnaissance est « *une lutte perpétuelle pour l'existence* ». Effectivement, le philosophe l'envisage comme la pierre angulaire de la société. Les gens ne peuvent se concevoir comme « *membres d'une communauté que si leur participation à la reproduction sociale est reconnue* » (*Ibid.*, 2008). En d'autres termes, la reconnaissance repose sur une réciprocité des échanges : « *cette mutualité n'est pas donnée spontanément ; c'est pourquoi elle est demandée ; et cette demande ne va pas sans conflit et sans lutte* » (Ricoeur, 2005).

Appliqué à notre sujet, il s'agit de dire qu'avec les questions environnementales, on assiste à une institutionnalisation de la reconnaissance. Dans la mesure où, l'affirmation du « *Je* » ou/et du « *Nous* » est corrélée à l'adhésion à l'idéologie du développement durable. Cependant, la conséquence qui en découle, est l'opacification des processus de reconnaissance mutuelle dans lesquels les motivations au passage à l'acte se confondent avec les orientations normatives dictées par la société. D'ailleurs, Douglas (1999) affirme que « *les sociétés [humaines] ne sont pas des collectifs liés de préférences par des affects mais par des cadres de pensée commun* ». L'auteure perçoit l'individu comme

³⁶ Nous reprenons cet exemple à notre compte après Alain Bouldoires qui l'avait évoqué lors d'un séminaire intitulé « *De la participation à l'intervention* » organisé par notre laboratoire d'accueil, le MICA en 2011. Le document fut consulté le 22/04/11 est accessible au <http://www.fonda.asso.fr/Lettre-ouverte-Valoriser-la.html>.

« prisonnier d'un réseau complexe de relations dans lequel il doit placer sa confiance par manque de choix. Le problème, c'est que cela suggère, toutes choses égales par ailleurs, que même si l'individu dispose d'une certaine marge de manœuvre, [...] s'il choisit de ne pas coopérer, il ruinera son groupe dans son entier ».

Un argumentaire qui fait écho aux paradoxes et à la complexité de l'action collective territoriale favorable à lutte climatique. En nous appuyant sur le cas de la Communauté Urbaine Bordeaux, nous allons, dans la troisième section de ce chapitre, traiter de la problématique de la territorialisation du défi climatique.

Sous-section III. La territorialisation du défi climatique, nouveaux enjeux, nouvelles perspectives pour la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB)

La territorialisation du défi climatique est devenue une évidence de l'action publique. En effet, les collectivités locales du fait de leur statut de « *forces d'appui aux politiques de l'Etat* » (Nédjar-Guerre & Gagnebien, 2013) sont amenées à décliner des actions favorables à la lutte climatique en les adaptant aux particularités de leur territoire. La territorialisation désigne ainsi donc « *la mobilisation des acteurs endogènes d'un territoire pour la mise en place d'une politique publique* » (Pecqueur, 2004). En France, de nombreux textes ont été votés pour exhorter les institutions locales à s'engager en faveur de la lutte climatique. Et parmi, ceux-là, l'on distingue la loi dite « Grenelle 2 de l'Environnement » (2010) qui pousse les collectivités territoriales de plus de 50 000 habitants à définir un **Plan Climat-Energie Territorial (PCET)**, lequel fixe, dans le cadre des compétences des collectivités ciblées, les objectifs stratégiques et opérationnels en matière d'atténuation et d'adaptation aux changements climatiques. Jusqu'alors considérés comme des « *Objets politiques Non Identifiés (OPNI)* », selon l'heureuse expression de Gaudin (1991), les Établissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI) s'emparent de la démarche afin de se positionner comme des acteurs incontournables de la vie politique locale avec la mobilisation territoriale pour leitmotiv. Ainsi, la **Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB)** s'est dotée d'un Plan Climat. Les enjeux environnementaux appelant à une certaine responsabilisation collective, l'intercommunalité ambitionne de fédérer les

différents acteurs du territoire autour d'une action collective coordonnée. Cependant, la tâche s'annonce difficile puisque l'EPCI doit faire face à la concurrence des politiques communales déjà ancrées sur l'agglomération bordelaise.

Cette section sera donc consacrée à la présentation de notre terrain de recherche, la CUB, au regard des dynamiques territoriales qui le traversent.

III- 1 La CUB au carrefour de dynamiques

III-1-a Une mise en perspective : particularités et ambivalences

Située dans la région Aquitaine (Sud-Ouest de la France) et rattachée au département de la Gironde, la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) regroupe vingt-huit communes de taille très variables (Figure 3)³⁷. Avec une superficie de 57 828 hectares dont 50% d'espaces verts, sa population s'élève à 724 224 habitants³⁸ représentant ainsi plus de la moitié de la population départementale. Elle fut mise en place en 1968, conformément à la loi du 31 décembre 1966 qui avait pour finalité de mettre fin au décalage entre la répartition géographique des agglomérations et leurs organisations administratives. Initialement nommée « **Bordeaux métropole** », elle adoptera son appellation actuelle dans les années 2000 avec la promulgation de la loi relative à l'Administration Territoriale de la République (ATER) en 1992 suivie de la loi relative à la simplification de la coopération intercommunale en 1999. La première loi dite « loi Joxe » fixe le cadre de création des communautés de communes et élargit leurs domaines de compétences. Quant à la seconde, dite « *loi Chevènement* », elle installe le cadre institutionnel que l'on connaît aujourd'hui : **l'Établissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI)**. Les EPCI désignent les différentes formes de réunions de communes³⁹ régies par le code général des collectivités territoriales. La Communauté Urbaine de Bordeaux, à l'instar de tous les EPCI, dispose d'une autonomie morale et financière. Son organisation est similaire à celle des collectivités

³⁷ Au moment où nous rédigeons notre thèse, la CUB comptait vingt-sept communes. La 28e commune, « Martignas-sur-Jalle », ayant intégré l'intercommunalité que récemment (1er juillet 2013).

³⁸ Population de la Communauté Urbaine de Bordeaux au 1er avril 2012 (estimation de La CUB).

³⁹ Les communautés de communes, les communautés d'agglomération, les syndicats mixtes sont des EPCI.

locales avec un exécutif, un bureau et un organe délibératif (Bermond, 2009). Les décisions de la CUB sont arrêtées par « *le conseil communautaire* » composé du président, de trente-six Vice-présidents et d'élus représentants des vingt-huit communes (dont le nombre est proportionnel à la population de chaque ville). Le « conseil communautaire » vote le budget et les orientations politiques de la CUB, lesquelles sont d'abord étudiées, par les commissions spécialisées dans les domaines de compétences précisées par la loi : le développement économique, l'urbanisme, l'habitat, l'environnement (tri, collecte et traitement des déchets), l'eau et l'assainissement, les transports urbains, la voirie, le stationnement, les abattoirs, les parcs et cimetières. Chaque commission est régie par un Vice-président, et une fois, les décisions adoptées, les agents de la CUB assurent leur application.

Par ailleurs, la notion d'« **intercommunalité** » s'est substituée, au fil du temps, à celle de « **coopération intercommunale** » comme nous le rappelle Rangeon (1997) :

« Alors que la coopération intercommunale désigne un accord par lequel plusieurs communes décident de mettre en commun une partie de leurs moyens en vue de réaliser ensemble des projets collectifs, l'intercommunalité ne désigne pas seulement la coopération entre des territoires préexistants, mais aussi la volonté de construire de nouveaux territoires, de nouvelles solidarités et de mettre en œuvre de nouvelles formes d'action ».

Une scission qui nous renvoie à la distinction communément établie entre **l'intercommunalité de services** (ou de gestion) et **l'intercommunalité de projet**. L'intercommunalité de services répond à une nécessité pratique liée à l'aménagement du territoire. Le regroupement des communes offre alors la possibilité d'amortir les coûts de manœuvre. Quant à l'intercommunalité de projet, elle consiste à favoriser le rapprochement des communes en allant au-delà des relations nécessaires et des clivages pour construire un collectif (Girault, 1997).

« Le projet constitue à l'évidence, le thème le plus fondamental : c'est celui qui mobilise, qui suscite le débat [...], c'est lui qui fonde l'identité et la légitimité des structures intercommunales » (Beautier, 1997, p. 11).

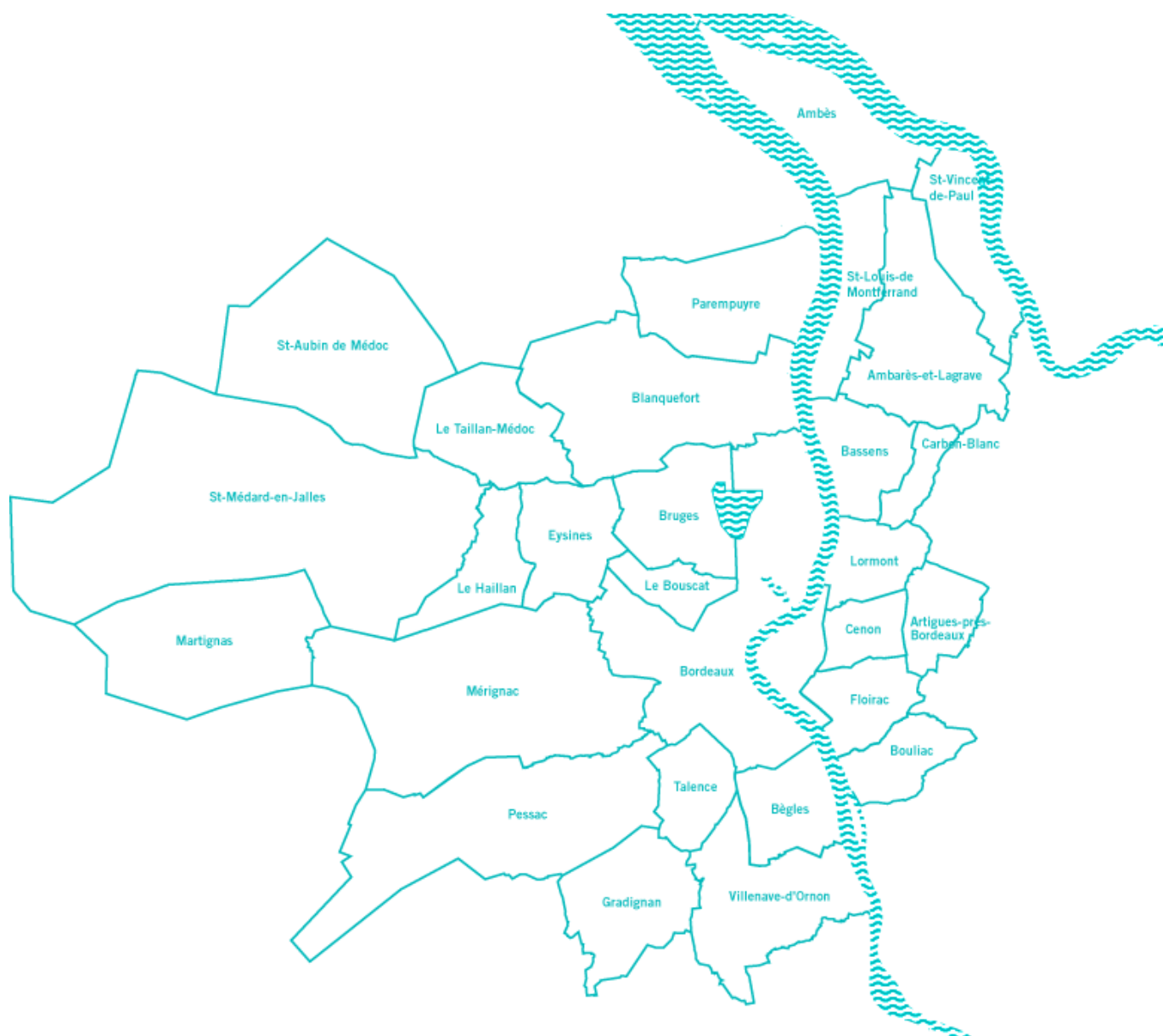


Figure 3. Communauté Urbaine de Bordeaux. Source: lacub.fr.

Le projet est envisagé comme un catalyseur pour asseoir la légitimité des instances intercommunales et générer une identité collective. À cette fin, la **communication** sert de levier pour valoriser l'institution et par extension le territoire (Mégard & Deljarrie, 2009). La communication intercommunale devient

« un mode d'expression symbolique (verbal ou iconique), par l'intermédiaire duquel s'articulent le territoire (le périmètre des communes membres), le groupe social qui réside sur celui-ci, et l'institution qui les représente (l'EPCI) ; elle prend part à la dialectique représenté/représentant, instituant/institué (les habitants du territoire intercommunal/les élus et l'établissement public) » (Fourdin & Poinclou, 2000, p. 285).

Pourtant, l'intercommunalité reste empreinte d'ambivalences et de contradictions. En premier lieu, le concept de « projet » n'est pas forcément partagé par tous car les

intérêts poursuivis divergent. Par exemple, à l'échelle de la CUB, la commune de Saint-Vincent-de-Paul avec un peu plus de 1000 habitants n'a pas les mêmes ambitions que la ville centre Bordeaux et ses 238 000 habitants. En second lieu, les principes de « *subsidiarité* » et de « *suppléance* » énoncés par le Sommet de Rio (1992)⁴⁰ place l'EPCI dans une situation complexe qui aboutit à un enchevêtrement des compétences. La « *subsidiarité* » postule que pour donner à une action publique un effet optimal, l'intervention politique doit s'effectuer à l'échelon le plus pertinent (macro, méso ou micro). Le principe de « *suppléance* » affirme l'obligation pour les acteurs situés à l'échelon supérieur de soutenir une entité inférieure quand cette dernière n'arrive pas résoudre un problème spécifique et cela, en respectant les limites de son domaine de compétences. Cependant, dans la réalité le transfert des compétences n'est pas aisé. La loi sur la décentralisation (article 72-2003) interdit ainsi la mise sous tutelle d'une collectivité locale sur une autre et en même temps, reconnaît « *à une collectivité le rôle de chef de file* » (article 72 de la Constitution de 1958).

L'ambiguïté de la législation apparaît, de la sorte, comme une source de tensions et de conflits pour l'intercommunalité. D'une part, parce que les conseillers communautaires ne sont pas soumis au suffrage universel ce qui pour certains élus est « *un vrai problème de légitimité démocratique* »⁴¹. D'autre part, certaines communes craignent une perte de leur autonomie au profit d'un système « *supracommunal* ». Les enjeux identitaires et politiques semblent ainsi indissociables de l'intercommunalité. Cela est d'autant plus vrai que si les communes reconnaissent l'importance de l'apport financier et technique incontournable de la Communauté Urbaine de Bordeaux, elles lui ont reproché de ne pas être suffisamment ancrée dans les territoires (Kandé, 2011). De ce fait, on perçoit que « *l'agglomération ne représente pas, à la différence de la commune ou de la nation, un vecteur puissant d'appartenance territoriale* »

⁴⁰ Le Sommet de Rio (Brésil) a réuni des dirigeants mondiaux pour décider des mesures à mettre en œuvre pour réduire les émissions de gaz à effet de serre pour promouvoir un développement durable à l'échelle planétaire.

⁴¹ Extrait d'entretien du sénateur du Var, Pierre-Yves Collombat, interrogé sur l'avenir des intercommunalités. Consulté le 24/06/12 au <http://www.senat.fr/rap/r07-074/r07-07438.html>.

(Habib cité par Cohen-Bacrie, 2008, p. 94). Suite à ces remarques, depuis février 2011, une nouvelle organisation a vu le jour afin de rendre plus lisible et visible les services de la communauté. Dans cette nouvelle configuration, le pôle du *Développement durable et du Rayonnement métropolitain* occupe une position stratégique et les questions de « développement durable » apparaissent transversales. Pour son président, Vincent Feltesse (2011, cité par Kandé, 2011) :

« cette organisation doit permettre aux directions territoriales Bordeaux, Rive droite, Sud et Ouest de développer une approche intégrée et transversale du développement de chaque territoire, au profit des habitants, des communes et du territoire métropolitain ».

Une préoccupation qui fait écho à une étude publiée par l'Assemblée des communautés de France (ADCF, 2011) indiquant que 76% des communautés d'agglomération et 55% des communautés de communes souhaitent renforcer « *la visibilité de l'institution intercommunale auprès des élus et des habitants* ». Marc Censi (2012), ex-président de l'ADCF faisait remarquer, à ce propos, que « *malgré les efforts de pédagogie déployés sur le terrain* » les citoyens « *n'ont pas encore pris pleinement conscience* » du rôle de l'intercommunalité ce qui rend plus que nécessaire la mise en œuvre de politique très volontaires de communication. Ainsi, la communication devient incontournable pour faciliter « *la stabilisation d'une identité intercommunale toujours incertaine* » (De La Guéronnière & Le Bras, 2009). Preuve en est, la réforme territoriale annoncée par l'État à l'horizon de 2014 prévoit la couverture intercommunale intégrale du territoire national. Des bouleversements sont donc à prévoir dans le « jeu » politique local et l'intercommunalité n'échappera pas à la nécessité qui s'impose à toute organisation : **communiquer pour exister**.

III-1-b La réforme des collectivités territoriales : une opportunité pour donner l'impulsion à une dynamique communautaire

Le projet de **réforme des collectivités territoriales** a vu le jour suite aux constats soulevant la problématique de l'empilement et l'enchevêtrement des compétences entre communes, intercommunalités, départements et régions. Il est donc apparu nécessaire de réformer cette organisation afin d'« *ancrer et [de] renforcer la performance*

des territoires »⁴². C'est ainsi, sous la présidence de Nicolas Sarkozy (2010), qu'un comité pour la réforme des collectivités territoriales a été mis en place sous l'égide de l'ancien premier ministre, Edouard Balladur. Il s'agit principalement de renforcer l'intercommunalité et d'« *adapter l'organisation territoriale aux défis de notre temps* » en favorisant le développement des « *grands ensembles urbains* » pour rendre les territoires plus compétitifs à l'échelle européen et international. Voilà pourquoi, la formation d'une nouvelle instance territoriale : « **la Métropole** », est envisagée.

« *Peuvent devenir des métropoles les EPCI qui forment un ensemble de 500 000 habitants à la date de création, ainsi que les communautés urbaines créées par la loi de 1966* ». La réforme prévoit également, l'élection au suffrage universel direct de conseillers communautaires au sein de ces Établissements Publics de Coopération Intercommunale d'un nouveau genre, ce qui n'était guère le cas jusqu'à maintenant. L'objectif est de faire de cet échelon « local », le « *corollaire d'un renouveau de l'action publique* » (Brochier, 1978). Ainsi, « *avec la métropole la notion d'intérêt communautaire est supprimée* » au profit « *d'intérêt métropolitain* ». Apparaît ainsi une première difficulté, celle de distinguer les contours de la notion « d'intérêt ». Un terme étant, par essence, équivoque puisqu'il peut à la fois relever des dimensions individuelle et collective. La question de la mise en scène des enjeux et des perspectives de l'action publique se pose de fait. En fonction de l'orientation choisie, le concept d'« intérêt » vacille surtout en matière de questions climatiques. Et comme nous le disions tantôt, dans la seconde section du chapitre 1, il s'agit de penser le « Je » dans le « Nous » et inversement le « Nous » dans le « Je ». Chaque membre du territoire communautaire doit se positionner et « trouver sa place » au sein de l'EPCI d'où la nécessité d'une communication intercommunale solide. Comme le précise Olivesi (2007) :

« communiquer, ce n'est pas simplement se faire l'émetteur d'un message, c'est surtout instaurer ou tenter d'instaurer une relation dans laquelle chaque partenaire se voit attribuer un rôle, une position, une place ou encore une image de soi ».

⁴² Sauf indication contraire, les informations de cette section sont extraites des archives du site du Ministère de l'intérieur relatives à la réforme des collectivités locales au <http://www.interieur.gouv.fr/sections/reforme-collectivites/en-quoi-va-t-elle-consister> consulté le 06/06/2012.

Le parallèle avec la communication au sein du management de projet nous semble pertinent. À ce sujet, Gramaccia (2001, p. 13) nous explique que

« si la fonction « communication » occupe une place prépondérante dans le management de projet, c'est au double titre de son caractère opérationnel et de l'aptitude naturelle supposée des individus à entrer en relation (comme on entre en religion...) ».

Pour paraphraser l'auteur, nous dirons que si la communication occupe une place fondamentale au sein de l'intercommunalité, c'est au double titre de son caractère opérationnel et de l'aptitude naturelle supposée des différentes parties prenantes notamment les communes à entrer en relation comme on entre en religion.

« La communication [...] [est] comme une transaction par laquelle les partenaires bâtissent leurs relations et leur identité, échangent de la valeur, construisent l'organisation » (Giroux, 1994, p. 30).

Du reste, en nous penchant sur les ressorts de la réforme des collectivités territoriales, il s'agit de montrer que la mobilisation territoriale favorable au climat s'inscrit dans un contexte particulier, et de mettre en exergue la convergence entre les enjeux de métropolisation et l'action collective locale. Penser en termes d'« intérêt » et de « management de projet », nous permet d'envisager également le défi à relever par la Communauté urbaine de Bordeaux pour donner l'impulsion à une dynamique mobilisatrice autour de son Plan Climat Énergie Territorial (PCET) dans un environnement local en pleines mutations, marqué notamment par les nombreux projets de rénovation urbaine. À cela, s'ajoute la rivalité avec la ville-centre, Bordeaux, dans le rôle de catalyseur dans la création de la future « Métropole bordelaise » ; sans oublier l'injonction écologique, omniprésente, qui exhorte toutes les organisations publiques à promouvoir des actions favorables à l'environnement juxtaposant « *la responsabilisation collective et l'implication individualisée* » (Salles, 2006). Dans cette situation, et pour se démarquer les uns des autres, la quête de la **légitimité** semble être au cœur de toutes les préoccupations.

III-2 La mobilisation territoriale contre le changement climatique : une quête de légitimité ?

III-2-a « Effets de mise en abyme »

En 2007, la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) s'est dotée d'un Plan Climat Énergie Territorial (PCET) en amont des prescriptions du « Grenelle 2 de l'Environnement » (2010). La CUB manifeste ainsi sa volonté de décliner les engagements internationaux, européens et nationaux⁴³ pris par la France de lutte contre le désordre du climat. De plus, la communauté a signé la Convention des Maires en 2009 qui prône le dépassement des exigences du paquet européen « énergie climat » avec une réduction des GES de 25 à 30% d'ici 2020, puis de 75 % à l'horizon 2050. Signalons que le Plan climat constitue le volet énergétique de l'Agenda 21 communautaire et se présente comme « *une composante essentielle de la stratégie métropolitaine [...]»*⁴⁴, laquelle entend, « *favoriser l'intégration des problématiques énergétique et climatique dans l'ensemble des politiques communautaires* »⁴⁵. Le Plan climat ambitionne également de donner l'impulsion à **une mobilisation territoriale autour des questions d'environnement**.

Ainsi, entre 2007 et 2010, la collectivité a expérimenté plusieurs dispositifs pour sensibiliser le grand public à la lutte climatique. Dans un premier temps, l'Agence Locale de l'Énergie (ALE) a réalisé le « **Profil climat** » de la CUB constitué des bilans carbone⁴⁶ du territoire communautaire et du « Patrimoine et Services » de l'institution. Dans un second temps, ce « Profil climat » a fait l'objet d'une

⁴³ Le protocole de Kyoto (1997) définit des objectifs chiffrés pour la stabilisation des concentrations de gaz à effet de serre (GES) à un niveau non dangereux pour la planète. En 2002, la France s'engage à diviser par 4 ses émissions de GES. Deux ans plus tard, la Loi-Programme d'Orientation de la Politique Énergétique (POPE) fixe des objectifs de réduction de la consommation d'énergie et de GES. Au niveau européen, le « paquet énergie-climat » ou « 3X20 » adopté en 2007 encourage la réduction de 20% des émissions de CO₂, l'augmentation de 20% de l'efficacité énergétique et la production de 20% d'énergies renouvelable à l'horizon de 2020.

⁴⁴ Document cadre « Plan climat », 2011.

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ « Il s'agit d'un outil de comptabilisation des émissions de gaz à effet de serre, [développé par l'Ademe] établi selon des règles publiques très précises. Le bilan carbone s'appuie sur le constat suivant : « toute activité humaine, quelle qu'elle soit, engendre directement ou indirectement des émissions de gaz à effet de serre ». Partant de cet état de fait, toute entreprise, activité administrative ou associative est à même de se soucier des émissions que son activité engendre » (<http://www.greening-vision.com/bilan-carbone.php>, consulté le 23/07/12).

concertation. L'idée était d'inviter les acteurs locaux (représentants institutionnels, acteurs économiques, associations, regroupements de citoyens) à identifier des pistes d'actions prioritaires dans la lutte territoriale contre le changement climatique. Les conclusions de cette concertation ont été diffusées à la population lors de **réunions publiques** au sein des communes. Parallèlement, sur le site dédié à la démarche « Plan climat », les habitants avaient la possibilité d'enrichir ces conclusions. Par la suite, la synthèse des discussions a révélé la thématique de l'habitat comme prioritaire et partant de là, l'opération « **thermographie aérienne infrarouge** » a été lancée. L'objectif était de sensibiliser le public aux économies d'énergie dans le logement mais aussi d'établir une cartographie des déperditions énergétiques pour les vingt-sept communes de la CUB. À cette occasion, un site internet a vu le jour. Ce dernier offre la possibilité, grâce à la géolocalisation, de décrypter la consommation énergétique des bâtiments. Deux conseillers « Info-Energie »⁴⁷ ont également été recrutés pour faire face à la recrudescence de demandes de particuliers susceptibles de consulter la thermographie, et de demander des conseils en matière d'isolation de logements. Enfin, la dernière phase a consisté à construire le **programme d'actions** du plan climat composé de 42 fiches réparties en huit grands axes d'intervention :

- 1) Stratégie de développement territorial : urbanisation et aménagement durable ;
- 2) Promotion de la mobilité sobre en carbone ;
- 3) Transformation du bâti résidentiel et tertiaire ;
- 4) Production d'énergie renouvelable dans l'agglomération ;
- 5) **Mobilisation citoyenne au service du Plan Climat Énergie Territorial (PCET) ;**
- 6) Promotion d'une économie performante et durable ;
- 7) Exemplarité de la collectivité ;
- 8) Adaptation au changement climatique.

⁴⁷ « Les Espaces Info Énergie (EIE), développés par l'ADEME et les collectivités partenaires depuis 2001, offrent au grand public un conseil gratuit, neutre et de qualité sur la maîtrise de l'énergie et la valorisation des énergies renouvelables » (<http://aquitaine.ademe.fr/notre-offre/eco-citoyens/espace-info-energie>, consulté le 17/01/13).

Les fiches d'action du Plan climat, se veulent cohérentes avec les différentes politiques déjà existantes à l'échelle locale précisément avec les orientations des Plans Climats de la région Aquitaine, du département de la Gironde et les actions menées par les communes. Cette feuille de route fut adoptée par le Conseil communautaire en février 2011.

En 2012, la structure intercommunale entame le déploiement de son plan d'action avec le projet « **pionniers du climat** ». Celui-ci est centré sur le recrutement, **en partenariat avec les communes**, de **cent foyers volontaires** qui s'engagent, sur une année, à suivre un certain nombre de recommandations destinées à faire évoluer leurs consommations d'énergie et d'eau dans leur logement, leurs consommations de biens et services courants. De même, l'objectif est d'inciter ces foyers à adopter des modes de déplacements moins émissifs.

Un projet qui est relativement ambitieux donc. Ambitieux, car on observe au niveau local un foisonnement de politiques environnementales. À l'échelle de l'agglomération bordelaise, il y a autant de communes que d'initiatives favorables aux questions écologiques. Cette redondance de l'action publique aboutit à un enchevêtrement des finalités communicationnelles, générateur d'« **effets de mise en abyme** ». Ainsi, la ville de Bordeaux a refusé que des réunions publiques pilotées par la CUB se tiennent sur son territoire étant elle-même, en démarche « Plan climat ». De là, on peut s'interroger sur les effets de cette concurrence des divisions territoriales sur le « *performatif environnementaliste* » (Gramaccia, 2010) de l'intercommunalité bordelaise.

« *Parce qu'il énonce un engagement au nom d'une collectivité (professionnelle, territoriale, sociale), le performatif environnementaliste crée et fixe des avancées politiques décisives et irrévocables* » (Gramaccia, *ibid.*). Pour l'auteur, le « performatif environnementaliste » est « *constitutif du discours politique en raison de la légitimité de ses énonciateurs* ». En ce qui nous concerne, nous mettons un bémol à ces propos, puisque l'intercommunalité n'a pas encore de légitimité démocratique car n'étant pas soumise au suffrage

universel contrairement aux communes qu'elle regroupe⁴⁸. La construction de l'énoncé performatif de l'instance s'appuierait a priori sur un « *engagement de conformité* » (Gramaccia, 2010), une « *légitimité instituée* » (Charaudeau, 2006). La Communauté Urbaine de Bordeaux bénéficie d'une « *légitimité instituée* » par les normes gouvernementales qui l'incitent à mettre en œuvre un programme d'actions favorables à la lutte climatique. Par contre, sa « *légitimité de crédibilité* » (Charaudeau, *ibid.*) notamment sa propension donner l'impulsion à une dynamique territoriale autour de son Plan climat ne semble pas encore acquise. Mais qu'en est-il vraiment de ce concept de légitimité ? Comment concevoir la relation entre l'instance CUB et les différentes communes face aux enjeux de la territorialisation du défi climatique ?

III-2-b La légitimité en discussion

La problématique de la légitimité a toujours suscité l'intérêt de nombreux chercheurs en sciences humaines et sociales notamment en sociologie politique où la question du pouvoir et de la domination reste centrale. Comment le pouvoir est-il légitimé, exercé ?

Lukes (1978)⁴⁹ avance que ce qu'il faut retenir dans la notion de « pouvoir », ce sont les effets induits et non pas la manière dont une figure de l'autorité va amener des individus à accomplir une action. Une approche qui fait écho à la définition de la domination proposée par Weber (2005, p. 285): « *Nous entendons par « domination », la chance pour des ordres spécifiques (ou pour tous les autres), de trouver obéissances de la part d'un groupe déterminé d'individus* ». Dans le cas de la lutte climatique, on constate ainsi l'existence de discours de légitimation⁵⁰ de l'injonction écologique. En outre, nous observons que la territorialisation du défi climatique conduit à une « *fragmentation* » de l'espace public (Neveu & François, 1999 ; d'Almeida, 2007 ; Miège, 2010) par les

⁴⁸ Au moment où la CUB lance l'opération « pionniers du climat », la réforme des collectivités territoriales qui garantit l'élection des conseillers communautaires au suffrage universel n'est pas encore appliquée.

⁴⁹ Cité dans "Power, Authority and the State".(2001). Repéré le 4/04/12 à http://www.sagepub.com/upm-data/9547_017533ch2.pdf.

⁵⁰ Le concept de légitimation vise à décrire un processus (et ses résultats) « par lequel des individus sont amenés à reconnaître la légitimité du pouvoir, des institutions, des comportements, des usages, des conventions, des discours, etc. » (Berten, 2006, p. 78).

« *discours circulants* » (Charaudeau, 1999). Ces derniers sont assimilés à des représentations sociales par l'auteur : « *Le discours circulant est une somme empirique d'énoncés à visée définitoire sur ce que sont les êtres, les actions, les événements, leurs caractéristiques, leurs comportements et les jugements qui s'y attachent* ». Par la suite, Charaudeau distingue trois fonctions spécifiques du « discours circulant ». Une première fonction « *d'institutionnalisation du pouvoir* » avec des discours porteurs d'une « parole de transcendance », laquelle fait loi et aiguille l'action sociale. C'est le discours du « pouvoir politique » et de ses incarnations. À l'échelle intercommunale, toutes les divisions territoriales peuvent revendiquer ce rôle, ce qui accentue la cacophonie discursive autour des modalités d'actions contre le changement climatique. Ensuite, nous avons la fonction « *de régulation des drames humains* » avec des discours relatant la « destinée » humaine face aux forces « *du visible et de l'invisible* » et encourageant « *l'émergence d'une société tournée vers l'humain* » (Loneux, 2011). Enfin, le « discours circulant » a une fonction de « *régulation de la quotidienneté sociale* », ce sont les discours « ordinaires » qui traitent « les questions mises sur la place publique par la parole institutionnelle » et forment un « *patrimoine discursif témoignant des évaluations éthiques, pragmatiques ou affectives* ». Ce sont les discours engageants empreints de singularités territoriales, mais aussi ceux que les associations, les habitants, les médias, etc. véhiculent en émettant des « *jugements* » (d'Almeida, 2007). Le jugement est défini par cette auteure comme le fait « *des acteurs et des spectateurs* », « *Juger, c'est entrer en société* ».

En définitive, en entrant en interférences, les discours circulants donnent à « *l'engagement de conformité* »⁵¹ (Gramaccia, 2010) un caractère impérieux. L'enjeu est important. À l'échelle locale, la lutte climatique apparaît comme un dispositif communicationnel pour faire du territoire un lieu d'actions concrètes et de développement durable. À ce propos, Oxibar (2009) affirme que

⁵¹ Cet auteur dit, à propos de « l'engagement de conformité » qu'il correspond à un engagement régi par le respect des normes. Pour notre part, il renvoie ici à l'engouement territorial pour la lutte climatique.

« les organisations agissent selon un contrat social par lequel, elles s'engagent à réaliser des actions correspondant à des attentes sociales en échange de l'approbation des objectifs qu'elles poursuivent et de leur survie ».

Le spectre de la réforme territoriale annoncée par le gouvernement pourrait alors expliquer l'engouement des collectivités locales pour les politiques environnementales. L'implication dans ces démarches pourrait être une manière de lutter pour la reconnaissance et de ne pas être disqualifiée, en somme, de l'espace public. D'autant plus, qu'historiquement sur le territoire communautaire, la mobilisation citoyenne est l'apanage des communes. Leur statut d'interlocutrices privilégiées avec la population et l'élection du maire au suffrage universel consolident cette posture. La question de la légitimité de leurs actions ne se posait guère, et la disparité résidait plutôt dans les ambitions territoriales et les potentiels financiers. Mais de nos jours, avec l'intercommunalité, l'autorité politique est dispersée. D'une part, les communes revendiquent toujours ce statut ; et d'autre part, l'EPCI, représentant du regroupement communal, est partagé entre ses ambitions (devenir une métropole européenne moderne) ; et l'obligation normative, fixée dans ses statuts, de mise en exergue des politiques communales.

Tout cela montre la position complexe de la Communauté Urbaine de Bordeaux dans ses rapports avec les acteurs locaux notamment les communes. Cela est d'autant plus vrai que Pfeffer et Salancik (1978 cités par Hargreaves, 2003), dans leur analyse de la relation entre l'organisation et ses parties prenantes⁵², en sont venus à la conclusion que l'environnement joue un rôle crucial dans la construction de l'efficacité organisationnelle. En effet, il fournit à l'organisation les ressources nécessaires pour assurer sa survie. Rapporté à notre sujet, nous proposons d'introduire le concept d'**engagement** pour traduire cette interdépendance entre l'organisation et ses parties prenantes⁵³. La CUB n'est pas seulement déterminée par ses finalités propres, elle est

⁵²Plus connu sous le nom de la théorie de la « dépendance des ressources ».

⁵³ Le concept des « parties prenantes » est traduit de l'anglais « stakeholders » et dans la lutte contre le changement climatique, le rôle de ces derniers est très important. Cependant, il n'existe pas réellement de définition consensuelle autour du concept de « parties prenantes ». La Banque Mondiale distingue trois catégories de parties prenantes : ceux qui sont impliqués dans le processus, ceux qui sont affectés par lui et enfin ceux qui ont un intérêt manifeste dans le projet ou l'activité (Yosie & Herbst, 1998 cités par Wardekker, 2005, p. 31). En ce qui nous concerne, nous privilégierions cette lecture de la Banque

aussi déterminée par les pressions des acteurs locaux y compris des habitants qui participent indirectement ou directement à son action. Ces parties prenantes, par leur engagement, contribuent à dessiner progressivement les contours de la mobilisation territoriale.

Dans cette logique, Scott et Meyer (1983 cités par Hargreaves, 2003) avancent que l'organisation tend constamment à une conformité avec son champ organisationnel pour asseoir sa quête de légitimité.

« En fait, les auteurs posent la question de la cause de la similarité-en termes de comportements- des organisations qui rencontrent les mêmes conditions environnementales » (Ramonjy, 2012, p. 10).

Ainsi, le champ organisationnel qui se situe entre le micro-environnement et le macro-environnement de l'organisation conditionne, d'après Scott et Meyer, les attitudes des organisations. Cette vision déterministe peut paraître simpliste, *a priori*, mais grâce au concept d'engagement, nous pouvons approfondir l'analyse. En effet, s'il est évident qu'il peut exister des effets de mimétisme dans l'adhésion à la lutte territoriale contre le changement climatique. Cependant, par leur l'engagement, les acteurs locaux de même que l'établissement public peuvent se démarquer et valoriser leur rôle au sein de l'intercommunalité. En reliant ce raisonnement à celui de la théorie de la dépendance des ressources, nous pouvons dire que la CUB serait à la recherche d'une légitimité établie par son environnement, laquelle viendrait se superposer à celle acquise par la législation. À ce propos, Weber (1971, p. 30), dans une visée de sociologie compréhensive, précise que :

« L'activité, et tout particulièrement l'activité sociale, et plus spécialement encore une relation sociale, peut s'orienter, du côté de ceux qui y participent, d'après la représentation de l'existence d'un ordre légitime. La chance que les choses se passent ainsi, nous l'appelons « validité » de l'ordre en question ».

L'ordre légitime serait donc une représentation sociale. En effet,

« En indiquant que, la plupart du temps, joue une croyance dans la valeur de l'ordre, Weber introduit ce que l'on peut appeler une composante normative dans la structure de l'action » (Berten, 2006, p. 79).

Notre intention n'est pas d'entrer dans une discussion approfondie de la sociologie webérienne. Simplement nous voulons démontrer que le concept de légitimité peut nous aider à comprendre les mécanismes sous-jacents à la reconnaissance de l'action publique. La légitimité organisationnelle serait ainsi donc une

« perception ou supposition généralisée que les actions d'une entité sont désirables, propres et appropriées par rapport au système socialement construit de normes, de croyances et de définition » (Suchman, 1995, p. 574).

Il y a, dans cette définition, l'idée de reconnaissance puisque l'organisation⁵⁴ doit prouver la cohérence de ses actions avec son environnement pour être légitimé. Il y a aussi l'idée de processus, la légitimité possède une dimension temporelle, elle n'est pas figée. Dans ce cas, si la légitimité est une « perception » évolutive, peut-on réellement continuer à penser en matière de légitimité ? À trop s'attarder sur le concept, ne risque-t-on pas de passer à côté de dynamiques singulières qui se jouent au sein de l'intercommunalité ?

La sémantique pour penser le devenir du territoire face aux menaces climatiques se confond souvent avec des luttes pour la reconnaissance. En effet, si les collectivités locales ambitionnent de fédérer leurs efforts en faveur du climat, à y regarder de plus près, elles cultivent la singularité. L'impératif écologique, la « course » aux plans climats sur le territoire communautaire, par exemple, nous autorisent à souligner *a priori* avec Gramaccia (2010) que le performatif environnementaliste fait l'objet de « paradoxes ». La signature de la campagne de communication amorçant le plan climat de la CUB en témoigne : « *Pour le climat à chacun son action !* ». Cet acte de langage (Austin, 1979) est ambigu et son intention communicative ne semble pas traduire les revendications de l'instance bordelaise qui promeut le passage à l'action collective communautaire. Dans cette situation, le concept de légitimité apparaît comme un rempart pour lutter contre la peur de la disqualification. En effet, nous observons que les instances bordelaises (notamment les communes et l'EPCI) s'appuient sur des

⁵⁴ Nous faisons notre la définition de l'organisation proposée par Le Moëne (2008, p. 135) c'est-à-dire « l'organisation (...) comme ce qui structure, ce qui donne cohérence et stabilité, ce qui relie. Elle est un dispositif de médiation ». Cela suggère que l'organisation possède une double dimension : symbolique et spatiale.

techniques de communication solidaires des **utopies**⁵⁵ **mobilisatrices favorables à la lutte climatique**, lesquelles sont fondées sur la croyance que la mobilisation territoriale est consubstantielle à la réussite de l'action publique surtout en matière de questions écologiques. Paradoxalement, ces utopies mobilisatrices sont également le réceptacle de flux de discours qui promeuvent l'implication individualisée. À partir de là, il nous semble réducteur de nous limiter au concept de légitimité pour étudier la mobilisation territoriale autour du plan climat, car le phénomène qui se joue est complexe et possède de nombreuses facettes. C'est un processus **séquentiel** (il est rythmé par plusieurs étapes, cf. les différentes phases du plan climat), **englobant** (il incite tous les acteurs à se rassembler autour des mêmes visées et tend vers un idéal type de territoire avec la promotion d'un mode de vie écologique), **territorial** (il revendique l'ancrage local, communautaire en l'occurrence), **temporel** (il s'inscrit dans un contexte particulier, et est déterminé par le temps avec son lot d'incertitudes) ; enfin, il est **engageant** (il n'autorise pas les retours en arrière). De plus, pour sa part, l'EPCI bordelais tend vers une **double reconnaissance** d'une part, auprès de tous les acteurs du territoire communautaire y compris les habitants et de l'autre, elle s'inscrit en concurrence avec les grandes métropoles européennes en multipliant des demandes de certification et de labellisation⁵⁶.

Pour toutes ces raisons, on ne peut pas résumer les enjeux du plan climat communautaire à une quête de légitimité. D'ailleurs, du côté des sciences politiques, certains analystes ont déjà pressenti la nécessité de préciser le terme de « légitimité » en lui accolant un qualificatif. Rosanvallon (2008)⁵⁷ nous parle ainsi de

⁵⁵ Le terme d'utopie est la traduction française de « *utopia* », un néologisme tiré du grec par l'écrivain anglais Thomas More afin de désigner la société idéale qu'il a imaginé dans son livre éponyme. Utopie est la contraction de la négation « *ou* » en grec et de « *topos* » le lieu, donc littéralement utopia désigne un « pas de lieu », « un lieu qui n'existe pas ». Nous utilisons ici le mot « utopie » au sens d'« Idéal, vue politique ou sociale qui ne tient pas compte de la réalité » (Le Grand Robert de la langue française, édition électronique, 2012).

⁵⁶ La Communauté Urbaine de Bordeaux est détentrice du label *European Energy Award* ou Cit'ergie (appellation française), lequel est « label destiné notamment aux communes et intercommunalités. C'est un label de "bonne conduite" qui récompense pour 4 ans le processus de management de la qualité de la politique énergétique et/ou climatique de la collectivité », consulté le 12/08/12 au <http://www.citergie.ademe.fr/>.

⁵⁷ Dans un entretien vidéo conduit par Gérard Wormser disponible au http://www.canalu.tv/video/ecole_normale_supérieure_de_lyon/les_metamorphoses_de_la_legitimite_pierre_rosanvallon.6770

« *métamorphoses de la légitimité* » en effectuant la typologie suivante : « *la légitimité d'impartialité* » (elle est exercée par des autorités indépendantes, garantes de l'impartialité des décisions); la « *légitimité de réflexivité* » (elle s'inscrit dans une logique de raisonnement. Il s'agit pour le politique de se nourrir des débats antérieurs pour résoudre les problèmes actuels) ; et la « *légitimité de proximité* » qui prend en compte les particularités d'un contexte. Autrement dit pour Rosanvallon, « *la légitimité est une façon d'accepter par avance une transformation des institutions* » (Wormser, 2008 citant Newman). Pour sa part, Rangeon (1991) distingue la « *légitimité politique rythmée par les échéances électorales* » (p. 101) de la « *légitimité de l'éphémère* », produite par la communication, « *toujours renouvelée, jamais acquise* ». L'auteur précise que pour être reconnues comme « légitimes », les institutions s'appuient sur des techniques légitimes, lesquelles tirent leur légitimité du fait qu'elles renforcent la légitimité des élus, une « *légitimité par ricochet* » en somme (p. 101). En liant « communication » et « légitimité », Rangeon affirme

« [...] [qu']il n'y a pas [...] de légitimité sans communication puisque l'une et l'autre se situent dans le champ de représentations symboliques et relèvent de l'ordre de la croyance. Comme la communication, la légitimité est une croyance partagée : est légitime le pouvoir qui communique avec succès les raisons de le croire tel ».

Au final, chacun à leur manière, Rosavallon et Rangeon ont démontré la nécessité de recourir à de nouvelles métaphores pour expliquer et interpréter les phénomènes qui nous entourent. Comme nous le disions au début du chapitre, le phénomène climatique est complexe et afin de rendre compte de toutes ses dimensions, il semble pertinent de réfléchir à de nouveaux concepts opératoires. À la manière de l'adaptation au changement climatique, il nous faut adapter les outils analytiques au matériau de notre terrain afin de mieux nous réapproprier la problématique de la communication territoriale sur le changement climatique, et c'est ce que nous tenterons de faire tout au long de ce volume.

Conclusion intermédiaire

Depuis le 4^e rapport du GIEC publié en 2007, les publications scientifiques, académiques, les rapports nationaux et internationaux sur le changement climatique se sont multipliés. Malgré les controverses, tout le monde semble avoir intégré l'urgence climatique et la nécessité d'une modification profonde des modes de vie. Notre analyse a révélé que l'injonction écologique appelait la responsabilisation des organisations publiques, certes, en quête de légitimité⁵⁸ pour mener leurs campagnes incitatrices en faveur du climat mais plus que la légitimité, il y a des processus complexes qui se jouent sur fond de quête de reconnaissance du public. Un public hybride constitutif du « Je » et du « Nous » qui manifeste aussi sa volonté de s'affirmer. Dans ce contexte, les collectivités locales du fait de leur proximité avec la population se positionnent comme des acteurs incontournables pour relever le défi climatique. Plus spécifiquement, à travers l'exemple de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB), nous avons montré que la communication intercommunale autour du plan climat croise les enjeux de métropolisation avec l'action collective territoriale. Il s'agit à la fois de valoriser l'intercommunalité en tant que territoire (le périmètre des communes adhérentes) et en tant que structure (l'Établissement Public de Coopération Intercommunale). Dans cette perspective, la CUB mise sur le dispositif « pionniers du climat » pour fédérer notamment les communes autour de son plan climat. Ainsi, la question principale à laquelle cette recherche tente de répondre est la suivante : **quels sont les facteurs explicatifs de la relation entre les pratiques de communication de la CUB en faveur de la démarche « pionniers du climat » et la mobilisation des communes autour de cette initiative ?**

⁵⁸ « A bien des égards, les processus de légitimation impliquent désormais la participation des individus et donc devient légitime ce à quoi vont participer qui produisent la légitimité » (Volckrick, 2006, p. 10).

CHAPITRE II. REPÈRES THEORIQUES ET CONCEPTUELS DE LA RECHERCHE

Ce second chapitre est consacré à la présentation de l’outillage théorique et conceptuel de notre recherche. Nous examinerons d’abord le contexte d’émergence et les spécificités de la communication intercommunale (sous-section I). Nous évoquerons sa filiation avec la communication publique considérée comme « *le parent pauvre de la recherche* » en communication organisationnelle (Bessières, 2009, p. 16). Un constat qui témoigne des difficultés théoriques qui ont accompagné l’essor de cette pratique professionnelle et organisationnelle (Zémor, 2005). Nous traiterons aussi de la pertinence de combiner les notions de « communication intercommunale » et d’« action collective » territoriale. De *facto*, cela nous amène à interroger les théories de l’action collective (Céfaï, 2007 ; Cinalli, 2005 ; Chabanet, 2009 ; Neveu, 1996 ; Snow & Benford, 1986 ; Thevenot, 2006) et le paradigme de la « communication engageante ET instituante » (Bernard, 2008 ; 2010 ; 2012). Il s’agira précisément de dégager la complémentarité et les limites de ces approches. Nous envisagerons ensuite la question du numérique en tant qu’elle transforme les modalités de l’action publique (Monnoyer-Smith, 2011 ; Cardon, 2010 ; Compiègne, 2011), et par extension celles de la communication territoriale ; en veillant, toutefois, à ne pas verser dans le déterminisme technique. Pour terminer, sur la base de ces réflexions, nous affirmerons notre posture théorique (sous-section II). À cette fin, nous partirons d’une critique des discours de légitimation des utopies mobilisatrices en faveur de la lutte climatique territorialisée pour montrer comment elles peuvent devenir des pièges pour la communication intercommunale. Puis, nous plaiderons pour une perspective temporelle de la communication intercommunale sur le changement climatique ; avant de terminer par la présentation des jalons épistémologiques et du schéma d’analyse conceptuel de la recherche.

Sous-section I. La communication intercommunale

Dans cette section, nous entendons, dans un premier temps, rappeler les spécificités et le contexte d'émergence de la communication intercommunale qui s'inscrit dans le sillage du développement de la communication publique et, dans une plus large mesure, de la communication organisationnelle. Dans un second temps, nous analyserons les interrelations du triptyque « communication intercommunale », « action collective » et « numérique ». Il est question de présenter d'une part, les enjeux de la communication intercommunale sur le changement climatique et de l'autre, de penser notre problématique en nous appuyant sur les travaux des théoriciens de l'action collective et de la « communication engageante ET instituyente » (Bernard, 2008).

I-1 Le contexte d'émergence de la communication intercommunale

I-1-a L'affirmation de la communication publique

Définir la communication intercommunale, ses objectifs, son contexte, ses ressources, etc. est beaucoup plus laborieux qu'il n'y paraît. En effet, cela suggère que l'on s'intéresse tout d'abord à l'expression « **communication publique** » qui fait l'objet de nombreuses controverses⁵⁹.

Au départ, l'adoption de cette *étiquette* (Demers, 2008) est le résultat d'un accommodement à « *l'idéologie de la communication* » (Breton & Proulx, 1993 ; Neveu, 2006). Cette dernière a pris corps sur la base de mutations sociales, précisément avec l'essor des technologies de l'information et de la communication. À partir de là, l'on parle de communication « *généralisée* » et « *transparente* » (Dortier, 2005). Elle est « *généralisée* » à tous les niveaux de la vie sociale (organisations, écoles, famille) et « *transparente* » car les moyens de communication offriraient une « *démocratisation* »

⁵⁹ Soulignons, au passage, qu'Outre-Atlantique, le terme renvoie également aux actions médiatiques. Beauchamp (1991, p.XIII) cité par Demers (2008, p. 210) définit la communication publique comme « l'ensemble des phénomènes de production, de traitement, de diffusion et de rétroaction de l'information qui reflète, crée et oriente les débats et les enjeux publics ; la communication publique étant non seulement le fait des médias mais aussi des institutions, entreprises, mouvements et groupes qui interviennent sur la place publique ».

de la vie sociale ». Ainsi, Le Net (1993) utilise la terminologie « communication publique » dans un sens large pour désigner la **communication sociale**⁶⁰. Cette dernière apparaît comme un moyen au service des gouvernants pour tendre vers le bien-être collectif. La communication sociale est une communication publique qui

« s'exerce au profit de comportement de responsabilité et au service de meilleurs rapports entre les hommes qui gouvernent et les citoyens ». [Il s'agit] « d'économiser l'intervention réglementaire, de sensibiliser les populations [car] la communication révèle les vraies valeurs et contribue à l'éveil des consciences, de servir l'intelligence » (p. 175-176).

Autrement dit, c'est une

« communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'informations d'utilité publique, ainsi qu'au maintien du lien social, et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques ou à des organisations investies de missions d'intérêt collectif » (Zémor, 2005, p. 5).

Du reste, cet auteur note que la communication publique est une pratique professionnelle et organisationnelle, et en distingue sept registres regroupés en deux pôles. D'un côté, nous avons la **communication interne** à direction des agents du service public ; et de l'autre côté, il y a la **communication externe** avec la diffusion obligatoire d'informations au citoyen (affichage de permis de construire par exemple) ; la « *communication d'informations* » utiles à la vie sociale ; la « *communication de promotion* » qui tend à faire connaître les services proposés par les organisations ; la « *communication relationnelle* » pratiquée entre « usagers-citoyens » et agents publics (guichets, lieux publics, etc.) ou entre « usagers-citoyens » et élus ; la « *communication de reddition* » qui rend compte de l'action publique (bilan financier) ; la « *communication de valorisation* » (organisation d'événementiels) ; et enfin la « *communication de discussion et de débat public* » (dialogue, négociation, concertation, etc.). Dans ces cadres, « *la communication est un mode d'accompagnement permanent de l'action publique* » (Mégard, 2005, p. 27), une « *instance unifiante* » (Sfez, 2004). Par

⁶⁰ Les campagnes de prévention (sécurité routière, drogue, alcoolisme, tabagisme, etc.) relèvent de cette communication sociale. Cependant, l'auteur la « distingue de la « communication sociétale » qui s'adresse à une collectivité entière sur des sujets majeurs (défense de l'environnement, civisme, sauvegarde du patrimoine...) et crée un climat psychologique propice à l'acceptation des messages comportementaux » (Le Net, 1993 cité par Mégard, 2005, p. 29).

ailleurs, les débats sont également placés sous le signe de la défiance à l'égard de ces pratiques organisationnelles.

Cardy (1997, p. 113) se méfie ainsi des « *logiques discursives* » vouées à commenter les actions des organisations publiques, parce qu'elles serviraient « *en réalité à régler les discours sur les actions, ou plus précisément à faire en sorte que les discours trouvent des appuis de légitimité dans les pratiques engagées* », dans le temps où Zémor (2005) alerte les collectivités locales sur le risque de cacophonie face à la concurrence territoriale des actions de communication orientées vers les citoyens. Dans un autre ordre d'idées, Bessières (2009, p. 15) critique la communication publique assimilée par-là à la communication institutionnelle⁶¹. Il nous dit que :

« la communication publique est très majoritairement à sens unique, avec d'un côté des gouvernants qui disposent en permanence de moyens d'action communicationnels institutionnels et d'un autre côté des gouvernés qui n'expriment leur volonté que sporadiquement (élections, consultations) ».

De surcroît, dans la littérature sur le sujet⁶², nous avons remarqué que la terminologie s'entremêle, très souvent, avec la « **communication politique** » et parfois avec le « **marketing territorial** »⁶³. Ce qui, comme le font si bien remarquer Lakel et Gardère (2009), contribue à renforcer le flou conceptuel. À titre d'illustration, Wahnich et Souchard (1995) soutiennent que la « *communication politique locale* » joue un rôle stratégique dans les sociétés occidentales. Elle a pour finalité, de faire partager les « *valeurs* » et « *objectifs* » des élus à une population éclatée parce que « *différenciée* »,

⁶¹ Pour certains auteurs comme Lamizet et Silem (1997 cités par De Corté, 2009), la communication institutionnelle renvoie aux discours produits par l'organisation pour parler d'elle-même et, à destination des publics interne et externe à l'organisation. Sfez (1993, p. 242) précise que : « Le discours institutionnel est à finalité non marchande. Il cherche moins à vendre qu'à faire connaître, défendre, faire croire, faire adhérer. Son territoire est l'opinion plus que le marché, sa cible l'individu social plus que le client, son registre l'échange symbolique plus que l'échange financier ». Goldhaber (1986 cité par Bertrand & Vallée, 1995) développe, par ailleurs, une définition de la « communication institutionnelle » inspirée de la théorie de la contingence, laquelle prend acte de l'interdépendance entre la communication et l'organisation. Cette dernière est perçue comme un système rétroactif, complexe, rendant compte des incertitudes de l'environnement ; et qui influe sur la communication autant qu'elle est influencée par elle. En croisant ces définitions, nous voulons souligner ici l'absence de consensus sur l'acceptation de la communication publique.

⁶² Nous avons, lors de notre revue de la littérature, noté que les ouvrages étaient souvent à l'initiative des professionnels de la communication à destination de leurs collègues. Ce qui n'est pas sans nous rappeler que la communication publique est « avant tout une pratique avant d'être un concept théorisé » (Bessières, 2009, p. 15-16).

⁶³ « Le marketing territorial regroupe l'ensemble des techniques marketing qui visent à communiquer sur l'attractivité d'un territoire afin d'en favoriser le développement économique » (<http://www.definitions-marketing.com/Definition-Marketing-territorial>). Il pour finalité d'attirer les touristes, les investissements industriels, les succursales de distribution, etc.

« *clivée* » et « *culturellement divergente* », l'idée étant de consolider le lien social en recréant du collectif. Dayan (1991, p. 113-114), quant à lui, avance que les institutions publiques, en tant qu'organisations, exercent « *des activités relevant du marketing [car] elles sont face à un public, lui offrent produits et services et ont des ressources limitées* ». Il y a résolument des similitudes entre les discours et les pratiques diffusés par ces deux formes de communication. Par suite, certains auteurs exigent un effort de précision dans l'acceptation de la notion « communication publique ».

Miège et de la Haye (1984, p. 133) appellent à faire une distinction entre la communication politique⁶⁴ et la communication publique même si, de leur aveu, les deux pratiques se superposent du fait que les frontières ne sont pas « *nettement fixées, ni tangibles* ». Paillart (1993) prône, de son côté, une distinction théorique entre la posture professionnelle (métier de communicant) et celle du militant (fonction politique). Toutefois, Bessières (1998, 2009) signale que les deux appellations sont « *recevables* » même s'il déplore leurs visions restrictives des activités organisationnelles. La communication locale, précise-t-il, est à cheval entre les deux activités. La dimension publique est manifeste dans les actions menées pour valoriser le territoire et mobiliser les acteurs ; et celle politique se reflète dans les actions administratives et les décisions prises par les élus. Dans cette logique, la dénomination « *communication locale* »⁶⁵ ne reflète pas tout à fait, toujours selon Bessières, « *la réalité organisationnelle* ».

À la suite de l'auteur, nous pensons que cette imbrication conceptuelle se renforce au fil du temps dans le sillage de discours qui font l'éloge de la participation citoyenne

⁶⁴ Cotteret et Emeri (1993, p. 1335), dans le second tome du « *Dictionnaire critique de la communication* » coordonné par Sfez, définissent la communication politique comme « un échange d'informations entre gouvernants et gouvernés par des moyens formels ou informels, pour conquérir le pouvoir ou pour l'exercer. Elle peut être envisagée comme un moyen d'améliorer la démocratie ou de l'anéantir. Le débat n'est pas clos ». Pour Wolton (1998, p. 344), la communication politique est un « espace où s'échangent les discours contradictoires des trois acteurs qui ont la légitimité de s'exprimer publiquement sur la politique, et qui sont les hommes politiques, les journalistes et l'opinion publique au travers de sondages ».

⁶⁵ D'une manière large, les expressions « communication territoriale ou communication locale » sont utilisées pour désigner la communication des collectivités territoriales (région, département, commune, intercommunalité). La communication locale « a pour fonction de rendre compréhensible le choix et l'action des institutions » (Mégard & Deljarie, 2009).

face à la « *crise de la démocratie représentative* »⁶⁶ (Blondiaux, 2006 ; Beauchemin & Leclerc, 2007). En effet,

« Les collectivités locales cherchent un peu partout à sortir des relations administratives ou publicitaires au profit de véritables expériences de « communication de proximité » où la parole, l'opinion, les sentiments des habitants sont recherchés, attendus, souhaités avec plus ou moins de constance ou de réussite » (de la Haye 1984, p. 73).

Cela est d'autant plus vrai dans un contexte marqué par l'omniprésence des questions de développement durable. « *La communication inscrite dans une démarche « durable » implique une relation nouvelle aux citoyens [...]* » (Mégard & Deljarrie, 2009, p. 62). À ce propos, dans le cadre du lancement de son plan climat, Rennes Métropole a adopté la déclinaison de la campagne européenne « *ENGAGE* »⁶⁷. L'idée principale est d'associer tous les acteurs locaux y compris les habitants à la production de la campagne de communication en faveur de pratiques écologiques quotidiennes. Sur les affiches, on peut observer des « *citoyens ordinaires* », volontaires pour porter le message de la collectivité (cf. Annexe 8). Précisément, chaque participant met en exergue son engagement en faveur la préservation de l'environnement. L'objectif est d'accroître la visibilité du discours de la Métropole rennaise face à la concurrence des autres échelons territoriaux (région, département, ville).

« La communication est ici conçue au service de l'apparition, de l'émergence et du positionnement d'acteurs individuels et collectifs telle qu'elle se fait dans un contexte marqué par l'anonymat, la banalisation, le bruit et l'hyperconcurrence » (d'Almeida, 2000, p. 4 citée par Hervé-Bazin, 2009, p. 28).

⁶⁶ En référence aux travaux de Callon, Lascoumes et Barthe (2001), nous mettons un bémol à la vision de l'idéal démocratique selon laquelle, la participation citoyenne doit se substituer à la démocratie représentative. D'après ces auteurs, la représentation est la condition première d'une démocratie, ce n'est pas un « ersatz de démocratie directe », car « le représenté ne sait pas toujours ce qu'il veut ; c'est dans le débat qui précède le choix de son représentant en discutant avec lui, qu'il apprend, progressivement à savoir, ce qu'il veut », p.164. En d'autres termes, la participation citoyenne ne marque pas la fin de la démocratie délégative, c'est un moyen de médiation entre gouvernés et gouvernants qui favorise l'instauration d'une discussion qu'ils qualifient de « démocratie dialogique ».

⁶⁷ « La campagne « Je change, ça change tout ! » s'appuie sur la participation de Rennes Métropole au projet européen ENGAGE. Initié et coordonné par l'association de collectivités locales européennes Energy-Cities (dont Rennes Métropole et la Ville de Rennes sont membres), ce projet rassemble 12 villes européennes et l'agence de communication londonienne spécialisée dans la communication sur le développement durable Futerra. Le projet ENGAGE vise à mettre en œuvre une campagne de mobilisation publique participative à partir de la réalisation de posters. Ces posters sont conçus à partir du site Internet du projet <http://www.citiesengage.eu/> qui permet également d'accéder de la galerie de l'ensemble des posters réalisés à l'échelle européenne ». Consulté le 17/08/12 au <http://www.ca-change-tout.fr/une-dimension-europ-enne>.

Finalement, la question qui se pose est celle de savoir si l'intitulé « communication publique » rend compte de la communication intercommunale. Nous ne le pensons pas. Cette dernière décennie avec la réforme des collectivités locales, le développement des technologies du numérique et surtout, avec la territorialisation des politiques climatiques, se diffusent au sein des intercommunalités des conceptions inédites de l'activité communicationnelle. Des mutations qui restent invisibles dans les perspectives du concept de communication publique que nous avons exploré plus haut, car les auteurs rattachent systématiquement la terminologie, consciemment ou inconsciemment d'ailleurs, à des enjeux de légitimité. Le concept ne rend pas compte de notions incontournables, aujourd'hui, au sein des intercommunalités comme le **réseau**, le **projet** et la **mobilitation**. Des transformations que l'on ne peut ignorer, car elles redessinent constamment les contours de la communication territoriale.

1-1-b Une nouvelle conception de la communication organisationnelle

L'étude des différentes conceptions de la communication publique traduit les mutations subies par les organisations de même que l'importance accordée à la communication dans leurs activités. De manière large, ces contributions s'inscrivent dans les études sur la communication organisationnelle, laquelle

« [...] englobe les dispositifs, les pratiques et les processus communicationnels constitutifs des dynamiques de construction sociales des organisations au sens large. Cette définition met l'accent sur les actes de communication dans les organisations : langages, discours, pratiques, sur les dispositifs informationnels et communicationnels qui y coexistent, mais aussi sur le sens proposé ou attribué » (d'Almeida & Andonova, 2006, p. 130-131).

Sur ce dernier point, Paulré (1993, p. 532) apporte quelques précisions :

« La communication organisationnelle, [nous dit-il], se préoccupe aussi bien de savoir en quoi la communication, sous toutes ses formes, contribue au fonctionnement ou à l'évolution d'une organisation, ou encore contraint son développement ou son efficacité, que de caractériser les effets du contexte organisationnel, quel qu'il soit, sur la nature, l'importance et le contenu des communications ».

Cependant, à l'instar de la communication publique, la terminologie « *communication organisationnelle* » est difficile à circonscrire. Tantôt on parle de « *communication*

organisationnelle », de « *communication des institutions* » ou encore de « *communication d'entreprises* ». « *Le foisonnement des termes révèle en creux la difficulté à construire un champ, à cerner un objet et à orienter un regard* » (d'Almeida & Andonova, 2006, p. 130). Pour autant, des auteurs comme Bernard (1998, p. 48) s'attèlent à éclaircir ce flou conceptuel :

« D'un point de vue des pratiques, [affirme-t-elle] la communication organisationnelle ne se confond pas avec la somme des communications de l'entreprise. [...] Elle est plus que la somme de ces communications d'entreprise parce qu'elle intègre des processus communicationnels émergents. C'est-à-dire des actes et des événements communicationnels non prescrits, non prévisibles, contingents, généralement peu identifiés et peu analysés. Du point de vue des théories, elle ne se confond pas avec la somme des théories de la communication et des théories de l'organisation. Là encore, elle est plus que la somme en ce sens que de nombreuses théorisations issues des Sciences Humaines et Sociales en élargissent l'approche scientifique ».

L'auteure opère ainsi une distinction entre la pratique professionnelle, organisationnelle et l'objet d'étude. À partir là, nous intéresser à la communication intercommunale en tant qu'outil conceptuel nous semble pertinent. Elle apparaît à la fois en continuité et en rupture avec les orientations de la communication organisationnelle. En continuité parce qu'elle est une facette de la communication publique, laquelle peut être à son tour qualifiée de courant analytique de la communication organisationnelle. En outre, au-delà de ses particularités, la communication intercommunale traduit également une vision plus complexe de la communication organisationnelle.

Une dynamique de projet

D'une manière générale, l'apparition de la **communication intercommunale** en France peut être située à la fin des années 1990. Émergeant dans un environnement très concurrentiel, les intercommunalités « [...] *fondent la légitimité de leur existence sur une rhétorique de la distinction* » (Poinclou & Fourdin, 2000, p. 284). Notamment, leur communication s'appuie sur l'articulation du triptyque « **instance politique** » (l'Établissement Public de Coopération Intercommunal -EPCI), **territoire** et **projet**, lequel est fonction des compétences et des priorités politiques. De plus, le territoire

intercommunal est exposé aux turbulences d'un cadre législatif et géographique en mouvance constante (*cf.* chapitre 1, sous-section III) qui marque sa singularité. Plus qu'une « coopération », l'intercommunalité apparaît comme une manière spécifique de penser les relations qui relient les territoires (en l'occurrence les communes) les uns aux autres. En effet, contrairement au département par exemple qui repose sur une identité territoriale fixe, l'intercommunalité est le fruit d'une entente entre les élus communaux, une agrégation de territoires hétérogènes. Chaque territoire dispose de caractéristiques propres qui le définissent et participent à la co-production de l'espace intercommunal.

Cette question de l'espace est fort intéressante pour penser les enjeux de la communication intercommunale. Le sujet a d'ailleurs toujours suscité l'intérêt de nombreux penseurs. Déjà, Platon (cité par Berque, 2011) faisait la distinction entre le *tópos* et la *chóra*. La *chóra* désigne « l'emplacement, la place qu'occupe une chose ou qu'on abandonne lorsqu'on se déplace » (Zamora, 2003, p. 16) ; et le *tópos* apparaît comme un lieu abstrait qui limite la chose. Cela veut dire que « la chose et le lieu sont dissociables, si la chose bouge, son lieu devient un autre lieu » (Berque, 2011). En résumé, la

« *chóra* paraît être l'extension en général alors que le *tópos* paraît désigner spécialement toute section dimensionnelle de cette extension définie par le phénomène qui a lieu en elle » (Brisson, 1995, p. 91 cité par Berque, 2011).

Le territoire communautaire serait, de fait, associé au *tópos*, c'est un espace promu ; quant aux structures qui le constituent à la *chóra*. D'un autre point de vue, Heidegger (1986) avance que l'homme est intimement lié à son environnement, lequel ne se limite pas à une existence tangible. Pour le philosophe, l'espace est pluriel. Un raisonnement qui nous permet d'introduire Sloterdijk⁶⁸ (2005) qui a développé une pensée complexe de l'environnement appréhendé comme une combinaison de « sphères », « d'associations agitées et asymétriques de pluralités d'espaces dont les cellules ne peuvent être ni véritablement unies, ni véritablement séparées ». Cette référence à

⁶⁸ Sloterdijk publie entre 1998 et 2004, la trilogie « Sphères » dans laquelle, il se réfère à des « Bulles », « Globes » et « Ecumes » pour développer une « théorie des temps modernes ». Dans « Ecumes », il défend la thèse que la vie se déroule dans une perspective multifocale, n'étant ni une métaphysique, ni une approche holistique, exigeant de fait un fonctionnement en mode « réseau » (Freitag-Rouanet, 2011).

Sloterdijk nous semble utile pour souligner les dynamiques particulières à l'œuvre au sein de notre terrain de recherche, la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB), et pouvant influencer sur la communication territoriale.

Du reste, le législateur semble avoir pris conscience de la singularité du positionnement intercommunal. En effet, la loi du 12 juillet 1999 mentionne que le territoire communautaire est un espace de solidarité « *fiscale et économique* » au sein duquel s'associent les communes « *en vue d'élaborer et de conduire ensemble un projet commun de développement urbain et d'aménagement de leur territoire* ». L'invite de la notion de **projet**⁶⁹ prend tout son sens dès lors, puisqu'elle tient compte à la fois des spécificités mais aussi les liaisons nécessaires entre les structures constitutives de l'intercommunalité.

« [L']expression projet territorial traduit cette ambition de globalité : les concepteurs du projet entendent traiter ensemble de la situation d'un territoire, en articulant dans la mesure de leurs capacités (juridiques, financières, politiques, et.), toutes les dimensions de l'action publique (Moquay, 1996, p. 181) ».

Le projet devient ainsi le **lubrifiant**⁷⁰ **des rapports communautaires**,

« un élément thérapeutique, capable de réguler les tensions qui sous-tendent l'intercommunalité et surtout, de lui donner du sens et de la cohésion » (De La Guéronnière & Le Bras, 2009, p. 81).

En conséquence, la communication des Établissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI) s'inscrit dans cette logique et semble bénéficier d'une

⁶⁹ L'Organisation Mondiale de Normalisation (2003 cité par l'ANACT 2006, p. 3) définit le projet comme « un processus unique qui consiste en un ensemble d'activités coordonnées et maîtrisées, comportant des dates de début et de fin, entrepris dans le but d'atteindre un objectif conforme à des exigences spécifiques, incluant des contraintes de délais, de coûts et de ressources ». La dimension temporelle de l'action inspire que c'est un mode d'organisation du travail qui nécessite un accord préalable entre les différents acteurs sur le déroulement de l'action. Cela suggère les logiques communicationnelles inhérentes à la gestion de projet. En effet, le « projet génère automatiquement une communication volumineuse et diversifiée [...]. Il se confirme ainsi que la communication représente une dimension à part entière du projet, au même titre que la qualité ou le risque, et qu'il faut la traiter avec rigueur » (Herniaux, 1998). Par ailleurs, Boutinet (1998, p. 64) définit le projet comme une « anticipation opératoire partiellement déterminée ».

⁷⁰ Nous paraphrasons, une expression de Yves De la Haye (1984) qui dans une perspective critique avance que la communication a deux facettes: 1) les moyens de communication servent à stimuler le mode de production capitaliste; 2) précisément, en générant une « autre personnalité sociale, c'est-à-dire de nouvelles [...] modes d'appartenance au monde[...] ». En résumé, pour l'auteur la communication « n'est pas un miroir où se refléterait l'actualité », ni « une place publique », ni « même électronique, comme le dit McLuhan, elle constitue le lubrifiant général des rapports sociaux de production, de consommation, d'échange, de reproduction » (p. 41-42).

promotion sémantique. La tendance « projet », très prégnante au sein des EPCI⁷¹, est aussi à inscrire dans le large contexte de la « culture à projet », selon l'expression de Boutinet (1998), c'est-à-dire que la « référence au projet est devenue actuellement incontournable pour penser l'action à conduire », et cela dans tous les domaines de la vie sociale⁷². En ce qui concerne la CUB par exemple, si l'on étudie l'organigramme de l'instance de plus près, notons l'existence d'une direction « Pilotage et activités des projets ». L'on se rend également compte que le poste de « chargé de mission » que l'on trouve habituellement au sein des collectivités locales (ville, région, conseil général) est tronqué successivement pour l'intitulé « chef de projet ». Pour ce qui nous intéresse, l'on parle du « projet pionniers du climat » qui est piloté, naturellement par un « chef de projet plan climat » ; et dans le cahier des charges produit pour le recrutement d'un prestataire de services⁷³, il est clairement stipulé qu'un comité de pilotage composé des représentants des communes sera mis en place. Qui plus est, généralement, la communication de l'instance bordelaise s'effectue au rythme des projets territoriaux (rénovations urbaines ; plan climat ; etc.). Cet engouement de l'intercommunalité bordelaise pour la démarche « projet » nous renvoie aux propos de Piponnier (2008). Cette auteure, devant la place prépondérante de la gestion en mode projets dans les territoires, nous propose l'explication suivante :

⁷¹ Nous avons assisté à la 13^{ème} édition des « Assises Nationales de l'Energie des collectivités territoriales » qui se sont tenus le 24-26 janvier 2012 à Dunkerque. C'est une manifestation conduite annuellement et regroupant les collectivités territoriales qui échangent leurs expériences sur les pratiques de mobilisation citoyenne en faveur de la lutte climatique. À cette occasion, nous avons assisté à des ateliers et échangé de façon informelle avec certains chefs de projets « Plan climat ». Ceci, nous a permis de remarquer que le champ lexical du « projet » était omniprésent dans les intercommunalités.

⁷² Par la suite Boutinet distingue trois domaines caractéristiques de cette « culture à projet » à savoir : « les âges de la vie et notamment le passage d'un âge à l'autre sont pensés désormais en termes de projets ; nous pouvons nous en rendre compte à travers les différentes formes de projets d'orientation, d'insertion, de projet professionnel, de carrière [...] ; dans la construction des objets ou leur rénovation, le projet est chargé d'explicitier la pensée du concepteur, d'affiner ses intentions pour définir un fil conducteur chargé de guider la mise en réalisation du dit objet ; le projet d'architecture en est un bon exemple [...] ; certaines actions collectives dans les orientations à impulser sont anticipées par un projet ; ce dernier vise à les diriger car elles sont menacées et fragiles ; [...] [c'est le cas] du projet éducatif ou pédagogique, du projet thérapeutique, du projet d'aménagement ou encore du projet proprement politique ».

⁷³ La CUB pour mettre en place le projet « pionniers du climat », déployé dans le cadre de son plan climat, a lancé un appel d'offres pour recruter un prestataire de services afin de lui confier cette mission.

« [...] le projet se définit aujourd'hui comme un outil de gouvernance permettant à chacun des territoires de se choisir un programme d'action, d'en maîtriser les objectifs et d'en garantir les résultats dans un espace économique et social dominé par les maîtres mots du néolibéralisme : efficacité, productivité, compétitivité. Fondé sur le principe d'une organisation rationnelle de l'action, de l'engagement des acteurs et de leur coordination au service d'un intérêt supérieur commun, le projet actualise des valeurs telles que l'autonomie, la maîtrise, la participation qui font de lui une figure consensuelle dans l'espace public [...]. [Dit autrement] En s'appropriant le cadre organisationnel de la gestion de projet, les acteurs politiques et sociaux du territoire entendent disposer d'un instrument, techniquement robuste et suffisamment flexible pour pouvoir réaliser des actions à la mesure de leurs ambitions et de leurs convictions » (p. 110-111).

La « communication de projet » revêt donc une « *vision holistique* » (Sfez, 2007, p. 9) et symbolique. Cela veut dire que le fonctionnement en mode « projet » mise sur une « logique réseau » ou « logique groupal » au sens de lewinien⁷⁴ pour accroître la lisibilité et la visibilité de l'EPCI. Dans cette perspective, la communication ne se limite pas à la transmission des messages ; elle se ramène à l'idée d'un accord collectif entre les différents protagonistes du projet autour d'objectifs communs (Gramaccia, 2001). On mesure ainsi que le projet organisationnel « *revêt certes une dimension existentielle mais recouvre aussi une dimension opératoire ou pragmatique* » (Brechet & Desreumaux, 2006, p. 6). D'un côté, la CUB s'affirme comme le représentant de l'intérêt communautaire, lequel n'équivaut pas toujours à l'addition des volontés communales (le législateur intervient souvent pour qualifier cet « intérêt »). De l'autre côté, pour mener à bien le déploiement de ses actions, l'instance a besoin du soutien des acteurs locaux. Sur ce point, Boutinet (1998) insiste sur le « *versant communicationnel et social* » du projet, lequel traduit le passage du *pro* de la conception au *jet* de la concrétisation.

« En effet lorsque de l'intention esquissée, je passe à l'une ou l'autre forme de concrétisation à travers un projet explicité, je prends subitement autrui à témoin de

⁷⁴ La théorie de la dynamique de groupe développée par Lewin (1947 cité par Mucchielli, 1999) met en avant le fait que tout groupe ayant une tâche à réaliser adopte une organisation des communications. Les communications entre les membres du groupe obéissent à certaines règles dépendantes de plusieurs éléments : taille du groupe, nature de la tâche, contexte de l'organisation, etc.. D'après Lewin, chaque groupe possède son champ dynamique avec ses canaux de communication, ses frontières, ses barrières. Toute information nouvelle n'est acceptée que dans la mesure où elle s'intègre dans le « champ » psychologique du groupe. Il démontre que l'efficacité du message dépend de la forme de communication utilisée.

mes intentions, cet autrui incapable de lire mes déterminations lorsqu'elles ne font que flotter à la surface de ma conscience, va pouvoir réagir dès qu'il saisira ces intentions bien matérialisées à travers l'une ou l'autre forme de dessein. Aussi par son indifférence, son approbation, son silence, ses conseils, ses critiques, cet autrui ne restera pas insensible à mes intentions manifestées ».

En d'autres mots,

« Se projeter pour un individu, un groupe, une organisation c'est donc d'abord accomplir un acte de communication, celui qui consiste à faire part à autrui de ses intentions, du moins de ses intentions explicites c'est-à-dire jugées recevables ».

Dans ce contexte, le projet devient alors un processus de l'action collective en supportant les modalités de coordination et de coopération des protagonistes de l'action.

« Le projet-processus renvoie à la complexité des pratiques organisationnelles. C'est un savoir en constitution inséparable d'une dynamique des relations entre acteurs, et ce qui est en jeu c'est la régulation des collectifs ». (Brechet et Desreumaux (2006, p. 13).

En définitive, dans un contexte local encombré et marqué par « *l'affirmation des deux valeurs sociales que sont la démocratie participative et le développement durable* » (Houllier-Guibert, 2009a, p. 45), l'intercommunalité bouleverse les codes de la communication publique. La communication intercommunale modifie les représentations du territoire en invitant les acteurs locaux à se projeter dans une action collective. Avec l'étiquette « projet », cette communication marque sa spécificité à l'instar de son territoire d'action (l'espace communautaire). Facette de la communication publique, elle mise sur une « *rhétorique de la proximité* », laquelle selon Le Bart et Lefebvre (2005 cités par Houllier-Guibert, 2009b, p. 8) « *se fonde toujours sur l'évidence, elle ne risque jamais ni la déconstruction ni la mise en perspective historique* ». Pour autant, la posture communicationnelle de l'EPCI demeure floue, car elle n'est pas « *clairement annoncée* » (Huron & Spieth, 2009). Un tâtonnement qui peut s'expliquer par sa jeunesse (une douzaine d'années d'existence contre une trentaine pour les autres collectivités) et par sa « complexité inhérente ». À partir de là, les défis de la communication intercommunale sont multiples et décisifs « *en ce sens qu'ils réinterrogent, à travers les questions qui se posent, la vocation et l'essence même de la*

communication publique » (Mégard, 2009, p. 99). En outre, ces défis s'inscrivent dans les mouvances sociales actuelles et donnent à l'intercommunalité un intérêt particulier.

Nous allons maintenant étudier les liaisons entre la communication intercommunale et l'action collective, avant de traiter de ses relations avec les technologies du numérique. Il s'agit précisément, en s'appuyant sur des approches théoriques et sur notre terrain de référence, d'appréhender l'articulation des trois terminologies et la pertinence de leur application à notre cas d'étude.

I- 2 Communication intercommunale, action collective et numérique

I-2 -a La dialectique « communication intercommunale » et « action collective »

Nous avons vu que la territorialisation du défi climatique génère des utopies mobilisatrices, lesquelles ambitionnent de favoriser l'engagement en faveur de la lutte climatique. Nous savons également que la communication est au centre de ce processus. Dès lors, les relations entre **communication** et **action collective** sont appréhendées en termes causalistes. En effet, l'on ne compte plus le nombre de publications scientifiques et institutionnelles qui insistent sur la place centrale de la communication dans la lutte climatique. Ainsi, Libaert (2010) présente la communication comme « *une nécessité du développement durable* », (p. 24). Selon cet auteur, le point commun entre le Développement Durable (DD) et la communication réside dans le concept de « *mise en relation* » : « *la communication met l'émetteur en relation avec ce qui l'environne* » et « *L'environnement est perçu comme ce qui nous est extérieur, avec quoi nous pouvons entrer en relation* », (p. 23). Il suggère alors de ne pas limiter le DD à ses trois piliers (économique, politique, social) traditionnellement mis en exergue, car la communication traverse ces trois volets au travers des notions de « *participation et de transparence* » ; devenant ainsi le « *4e pilier du Développement Durable* ». En incluant la sphère communicationnelle à côté des autres principes du DD, il s'agit là d'éviter l'instrumentalisation de l'information en valorisant le

dialogue et l'échange. Dans un registre analogue, le guide intitulé « *The Psychology of Climate Change Communication* » publié par les chercheurs du *Center for Research on Environmental Decisions (CRED)* de l'Université de Columbia (2009) stipule la chose suivante :

« [...] *in order for climate science information to be fully absorbed by audiences, it must be actively communicated with appropriate language, metaphor, and analogy; combined with narrative storytelling [...]* », (p. 2).

Le document souligne de fait, les modalités d'une communication sur le changement climatique efficace, laquelle reposerait notamment sur l'usage d'une terminologie concise et compréhensible par tous, et sur des messages percutants.

Dans ce cadre, pour alimenter notre réflexion, nous allons convoquer deux courants théoriques qui nous semblent pertinents et complémentaires :

1. En premier lieu, les **théories de l'action collective** parce que la mobilisation territoriale est symptomatique de la communication intercommunale comme nous l'avons vu plus haut ; et que, selon nous, les auteurs de ce courant apportent certains éléments de réponse pour mieux cerner les registres de l'action collective et par extension, ceux de la communication intercommunale ;
2. Et en second lieu, le **paradigme de la « communication engageante ET instituante »** parce que ce programme de recherche et « *les questions qu'il soulève apportent [...] une contribution communicationnelle à la réflexion large et pluridisciplinaire consacrée aux approches du DD [...]* » (Bernard, 2010, p. 79).

Bref, en croisant ces perspectives, nous continuons à tisser notre « toile » conceptuelle et théorique afin de pouvoir décrypter les ressorts de la communication déployée par l'EPCI bordelais autour de son plan climat.

Au sein de la littérature abondante de l'action collective, nous avons retenu quatre courants notamment : **la mobilisation des ressources, le processus de cadrage de l'action collective, l'analyse des réseaux et le courant pragmatique.** Avant de

poursuivre, il convient de revenir sur les raisons qui nous ont poussés à intégrer la sociologie des mouvements sociaux dans l'analyse.

Si depuis la Révolution Industrielle, le mouvement social traduisait la réunion

« [d'] individus, ayant en commun d'appartenir à une même catégorie sociale [et qui] ont une revendication à faire valoir. [Précisément,] Ils expriment leurs demandes par des moyens familiers comme la grève, la manifestation, l'occupation d'un bâtiment public »,

nous dit Neveu (2005, p. 5). À partir des années 70, l'on voit apparaître de « Nouveaux Mouvements Sociaux (NMS) » qui se démarquent des formes traditionnelles (mouvement ouvrier par exemple) par les conduites et les revendications de ses acteurs. En effet, les NMS ne se cantonnent pas à la dénonciation des inégalités existantes, ils vont au-delà en remettant en cause les valeurs et les normes sociales préétablies. En ce sens, les NMS témoignent « *d'une volonté de changement* » (Chabanet, 2009, p. 374). C'est le cas du mouvement écologiste⁷⁵ qui dans son expression globale dénonce la surexploitation des ressources naturelles, le réchauffement climatique et, promeut un mode de vie plus respectueux de l'environnement. Par son ampleur, ce mouvement est devenu sujet à une institutionnalisation importante comme en atteste la mise en œuvre de dispositifs, de législations et de structures dédiées à la lutte contre le désordre climatique. La mouvance

« articule [...] les préoccupations aussi bien locales que globales, défendant des valeurs telles que la solidarité entre les êtres humains, la qualité de vie, ou encore le droit de chacun à participer aux conditions de son propre développement » (Chabanet, 2009, p. 376).

⁷⁵ Nous nous méfions, cependant, avec Chabanet (2009, p.376) « des systématisations théoriques » et des « explications simplificatrices » qui peuvent réduire l'étude des Nouveaux Mouvements Sociaux (NMS) à une « conception idéologisante des phénomènes sociaux et politiques ». L'essor du mouvement écologiste ne suffit pas à lui seul, pour expliciter le renouveau des registres de l'action collective dans le temps présent. Sans doute, d'autres phénomènes (d'ordres culturel, géographique, situationnel) moins visibles ont accompagné cette mutation sociale. Dans cette optique, Touraine (1970 cité par Chabanet, 2009), dans une approche compréhensive des NMS a proposé une méthodologie, l'intervention sociologique, afin que « les acteurs de ces mouvements, constitués en groupe de travail, approfondissent le sens qu'ils accordent à leur action, notamment dans la confrontation de leur expérience avec d'autres interlocuteurs (partenaires, adversaires), dessinant par là même les contours de la société qu'ils projetaient » (Chabanet, 2009, p. 377). Une posture largement critiquée et remise en cause par la réalité du terrain puisque les NMS se définissent davantage par leur « émiettement » que par leur « capacité à déboucher sur un enjeu global » (ibid.). Néanmoins, en dépit de la controverse, l'apport de Touraine reste décisif dans la compréhension des NMS.

Par ces aspects, le mouvement écologiste invite, ainsi donc, à un renouvellement des logiques d'engagement.

Face à ces transformations, nous nous sommes concentrée sur la propension de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) à mobiliser les acteurs du territoire communautaire autour de son plan climat. Partant de cet objectif, nous sommes bien contraints de nous questionner sur la coordination de l'action collective territoriale ; et dans cette perspective, l'invite des théories de l'action collective nous apparaît incontournable.

Nous allons maintenant présenter successivement les différentes approches choisies en les confrontant à chaque fois à notre terrain de recherche.

La Théorie de la Mobilisation des Ressources (TMR)

La TMR s'interroge sur « *comment se déclenche, se développe, réussit ou échoue la mobilisation* » (Neveu, 2005, p. 53). Elle trouve ses soubassements dans les travaux d'Olson (1987 cité par Lilian & Fillieule, 2009) sur le « *paradoxe de l'action collective* »⁷⁶. En effet, les auteurs de ce courant proposent des réponses différentes du « *remède* » olsonien pour contourner ce « *paradoxe* », à savoir les incitations sélectives à l'action. En pointant les lacunes de ce raisonnement qui exclut, selon eux, les facteurs méso-sociologiques (caractéristiques propres de la collectivité et interrelation avec l'environnement politique) déterminants dans l'engagement, ces théoriciens proposent de nouvelles orientations pour comprendre les ressorts de la mobilisation. L'on retient deux principales approches.

La première déclinaison de la perspective, considérée comme « *entrepreneuriale* », fut développée par McCarthy et Zald (1973 ; 1977 ; 1987 cités par Fillieule & Péchu, 1993) qui s'intéressent aux ressources détenues par les organisations et à leur utilisation.

⁷⁶ Pour ce chercheur, même si les intérêts de l'individu sont en jeu dans un mouvement social ; ce dernier peut refuser de s'y engager, adoptant la stratégie du « *ticket gratuit* » ou « *free riding* ». Il s'agit pour l'individu de compter sur les autres membres du groupe déjà mobilisés pour défendre ses intérêts. Cependant, Olson précise que le problème du « *free riding* » peut être contourné sous certaines conditions. Au sein des groupes restreints, « *l'individu peut avoir intérêt à supporter seul les coûts d'obtention du bien collectif* » (Fillieule et Péchu, 2000, p. 82) alors que dans les groupes plus importants, il faut ajouter aux avantages collectifs des bénéfices individuels qui peuvent être positives (récompenses) ou négatives (pénalisations).

D'après eux, l'analyse de l'accumulation des ressources en argent et en temps participe à la compréhension du fonctionnement des mouvements sociaux. Pour favoriser une mobilisation, les organisations doivent identifier leurs objectifs et réunir les ressources nécessaires à la promotion de leurs actions.

Dans la seconde déclinaison, Tilly (1978 cité par Chazel, 2009) accorde une grande importance au contexte politique des mobilisations.

« L'attention est ainsi attirée sur les divers types de coalitions susceptibles de se former entre membres de la « politique » mais aussi, pour tenter de compenser des déséquilibres de pouvoir, entre tels ou tels autres membres [...] qui cherchent pour leur part à entrer dans le système politique » (Chazel, 2009, p. 367).

Ces « jeux » de coalitions jouent un rôle central en faveur ou défaveur des mobilisations de collectivités particulières.

L'application de ce courant d'analyse à notre sujet questionne sur les ressources humaines et matérielles disponibles pour construire la mobilisation autour du projet « pionniers du climat » de la CUB. Il s'agit, pour notre part, d'envisager l'action collective territoriale en *termes de dispositif*⁷⁷. Ce qui interroge sur son processus d'opérationnalisation : l'instance dispose-t-elle d'un budget suffisant ? Sur quels soutiens la CUB peut-elle s'appuyer en interne et en externe ? Quels sont les paramètres des actions de communication ?

Au final, si la TMR apporte un éclairage intéressant sur le sujet qui nous occupe ; elle reste, néanmoins, trop centrée sur une variante instrumentale de l'action collective. Une orientation qui « *ne suffit pas à rendre compte des choix d'engagement* » des acteurs (Céfaï, 2007). En réponse aux insuffisances de ce courant, tournons-nous vers le modèle de l'analyse des cadres de l'action collective qui s'inspire des travaux de Goffman sur « *les cadres de l'expérience* »⁷⁸ (1974).

⁷⁷ Selon l'édition électronique du Grand Robert de la langue française (2013), le « dispositif » vient du latin « dispositus » traduit par « qui prépare ». Il est défini comme « l'ensemble des moyens mis en œuvre pour obtenir un résultat ». On parle aussi du « dispositif » en tant qu'« énoncé final (d'un jugement) qui contient la décision du tribunal ». Nous retiendrons ici cette dimension instrumentale du dispositif.

⁷⁸ Dans le dictionnaire critique de la communication dirigée par Sfez, Heinich (1993, p. 479) nous explique les grandes lignes de cette réflexion : Goffman (1974) « tente de comprendre, selon la formule de William James, « à quelles conditions nous pensons les objets comme réels » (autrement dit, non ce qu'est le réel mais de quoi est fait le sens du réel ». En effet, l'ethnologue canadien postule que nos interactions quotidiennes sont structurées par des « cadres », lesquels sont mobilisés de façon consciente ou inconsciente. Il emprunte la notion de cadre à Bateson pour s'atteler à une élaboration

Le processus de cadrage de l'action collective

L'objectif de ce modèle théorique est l'étude du « *sens* » que les individus donnent à l'action collective. Le terme cadre (« *frame* ») désigne le schéma d'interprétation (*schemata of interpretation*) permettant aux individus « *to locate, perceive, identify and label occurrences within their life space and the world at large* »⁷⁹, (Snow, Rochford, Worden & Benford, 1986, p. 464), lesquels événements contribuent à les guider dans leurs actions et dans leurs interactions (Bateson, 1954 ; Goffman, 1991 cités par Contamin, 2009, p. 38). Précisément, les chercheurs de ce courant s'intéressent à la manière dont les acteurs des mouvements sociaux cadrent eux-mêmes leurs actions et produisent des « schémas d'interprétation » (Snow & al., 1986 ; Benford et Snow, 2000) afin d'atteindre leur but à savoir la mobilisation.

Ce modèle du processus de cadrage de l'action collective se résume en six postulats (Snow & al., 1986). **(1)** Le fait qu'une situation soit injuste ne suffit pas à générer une mobilisation collective parce que tout le monde ne la percevra pas comme telle. Transposé à notre étude, nous dirons qu'il ne suffit que la CUB manifeste la nécessité d'une mobilisation autour du projet « pionniers du climat » pour que les acteurs locaux adhèrent à la démarche. Dans ce cas, pour favoriser la mobilisation, il est nécessaire de construire une représentation sociale de la situation de sorte que tous la perçoivent comme étant injuste – en ce qui nous concerne, comme étant nécessaire. **(2)** En d'autres termes, la mobilisation est consubstantielle à l'articulation des cadres individuels d'interprétation autour d'un cadre commun. Il s'agit ici de donner

conceptuelle développée à partir de situations empiriques tirées d'observations directes, de faits divers, d'articles de journaux, etc. (Heinich, *Ibid.*). Il distingue deux types de cadres qui, selon lui, permettent de donner sens à n'importe quelle « séquence d'activité ». D'un côté le « cadre primaire » où l'action est réel (exemple, on observe le temps qu'il fait, c'est un phénomène naturel) ; et de l'autre côté, le « cadre transformé » sous la forme soit d'une « modalisation », soit d'une « fabrication » ou « machination ». Du premier type de transformation découle cinq modes : les histoires (jeux et plaisanteries par exemple) ; les performances sportives, les cérémonies ainsi que les démonstrations techniques (jeux de rôle) et les ressourcements (travaux de pénitences). « Ces différentes façons de modaliser un cadre ont en commun d'être des activités « franches » (apparaissant de la même façon à tous les participants [...]). Ce n'est pas le cas avec le deuxième type de transformation, « les fabrications » qui produisent chez autrui une croyance erronée, partageant les agents en « complices et en « victimes » : de la fabrication « bénigne » (blagues, mensonges protecteurs) à la fabrication abusive (espionnage, abus de confiance) qui peut déboucher sur une action en justice. [...] [En résumé] toute séquence d'activité se trouve prise dans un cadre vulnérable à des transformations et re-transformations qui opèrent une stratification de la réalité telle que la forme du cadre est accessible à tous les participants (dans le cas des modes) soit à une partie seulement, l'autre n'ayant accès qu'au contenu du cadre (cas des fabrications où trompeur et trompé ne dont qu'un) » (Heinich, 1993, p. 480).

⁷⁹ De « localiser, percevoir, identifier et étiqueter des événements dans leur espace quotidien et dans le monde en général » (notre traduction).

l'impulsion à une action collective territoriale en faveur de la lutte climatique. Cela passe par la recherche d'un consensus sur (3) le diagnostic de la situation (*diagnosis framing*), sur un moyen d'y pallier (4) (*prognostic framing*) et sur (5) l'importance d'agir (*motivational framing*). Cette articulation des cadres implique (6) une activité de « cadrage » (*framing*) à la charge des initiateurs de la mobilisation. Lors de ce processus, ces derniers fabriquent des « *cadres d'action collective* »,

« ensemble de croyances et de représentations orientées vers l'action qui inspirent et légitiment les activités de campagnes des entreprises de mobilisation, en insistant sur le caractère sérieux de l'injustice d'une situation sociale particulière » (Contamin, 2009, p. 40).

La finalité de cette opération est d'articuler les intérêts et les cadres d'interprétation d'un mouvement « *avec ceux des participants potentiels* ». Elle s'appuie sur quatre types de stratégies : la *connexion de cadre* (*frame bridging*). C'est quand la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) s'adresse aux acteurs locaux afin de leur donner envie de s'engager dans son projet. L'« *amplification* » de cadre (*frame amplification*), il est question pour l'instance intercommunale de mettre en exergue le fait qu'elle partage les ambitions des collaborateurs potentiels. « *L'extension du cadre* » (*frame extension*), c'est quand la CUB dépasse le cadre de l'action autour du plan climat en incluant dans le projet les préoccupations des communes qui ont de l'importance pour ces dernières mais pas forcément pour l'instance. Pour terminer « *la transformation du cadre* » (*frame transformation*), il est question de « *justifier de nouvelles pratiques* » allant à l'encontre des idées reçues existantes.

Le succès du processus de cadrage est lié à la capacité de l'organisation à faire résonner ce cadre construit avec « *le terreau culturel* » dans lequel elle agit (Contamin, 2009, p. 41). Ce qui dépend de la

« crédibilité du cadrage auprès d'une population donnée (crédibilité des porteurs), de la « saillance » des problèmes pris en compte, de leur proximité avec la vie quotidienne des publics-cible ».

En règle générale, les cadres d'interprétation sont spécifiques à une mobilisation, mais il peut arriver que certains cadres aient une plus grande portée que les autres. On les nomme les « *master frames* » ou « cadres cardinaux ». À l'inverse du « *cadre*

organisationnel » spécifique et principal à une mobilisation donnée, les « cadres cardinaux » sont repris par d'autres mouvements (nous pensons là, à la déclinaison à l'échelle européenne de la campagne « ENGAGE » par exemple).

Dans cette logique, nous envisageons l'action collective autour du plan climat *en termes d'engagement*. Il s'agit de prêter attention à l'articulation entre les discours et les pratiques mobilisateurs véhiculés par l'EPCI bordelais ; et ceux de ses partenaires potentiels. L'approche communicationnelle peut alors s'effectuer à partir des « *normes d'action communicationnelle* » (Carré, 2002). En prenant l'exemple de l'informatisation du système socio-sanitaire, Carré avance que les discours produits (par le biais de la communication) par les industriels et les pouvoirs publics sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dessinent les « *normes de fonctionnement* » de ces techniques. Ces dernières sont qualifiées de « *normes d'action communicationnelle* ». « *La communication, alors, est un processus qui travaille le contexte des normes, contexte de toute situation de communication* » (Mucchielli, 2006). En outre, un autre avantage de ce modèle d'analyse réside dans le fait qu'il nous permet d'introduire le concept de « reconnaissance » car « *L'action collective est un générateur de reconnaissance, privée et publique* » (Céfaï, 2007, p. 630-631). Aussi, il s'agit de dire que les « *normes d'action communicationnelle* » traduiraient d'une certaine manière les modalités de la reconnaissance.

Cependant, nous devons faire face aux limites de ce courant. Les principales critiques déplorent l'instrumentalisation des cadres relégués au rang de « *ressources symboliques mobilisables et manipulables* » (Céfaï, 2007). L'étude des cadres se cantonneraient ainsi à un moment donné dans le temps sans rendre compte des interactions entre les cadres, et de la façon dont ils se contaminent les uns les autres. Sur ce point, des auteurs comme Cinalli (2009) rétorquent en proposant de se pencher sur l'étude des réseaux afin d'ouvrir de nouvelles perspectives dans la compréhension des mouvements sociaux.

L'analyse des réseaux

Les recherches de ce courant sont inspirées des travaux mathématiques (Wasserman & Faust, 1994 cités par Cinalli, 2009, p. 30) et de logiciels d'analyse de réseaux (De Nooy, Mrvar & Batagelj, 2005, *ibid.*). En effet, ces études avancent que la connaissance des réseaux peut enrichir la sociologie de la mobilisation avec « *les questions de l'influence des contextes relationnels sur la mobilisation individuelle* » (Klandermans & Oegema, 1987, *Ibid.*, p. 31). Autrement dit,

« les réseaux sociaux non seulement soutiennent les individus au sein des structures sociales, mais aussi fournissent des ressources aux structures elles-mêmes » (Coleman, 1990 cité par Cinalli, 2009, p.32).

De là,

« le principe de l'analyse des réseaux appliquée aux mouvements sociaux et à l'action collective consiste à représenter chaque acteur comme un point nodal à partir duquel se tissent des liens avec d'autres acteurs, d'autres nœuds de relations » (Cinalli, 2009, p. 32).

Diani (1995) abonde dans le même sens. Pour lui, les mouvements sociaux sont des réseaux, c'est-à-dire, une pluralité de liens interconnectés de groupes, d'organisation et d'individus. Du coup, au sein du courant de l'analyse des réseaux deux types d'approche peuvent être identifiés à cheval entre l'individualisme méthodologique et le holisme (Cinalli, 2009).

Du côté de l'individualisme méthodologique, les contributions peuvent être classées selon deux groupes. Dans le premier groupe, les auteurs s'interrogent sur les similitudes et dissimilitudes entre les différents acteurs en confrontant les liens qu'ils ont créés ; et dans le second groupe, les recherches portent sur l'étude des similitudes et dissimilitudes entre « *leurs attributs* ». Les échanges sont perçus « *comme une propriété relationnelle propre à chaque acteur localisé dans le réseau* » (Fernandez & Gould, 1994 cités par Cinalli, 2009). Dans l'approche holistique, l'on se concentre sur la « *structure des connexions dans laquelle tous les acteurs sont intégrés* » (Cinalli, 2009, p. 33). Les auteurs braquent alors leur objectif sur la réciprocité des relations dans le réseau afin d'évaluer l'asymétrie des échanges.

Par ailleurs, nous pouvons lier l'analyse des réseaux avec les approches de la mobilisation des ressources. Dans ce sens, les réseaux permettent d'accéder à des

ressources larges en participant à la diffusion de l'information mais aussi en favorisant la reconnaissance des individus. Les réseaux jouent aussi sur la construction des cadres d'interprétation en contribuant à la construction du sens de l'action collective. Il s'agit là, de miser sur la « *communication par réseautage* » pour reprendre l'expression de Lavigne (2008). En fait, cet auteur canadien, dans sa « *Suggestion d'une modélisation de la communication publique* », identifie la « *communication par réseautage* » en tant que « *forme discursive* » de la communication publique.

« La forme discursive de communication par réseautage fait référence ici à deux dimensions, soit en tant que moyen stratégique entre des acteurs sociaux, soit en tant que support technique de la communication en réseaux » (p. 239).

Poursuivant sa démonstration, Lavigne précise que la première dimension renvoie aux « *liens sociaux* ». Il cite alors Bakis (1993, p. 87-88) qui postule, d'une part, l'existence de réseaux permanents (famille, associations, etc.) et de réseaux occasionnels qui structurent nos relations sociales. Tout en insistant, d'autre part, sur le fait que

« Si la multiplication des « relations » ne signifie pas l'efficacité, le degré d'ouverture sur ces réseaux permet la plus ou moins grande mobilisation d'une information utile (recherche d'un emploi, d'un logement...) ».

Au sein de l'agglomération bordelaise, nous avons observé, lors de la phase d'exploration de notre terrain, la présence de ces pratiques de réseautage en communication intercommunale. En effet, la CUB appartient à différents réseaux d'ordre associatif, institutionnel, socioprofessionnel, etc. mais aussi, elle participe à leur création. Par exemple, elle est à la fois membre du « *Club climat-énergie* »⁸⁰ du Conseil Général de la Gironde et détentrice d'un « *Club climat-énergie* ». Quant à la variante technique des réseaux, elle renvoie à l'usage des outils et dispositifs numériques. Nous reviendrons sur ce dernier aspect ultérieurement.

⁸⁰ Le Club climat-Energie est une dénomination pour désigner le regroupement de divers acteurs locaux (institutions, associations, administrations, collectifs de citoyen, socioprofessionnels, scientifiques, universitaires, etc.) qui sont saisis régulièrement par la collectivité pour donner leur avis sur sa politique climat-énergie.

En résumé, l'analyse des réseaux est utile pour apprécier l'action collective dans une perspective pluraliste. Cela nous amène à souligner la contribution du courant pragmatique.

Le courant pragmatique

Les auteurs de ce courant s'attachent à « *rendre compte de l'activité pratique des acteurs et [à] comprendre comment s'actualisent l'engagement public* » (Doïdy, 2009, p. 161). Précisément, le courant pragmatique se déploie dans deux directions : la première cherche à mettre en évidence la multiplicité des formes normatives et, la seconde s'intéresse à la multiplicité des régimes d'engagement.

L'ouvrage « *De la justification. Les Economies de la grandeur* » de Boltanski et Thévenot (1991), constitue une référence incontournable pour les défenseurs de cette approche. La réflexion qui y est développée par les chercheurs, tourne autour de « *la question de l'accord justifié, légitime, entre les membres d'une société* » (Nachi, 2009). L'originalité de cette perspective repose sur l'introduction de concepts tels que « *grandeur* » et « *cité* », teintés de pragmatisme et permettant d'expliquer les « *cadres sociaux du jugement en situation [avec pour finalité] l'élaboration d'une théorie de l'accord et du désaccord* » (Boltanski & Thevenot, 1991, p. 163). Les six ordres de grandeur ou « *cités* » proposés: *inspiration, domestique, opinion, civique, marchand et industriel* mettent en avant l'existence d'une pluralité de mondes communs et définissent la grandeur des êtres. En outre, chaque cité⁸¹ est caractérisée par des opérations de justifications et d'argumentation qui lui sont spécifiques ; mais aussi par les compétences singulières que les acteurs peuvent convoquer pour créer des équivalences ou faire des qualifications.

« C'est ainsi à l'engagement des acteurs dans des « arènes publiques » que se consacrent Claudette Lafaye et Daniel Céfaï (1993) dans leurs études de mouvements associatifs, notamment des répertoires d'argumentation, des revendications, des

⁸¹ La « cité » est un concept essentiel dans la théorie des économies de grandeur. « Il vise à modéliser le genre d'opérations auxquelles, au cours des disputes qui les opposent, se livrent les acteurs lorsqu'ils sont confrontés à un impératif de justification » (Boltanski & Chiapello, 1999, p. 62). Autrement dit, la « cité permet donc de fonder en généralité les accords entre les personnes » c'est-à-dire que « ceux-ci doivent avoir un fondement légitime, justifié » (Nachi, 2009, p. 98). Par voie de conséquence pour qu'une « cité » puisse prétendre à la légitimité (généralité), elle doit faire référence à la cité adaptée à la situation (Nachi, *ibid.*).

imputations de responsabilités, des focalisations et des formes de distanciation déployés par des associations de quartier. En mettant en évidence l'enjeu du cadrage du conflit dans lequel s'engagent les collectifs militants, leur enquête rencontre les approches de l'analyse des cadres [...] (Doidy, 2009, p. 162) ».

Ces travaux s'intéressent aussi aux conséquences de ces mobilisations et controverses en dévoilant les changements induits en matière de rapports sociaux.

Par ailleurs, les « *ordres de grandeur*⁸² [...] se présentent comme des constructions socio-historiques » (Doidy, 2009, p. 163). Ainsi, Thévenot et Lafaye (1993) ont étudié les mobilisations écologistes notamment les conflits liés à l'aménagement de la nature, et décelé l'essor de nouvelles formes normatives caractéristiques d'une « *cité verte* »⁸³.

« Dans la cité verte, les grands êtres ne sont pas forcément des personnes, des collectifs ou des institutions, mais des éléments naturels comme l'eau, l'atmosphère, l'air, le climat qu'il faut garder de la pollution, ou encore des êtres génériques comme la faune ou la flore » (p. 512-513).

Ce nouveau catalogage remet en cause le modèle initial des « *cités* » en élargissant la communauté de référence à la biosphère. De fait, Chiapello et Boltanski (1999) se sont attachés à « *examiner le travail de la critique face à la formation d'une nouvelle configuration idéologique* » (Doidy, 2009, p. 163) baptisée « *cité par projets* » ou « *cité connexionniste* » (Chiapello & Boltanski, *Ibid.*). Pour étayer leur démonstration, les auteurs partent d'un paradoxe : en parallèle de l'essor du capitalisme, plus la situation socioéconomique de certaines personnes se précarise, plus la critique sociale se fait moins audible. Comment expliquer le *désarmement de la critique* face aux mutations du capitalisme ? Dans un premier temps, les sociologues établissent un lien entre « *critique* » et « *justification* ». En effet, « *Pour être valide, la critique doit être en mesure de se justifier, c'est-à-dire de clarifier les points d'appui normatifs qui la fondent* » (Boltanski & Chiapello, 1999, p. 69). Dans un second temps, la critique nécessite

⁸² « La grandeur renvoie à tout ce qui susceptible de plus et de moins. Elle est un principe d'évaluation dont on se sert pour établir des classements, catégorisations, taxinomies, c'est-à-dire un ordre entre les êtres. La grandeur est une espèce d'étalon qui permet d'opérer des rapprochements entre les personnes et entre les objets en fonction de leur importance dans la situation, de procéder à des opérations de qualification et de rapprochement ainsi qu'à l'attribution d'équivalence [...]. Il en ressort l'établissement d'un ordre, d'une hiérarchie entre les grandeurs, en somme une sorte d'échelle que les auteurs proposent d'appeler ordre des grandeurs » (Nachi, 2009, p. 101).

⁸³ Latour (1995) a vivement critiqué la thèse d'une « cité verte », car pour lui, il n'existe pas de cité écologique parce que les affaires qu'elle monte en épingle peuvent toutes être insérées dans l'une des six cités (cité par Nachi, 2009, p. 151).

l'existence d'une source d'indignation, d'une *souffrance*. En outre, elle a besoin « *d'un appui théorique et d'une rhétorique argumentative pour donner la voix et traduire la souffrance individuelle en termes faisant référence au bien commun* » (*Ibid.*, p. 81).

Partant de cette dernière dimension, les auteurs identifient quatre sources d'indignation associées aux critiques du capitalisme : *désenchantement*, *oppression* et *inauthenticité*, *misère* et *inégalité*, *opportunisme* et *égoïsme*. Ces sources ont alimenté deux formes de critique associées au capitalisme depuis son émergence : une « *critique artiste* » qui dénonce une perte de sens et des formes d'ajustements, et une « *critique sociale* » qui déplore l'absence de solidarité et les inégalités sociales. Plus spécifiquement, en analysant un corpus important de textes de management, Boltanski et Chiapello montrent comment le capitalisme reflète certaines prétentions normatives. Ainsi, après mai 1968, les dirigeants d'entreprises et les managers se sont emparés des discours sur la « critique artistique », et ont imposé un nouveau modèle du capitalisme à savoir l'organisation en *réseau*. Devant cet engouement, « la critique sociale » est en crise, parce qu'elle n'arrive pas à interpréter « *le nouvel esprit du capitalisme* »⁸⁴ avec « *les outils dont elle disposait jusque -là* » (Doidy, 2009, p. 164). Dans ce cadre, les défenseurs du courant pragmatique proposent d'intégrer « les situations concrètes dans lesquelles [les acteurs] se trouvent plongés » (Boltanski, 2009, p. 11) dans l'analyse des Nouveaux Mouvements Sociaux (NMS).

Ainsi, Thévenot (2006) s'intéresse au cadre « *devant rendre compte de la façon dont les gens agissent* », (p. 44) dit autrement, à la « *pluralité des régimes d'engagement* ». Les mouvements sociaux sont ainsi étudiés dans leur capacité à concilier divers formes d'engagement, du proche (familiarité) au public (justification des actions, médiatisation) avec une attention particulière accordée aux « tensions ». En effet, comme l'avance Doidy (2009, p. 165) :

« de telles compositions pragmatiques peuvent [...] s'avérer pesantes pour les acteurs » [puisque] « des difficultés à faire tenir les situations et à stabiliser les

⁸⁴ La formation d'« un nouvel esprit du capitalisme », une « idéologie qui justifie l'engagement dans le capitalisme », sert aux acteurs sociaux pour justifier leur engagement individuel et pour présenter les raisons collectives d'adhérer à sa logique (Boltanski & Chiapello, 1999).

engagements plus ou moins durablement peuvent [...] provoquer l'épuisement des mobilisations ».

Il s'agit ici d'insister sur la « *fragilité de l'engagement public et la manière dont il se joue dans les interactions* » (Eliasoph & Lichterman, 2003 cités par Doidy, 2009). En résumé, le cadre théorique proposé par les analystes du courant pragmatique nous donne des outils originaux pour examiner la pluralité des registres d'action au sein de la CUB.

Les principales théories de l'action collective que nous venons de parcourir nous éclairent sur la relation entre les ressources, les contextes et l'action collective. Il faut cependant faire remarquer qu'en restant centré soit sur les ressources soit en essayant de cerner les motivations des protagonistes de l'action collective, ces théories restent restrictives. De ce point de vue, même si elles ne le mentionnent pas explicitement, elles affichent en filigrane une vision canonique de la communication (Laswell, 1948) [Qui dit quoi, par quel canal, à qui et avec quel effet ?] largement critiquée par les chercheurs en SIC. Pour essayer de contourner cet écueil, nous allons maintenant, nous intéresser au paradigme de la « *communication engageante ET instituante* ».

Le paradigme de la « communication engageante ET instituante »

À l'instar des travaux de LaPiere (1934 cité par Fisher, 1996), nombreuses sont les études qui démontrent qu'il n'existe pas toujours de relation logique entre attitude et comportement⁸⁵.

« Face à cet écueil, la communication engageante, mise à l'épreuve théoriquement et pratiquement sur un ensemble de terrains, montre la pertinence de la voie qui consiste à créer, avant toute chose, les conditions favorables pour qu'un acte soit posé » (Bernard, 2010, p. 32).

La communication engageante a ainsi pour but « *de penser la relation entre communication et action, en convoquant des ressources théoriques issues du champ de la psychologie sociale* » (Bernard, 2007, p. 27) et des Sciences de l'Information et de la Communication (SIC). Notamment, en partant d'une problématique soulevée par les

⁸⁵ Richard LaPiere a mené en 1934 une étude auprès de 251 hôteliers pour savoir s'ils accepteraient de recevoir un couple de chinois dans leur établissement. Dans la première phase de l'étude, il se rend directement dans les hôtels avec le couple de chinois, dans ce cas, seul un hôtel refuse de les accueillir. Dans une seconde phase, il effectue une demande au préalable auprès de ces hôtels et sur 128 réponses reçues, il obtient 98% de retours négatifs. Cette expérience révèle qu'il n'y a pas de lien logique entre l'attitude (réponse négative à la lettre) et le comportement effectif de ces hôteliers.

« acteurs de terrain », l'idée est de résoudre le problème du passage à l'acte en matière de « *communication d'actions et d'utilités sociales* » (Bernard, 2006). Ainsi, les travaux de recherche-action portent principalement sur l'environnement, la culture et la santé.

Plus spécifiquement, les chercheurs de ce paradigme pointent les limites des campagnes préventives (la lutte contre le tabac à titre d'exemple) qui insistent plus sur des changements attitudeux que comportementaux. Partant de là, ils proposent un modèle de changement comportemental qui s'appuie sur des « *actes préparatoires* » ou « *messages engageants* » afin de stimuler l'efficacité des campagnes de prévention. Ces actes préparatoires renforcent d'une part, la réalisation de l'action attendue et de l'autre, rendent les sujets plus réceptifs aux messages véhiculés (Joule, Bernard & Halimi-Falkowicz, 2008 cités par Romma, 2010) ce qui favorise leur engagement. Celui-ci correspond « *dans une situation donnée, aux conditions dans lesquelles la réalisation d'un acte ne peut être imputable qu'à celui qui l'a réalisé* » (Joule & Beauvois, 1998, p. 60). Nous retrouvons ici, la notion d'imputabilité si chère à Ricœur qui appelle celle de responsabilité. En résumé, la communication engageante vise un changement comportemental chez les individus ou les collectifs sur la base de stratégies d'influence ne reposant ni sur la persuasion, ni sur l'autorité (Joule, 2003 ; Bernard & Joule, 2004 ; Courbet, 2004 ; Joule & Girandola, 2006 ; Bernard, 2007).

« Ce principe du primat de l'action est pris et repris dans des « *matières signifiantes* » (Veron, 1987) qui contribuent à la production de nouvelles valeurs, significations et normes sociales » (Bernard, 2010, p. 81).

Dit autrement, « *la question de l'action est étroitement liée à celles du sens, des valeurs, des savoirs et du lien* » (Bernard, 2007, p. 80). C'est la raison pour laquelle, pour rendre compte des « *relations complexes entre action- signification- institutionnalisation* », on assiste à « *l'émergence de la communication engageante ET instituante* ». Dans cette logique, les analystes étudient

« certains passages, par exemple le passage entre significations individuelles et significations collectives, le passage entre action/cognitions individuelles ET actions/cognitions collectives » (Bernard, *Ibid.*).

Par ailleurs, Le Cornec-Ubertini (2007) critique le paradigme de la communication engageante car, selon elle, connaître les conditions favorables à réunir pour engager autrui équivaut à de la *manipulation*. Raison pour laquelle, l'auteure préfère le *distinguo* entre « engager autrui » et « autrui s'engage ». Pour soutenir ses propos, elle cite Joule (2005) qui défend l'usage de la manipulation parce que, dit-il, les personnes manipulées expliquent leurs actes par rapport à leur trait de personnalité. Joule avance ainsi les notions de « *naturalisation* » et de « *dénaturalisation* ». Un acte naturalisé est accompagné d'un jugement du type « cela me ressemble bien ». La « *dénaturalisation* », « cela ne me ressemble pas », doit toujours être suivie d'une promesse de mieux faire sous forme de contrat d'action. Le Cornec-Ubertini soulève de fait, le problème de ce type d'approche : « *l'absence de consentement des citoyens* ». En effet, précise-t-elle, le paradoxe de ces méthodes est de « *renforcer la responsabilité individuelle entre les mains de l'évaluateur* » (p. 73). L'auteure aborde ainsi la question de la liberté du consentement, cette dernière étant « graduée selon la légitimité que nous accordons à ces obligations » (p. 75) ; elle se demande alors quelle est la place des normes sociales qui impactent sur notre façon d'être, de façon consciente ou non dans cette démonstration ?

À cette question, nous répondons que s'agissant de problématiques environnementales, comme nous l'avons exposé dans le précédent chapitre, la peur de la disqualification pourrait justifier l'engouement des collectivités locales et des citoyens pour la thématique. Qui plus est en articulant « institution » et « action », le paradigme de la « communication engageante » s'est enrichi d'un nouveau qualificatif : une **dimension instituante**, laquelle interroge la question du « lien » social et celle des pratiques de médiation. D'ailleurs, cette mise en exergue du « ET » dans l'intitulé du paradigme, nous fait dire qu'il n'y pas de « communication engageante » sans une facette « instituante ». Celle-ci retient particulièrement notre attention car les enjeux de la territorialisation du changement climatique interrogent cette dimension « instituante » de l'activité communicationnelle. Pour mieux éclaircir nos propos, un détour par Castoriadis (1999) s'impose.

Pour ce philosophe, l'homme est un être « *social-historique* » étroitement connecté à son environnement. Toutefois, l'auteur ne verse pas dans un holisme du social qui limiterait « toute expression de l'individualité au profit d'une conscience collective » (Chapel, 2008). C'est-à-dire que si l'autonomie de l'individu est, certes, liée à l'évolution de sa collectivité d'appartenance, il n'en demeure pas moins que celui-ci détient une « *aptitude à s'auto-altérer lui-même, à se transformer en devenant un sujet actif* » (Ansart-Dourlen, 2005). Cette vision castoradienne s'inscrit en rupture avec la philosophie kantienne, laquelle considère l'autonomie du sujet comme quelque chose de rationnelle et d'intemporelle. *A contrario*, pour Castoriadis (1999), la rationalité ne suffit pas à expliciter l'autonomie⁸⁶ car ce serait nier l'« *imagination radicale* » des individus. Celle-ci désigne « *un flux ou flot incessant de représentations, de désirs et d'affects, des images, des souvenirs, des souhaits, des craintes, des états d'âmes [...]* » (p. 96), que nous pouvons par moments comprendre et par d'autres, être incapables de justifier. Pour sortir de cet état et devenir un sujet « *social-historique* », l'individu doit impérativement s'ouvrir au monde qui l'entoure. C'est là qu'intervient « *l'imaginaire social qui rend possible l'institution de l'individu comme individu social, apte à la vie en société, par la participation à des significations collectives* » (Chapel, 2008).

En effet, Castoriadis (1999) postule que toute société est régie par ce qu'il qualifie de « *significations imaginaires sociales* », lesquelles ont une fonction de consolidation du lien social, ce sont par exemples le « *tabou* », la « *vertu* », la « *nation* », « *Dieu* », etc.. Elles sont « *imaginaires* », et « *non pas rationnelles, fonctionnelles [...] elles ne peuvent être effectives et effectivement vivantes qu'aussi longtemps qu'elles sont fortement investies et vécues par des êtres humains* » (p. 133). En résumé, cet « *imaginaire institué* » a pour rôle

⁸⁶ Castoriadis a beaucoup travaillé la notion d'autonomie pour développer un projet révolutionnaire d'autonomisation de la société. Pour lui, la société idéale est celle qui est à la source de sa propre création en s'interrogeant sur ses institutions et en n'hésitant pas à les transformer si nécessaire. Dans cette perspective, la société peut se gérer de façon dynamique au moyen d'une réflexivité permanente. Par la suite, Castoriadis établit une distinction entre « *autonomie* » et « *hétéronomie* ». L'autonomie renvoie à une société « *lucide* » quant à son auto-création. Une société qui repose entièrement sur la démocratie ou le pouvoir par le peuple. L'hétéronomie renvoie à une société où les lois sont indiscutables. Pourtant, l'auteur souligne qu'une société sans pouvoir est inconcevable, car il est important d'avoir des institutions qui cadrent la société. En même temps, celles-ci doivent laisser aux individus leur liberté.

principal d'instaurer des limites et des valeurs. Cependant, le philosophe appelle une distinction avec « *l'imaginaire instituant* ». Celui-ci, renvoie

« à une vie fantasmatique, individuelle et collective, -apparaissant lors de crises historiques et politiques, voulant mettre en question les institutions et mœurs estimés sclérosés du passé » (Ansart-Dourlen, 2005).

En transposant cette réflexion à notre problématique, nous mettons en exergue « **l'imagination instituante** » de la communication favorable à la lutte contre le changement climatique, notamment à l'échelle de l'intercommunalité bordelaise. Effectivement, la CUB souhaite obtenir une cohésion communautaire des différents acteurs locaux autour de son projet « pionniers du climat ». Elle mise alors sur une action collective territoriale coordonnée qui lui permettrait de se positionner comme le « chef de file » de la mobilisation intercommunale. Une vision que l'on peut rapprocher, à notre sens, de l'idéologie de la « *communication expressive* » de Sfez (2007) traduit par la métaphore « *Exprimer, ou l'organisme* ». Cette dernière rend compte du fait que l'homme s'adapte à son environnement. Il s'insère « *dans* » le modèle de *l'organisme*, « qui fait état d'une relation interne des parties et du tout » (p. 19). « Appliquée à la communication », c'est une perspective réticulaire du monde, « *Chacun est subjectivement objectif dans sa grande activité de mariage avec le monde* » (*Ibid.*). En ce qui nous concerne, nous insistons sur le fait que pour favoriser la reconnaissance du projet « pionniers du climat » et lui donner les effets escomptés, l'établissement est bien contraint de dialoguer avec son environnement. Dans ce cas, la « communication engageante ET instituante » pratiquée, promeut la mobilisation territoriale en appelant à la responsabilisation collective et individuelle des acteurs locaux ; et cela en prenant appui sur des utopies mobilisatrices (ces derniers propos seront mieux développés dans les prochains paragraphes).

La question qui se pose alors est la suivante : comment la CUB vat-elle amener les différents acteurs politiquement responsables du territoire à prendre part à son dispositif ? De plus, devant l'affirmation d'une « *société numérique* » (Corniou, 2008), quel sera le rôle des outils numériques dans ce processus ?

I-2-b La dialectique « communication intercommunale » et « numérique⁸⁷ »

« Des premiers balbutiements de la numérisation au virage de la société du tout numérique, quelques dizaines d'années se sont écoulées », (Compiègne, 2011, p. 9). Pour autant, l'épithète numérique est devenue symptomatique d'une mutation sociale profonde.

Qu'il s'agisse de

« l'accès à l'information, de l'organisation des savoirs, des rapports à l'espace et au temps, des expériences de sociabilité, [...], de la participation au débat public [...] des changements indéniables sont observables », (Ibid, p. 5-6).

Toutefois, pour éviter la tentation du déterminisme technique⁸⁸, on ne peut réduire l'expansion de la « culture numérique » définie comme un ensemble de valeurs et de « pratiques de production médiatiques rendues plus prégnantes et plus visibles grâce aux possibilités offertes par la technologie numérique » (Monnoyer-Smith, 2011, p. 157) à l'essor des technologies. Comme le fait remarquer Wolton (2000), le déterminisme technique n'existe pas car « La technique ne suffit pas à changer la communication dans la société ». Miège précise que

« [...] les TIC, séparément ou par le biais du « système » qu'elles forment [...] entre elles, ne portent pas per ipsas des modalités nouvelles qui ne demanderaient qu'à se réaliser : leur composante technologique ne saurait être séparée de tout ce qui en elle les rattache au « social » (2010, p. 157).

Dit autrement, l'idée de l'essor d'une société numérique n'est pertinente que si les innovations techniques rencontrent un projet politique nécessitant des transformations sociales profondes. Or, plusieurs éléments abondent dans ce sens.

En effet, depuis les débuts d'Arpanet⁸⁹ considérée comme l'ancêtre d'internet, le chemin parcouru témoigne d'une volonté « d'engager la société tout entière dans la voie

⁸⁷ La terminologie numérique vient du latin « numerus » traduit par « nombre ». Elle s'inscrit en opposition à analogique et désigne la reproduction de données sous forme de chiffres, une suite de 0 et de 1 habituellement ; mais aussi, la notion renvoie « par [extension à] de systèmes, dispositifs ou procédés employant ce mode de représentation » (Dictionnaire électronique Le Grand Robert de la langue française, 2012).

⁸⁸ Le sociologue canadien Mc Luhan (1960) a vulgarisé le concept de « déterminisme technologique » en communication, cf. son ouvrage « Pour comprendre les médias. Les prolongements technologiques de l'homme » paru aux éditions Seuil, 1977. « Le déterminisme technologique consiste à poser comme un donné stabilisé le fait de l'existence de telle ou telle technologie. L'exercice intellectuel consiste alors à identifier les « impacts » possibles ou les « conséquences » probables pour l'individu, la société, la culture ou l'économie de la dissémination (le plus souvent galopante) de cette technologie » (Breton et Proulx, 2002, p. 251).

⁸⁹ La Defense Advanced Research Projects Agency (DARPA), agence qui gère les projets du département de la défense américain, a mis en place en 1966 Arpanet dont l'objectif était de créer un

des réseaux numériques vers l'interconnexion totale » (Compiègne, 2011, p. 11). Ce qui fait dire à Castells (2001, p. 292) que « *Ne pas être connecté aux réseaux ou l'être superficiellement, c'est se faire marginaliser dans le système planétaire en réseau* ».

Et Proulx (2002, p. 3) d'ajouter :

« Le phénomène Internet apparaît comme sociologiquement important, profondément neuf ; il exprime un étonnant mouvement de transformations économiques, sociales, politiques et culturelles autour de l'idée de mise en réseaux de ressources humaines et techniques ».

Ainsi donc internet s'affirme comme la figure de proue de la révolution numérique. Dans ce contexte, Flichy (2001) appréhende internet à travers son *imaginaire*, car celui-ci permet d'expliquer « *comment une société entière est en train de basculer dans un nouveau domaine technique* ». En d'autres termes, il s'intéresse aux raisons de l'engouement des individus pour internet. Pour décrypter ces motivations, il procède à une analyse de discours des principaux acteurs d'internet pour déceler leur imaginaire. À cette fin, le sociologue établit une grille articulée autour de trois notions clés : le *mythe*, l'*utopie* et l'*idéologie*. Le *mythe* au sens barthésien du terme, c'est-à-dire comme « *un métalangage [qui prend] comme signifiant un signe et lui donne un autre signifié* ». L'*utopie* et l'*idéologie* comme « *deux versants de l'imaginaire social : préserver l'identité d'un groupe social pour l'idéologie et explorer le possible pour l'utopie* ». Cette grille va conduire Flichy à revisiter des textes américains qu'ils jugent fondateurs de l'imaginaire d'internet. C'est ainsi qu'il s'intéresse aux autoroutes de l'information, concept popularisé par Al Gore pendant la campagne présidentielle américaine de 1992, en tant qu'utopie. De cette analyse, il ressort que l'utopie peut se concrétiser mais aussi « *s'incarner dans les réalisations* ». Flichy prône alors la production d'une idéologie, « *Un ensemble de justifications qui permet aux concepteurs et aux usagers d'expliquer leur engagement dans le monde numérique* ».

réseau d'ordinateurs interconnectés à distance pour faciliter le travail des informaticiens. Trois ans plus tard, l'univers académique s'est emparé de l'invention avec la connexion de quatre universités. Robert Khan, ingénieur au DARPA lance ensuite en 1972, l'idée de relier le réseau à d'autres réseaux sous le nom d'« *internetting* ». Ensuite, en 1983 avec les travaux de son collègue Vinton Cerf, l'on voit apparaître internet sur la forme que l'on connaît aujourd'hui c'est-à-dire comme un ensemble de réseaux liés par des protocoles d'échanges (Transfert Control Protocol –TCP/ Internet Protocol- IP). Pour autant, il faudra attendre l'arrivée du World Wide Web (WWW) de Tim Beners-Lee (1989) pour qu'internet se vulgarise auprès du grand public.

Par ailleurs, Robert (2009) critique cette pensée de l'imaginaire technique qu'il trouve trop simpliste. Pour illustrer ses critiques, il démontre en reprenant la grille proposée par Flichy que ce raisonnement est incomplet. Il lui reproche de ne pas assez questionner par exemple, « en quoi le projet des autoroutes de l'information » d'Al Gore est utopique mais de les classer d'emblée dans la « *cage utopie* ». Dans son interprétation, le discours d'Al Gore relève du *marketing* politique. L'objectif visé, selon lui, était de se démarquer dans la scène politique américaine en « jouant sur la fibre technologique ». En outre, il souligne que la technique peut « *déployer un espace discursif de récits qui émergent, se développent, se concurrencent (...) disparaissent* » sans qu'il soit question d'utopie ou d'idéologie. Un autre point essentiel qu'il soulève, c'est sa préférence pour le terme « *symbolique* » à celui d'imaginaire. Le symbolique tient compte de la réalité sociale alors que l'imaginaire sous-tend une dimension fantasmagorique. Promouvoir cette imaginaire, poursuit-il, est un symptôme de l'incapacité de nos sociétés à se penser autrement, qu'à travers la technique. Robert dénonce alors un « **impensé** » *critique de la culture technicienne*. Pour y remédier, il propose une modélisation qui se défait des discours utopiques et idéologiques. Cette dernière induit une séparation entre la technique et les discours. Toujours selon l'auteur, les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) produisent aussi des discours qui passent par le texte et l'image, ce sont des moyens de représentations ; toutefois, cela n'empêche pas que les TIC soient accompagnées de « **Macro Techno Discours (MTD)** ». Il s'agit des discours véhiculés par la société autour des techniques. En résumé, la prise en compte des interférences entre ces deux discours permet de penser cet « *impensé* » *critique de la culture technicienne*.

Nous regrettons que Robert ne se soit pas interrogé sur les raisons profondes qui justifient que la société ait autant besoin de brandir l'idéologie et l'utopie techniciennes. Même si nous comprenons sa posture critique qui n'en est pas moins pertinente et légitime, loin de là. La société pour se forger a besoin d'ignorer cet « *impensé* » comme il le nomme. En effet, dans un contexte de « crises » (économique, écologique, etc.) le discours sur l'idéologie technicienne est un moyen de se rassurer

et de produire un monde commun. L'imaginaire représente une forme « d'apaisement » dans nos sociétés marquées par l'incertitude, par le risque pour reprendre Beck (2001). Cela, selon nous, explique le foisonnement d'imaginaires qui font des TIC en général, et pas seulement internet des nouveaux espaces d'ouverture. En outre, contrairement à Robert, nous optons pour le terme « imaginaire » parce qu'il induit et exclut en même temps le réel. Si dans le dictionnaire (Le Larousse, 2009, p. 695) l'on oppose imaginaire à réel, du latin « *imaginarius* » traduit par « *qui n'existe que dans l'esprit* ». Pour autant, dans l'imaginaire demeure toujours quelque chose de réel étant donné que l'esprit s'inspire de façon consciente ou non de la réalité, laquelle peut être assurément déformée. D'ailleurs, le virtuel et la dématérialisation sont présentés comme les deux principales caractéristiques du numérique (Compiègne, 2011). Le premier, du latin « *virtualis* », est la traduction du concept aristotélicien de « *dunaton* » qui désigne une entité en mouvement, en devenir (Rosati, 2009). L'auteur reprend à son compte l'exemple, donné par Aristote, de l'architecte qui a le pouvoir d'ériger un bâtiment qui est « *virtuel* ». Le virtuel n'exclut pas, dans ce cas, le réel puisque nous savons que l'architecte a la capacité de construire ce bâtiment. Le virtuel « *n'existe qu'en puissance [...]et peut ou non survenir. C'est de l'ordre des possibles mais n'est pas effectif* » (Dictionnaire Le Robert, 2006). Avec l'essor des technologies et réseaux du numérique, le virtuel renvoie à la « *simulation d'un environnement réel par des images de synthèse tridimensionnelles* » (Dictionnaire Le Larousse, 2010, p. 1458). Il est présenté comme une forme d'expérience du réel avec des effets concrets (Berthier, 2004). Le virtuel

« brouille les frontières et les délimitations strictes du réel, l'intérieur et l'extérieur s'interpénètrent, le rapport de la sphère privée à la sphère publique se modifie » (Compiègne, 2011, p. 15).

Quant à la dématérialisation, elle renvoie au fait de « *priver quelque chose de ses propriétés physiques* » (Dictionnaire électronique de la langue française, 2012). La dématérialisation trouve son expression dans la simplification de procédures administratives pour les acteurs socioéconomiques et les citoyens. En effet, certaines procédures bureaucratiques éprouvantes ont été tronquées pour l'ouverture de

services en ligne plus flexibles (saisie de formulaires, accès plus rapide à la documentation). De plus, elle repose sur l'interactivité, autre spécificité de la « société du numérique ». L'interactivité s'articule autour des notions d'immédiateté et de réactivité et participe ainsi au renouvellement du concept de participation dans la mesure où elle favorise la multiplication des interactions communicationnelles et l'avènement de nouvelles formes de sociabilités particulières.

« Dans ce contexte, des possibilités nouvelles d'expression, d'action, de contrôle, de production ouvrent le champ à des pratiques dont de nombreux observateurs estiment qu'elles pourraient contester et déstabiliser les pouvoirs dominants » (Compiègne, 2011, p. 45).

Une évolution des pratiques de communication territoriale ?

L'utilisation massive des technologies du numérique a accompagné l'apparition de discours sur leurs capacités à renouveler les formes de médiations politiques.

« De façon récurrente, chaque nouvelle technologie de communication apporte son lot d'espérances quant à son aptitude à revitaliser l'engagement politique des citoyens, et s'accompagne d'une littérature qui s'appuie sur les potentialités techniques toujours plus innovantes pour montrer qu'elles sont susceptibles de combler le fossé entre les élus de la nation et les citoyens des démocraties modernes » (Tsagarrousiadou, 2000 cité par Monnoyer-Smith, 2011, p. 157 ; Vedel, 2003).

Ainsi, le « Web 2.0 »⁹⁰ s'impose comme la figure symbolique de cette tendance du « tout participatif ». Sûrement, les outils qu'il propose favorisant la dimension relationnelle ont fait son succès. Du reste, la terminologie fut popularisée par Tim O'Reilly en 2004, lors d'une conférence sur les évolutions du World Wide Web. Le but était de relater la période de sa conception pendant laquelle, les idées de partage, d'interaction et de participation deviennent des « *piliers fondateurs* » (Compiègne, 2011, p. 46). Des auteurs comme Bouquillion et Matthews (2010) ont dénoncé par la suite, la vaste campagne de promotion dont a fait l'objet la terminologie pour devenir

⁹⁰ « L'expression a été médiatisée en août 2004 par Dale Dougherty de la société O'Reilly Media lors d'une conversation avec Craig Cline de MediaLive en vue de préparer une conférence. Il a suggéré que le Web était dans une période de renaissance ou mutation, avec un changement de paradigmes et une évolution des modèles d'entreprise. Dougherty a donné des exemples au lieu de définitions : « DoubleClick, c'était le Web 1.0. Google AdSense, c'est le Web 2.0. Ofoto, c'était le Web 1.0. Flickr, c'est le Web 2.0 », (Encyclopédie collaboratif, Wikipedia consulté le 16/09/12 http://fr.wikipedia.org/wiki/Web_2.0). À la suite de ce remue-méninge, la conférence sur le Web 2.0 fut lancée.

incontournable aujourd'hui. Le « Web 2.0 » désigne l'ensemble des usages et techniques permettant une appropriation facile du Web. Il n'est plus nécessaire par exemple d'avoir des connaissances en programmation pour créer son site internet ; il existe désormais plusieurs formules clés en main. De même, le web 2.0 prône comme nous le disions tantôt, plus d'échanges entre les usagers du réseau.

Dans ce contexte, conscientes des potentialités offertes par le numérique, les collectivités locales ne sont pas en reste surtout face au problème de la mobilisation citoyenne. Les instances s'emparent de plus en plus des outils du numérique pour donner l'impulsion à une dynamique engageante sur leur territoire.

La Communauté Urbaine de Bordeaux a ainsi investi des dispositifs numériques pour médiatiser son plan climat. Rappelons qu'une thermographie aérienne, expérimentation inédite, a permis d'évaluer les déperditions énergétiques du bâti territorial. À cette occasion, un site internet a vu le jour. Ce dernier offre la possibilité aux habitants, grâce à la géolocalisation, de décrypter la consommation énergétique de leur maison. Le succès de cette démarche a encouragé l'institution à s'emparer davantage des outils numériques pour accroître la lisibilité de son plan climat. Ainsi, les technologies du numérique intégrées au processus de structuration de l'action organisationnelle semblent générer de nouvelles pratiques hybrides qui pourraient dynamiser la communication intercommunale sur le changement climatique.

L'articulation de l'action politique avec la mobilisation des acteurs locaux aboutit dans cette situation à une redéfinition constante des pratiques de communication. On peut se demander alors si la maîtrise, par les collectivités territoriales de ces nouvelles pratiques suffira à garantir le succès de ces campagnes de communication. Comment l'intercommunalité bordelaise peut-elle mettre en scène le numérique afin de provoquer les changements souhaités ? Comment le média numérique met-il en scène les acteurs locaux dans le plan climat ?

Si d'ores et déjà, certains chercheurs en SIC soulignent les limites des outils numériques qui privilégient « *la relation de communication* » à la « *communication de contenus* » (Asdourian, 2010) et alertent sur le fait

[qu'] « on aurait tort de considérer [les TIC numériques-pas seulement internet-] » [...] à l'origine de pratiques communicationnelles différentes de celles impulsées par les médias en place » (Miège, 2010, p. 134).

Le numérique reste pour beaucoup, un vecteur capital de changement qui contribuerait à faire émerger un *hypercitoyen*, (Flichy, 2010). Ainsi, associées à l'écologie, les technologies du numérique se présentent comme consubstantielles de la « *révolution verte* » (Rifkin, 2012). C'est-à-dire que le numérique et l'écologie apparaissent « *comme deux vecteurs majeurs de changement* » (Kosciusko-Morizet, 2010). Face aux problèmes climatiques, le salut nous viendrait de l'innovation (Éditorial, Regards sur le numérique, 2008, p. 2). En effet, quelle que soit l'appellation « éco-industries », « technologies propres », les « innovations numériques » auraient la capacité à « *rationaliser nos consommations, tirer le meilleur parti des ressources, à traquer les gaspillages et, plus largement, à réinventer nos comportements quotidiens* », (Ibid.).

On peut alors se demander comment la communication territoriale en faveur du changement climatique va se configurer dans ce contexte inédit. Nous espérons que notre analyse du terrain nous permettra de trouver réponse à cette interrogation.

En croisant le concept de communication publique avec les théories de l'action collective et le paradigme de la « communication engageante ET instituante », nos travaux présentent des perspectives innovatrices pour penser la communication intercommunale sur le changement climatique. La mobilisation territoriale initiée par la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) autour de son plan climat est étudiée sous le prisme de la relation entre « communication » et « action » au regard des mutations sociopolitiques (réforme des collectivités locales, concurrence des plans climats, question du numérique, dynamique de projet) qui traversent l'intercommunalité. Toutefois, la recension d'approches théoriques a également montré ses limites nécessitant alors un travail d'agencement conceptuel et théorique pour fixer nos jalons épistémologiques.

Sous-section II. La posture théorique adoptée et les fondements épistémologiques de la recherche

La question de la communication territoriale favorable au plan climat de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) comporte de nombreuses facettes théoriques et empiriques comme nous l'avons démontré plus haut. Cependant, il semble que les théories de l'action collective, le paradigme de la « communication engageante ET instituante » sans oublier les étiquettes terminologiques à savoir « communication publique », « projet » et « communication intercommunale » trouvent leurs limites pour penser le sujet. Dans cette situation, en nous inscrivant dans la ligne droite de ces travaux, nous allons amorcer un examen critique des discours de légitimation des utopies mobilisatrices favorables à la lutte climatique territorialisée. Il s'agit de dessiner les contours de notre appareil conceptuel, lequel sera plus tard mis à l'épreuve du terrain. Ainsi, nous traiterons aussi des paradoxes de la mobilisation territoriale en faveur des questions climatiques en nous appuyant sur la métaphore de « *Babel* ». En outre, nous accorderons une attention particulière à l'inscription temporelle de la communication intercommunale sur le changement climatique, une dimension très souvent absente des travaux que nous avons consultés mais fondamentale, selon nous, pour saisir certaines dynamiques singulières. Pour finir, en nous appuyant sur les étapes précédentes, nous présenterons les jalons épistémologiques de la recherche.

II-1 Esquisse pour une critique des utopies mobilisatrices favorables à la lutte climatique territorialisée

II-1-a La communication territoriale, entre « engobage » et « engagement »

S'appuyant sur ce que Ela (1998, p. 36) nomme « *une éthique de l'impertinence de l'intelligence* »⁹¹, nous avons débuté une analyse critique des pratiques et discours de

⁹¹ Ela dans son ouvrage intitulé « Innovations sociales et renaissance en Afrique noire » remet en cause les discours dominants sur la crise du développement en Afrique. Ces derniers produits par des organismes internationaux comme la Banque Mondiale et relayés par le monde académique, selon lui, se focalisent toujours sur certains aspects du débat (corruption des états) pour expliquer la crise du

légitimation des **utopies mobilisatrices favorables à la lutte climatique territorialisée**. Rappelons que nous définissons les utopies mobilisatrices comme étant fondées sur la croyance selon laquelle, la mobilisation territoriale (supportée par des dispositifs de communication) est consubstantielle à la réussite de l'action publique surtout en matière de questions environnementales. Ceci, en partant du constat que la lutte contre le changement climatique est un **problème public**. « [L]es problèmes publics apparaissent comme tels parce qu'ils sont supposés transformables ou éradicables par une action spécifique des pouvoirs publics » (Gusfield, 2003 cité par Pasquier & Céfaï, 2003, p. 69). En même temps, « la résolution des problèmes publics n'est pas le monopole de l'Etat et de ses représentants » (ibid.). D'où l'idée de « mobilisation » dans le sens où, la lutte contre changement climatique apparaît comme un principe d'association de toutes les parties prenantes de la société (citoyens, organisations privées et publiques, gouvernements, etc.). Toutefois, cette démarche semble compromise comme nous l'avons souligné dans la partie précédente (cf. sous-section II) d'où l'idée d'« **utopie** ».

Indubitablement, devant l'injonction écologique, les intercommunalités semblent esquiver les dimensions délicates de l'action collective territoriale pour inciter les différents acteurs locaux y compris les habitants à se fédérer autour de leurs plans climats. À ce propos la métaphore de « *l'engobage* » utilisée par Gramaccia et Cordelier (2012) dans leur « *critique de la sincérité stratégique de l'entreprise* » nous paraît fort intéressante pour illustrer ce phénomène.

En effet, pour ces auteurs, l'engagement de l'entreprise dans les questions environnementales relève d'une « *éthique clairement affichée* », laquelle se situe « *au cœur de la communication de l'entreprise et, au fond, d'un discours de légitimation sociale* ».

développement en Afrique. Au lieu, par exemple, de remettre en cause le système économique mondial. De fait, il postule la chose suivante : « Comprendre la crise en Afrique dans le monde d'aujourd'hui où l'argent est la seule chose qui compte dans le processus de globalisation en cours impose une véritable éthique de la connaissance. Cette éthique se fonde sur l'impertinence de l'intelligence. [...]. Au-delà des analyses de la Banque Mondiale et du FMI qui exercent une sorte de leadership dans la production des connaissances sur l'Afrique, une remise « à plat » des grilles de recherches, des catégories de pensée et des systèmes d'interprétation qui ont servi à la réflexion sur la « crise » paraît incontournable. Pour repenser les conditions du changement social dans le monde africain [...], (p. 36).

De même, elle repose sur une « [...] *stratégie de la transparence ou du langage vrai [...] conçue de manière à masquer ses règles rhétoriques de composition et, dans la foulée, ses propres paradoxes* ». Pour soutenir leur démonstration Gramaccia et Cordelier convoquent « *une métaphore potière* » : *la technique de l'engobage*. Cette dernière

« [...] consiste à recouvrir d'un enduit spécial d'argile pure ou colorée les pièces de céramique afin de dissimuler la couleur naturelle de la pâte. La « couleur naturelle » du dispositif stratégique serait donc recouverte d'un engobe performatif, à la fois « coloré » et surtout transparent » (*ibid.*).

Rapporté à notre sujet, il nous faut insister sur la dimension apolitique et fédératrice revendiquée par la communication intercommunale sur le changement climatique. L'objectif est de dépasser les rivalités locales pour mener une action territoriale coordonnée puisque les problèmes climatiques appellent à la responsabilisation collective. Dans cette situation, on assiste alors à un glissement sémantique de la « communication environnementale »⁹² vers la « mobilisation territoriale pour l'environnement »⁹³ comme s'il suffisait de porter un nouveau masque pour stimuler l'effet performatif des messages et résoudre le problème du passage à l'acte. Pour paraphraser Rodhain citée par Libaert (2010), à propos de la communication sur le développement durable, il s'agirait de « *changer les mots à défaut de changer les choses* ».

En effet, la communication en matière de changement climatique revêt un certain aspect péjoratif au vu de la tendance du *greenwashing*. Pour ne pas être accusé de « matraquage publicitaire » et pour éviter la défiance des acteurs locaux, le choix des mots a son importance pour penser le devenir du territoire. Soyons clair, il n'est nullement question ici de remettre en cause la sincérité de l'établissement bordelais en empruntant un raccourci ; mais plutôt de montrer comment les utopies mobilisatrices peuvent devenir des pièges où se prennent les collectivités locales.

⁹² La communication environnementale ou « communication verte » est « la branche de la communication des organisations qui s'intéresse au thème de l'environnement tout à la fois comme objet de communication (...) mais aussi dans son processus d'élaboration » (Libaert, 2011). Pour les institutions, elle concerne les actions de sensibilisation aux changements comportementaux.

⁹³ De la même façon, on observe que localement la terminologie « développement durable » a tendance à céder la place au « changement climatique » perçue comme étant moins abstrait que le premier concept.

Face à un ennemi invisible (le risque climatique), la mobilisation apparaît comme la seule issue possible pour affronter un monde incertain.

D'ailleurs si Carayol (2004, p. 21), dans sa perspective *allagmatique* de la communication organisationnelle, remarquait, à juste titre, que

« le vocabulaire balistique très prégnant dans les pratiques professionnelles, celui de cible, d'impact, de stratégie, de tactique, assimile souvent d'un point de vue sémantique, les opérations de communication à des opérations guerrières » ;

nous dirons à sa suite qu'avec les questions environnementales ce n'est pas uniquement le « vocabulaire balistique » mais tout le champ lexical du combat qui s'est déplacé vers la communication. Pour preuve, il suffit d'observer les nombreuses campagnes incitatives⁹⁴ où l'on parle de mobilisation, lutte, volontariat, risque, d'**engagement**, etc.. Celui-ci est présenté comme étant d'ordre « *constructif* » et désigne la « *capacité des individus à devenir des acteurs à part entière de leur existence* » (Wieviorka, 1998, p. 47). Pour autant, le concept d'engagement n'est pas facile à appréhender.

Perrot (1998 citée par Havard Duclos & Nicourd, 2005) signale que la terminologie trouve ses repères dans les milieux féodal, religieux et militaire. Aux temps féodaux, le vassal manifestait son engagement envers son seigneur par l'aveu. Dans l'Église, le prêtre prononce ses vœux de piété et d'obéissance à son évêque. Enfin dans l'armée, le militaire s'engage pour servir son pays, et toute remise en cause est perçue comme une trahison. Cependant, au fil du temps, principalement depuis les années 1980, il est devenu difficile de fixer le concept (Havard Duclos & Nicourd, 2005) car la pensée capitaliste s'en est emparée. L'engagement n'est plus corrélé aux organisations partisans. Les personnes privilégient de plus en plus l'engagement éphémère, transitoire ; par exemple, l'on peut adhérer à une association de défense des animaux aujourd'hui, puis la prochaine fois opter pour une organisation altermondialiste.

⁹⁴Nous pensons notamment à la campagne « Unite to combat climate change » (S'unir pour combattre le changement climatique) lancée en 2008 dans le cadre du Programmes de Nations Unies pour l'Environnement (PNUÉ). Elle « exhorte les leaders mondiaux à parvenir à un accord inclusif, complet et ratifiable pour faire face au changement climatique. Les pays du monde entier doivent s'entendre sur les moyens de réduire leurs émissions et de travailler ensemble pour combattre le changement climatique en développant les énergies renouvelables, en promouvant l'investissement dans les technologies vertes, en conservant les puits naturels de carbone de la nature et en fixant des seuils d'émission clairs pour l'industrie et le commerce » (<http://www.unep.org/french/unite/?page=about>, consulté le 18/09/2012).

Duperré (2006 cité par Barré, 2009) distingue, de son côté, deux facettes dans l'engagement. La première renvoie, selon le chercheur, au lien entre l'engagement et la dénonciation des inégalités sociales, problèmes politiques, etc. ; et la seconde, fait référence aux rapports que la personne engagée, établie avec ses pairs. De Linares et Becquet (2005, p. 15 cités par Barré, 2009) jugent cette analyse réductrice car pour eux : « *l'engagement ne concerne pas seulement les sphères politiques, syndicales ou associatives, mais traverse la diversité des expériences sociales* ». Quant à Beauvois et Joule (1998), ils identifient un ensemble de conditions à observer pour qualifier une situation d'engageante. Ces conditions sont les suivantes : le *sentiment de liberté de l'acte*, son *caractère public et irrévocable*, son *coût*, sa *visibilité*, les *effets négatifs de l'acte* ainsi que son *caractère répétitif*.

Dans une logique philosophique, Kant (1785 ; 1993) dans sa « *Métaphysique des mœurs* », avance que l'obéissance (engagement) des individus obéit à une raison universelle, c'est « *l'impératif catégorique* » : Il représente « *une action comme nécessaire pour elle-même, et sans rapport à une autre but, comme nécessaire objectivement* », (p. 29). Mais, il y a problème car des vérités comme le nazisme, par leur barbarie, ne peuvent être transposées en loi universelle. Dans ce cas, à quoi juge-t-on qu'une décision d'engagement est la bonne ? Par ailleurs, l'histoire l'a montré, des idées minoritaires à un moment ont explosé à un autre. C'est le cas de la lutte contre le changement climatique qui à ses prémisses était l'apanage de quelques personnes averties. À ces interrogations, Bourdieu (2000) répond que la prétention à l'universel cache des enjeux de pouvoirs, l'engagement n'est pas désintéressé. Il « *obéirait à des forces profondes, obscures qui relèvent de la domination et de la distinction* » (p. 19). *A contrario*, Benasayag (2004) affirme que la joie est le moteur de l'engagement, il parle donc de reconnaissance, de la satisfaction que l'on peut ressentir en réalisant l'acte d'engagement.

En nous inspirant de ces différentes acceptions, nous définissons l'engagement comme suit : c'est une action « sans contrainte » ayant pour objectif de faire passer l'individu du « Je » au « Nous » et inversement, du « Nous » au « Je ». C'est-à-dire

que l'adhésion à une cause (lutte climatique) ne suffit pas pour parler d'engagement ; en outre l'individu doit s'identifier à la collectivité au « Nous » donc, afin de s'approprier cette cause. Il s'agit d'intégrer un **réseau** social pour donner l'impulsion à une dynamique collective autour d'un objectif partagé. Toutefois, signalons que la principale difficulté liée au concept d'engagement est son caractère subjectif (Tremblay, 2011). En effet, le jugement porté sur l'engagement des acteurs locaux dans le projet « pionniers du climat » par exemple, pourrait s'appuyer sur des perceptions spécifiques à l'établissement public bordelais qui ne sont pas forcément partagés par les protagonistes. L'absence à des réunions de pilotage du projet suffit-elle pour déclarer que tel ou tel autre acteur local est indifférent au projet ? Cette attitude ne peut-elle pas être compensée par d'autres comportements plus engageants ? Des questions qui incitent à ne pas se limiter à une lecture superficielle des actions afin d'éviter de passer à côté de facteurs explicatifs pertinents.

Après ce détour, nous attaquons à la critique des discours sur les utopies mobilisatrices semble être un moyen utile pour repenser la problématique de la mobilisation autour du plan climat de la CUB qui se mêle comme nous venons de le voir à la question de l'engagement. Cela nous amène aussi à poser la question de la lisibilité du discours de l'instance CUB dans l'espace public⁹⁵ local.

II-1-b Peut-on parler de « Babel » de la communication territoriale ?

Les utopies mobilisatrices en faveur de la lutte climatique territorialisée se diffusent dans un contexte « *crisis* » (crise économique, crise écologique, crise politique, crise sociale, etc.). Comme le fait remarquer à juste titre Morin (1976, p. 149), « *A l'origine, « Krisis » signifie « le moment décisif dans l'évolution d'un processus incertain qui permet le diagnostic » ; aujourd'hui, « crise » traduit une « indécision, le moment où, en même temps*

⁹⁵ L'espace public est appréhendé ici en tant que « lieu de médiation (entre les citoyens et les pouvoirs) et un espace de communication (entre acteurs), un lieu symbolique où l'on traite des questions relevant de la collectivité » (Dacheux, 2008). Cet auteur poursuit en soulignant que « c'est un espace conflictuel puisque les individus et les organisations collectives qui se rencontrent dans l'espace public n'ont ni les mêmes intérêts ni les mêmes compétences politiques ni le même poids social ».

qu'une perturbation, surgissent les incertitudes ». Revel (cité par Tudrej, 2007, p. 6), dans un article du *Point* paru le 3 décembre 1990, nous disait la chose suivante :

« chaque époque a ses mots passe-partout. La nôtre a l'exclusion. L'exclusion est partout et tout est exclusion (...). Lorsqu'un terme veut tout dire, il ne veut plus rien dire, (...) l'émergence de l'exclusion dans le discours est désormais le signe sûr du zéro absolu de la pensée »⁹⁶.

Vingt-ans plus tard, la « crise » semble avoir pris le relais. Dans ces conditions, parler d'une « crise » de la communication territoriale favorable à la lutte climatique paraît réducteur. C'est-à-dire que le mot « crise » ne suffit pas à rendre compte des rapports complexes qui se jouent au sein de l'intercommunalité. En effet, face à l'injonction écologique, nous avons vu que la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB), tout en promouvant l'action collective territoriale, est en quête de discours de légitimation. Elle en appelle au jugement de tous les acteurs locaux et « non locaux » quand bien même ceux-ci ne sont pas directement impliqués. Aussi, nous avons l'intuition que les utopies mobilisatrices autour du changement climatique traduisent une quête effrénée de reconnaissance. Nous insistons sur cette idée d'insatiabilité parce que, nous semble-t-il, la question mérite notre attention. Ceci semble justifier, *a priori* (l'analyse du terrain nous le dira), la quête de labels nationaux et européens conduite par la CUB pour valoriser sa politique climatique mais aussi, de manière générale, la volonté affirmée de se synchroniser, pourrait-on dire, avec son environnement.

Pour autant, l'action collective territoriale coordonnée semble être une entreprise difficile à mettre en place à l'échelle locale. Lors de nos travaux de master recherche (2010), nous avons déjà soulevé cet écueil. En effet, le département de la Gironde avait manifesté le souhait de mutualiser les campagnes de communication autour des plans climats locaux pour éviter l'enchevêtrement des actions. Cependant, malgré les nombreuses réunions entre protagonistes du projet et les accords de principe, l'initiative n'a pas abouti à cause de discordances certaines. Devant cette

⁹⁶ Morin (1976, p. 149) fait la même remarque avec la terminologie de « crise », laquelle servirait « désormais à nommer l'innommable ; il renvoie à une double béance : béance dans notre savoir (au coeur même du terme de crise) ; béance dans la réalité sociale elle-même ou apparaît la « crise ».

difficulté à parvenir à un consensus, peut-on parler de « *Babel* »⁹⁷ **de la communication territoriale sur le changement climatique ?**

L'idée est de nous servir de la métaphore de « Babel » pour prendre du recul et replacer notre problématique dans le contexte contemporain.

Dans le récit biblique, la légende de « Babel » raconte comment les hommes ont voulu atteindre le ciel en construisant une tour. Devant cette entreprise pharaonique, Dieu craignant que, s'ils réussissent, « *rien de ce qu'ils projettent de faire ne leur sera inaccessible* » (Genèse XI, 1-XI, 9), décida d'agir et de stopper la démarche. Il brouilla alors le langage des hommes empêchant de ce fait leur communication ; en conséquence, ils se trouvèrent dans l'impossibilité d'achever leur ouvrage. C'est ainsi que nous serions passés de la langue adamique (langue universelle) à une multiplicité d'idiomes.

De nombreuses interprétations coexistent sur la légende de « Babel ». Pour certains auteurs, « Babel » est une punition divine à l'instar de la sanction subie par Eve pour le péché originel (Onfray, 2010). Pour d'autres interprètes, comme Marty (cité par Finkelstein, 2005) « Babel » est une chance pour les hommes. En effet, en les divisant, Dieu offre à l'homme la diversité, une richesse car elle nous pousse vers l'autre « *celui qui m'est radicalement différent, comme voit qui mène au Tout autre* » (Levinas, 1995). Toutes choses étant égales par ailleurs, la lecture proposée par Derrida (1985) nous semble la plus éloquente pour ce qui nous concerne. Ainsi,

« La « tour de Babel » ne figure pas seulement la multiplicité irréductible des langues, elle exhibe un inachèvement, l'impossibilité de compléter, de totaliser, de saturer, d'achever quelque chose qui serait de l'ordre de l'édification, de la construction architecturale, du système et de l'architectonique. Ce que la multiplicité des idiomes vient limiter, ce n'est pas seulement une traduction « vraie », une entr'expression transparente et adéquate, c'est aussi un ordre structural, une cohérence du constructum. Il y a là (traduisons) comme une limite interne à la formalisation, une

⁹⁷ L'usage de cette métaphore nous semble judicieux ici pour qualifier les ressorts que le mot « crise » ne peut recouvrir car « La métaphore est capable d'étendre son vocabulaire, soit en fournissant un guide pour dénommer de nouveaux objets, soit en offrant pour les termes abstraits des similitudes concrètes. Par la vertu de la ressemblance, nous pouvons opérer avec de nouvelles situations ; si la métaphore, n'ajoute rien à la description du monde, du moins, elle ajoute à nos manières de sentir [...] » (Ricoeur, 1974, p. 241).

incomplétude de la constructure. Il serait facile et jusqu'à un certain point justifié d'y voir la traduction d'un système en déconstruction ».

Parler de « Babel » de la communication territoriale revient donc à mettre en lumière les idées d'instabilité, d'incertitude, de fragilité et bien sûr de « confusion », laquelle renvoie à la traduction du terme hébraïque. L'instabilité se manifeste à deux niveaux. Premièrement, on la retrouve dans les nouveaux questionnements qui surgissent fréquemment sur les problèmes climatiques déjà identifiés, mais aussi dans ceux pour lesquels aucune réponse n'existe encore (Ungar, 2000 ; Beck, 2001). Deuxièmement, il s'agit de mettre en exergue le positionnement « flou » de l'intercommunalité. Celle-ci est partagée entre sa volonté d'ouverture vers toutes les parties prenantes du territoire et au-delà, alors que son cadre structurel freine cette tendance. À cela s'ajoutent, les enjeux politiques notamment l'injonction écologique (obligation de mise en œuvre d'un plan climat) qui traversent un périmètre géographique pas encore figé (réforme des collectivités locales).

De manière large, la métaphore de « Babel » permet de rendre compte des paradoxes de la mobilisation communautaire autour du changement climatique. En effet, la fragmentation des discours, les conflits de légitimité, les discordances entre les différents acteurs rendraient difficile voire impossible toute alliance territoriale. De la même manière qu'il y a eu brouillage des langues, le « Babel » de la communication territoriale incarnerait alors la « cacophonie discursive » découlant des phénomènes micro-mobilisations locales en faveur de la lutte climatique. De fait, « Babel » traduirait une confusion, laquelle possède un double sens. D'abord, confusion dans les discours, les jargons utilisés pour promouvoir la lutte climatique, symptomatique d'une disparité de perspectives. De l'autre, confusion de la situation dans laquelle se trouve l'intercommunalité devant le défi de la mobilisation territoriale.

En définitive, le « Babel » de la communication territoriale en faveur du climat traduirait à la fois l'enchevêtrement des enjeux contradictoires qui traversent l'intercommunalité ; mais aussi une certaine fragilité découlant de cette situation qui se répercute sur le « *performatif environnementaliste* » (Gramaccia, 2010) de l'instance.

Par ailleurs, toutes ces réflexions autour des problématiques liées à l'opérationnalisation de la mobilisation territoriale autour du plan de la CUB nous amène à nous questionner sur la place de la dimension temporelle dans l'analyse.

II-1-c Peut-on faire l'économie d'une perspective temporelle ?

Beck (2001) avance que « l'utopie de la sécurité » a pris le pas sur l'utopie égalitaire avec l'avènement de la « *société du risque* ». Dans ce cas, nous dit Carayol (2005), « *il n'est pas très étonnant, dans un monde où l'individualisme se développe, de voir jaillir des formes d'actions collectives, voire de solidarité, favorisées par la peur et par l'urgence* ».

D'ailleurs Virilio (2010), penseur de la technique et de la vitesse, relève l'« *arythmie* » de nos sociétés contemporaines puisque « Le seul rythme qui existe est celui de l'accélération continue » (p. 28). Le philosophe annonce ainsi la fin du « *temps réel de l'action humaine* » à cause de la « *pollution grise* », une pollution des distances, des lieux, des délais. Il constate une « *déflagration* » de notre rapport au réel avec la « *mondialisation* » (Mesnil, 2011) mais surtout avec l'essor des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC). Virilio nous invite alors à penser ce qu'il appelle de ses vœux, la « *dromologie* », science de la vitesse et du mouvement (p. 27). Cette transformation de notre rapport au temps serait caractéristique de notre entrée dans une nouvelle ère : *l'hyper modernité* (Aubert, 2004 cité par Mesnil, 2011).

Ainsi donc, nous serions passés d'un temps cyclique reposant sur le calendrier, la planification et « *avide de progrès* » à un temps troublé (Boutinet, 2011). En effet, selon cet auteur, « *Les temporalités⁹⁸ de nos cultures postmodernes apparaissent bien brouillées avec soudainement une prééminence accordée au moment présent, face à une dévalorisation de l'avenir (Sue, 1994)[...]* » (p. 83). Hartog (2011, p.22) souligne que le « *présentisme* », c'est-à-dire « *la force et la prégnance du présent dans l'expérience contemporaine du temps* », est une particularité de la société « *hyper moderne* ».

⁹⁸ Boutinet définit les temporalités comme étant les « *façons individuelles et collectifs que nous avons d'organiser nos temps, nos mouvements* » (2011, p.82).

« [M]oins le futur est prévisible, plus il faut être mobile, flexible, réactif, prêt à changer en permanence » (Lipovetsky & Charles, 2004, p. 79). En somme, nous assistons à « *La tyrannie de l'urgence* » (Laidi, 1999 cité par Carayol, 2005), et cela est d'autant plus vrai avec l'omniprésence de la « *peur écologique* » (Virilio, 2010).

À l'heure actuelle, face à la menace de la finitude des ressources naturelles, on voit émerger de nouvelles conceptions de la temporalité qui traversent tous les domaines de la vie sociale. En effet, les exigences du temps écologique sont différentes de celles du temps humain. Aux problématiques écologiques se superposent donc des problématiques temporelles (notamment avec la question des « générations futures » et du temps de la mobilisation) qui impactent les questions communicationnelles. En conséquence, « *Comprendre le monde dans lequel nous évoluons c'est pour une part chercher à reconnaître les temporalités qui l'organisent* » (Boutinet, 2011, p. 79).

Temporalités et communication

La question de la relation entre « pratiques communicationnelles » et « temporalités » a toujours suscité l'intérêt de nombreux chercheurs issus des sciences humaines et sociales. À ce propos, Carayol (2005) nous rappelle que les travaux de Gabriel Tarde, souvent cités en Sciences de l'Information et de la Communication,

« ont dès le début du siècle pointé la dimension temporelle de certaines pratiques de communication dans l'espace social. S'intéressant dans son ouvrage *L'opinion et la foule* (Tarde, 1901), à la différence entre public et foule, et à la nature du lien social qui fait les publics, il mentionne par exemple la question temporelle et notamment la notion de la simultanéité. Ce qui crée un public selon Tarde, c'est : « la simultanéité de leur conviction ou de leur passion, la conscience possédée par chacun d'eux que cette idée ou cette volonté est partagée au même moment par un grand nombre d'hommes ».

Depuis, la réflexion s'est renouvelée avec des auteurs comme Vittalis (2000) ; Têtu (2011) ; Turcin (2011) et Hong-Mercier (2011) qui ont étudié les « temporalités de l'espace médiatique » quand d'autres comme d'Alméida (2001) ; Boutinet (1998) ; Carayol (2005) ; Cordelier (2011) ou encore Mesnil (2011) s'intéressent aux

« temporalités organisationnelles »⁹⁹. Cette dernière approche attire particulièrement notre attention puisque nous nous intéressons à la mobilisation territoriale autour du plan climat de la CUB. Il s'agit par-là de questionner le *rythme* de la communication intercommunale, car comme le font remarquer Carayol et Bouldoires (2011, p. 10) : « *Nos instruments dits de communication ont la particularité d'entremêler, de juxtaposer des temporalités parfois au service de la confusion, parfois au service de l'enrichissement du sens* ». Nous empruntons, la lecture du concept de *rythme* à Michon (2011) qui avance la nécessité de trouver « *des solutions épistémologiques et politiques qui permettent de tenir ensemble fluidité et forme, alliance et conflit, assujettissement et subjectivation* » (p. 35). C'est ainsi qu'il propose la notion de « rythme » car, dit-il,

« il permet de rendre justice simultanément aux notions de flux, de mouvement, de contradiction et à celles d'organisation, d'ordre et d'irréversibilité. [...] il permet, enfin, d'envisager des formes politiques eurythmiques qui soient à la fois suffisamment fermes, mais aussi suffisamment fluides, pour que les individus singuliers et collectifs puissent y mener des jeux d'échange, d'alliance et de conflit qui les potentialisent les uns par les autres » (*ibid.*).

C'est donc, dans cette logique que nous voulons inscrire nos travaux en démontrant dans le paragraphe qui va suivre, la pertinence d'une analyse de la communication intercommunale sur le changement climatique au prisme de ses temporalités.

À l'instar de Franquemagne, Gouin et Récappé (2008), nous souhaitons prêter attention à la perspective temporelle parce qu'elle est « *trop souvent absente dans les analyses de mobilisations politiques* »¹⁰⁰. Toutefois, notons que même si elles ne l'affirment pas clairement, les courants théoriques que nous avons étudiés de même que les terminologies convoquées affichent en filigrane la question du temps de l'action.

⁹⁹ Cet inventaire s'appuie sur le livre coordonné par Valérie Carayol & Alain Bouldoires, intitulé « Discordance des temps. Rythmes, temporalités, urgence à l'ère de la globalisation et de la communication » paru aux éditions MSHA en 2011.

¹⁰⁰ Pour les auteurs, « une mobilisation politique est un ensemble de productions collectives visant principalement à créer ou augmenter la reconnaissance de la cause défendue ou, pour le dire autrement, de lutter pour la reconnaissance de la cause défendue. Le motif de toute production collective est directement ou indirectement, lors des réunions d'organisation, par exemple, de montrer l'existence de la mobilisation à un certain public et ainsi d'augmenter la visibilité de la cause défendue, de modifier les représentations du public visé, de convaincre de certaines idées, d'influencer voire d'imposer certaines décisions », (p. 3-4).

Convoquer la dimension temporelle nous permet alors de porter un nouveau regard sur notre objet d'étude. Nous pensons que les modalités d'inscription dans le temps d'un objet sont révélatrices d'hypothèses. Il s'agit de ne pas simplement concevoir l'inscription temporelle de façon linéaire mais plutôt de rendre compte de tous les paramètres temporels de la situation étudiée. Dans cette entreprise, Carayol (2005) est de bon conseil. Citant les travaux de Ballard et Seibold (2004), l'auteure dénote trois principales approches dans l'analyse des « *dimensions temporelles des activités organisationnelles* ». Premièrement, le but est de considérer les « **caractéristiques objectives du temps** » tels que : la *flexibilité* ou « le degré de rigidité ou d'adaptation à l'imprévisible » ; le *tempo* ou « le rythme de travail » ; la *protection* ou « le degré de protection des séquences temporelles contre les intrusions » ; la *linéarité*, « la *capacité à faire une chose à la fois* », la *programmation* ou « le degré de formalisation dans la programmation des activités » ; la *ponctualité* ou « la précision dans l'usage du temps » ; l'*ajustabilité* ou « la possibilité pour le temps d'être considéré comme une variable ajustable ou non ». Deuxièmement, l'on s'intéresse « aux **représentations subjectives du temps** » tels que « l'autonomie dans l'usage du temps, la conscience du temps, etc. » (Schriber & Gutek, 1987 cités par Carayol, 2005). Troisièmement, l'on s'attache enfin « aux **aspects intersubjectifs ou partagés dans l'expérience du temps** », incluant la façon dont celle-ci forme, et est construite par les interactions dans le groupe, l'organisation ou l'environnement. De fait on peut envisager les pratiques de communication comme des processus de temporalisation et souligner le fait qu'elles contribuent à générer des pratiques du temps collectivement et interactivement. En résumé, l'objectif de l'inscription temporelle de la mobilisation territoriale autour du plan climat de la CUB vise d'une part à contextualiser le projet « pionniers du climat » ; et d'autre part, à s'interroger sur les temporalités de l'engagement des différentes parties prenantes notamment les communes de l'agglomération bordelaise.

Une fois notre posture théorique affirmée, l'étape suivante va consister à préciser les objectifs et la question principale de la recherche avant de formuler les hypothèses qui en découlent.

II-2 Objectifs de la recherche et posture épistémologique

II-2-a Rappel des enjeux de la démarche « pionniers du climat »¹⁰¹ et recadrage de la problématique

La CUB souhaite mettre en place un dispositif de mobilisation citoyenne intitulé « pionniers du climat », lequel constitue le volet opérationnel de son plan climat¹⁰². Ce dernier est centré sur le recrutement, en étroite partenariat avec les communes, de cent foyers volontaires qui s'engagent, sur une année, à suivre un certain nombre de recommandations destinées à faire évoluer leurs consommations d'énergie et d'eau dans leur logement ; leurs consommations de biens et services courants ; de même, le but est également d'inciter ces foyers à adopter des modes de déplacements moins émissifs. Ils bénéficieront de conseils individualisés pour modifier leurs comportements dans les trois domaines retenus. Parmi ces volontaires, on pourra distinguer une dizaine de « foyers témoins » avec lesquels la CUB travaillera en collaboration plus étroite pour identifier les stratégies les plus efficaces de changement des comportements (tester des actions spécifiques, un engagement plus fort dans un domaine, etc.). Par voie de conséquence, les objectifs poursuivis sont les suivants :

- Informer, sensibiliser les citoyens à la question de l'énergie et du climat et favoriser des comportements moins émetteurs de CO₂ sur le territoire de la CUB ;
- Mobiliser, fédérer les différents partenaires et acteurs de la lutte contre le changement climatique (communes, associations, structures porteuses

¹⁰¹Ce paragraphe sur la présentation du projet « pionniers du climat » s'inspire du cahier des charges produit par le CUB dans le cadre de la campagne de recrutement d'un prestataire en charge de la mise en œuvre du projet.

¹⁰²Cf. Chapitre 1, sous-section 3, paragraphe 2-a.

d'espaces Info-énergie ou économie d'eau, bailleurs sociaux, etc.) autour du projet.

En ce qui nous concerne, nous nous focalisons sur les ressorts de la coordination de l'action à l'échelle des communes. Par suite, la question de départ à laquelle cette recherche tente de répondre est la suivante : **quels sont les facteurs explicatifs de la relation entre les pratiques de communication de la CUB en faveur de la démarche « pionniers du climat » et la mobilisation des communes autour de cette initiative ?** Du reste, suite à notre analyse théorique et conceptuelle, nous arrivons à la conclusion que le principal enjeu n'est pas simplement de l'ordre de la causalité entre la mobilisation territoriale et la communication de la CUB ; nous voyons surgir principalement des questions de *coopération, de réseautage, de cadrage, de temporalités, de reconnaissance et d'engagement*. Ainsi la problématique, retenue initialement, a été reformulée de sorte à mieux rendre compte du phénomène étudié. Elle devient la suivante : **comment les cadres, les réseaux d'acteurs locaux et les pratiques de communication de la CUB participent-ils à la mobilisation des communes en faveur des « pionniers du climat » ?**

Cette question s'articule autour de deux axes :

- **Théorique** : la recherche s'intéresse aux pratiques de communication déployées par l'instance CUB pour fédérer les communes autour de la démarche « pionniers du climat ». Cela nous incite à nous pencher sur les enjeux, les logiques d'actions, les implications, les processus qui rythment la communication intercommunale sur le changement climatique.
- **Empirique** : l'étude s'intéresse au regard de ces acteurs locaux face aux problématiques complexes de la mobilisation territoriale autour de la lutte climatique. Il s'agit aussi de voir comment la démarche est perçue par ceux-là mêmes sur qui elle repose en premier lieu. Elle se présente aussi comme une cartographie des pratiques de communication à l'échelle de la CUB à un moment précis.

Ces objectifs qui guident nos travaux s'inscrivent dans un courant de recherche singulier en SIC qui s'attèle à penser le développement durable en tant que paradigme (Pascual-Espuny, 2007). Précisément, notons les nombreuses études consacrées à la question du passage à l'acte ou à l'analyse des rhétoriques organisationnelles en faveur de pratiques écologiques. À titre d'illustrations, dans de récents travaux, Romma (2010) et Asdourian (2010) se sont intéressés à la promotion de comportements respectueux de l'environnement par le biais dispositifs numériques tandis que Courbet et Fourquet (2010), Gramaccia (2011) et Cattelani (2010) ont entrepris d'étudier « *les processus de production de la communication environnementale* ». Loneux et Huet (2008) se sont penchés, quant à eux, sur la « *compréhension des discours des entreprises en matière de responsabilité sociale et environnementale* ». Soulignons également, la contribution de Hervé-Bazin (2010) qui s'est intéressée particulièrement aux « *discours sur la gestion de l'eau et la femme* » ou encore l'apport de Bernard et Joule (2006, 2007) qui ont expérimenté la « *communication engageante ET instituante* » « pour promouvoir des comportements écocitoyens dans l'espace balnéaire de la Ville de Marseille ».

Par ailleurs, à notre connaissance, il existe encore peu d'études consacrées à l'analyse des pratiques communicationnelles d'acteurs locaux, politiquement responsables, autour d'une action collective territoriale à l'instar du plan climat. Notre recherche s'inscrit donc dans le courant de la communication organisationnelle et ambitionne d'apporter une contribution à l'étude de la communication territoriale sur le changement climatique.

Avant de nous atteler à la présentation de notre stratégie de recherche, il semble indispensable de préciser au lecteur nos assises épistémologiques.

II-2-b Les jalons épistémologiques de la recherche

L'étude d'un phénomène doit toujours s'effectuer dans un cadre¹⁰³ précis, car sinon le chercheur risque de produire un « *savoir désincarné* », « *inutilisable* » (Paillé & Mucchielli, 2008). Cette opération essentielle est l'objet de l'épistémologie ou « *science de l'organisation du travail scientifique* » (Lecourt, 1972, p. 7).

« Néanmoins, l'épistémologie ne saurait pas non plus se réduire à l'examen purement technologique des méthodes spécifiques des sciences. Elle vise aussi à situer la science dans une expérience du savoir qui la déborde, à en évaluer la portée, à en dégager le sens pour l'ensemble de la pratique humaine (Granger, 2012, *Encyclopædia Universalis*, édition électronique) ».

Ainsi, dans cette sous-partie, nous allons exposer notre démarche scientifique, la manière dont la problématique sera traitée, et au-delà, notre « *vision du processus de la construction des connaissances* » (Romma, 2010, p. 30).

Un parti pris « constructionniste »

Nous l'avons vu, la mobilisation territoriale favorable au défi climatique a pris forme au sein d'une « **matrice** » constituée par un amas diffus de rapports, conférences, dispositifs à l'initiative de partisans et même de pourfendeurs des questions climatiques. À cela s'ajoute, une institutionnalisation de la thématique du changement climatique (création de postes de chargés de mission Agenda 21 et/ou plan climat au sein des collectivités locales, création de réseaux d'acteurs locaux, etc.). Nous empruntons l'expression « matrice » à Hacking (2001), elle renvoie au « *contexte social* », « *ce à l'intérieur de quoi une idée, un concept [...] se forme* », (p. 26).

Revenons sur le concept de mobilisation territoriale en faveur du climat : la lecture qu'on peut avoir du phénomène dépendrait donc du contexte social dans lequel, il émerge. Par exemple, s'il peut exister des similitudes dans les pratiques de sensibilisation en France et Allemagne, il est fort à parier que les singularités culturelles entrent en ligne de compte dans la réalisation des actions. Cela revient également à dire que la « *matrice* » (d'ordre culturel dans cet exemple) joue un rôle

¹⁰³ Pour Paillé et Mucchielli (2008), ce cadre est lié principalement aux orientations disciplinaires et aux vécus expérimental et culturel du chercheur.

fondamental dans la définition des stratégies de communication et dans l'orientation des politiques publiques.

Cette vision explicative est « constructionniste » (Hacking, 2001). Le «**constructionnisme** » est défini par Hacking (p. 74) comme les

« différents projets sociologiques, historiques et philosophiques ayant pour but de montrer ou d'analyser des interactions sociales ou des chaînes de causalités réelles, historiquement situées, ayant conduit à, ou ayant été impliquées dans la mise en évidence ou l'établissement de quelque entité ou fait présent ».

En outre, en optant pour cette approche, nous pointons l'importance du « *caractère réflexif* » et orienté de l'action (Giddens, 1987). D'après cet auteur, « *les propriétés structurelles des systèmes sociaux sont à la fois les conditions et les résultats des activités accomplies par les agents qui font partie de ces systèmes* », (p. 15), ce qu'il nomme la « *dualité du structurel* ». Giddens a une perception sphérique de la construction du monde social où le « *structurel* », défini comme un principe de base, « est toujours à la fois contraignant et habilitant ». Toutefois, de son aveu même, cette réflexivité ne transparaît que partiellement au niveau discursif. Voilà pourquoi, il établit une distinction entre la « *conscience pratique* » et la « *conscience discursive* ». Le premier terme renvoie à la difficulté pour les acteurs d'expliquer et de justifier les raisons de leurs conduites. Quant à la seconde notion, elle souligne la faculté à pouvoir aisément exprimer ses motivations à l'action. De ce fait, il nous semble que la réflexivité est un exercice incontournable si l'on veut saisir la « *conscience pratique* » des protagonistes de la communication territoriale favorable à la lutte climatique au sein de l'agglomération bordelaise.

Soulignons que cette réflexivité transparaît aussi dans le rapport que nous pouvons entretenir avec notre terrain puisque comme le fait remarquer Baby (1992, p. 16-17 cité par Nguyen-Duy & Luckerhoff, 2007) : « *Chercheur et objet font partie d'une même réalité existentielle, en même temps que d'un même dispositif interactif de production de connaissances* ». D'ailleurs, Le Marec (2012) considère « *l'enquête [en sciences sociales] comme situation de partage culturel où s'éprouvent des effets de reconnaissance réflexive de ce qui est demandé ou exprimé par les uns et les autres, enquêteurs et enquêtés* ». Dit autrement, la *réflexivité* est une affaire de « *sociabilités* », c'est-à-dire que lors du

processus de productions des savoirs, le chercheur doit veiller à rendre compte de l'intersubjectivité, du « *sens commun* » partagé avec « *l'enquête* ». En effet, dit-elle

« L'enquête en sciences sociales s'appuie sur des pratiques de communications sociales culturellement élaborées et partagées par une population large, qui comprend tous ceux pour qui elle fait sens et qui seraient susceptibles d'y contribuer ou de s'en rendre témoins un jour ou l'autre. Lorsque nous interrogeons des individus, nous mobilisons les uns et les autres, enquêteurs et enquêtés, des mémoires culturelles de l'enquête qui ne sont pas l'explicitation *hic et nunc* du sens d'un protocole défini à un moment donné par le chercheur et la communauté académique à laquelle il appartient ».

Dans cette perspective, nous avons opté pour un parti pris méthodologique interprétatif et pragmatique.

Une orientation méthodologique interprétative et pragmatique

Qu'on le veuille ou non, il est difficile de penser un objet hors de son cadre d'analyse parce que « *le chercheur sélectionne des faits, choisit ou définit des concepts, interprète ses résultats, etc. ; bref, il construit son objet théoriquement et scientifiquement* », (Pirès, 1997, p. 20). Aussi, notons que le travail de recherche est corrélé à « *l'ambition scientifique* » du chercheur, c'est-à-dire la volonté affirmée « *de parvenir à une découverte qui fasse, de façon notable ou infinitésimale, progresser les connaissances dans une perspective de cumulativité des acquis* » (Le Bohec, 2007, p. 260). Comment peut-on, dès lors, faire un effort d'objectivation ?

Pirès (1997, p. 22) nous donne quelques clés pour surmonter les obstacles en citant Simmel (1908, p. 56). Celui-ci utilise la métaphore de l'étranger pour penser l'objectivation :

« Le chercheur-étranger (...) est plus libre pratiquement et théoriquement, il examine les relations avec moins de préjugés, il les soumet à des modèles plus généraux, plus objectifs, il ne s'attache pas à ses actes à respecter la tradition, la piété ou ses prédécesseurs ».

Le personnage de l'étranger développé par Simmel implique à la fois distanciation et proximité. Il s'agit pour le chercheur de refuser de se laisser enfermer dans des postures théoriques et épistémologiques particulières. Tel l'étranger de passage dans une ville, il faut savoir garder une certaine distance avec le terrain et, en même

temps, démontrer aux « habitants » (ici les acteurs de la recherche) son intérêt pour le lieu afin de profiter plus sereinement de son séjour. En somme, nous retenons de cette pensée simmelienne qu'il ne faut pas opposer « **objectivité** » et « **subjectivité** » parce que les deux dimensions s'imbriquent l'une dans l'autre.

Effectivement, pris séparément l'objectivisme et le subjectivisme apparaissent comme étant deux positionnements réducteurs, car selon où l'on se place l'un des protagonistes de la recherche (le chercheur ou le sujet) s'efface au profit de l'autre. Notamment, l'objectivisme commet un écueil quand il prétend que l'on peut extraire des lois en se limitant uniquement aux faits observables. Quant au subjectivisme, il rencontre un écueil quand il affirme que pour appréhender un phénomène, il faut se focaliser uniquement sur les significations données par les acteurs. Principalement, parce que dans les deux configurations, l'on note la non-prise en compte du cadre général d'interprétation alors que celui-ci est fondamental dans la compréhension des phénomènes observés.

Premièrement, parce que l'activité d'interprétation s'effectue toujours dans un cadre précis qui peut fortement influencer la façon dont les acteurs vont appréhender ledit phénomène. Deuxièmement, chaque chercheur aborde son terrain en fonction de ses propres références liées à des savoirs spécifiques ce qui traduit, d'une certaine manière, une distanciation permanente avec l'objet. Ainsi donc, nous sommes d'avis avec Martineau (1997) lorsqu'il avance l'existence de trois niveaux logiques dans l'activité de recherche : 1) la **logique des acteurs** (leurs décisions, leurs discours, leurs jugements, leurs pratiques, leurs habitus, etc.) ; 2) la **logique des situations** (les interactions, les jeux, les rencontres, etc.) ; 3) la **logique de l'explication** ou de la compréhension (la raison théorique, la démonstration, l'argumentation, etc.). Au final, « *De la rencontre de ces trois niveaux logiques peut naître le savoir* » (p. 136).

Au regard de ces éléments, nous optons pour une **approche méthodologique pragmatique et interprétative**, laquelle nous permet de faire la jonction entre la posture objective et la posture subjective. Elle autorise une vision distanciée de l'objet d'étude en allant au-delà d'un positionnement uniquement descriptif, micro-

analytique. En premier lieu, l'approche interprétative rend compte de l'ampleur du contexte et du **sens** des éléments recueillis. Par conséquent,

« Comprendre ne signifie plus coïncider avec les mobiles, conscients ou non, des acteurs, mais consiste, comme l'on « comprend » la cohésion interne d'une pièce de musique, à replacer chacun des phénomènes considérés dans des ensembles plus vastes où ils font « sens », (Ditlhey, 1910 cité par Rumpala, 2007).

Nous allons emprunter la définition du concept de « sens » à Rumpala (2008) qui nous dit la chose suivante :

« L'idée de sens renvoie à une mise en rapport : celle d'un ou plusieurs éléments avec un autre ou plusieurs éléments, ce(s) dernier(s) contribuant à rendre compte du ou des premiers. Pour être encore plus précis, il est également utile de faire une distinction, selon le point d'où s'effectue cette mise en rapport, entre sens endogène et sens exogène. Le premier, celui donné par l'acteur à son activité, exprime sa manière de comprendre, voire de justifier quelque chose, événement, phénomène ou situation en rapport avec cette activité tandis que le second marque un travail de l'analyste dégageant des perspectives plus ou moins approfondies sur les activités, phénomènes, situations qui l'intéressent ».

À cela, il faut ajouter que si la polysémie du « sens » autorise des interprétations différentes voire mêmes divergentes d'un élément, on ne peut pas réduire le sens à une lecture subjective, il faut reconnaître que certaines dimensions se jouant dans les relations entre acteurs peuvent nous échapper, d'où la nécessité de dépasser les méthodes classiques à l'instar de l'analyse de contenu¹⁰⁴. Dès lors, une distinction entre « explication », « description » et « interprétation » nous semble fondamentale. Pour Tremblay et Giroux (2009, p. 3), la visée descriptive consiste à faire « *l'inventaire des caractéristiques d'un phénomène ou de ses déterminants* » tandis que l'explication énonce une « *théorie qui peut rendre compte de certains phénomènes observés et qui permet d'en prédire d'autres* ». Quant à l'interprétation, il traduit la quête de sens. C'est pour dire, en un mot, que l'approche interprétative va au-delà de la description et de l'explication pour accéder à la compréhension de la réalité observée. La dimension interprétative se rapproche alors des perspectives herméneutique et pragmatique (Rumpala, 2008).

¹⁰⁴ Atkouf, (1992, p. 163 cité par Monseigne, 2009 p. 295) « L'analyse de contenu est une technique de recherche pour la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des communications ayant pour but de les interpréter ».

Giddens (1987) parle d'une « *double herméneutique* »¹⁰⁵ dans les sciences sociales c'est-à-dire qu'il y a une sorte de mise en abyme dans le rapport du chercheur à son objet. En effet, le chercheur interprète des phénomènes déjà interprétés par les acteurs observés. Quant à Dosse (1995), il affirme que les sciences humaines sont devant une perspective complexe qu'il nomme « *l'humanisation des sciences humaines* ». L'auteur critique les méthodes traditionnelles largement utilisées dans les démarches scientifiques qui se déclarent objectives bien qu'elles soient imprégnées de « *préjugés* », de « *tabous* » ou encore de « *conformismes* ». Dans ce contexte, pour faire un effort d'objectivation, la combinaison de méthodes d'enquêtes qualitatives et/ou quantitatives ouvre des orientations intéressantes à la fois pragmatique et interprétative ; puisque,

« chaque technique a ses avantages et ses inconvénients et il est souhaitable de les combiner plutôt de céder à une monomanie préjudiciable sur le plan heuristique. C'est ainsi que l'on se donne les moyens de compenser les défauts propres à chacune » (Le Bohec, 2007, p. 275).

En outre, la dimension **pragmatique** se révèle aussi dans l'attention portée à la coordination des actions et au sens donné par les acteurs pour se justifier : elle

« accorde une position centrale à l'action dotée de sens, réhabilite l'intentionnalité et les justifications des acteurs dans une détermination réciproque du faire et du dire. Le social n'est plus alors perçu comme une chose, il n'est plus l'objet de réification car l'acteur et le savant sont pris tous deux dans une relation d'interprétation qui implique l'intersubjectivité » (Dosse, 1995, p. 12).

En résumé, l'approche pragmatique et interprétative met l'accent sur la « *compétence réflexive des non-spécialistes, la capacité réflexive du sens commun* » [dit autrement, il

¹⁰⁵ L'herméneutique est définie comme la science de l'interprétation des textes afin d'approfondir leurs connaissances. « [...] l'incessante tentation naturelle de parvenir au sens des choses, tentation dont le passé se perd dans l'histoire de l'humanité (voir Grondin, 1993a), tout en faisant, selon les temps et les lieux, office d'outil de travail, notamment pour les théologiens et les juristes, occupe depuis quelques décennies une place extrêmement importante non seulement dans le domaine de la philosophie, mais aussi dans le domaine des sciences qu'elles soient de la « nature » ou de l'« esprit » (cf. Dilthey, 1942). Revendiquée comme praxis –celle de l'interprétation-, ou comme theoria – celle de la compréhension, l'herméneutique connaît aujourd'hui, en dépit des critiques qu'elle peut subir (Elissade, 2000) –une remarquable vitalité. Ce qui témoigne de cette vitalité n'est pas uniquement le grand nombre d'ouvrages qui y sont consacrés, mais aussi la diversité des disciplines –mathématiques, informatique, droit, sociologie, littérature, histoire, etc.- qui lui empruntent, tout en la dépassant, des concepts, des questions et des manières de penser » (Bratosin, 2007, p.103-104).

s'agit de] « *refuser le grand partage entre les savoirs savants et le sens commun* » (Ibid., p. 181).

II-3 Hypothèses

En réponse à la question principale de la recherche et au vu de notre positionnement épistémologique, nous formulons trois principales pistes de réflexion qui seront mises à l'épreuve du terrain :

HYPOTHÈSE I. La mobilisation territoriale autour de la démarche « pionniers du climat » serait conditionnée par la situation dans laquelle se trouvent les acteurs au moment de l'action. En effet, l'engagement des acteurs dans le projet serait étroitement lié à l'articulation entre les cadres individuels d'interprétation des communes et le cadre de l'instance CUB. Cette opération de cadrage serait nécessaire pour favoriser la mise en œuvre d'une action collective territoriale.

Sous-hypothèses :

- Il existerait une difficulté à fédérer les communes liée à leur singularité. Elles ne partageraient pas la même vision en matière de lutte contre le changement climatique.
- Aussi, l'intérêt et l'engagement des communes pour le projet seraient fonction de facteurs contextuels, lesquels par leur présence déclencheraient des prises de position chez ces acteurs. Par exemple, la question de l'inscription temporelle de l'action serait une dimension non négligeable à intégrer.
- Alors, pour que les communes accomplissent au mieux leur rôle de relais et afin de favoriser la cohésion autour de la démarche « pionniers du climat », la CUB devra les solliciter dans la phase de déploiement du projet et dans son processus communicationnel.

HYPOTHÈSE II. Les pratiques de communication initiées par les communes pour sensibiliser le public aux questions environnementales participeraient à l'émergence d'une certaine dynamique favorable à la CUB. De même, l'appartenance à des

réseaux d'acteurs locaux stimulerait davantage l'adhésion à la politique communautaire en faveur de la lutte climatique.

Sous-hypothèses :

- Pour mettre en place son projet et éviter une « babélisation » de sa communication, la CUB devra prendre en compte les singularités communicationnelles des communes. Il s'agit par-là, de valoriser les initiatives existantes au niveau local en ciblant leur articulation avec l'action communautaire.
- Dans cette perspective, l'établissement devra mobiliser l'ensemble de son réseau pour obtenir son soutien dans la réalisation de l'action.

HYPOTHÈSE III. Dans ces conditions, la communication intercommunale déployée par la CUB pourrait favoriser la mobilisation territoriale autour des « pionniers du climat » en articulant « *imputation* » et « *députation* » (d'Almeida, 2007). « *L'imputation* » sous-tend la notion de responsabilité et suppose que la CUB se positionne comme « chef de file » de la mobilisation intercommunale. Quant à la « *députation* », elle requiert que l'institution mette en exergue sa compétence à incarner l'intérêt général en dehors de toute obligation légale.

Sous-hypothèses :

- La mobilisation communautaire autour des « pionniers du climat » ne reposerait pas uniquement sur l'adhésion au discours véhiculé par l'établissement mais plutôt sur la capacité de cette dernière à fédérer les différentes communes et son réseau.
- Les outils de communication (affiche, presse, supports numériques, etc.) déployés par la CUB, dans ce contexte, peuvent servir de catalyseur pour stimuler l'adhésion des communes. la
- Toutefois, la CUB devra rester vigilante à ne pas verser dans les utopies mobilisatrices favorables à la lutte climatique territorialisée. Elle devra trouver le juste milieu entre la dimension « instituante » et celle « instituée » de sa communication.

Conclusion intermédiaire

La communication intercommunale sur le changement climatique revêt des enjeux particuliers. En effet, les apports des théoriciens de l'action collective et de la « communication engageante ET instituante » ont permis de mettre en lumière des perspectives intéressantes pour rendre compte de la dimension multifocale et complexe de notre problématique. Nous soulignons, toutefois, un biais intentionnel par rapport à ces choix théoriques puisque dans la foisonnante littérature de l'action collective, nous avons opté pour les contributions les plus proches de notre sujet d'étude. Du reste, les concepts de cadre, de réseau, de projet, d'engagement, de communication publique ont servi de guide pour asseoir notre posture théorique fondée sur une approche communicationnelle de l'action collective territoriale. Nous avons ainsi donc introduit la métaphore de « Babel » pour souligner les enjeux paradoxaux qui se jouent dans le cadre de la mobilisation territoriale en faveur de la lutte climatique. Nous nous sommes ensuite intéressée à la dimension temporelle de la communication intercommunale, dans la mesure où la perspective temporelle permet de renouveler notre regard sur l'objet d'étude dans un contexte contemporain imprégné par les questions d'immédiateté et d'instantanéité. En outre, nous avons aussi vu que dans une mouvance sociale numérique, l'agglomération bordelaise n'est pas en reste. La Communauté Urbaine de Bordeaux envisage, de fait de s'appuyer sur les technologies du numérique pour donner l'impulsion à une dynamique engageante autour de sa démarche. Forte de cette mise au point, nous avons, en conséquence, recadré notre problématique en reformulant notre question spécifique de recherche.

À présent, nous allons, dans le chapitre qui va suivre, définir notre stratégie de recherche.

SECONDE PARTIE.
METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

CHAPITRE III. LA STRATÉGIE DE LA RECHERCHE

Dans ce chapitre, nous présenterons notre démarche empirique et les objectifs opérationnels poursuivis par la recherche. Nous justifierions l'approche qualitative choisie à savoir l'étude de cas, en prenant appui sur les recommandations de Yin (1989) ; Mucchielli (1996) ; Hamel (1997) et Leplat (2002). Les outils de collecte de données retenus : l'entretien semi-directif et l'observation participante feront également l'objet d'une présentation. Par la suite, nous afficherons en détail le protocole d'enquête : l'échantillonnage, les modalités de prise de contact, etc. Enfin, pour clore ce chapitre, nous défendrons notre choix favorable à une analyse qualitative informatisée des données à « *l'aide de catégories conceptualisantes* » (Paillé, 1994 ; Paillé & Mucchielli, 2008).

Section I. Une approche qualitative

Dans cette première section, nous traiterons successivement de l'enquête exploratoire que nous avons amorcée dans le but de mieux nous imprégner de notre objet d'étude ; de l'approche qualitative choisie, des techniques de collecte de données convoquées et de leurs limites. Nous espérons, de la sorte, fournir au lecteur les premières « clés de l'interprétation » des résultats de la recherche (Paillé & Mucchielli, 2008).

I-1 L'étude de cas

I-1-a L'enquête exploratoire

Dans l'optique de nous familiariser et d'approfondir notre connaissance du sujet, nous avons débuté nos investigations de terrain en effectuant une étude comparative. En effet, nous avons recensé trois initiatives réalisées à l'échelle communautaire en faveur de la lutte climatique. Il s'agissait de « *l'atelier climat* » mis en place par Nantes métropole ; de la démarche « *20 familles et 20 entreprises climat* » de Angers Loire métropole et de la campagne « *Je change, ça change tout* » de Rennes métropole. Le but

était de repérer les démarches similaires au dispositif « pionniers du climat » envisagé par la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) dans le cadre de son plan climat. Nous avons ensuite listé pour chaque cas, les avantages et les limites (cf. Annexe 1) ; et échangé, dans certains cas, de façon informelle avec les initiateurs de la démarche. Il se dégage de notre diagnostic que ces établissements publics ont surtout privilégié la reproduction systématique des actions qui ont « fait leurs preuves » sans nécessairement prendre en compte les spécificités locales, l'idée étant de ne pas prendre de risque et éviter ainsi une disqualification. Par exemple comme nous l'avons évoqué dans le précédent chapitre, Rennes métropole a opté pour la déclinaison de la campagne européenne « *ENGAGE* » ; quand Angers métropole a opté pour le dispositif « clé en main » des « Familles à Energie positive » développé par l'ADEME¹⁰⁶. On assiste alors à une « *dépossession de la discursivité* » pour parler comme l'économiste Serge Latouche¹⁰⁷. Cet auteur a convoqué l'expression, dans le cas de la problématique du Développement, pour désigner « *la propension pour les déshérités à penser leur devenir avec les mots des autres* » (Cishahayo, 2010). Il s'agit ainsi pour notre part de souligner la difficulté pour les instances locales à repenser les questions de mobilisations territoriales puisque « *la dépossession de la discursivité* » conduirait à celle de l'initiative communicationnelle.

Aussi, (nous le vérifierons sur le terrain) ces types de dispositifs déployés semblent voués à faire « jurisprudence », dans le sens où ils deviennent des modèles de référence repris par d'autres collectivités. Ceci traduit, d'une certaine façon, la prégnance des utopies mobilisatrices favorables à la lutte climatique territorialisée.

Maintenant, nous allons présenter la méthode retenue dans le cadre de cette recherche.

¹⁰⁶ Des familles sont recrutées par voie de volontariat pour s'affronter en vue de baisser leur consommation énergétique, la famille qui diminue le plus sa facture gagne la compétition. Ce concept a été repris par de nombreuses collectivités locales comme la région Rhône-Alpes.

¹⁰⁷ Cité par Cishahayo (2010) dans un entretien accordé au Journal de l'Université de Montréal publié en ligne le 13/12/10, propos recueillis par Jean François Bouthillette. (<http://www.nouvelles.umontreal.ca/recherche/sciences-sociales-psychologie/20101213-le-mirage-de-la-revolution-numerique-en-afrique.html>).

I-1-b Justification de la méthode et des outils choisis

Mayer, Ouellet, Saint-Jacques et Turcotte (2000, p. 57) recommandent l'usage de l'approche qualitative pour « *décrire une situation sociale, un événement, un groupe ou un processus et parvenir à une compréhension plus approfondie* ». Kérésit et Deslauriers (1997) soulignent aussi que l'approche qualitative convient à l'étude « *des politiques organisationnelles et sociales* » parce que la proximité avec le terrain qu'elle requiert, fait de cette méthode un outil légitime pour modéliser les pratiques en partant du particulier au général. Voilà pourquoi l'usage de cette méthode¹⁰⁸ nous est paru particulièrement adéquat pour étudier le phénomène de la mobilisation autour de la lutte climatique à l'échelle de la CUB. Aussi, notre sujet étant un problème d'actualité, son étude « [...] *implique un contact personnel avec les sujets de la recherche, principalement par le biais d'entretiens et par l'observation des pratiques dans les milieux mêmes où évoluent les acteurs* » (Paillé & Mucchielli, 2008, p. 9).

Au regard de ces éléments, **l'étude de cas**¹⁰⁹ a été retenue. C'est

« une technique particulière de cueillette, de mise en forme et de traitement de l'information qui cherche à rendre compte du caractère évolutif et complexe des phénomènes concernant un système social comportant ses propres dynamiques » (Mucchielli, 1996, p. 77).

Plus spécifiquement,

« l'étude de cas consiste donc à rapporter un événement à son contexte et à le considérer sous cet aspect pour voir comment il s'y manifeste et s'y développe. En d'autres mots, il s'agit, par son moyen, de saisir comment un contexte donne acte à l'événement que l'on veut aborder » (Hamel, 1997, p. 10 cité par Leplat, 2002).

De plus, le principal avantage de l'étude de cas, c'est qu'elle offre la possibilité de faire évoluer la recherche au fil des investigations du terrain. Et contrairement à l'apparence, l'étude de cas est une démarche rigoureuse qui demande une articulation constante entre le terrain et la théorie. En effet, "*many people incorrectly*

¹⁰⁸ En sciences humaines et sociales, la méthode constitue le « pont, la bretelle qui permet le passage entre la prémisses théorique et l'observation empirique à saisir » (Lasvergnes, 1984 cité par Turcotte, 2000, p. 56).

¹⁰⁹ « Pour un spécialiste du raisonnement à base de cas, le cas a pu être défini comme « un ensemble de données empiriques » (Bichindaritz, 1995). Très généralement, un cas est objet, un événement, une situation constituant une unité d'analyse. Cette unité est découpée dans la réalité et s'inscrit donc dans un contexte qui ne doit pas être négligé » (Leplat, 2002).

believe they are sufficient skilled to do case studies because they think the method is easy to use. In fact, case study research is among the hardest types of research to do" (Yin, 1989 p. 61)¹¹⁰.

I-2 Les techniques de collecte de données

Yin (1989, p. 85) distingue six techniques d'investigation à appliquer dans le cadre d'une étude de cas : les observations directes (*direct observations*), l'observation participante (*participant-observation*), la documentation (*documentation*), les entretiens (*interviews*), l'analyse des archives (*archival records*) et les artefacts matériels (*physical artefacts*). La diversité des méthodes a pour objectif de croiser les angles d'analyse, Hamel (1997) parle de « *triangulation des données* ». Une « *méthode topographique visant à déterminer un canevas à partir duquel pourront être situés les différents éléments d'un terrain* » (Leplat, 2002). Ainsi donc, nous avons opté initialement pour **trois** outils de collecte de données : le *focus group*, l'**entrevue semi directive** et l'**observation en situation**. Le choix de combiner ces techniques traduit notre désir d'étayer nos résultats au mieux afin d'en tirer des conclusions probantes en ayant une vision multifocale des différents paramètres du phénomène étudié.

I-2-a Le focus group

La majorité des textes relatant l'historique des « *focus group* » s'accordent à dire que la technique doit ses prémices à Paul Lazarsfeld et à Robert Merton dans le cadre de travaux consacrés au marketing au cours des années quarante. Traduit en français par « *entrevue de groupe* » (Giroux & Tremblay, 2009), « *interview de groupe* » (Muchielli, 1996) ou « *groupe de discussion ouverte* » (Markovà, Kitzinger & Kalampalikis, 2004), le « *focus group* » est une technique qualitative de plus en plus utilisée par les chercheurs en sciences sociales.

¹¹⁰ « Beaucoup de personnes croient à tort qu'elles disposent des compétences nécessaires pour mener à bien une étude cas, parce qu'elles croient que c'est une méthode facile à utiliser. Cependant, elles se trompent fortement, car l'étude de cas est l'une des méthodes de recherche les plus difficiles à appliquer » (notre traduction).

Si les désignations sont multiples, nous observons que le regain de cet outil accompagne un phénomène social où l'acteur occupe une place de plus en plus importante. La principale différence réside dans la façon dont les analystes recourent à cette technique. Dès lors, deux cadres se dessinent (Touré, 2010) : soit ils considèrent les sujets comme des informateurs (les participants se contentent de répondre aux questions posées) ; soit, ils appréhendent le « *focus group* » comme un cadre de discussion prolifique (l'interaction est dynamique entre les participants). Dans ce dernier cas, le « *focus group* » appuie « l'analyse des effets réciproques entre les symboles et les discours et des modes de pensée, de parole et d'actions » (Markovà et ses collègues 2004, p. 240). En effet, les « *focus group* » permettent d'insérer la recherche dans un « contexte social précis » puisqu'ils constituent des « *espaces de communication permettant d'engager, d'observer et d'analyser des interactions, des souvenirs et des représentations in the making* » (Kalampalikis, 2004).

Le « *focus group* » offre au chercheur la possibilité de se focaliser et d'explorer en profondeur un sujet précis en se confrontant directement aux acteurs sur le terrain. Une rencontre qui peut faire émerger des facettes de la recherche imperceptibles jusqu'alors. À ce propos Kitzinger (1995) écrit que :

« *The method is particularly useful for exploring people's knowledge and experiences and can be used to examine not only what people think but how they think and why they think that way* »¹¹¹.

En convoquant cette technique, nous souhaitons réunir des acteurs locaux de la diffusion du discours écologique (communes, administrations, citoyens, universitaires, etc.) pour les interroger sur la question de leur engagement dans le plan climat de la CUB. Notamment, il s'agissait de comprendre les mécanismes qui se jouent en matière d'action collective territoriale favorable au climat en faisant « *surgir du sens* » (Paillé, & Mucchielli, 2008, p. 11). Dit mieux, il était question de cerner les différents « régimes d'engagement » (Thévenot, 2006) autour du plan climat de la CUB. L'objectif affiché était d'encourager l'expression des motivations

¹¹¹ « La méthode est particulièrement utile pour explorer les connaissances et les expériences des personnes ; elle peut aussi être utilisée pour examiner non seulement ce que les gens pensent, mais comment ils pensent et pourquoi ils pensent de cette façon » (notre traduction).

individuelles afin de comprendre les logiques d'action. Ainsi, nous voulions effectuer une analyse de terrain objective et interactive en explorant cette technique particulière. Cela était d'autant plus intéressant, qu'à notre connaissance aucune étude de terrain sur le thème n'avait été menée de manière similaire. De là, nous avons défini des critères pour déterminer la taille de notre échantillon avant d'élaborer notre grille d'entretien (*Annexe 2*).

Toutefois, l'idée du « focus group » fut abandonnée devant la difficulté à réunir les conditions nécessaires au bon déroulement de l'opération. Notamment, nous avons eu des difficultés à joindre les participants potentiels ; et dans le cas où, ces derniers étaient disposés à prendre part à notre projet ; de nouveaux écueils surgissaient par rapport à l'organisation (choix d'une date, réservation de la salle, etc.). Pour toutes ces raisons et afin de ne pas accuser un retard dans nos travaux, nous avons jugé plus judicieux, en accord avec notre directeur de thèse, de renoncer à la démarche et de nous focaliser sur les deux autres techniques d'enquête. D'ailleurs, comme le souligne Yin (1989), l'étude de cas nécessite « **Adaptabilité et flexibilité** » (*Adaptiveness and Flexibility*) car rares sont les études de cas qui se finissent comme elles ont été planifiées au départ. En effet, des modifications mineures ou majeures sont parfois inévitables pour assurer la validité des données récoltées.

1-2-b L'entretien semi-directive

Miège et Paillart (2008, p. 290) avancent que si la méthode qualitative est « *pertinente pour prendre en compte des représentations, des positionnements, des processus et des logiques d'actions* » ; l'entretien semi-directif est l'outil le plus propice pour mener les investigations de terrain. Il porte alors « *sur le recueil des paroles, de témoignages, d'explications ou de justifications. [Lequel] [...] correspond bien à un travail d'analyse de stratégies ou de discours* ». Dit autrement, l'entretien semi-directive

« est particulièrement pertinente lorsque l'on veut analyser le sens que les acteurs donnent à leurs pratiques, aux événements dont ils ont pu être témoins actifs; lorsque l'on veut mettre en évidence les systèmes de valeurs et les repères normatifs à partir desquels ils s'orientent et se déterminent. Elle a pour spécificité de rapporter les idées à l'expérience du sujet. Elle donne accès à des idées incarnées, non pas préfabriquées,

à ce qui constitue les idées en croyance et qui, pour cette raison, sera doté d'une certaine stabilité », (Blanchet & Gotman, 1992, p. 25).

De plus, cette technique de recueil de données « *permet - tout en ayant un objectif et un plan précis- une certaine marge de manœuvre pour recueillir un maximum d'informations et de données* » (Touati, 2008, p. 125). En ce qui nous concerne, il s'agit ici de récolter des informations sur la façon dont est perçu, le dispositif « pionniers du climat » de la CUB par les communes, et sur les motivations de ces dernières à adhérer à une telle démarche. Nous voulons vérifier si les moyens d'action mis en œuvre par la CUB pour soutenir la mobilisation, peuvent jouer le rôle de catalyseur escompté. Aussi, il s'agit de cerner les stratégies de communication territoriale, en faveur de la lutte climatique, lancées par les communes de l'agglomération bordelaise afin d'évaluer dans quelle mesure, elles s'articulent ou non avec la communication intercommunale.

I-2-c L'observation en situation : la mission « Doctorant-conseil »

L'observation appliquée aux sciences humaines et sociales « *est une technique d'investigation scientifique permettant de constater de façon non directive des faits particuliers et de faire un prélèvement qualitatif en vue de comprendre des attitudes et des comportements* » (Démontrond, 2004, p. 42 cité par Yao, 2011, p. 158). En outre, soulignons que la pratique de **l'observation en situation** comme outil cognitif n'est pas corrélée à l'essor des sciences humaines (Martineau, 2005). Les œuvres des philosophes antiques (Platon, Aristote) témoignent déjà de l'apport de cette méthode dans l'analyse de la vie sociale. L'anthropologue Malinowski est souvent désigné comme le précurseur de l'observation en situation puisqu'il prônait le contact étroit avec le terrain pour étudier une population indigène. Concrètement, quatre postures peuvent être adoptées par le chercheur dans le cadre de l'observation en situation (Gold, 1958 cité par Martineau, 2005) :

- *L'observateur-complet* : le chercheur se met en retrait de l'action bien qu'il soit identifié comme observateur. Par exemple, un chercheur qui participe à un entretien de recrutement.

- *Le participant-complet* : le chercheur travaille « sous couverture », il s'intègre au groupe observé en veillant à ne pas se faire repérer. Par exemple, un chercheur qui réalise une enquête sur les joueurs de poker devient joueur à son tour et se mêle à ses sujets d'étude.
- *Le participant-observateur* : le chercheur observe tout en prenant part à l'action. Sa posture est révélée au groupe. Par exemple, un chercheur qui souhaite faire une recherche sur les bénévoles des « Restos du cœur » participe à la distribution des alimentaires.
- *L'observateur-participant*, c'est notre cas. Le chercheur intègre le groupe et prend part aux actions, toutefois des limites sont fixées puisqu'il n'est pas considéré comme un collègue par les membres du groupe.

Du reste, l'usage de cet outil de recherche, comme tous les autres d'ailleurs, reflète la position épistémologique du chercheur (Laville & Dionne, 1996 cités par Martineau, 2005, p. 7). Aussi, pour nous qui plaidons pour une orientation « constructionniste », nous avons opté pour la mission « **Doctorant-conseil** »¹¹² exercée au sein de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB), à la direction « Développement Durable et de la Participation », dans le cadre de notre contrat doctoral.

L'opportunité d'intégrer la CUB, en tant que chercheuse-associée sur le projet « pionniers du climat », s'est présentée suite à notre rencontre avec Laure Curvale, Vice-présidente « Plan Climat, HQE, Maîtrise de l'énergie et Concertation » de l'institution. Nous lui avons proposé un travail de recherche en SIC sur les pratiques de mobilisation citoyenne de l'intercommunalité autour des questions d'environnement. Lors de cette entrevue, Mme Curvale nous a révélé ses besoins en matière de communication : stimuler la mobilisation de tous les acteurs territoriaux en faveur de la lutte contre le changement climatique. Sa problématique se résume

¹¹² Le doctorant-conseil peut-être chargé d'une mission d'expertise au sein d'une administration, d'une collectivité ou d'une association. L'objet de la mission est défini conjointement par le doctorant et l'organisation. Par la suite, le service est facturé par l'Université qui établit une convention. Le doctorant peut alors par exemple, consacrer deux jours par semaine, sur une période d'un an, à cette activité.

comme suit : **comment amener les citoyens et les différents acteurs locaux notamment les communes à se mobiliser autour du plan climat communautaire ?**

Au regard de ce questionnement, la mission s'interroge sur la manière dont les ressorts de la communication intercommunale peuvent favoriser ou non une mobilisation territoriale. Aussi, l'attrait pour cette méthode manifeste notre souhait de valoriser nos expériences passées, rappelons que nous avons une formation initiale en master professionnel « Stratégies et produits de communication », en adoptant une double posture : **professionnelle** et **académique**. De plus, le choix de la thématique est lié au fait que nous avons déjà travaillé sur ce sujet, dans le cadre de notre mémoire de master recherche, avec l'étude de la consultation publique sur le plan climat du département de la Gironde.

1-2-d Limites des techniques

Cependant, ces outils présentent aussi quelques inconvénients. En ce qui concerne l'entretien semi directif, le refus de participer à l'étude est sûrement celui auquel nous serons le plus confronté. D'une part, parce que les sujets, occupés par leurs responsabilités, sont tentés de brandir le manque de temps comme excuse, et d'autre part, notre présence (fut-elle ponctuelle) à la CUB en tant que « doctorant-conseil » peut éveiller la défiance de certaines personnes qui y verrait une manœuvre de la CUB pour surveiller leurs actions. Quant à l'observation en situation, il nous faudra contourner quelques pièges afin de garantir la validité de nos résultats (Martineau, 2005). Par exemple, l'on sera attentif à ne pas tirer de conclusions hâtives, lesquelles peuvent être biaisées par une « accoutumance aux données ». Ou encore l'on veillera à rester ouvert aux métamorphoses du terrain, car des « éléments inédits » peuvent faire surface et enrichir notre compréhension du phénomène. En outre, il s'agira, autant que faire se peut, de se détacher des visées prescriptives (Gramaccia, 2012 ; Schlesinger, 2001) alimentées par la mission « Doctorant-conseil », lesquelles augmentent le « *risque d'hétéronomie de la recherche* » (Le Bohec, 2007, p. 260). Le défi consiste à objectiver notre position, c'est-à-dire, de pratiquer le « *désenchantement émotionnel qui sépare le savoir scientifique des représentations immédiates, des préjugés* »

spontanés », (Elias, 1996, p.4). Dit autrement, il s'agit de « *bannir tout rapport normatif avec l'objet, ce qui s'avère plus facile à dire qu'à faire. Rappelons que ce précepte wébérien exige de se priver de tout jugement de valeur positif (éloge) ou négatif (attaque) [...]* » (Le Bohec, 2007, p. 267).

Nous allons maintenant passer à la présentation notre protocole d'enquête.

Section II. Protocole d'enquête

Dans cette seconde partie du chapitre 3, nous examinerons les différents plans d'analyse de la recherche empirique avant de porter notre attention sur la question de l'échantillonnage ; puis nous terminerons avec la détermination des critères à respecter pour assurer la validité scientifique de nos résultats.

II-1 Plans d'analyse et échantillonnage

II-1-a Trois plans d'analyse

En restant cohérent avec nos objectifs de recherche énoncés dans le précédent chapitre, lesquels ambitionnent de bien cerner le fonctionnement de la communication intercommunale sur le changement climatique afin d'en saisir les tenants et les aboutissants à l'échelle de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB), nous avons identifié trois plans d'analyse.

Le premier se situe à l'échelle de l'établissement CUB avec l'étude de la construction de la mobilisation des communes autour du projet « pionniers du climat ». Dans ce cas, nous souhaitons interroger les **personnes impliquées dans la mise en œuvre du projet**. Le but est d'appréhender le regard de ces acteurs face aux problématiques et enjeux de la coordination de l'action intercommunale. Ceci nous permettra, par la suite, d'effectuer une comparaison avec le regard porté sur ces mêmes enjeux par les communes.

Ainsi, le second plan d'analyse se situe à l'échelle des communes. Nous allons partir à la rencontre des **chargés de mission « Agenda 21 », « plan climat » ou**

« **développement durable** » des vingt-sept communes de la CUB. Ils sont les interlocuteurs privilégiés de la CUB car ce sont eux qui conduisent les actions de communication favorables à la lutte climatique au sein des territoires communaux. Qui plus est, le point de vue des chargés de mission est important, car la CUB a manifesté, dès le début du projet, son souhait d'instaurer une collaboration étroite avec eux. De là, nous nous pencherons sur les pratiques de communication et les discours véhiculés par les communes sur les questions climatiques d'une part ; et de l'autre, sur les effets de ces pratiques sur la communication de la CUB et par extension sur l'action collective territoriale.

Le dernier plan d'analyse se situe à l'échelle des **partenaires socioéconomiques, institutionnels et associatifs** de la CUB qui jouent, certes, dans une moindre mesure, un rôle important. En effet, ils entrent dans la stratégie de la CUB pour relayer la démarche, nous essayerons de saisir le regard qu'ils portent sur le projet.

II-1-b Echantillonnage et limites

Notre population cible est ainsi constituée par les parties prenantes de la démarche « pionniers du climat ». Il s'agit des **membres du Club climat et des membres de l'équipe de pilotage du projet**. Le premier groupe est formé par les vingt-sept communes de l'agglomération et les principaux partenaires socioéconomiques, institutionnels et associatifs avec qui la CUB a l'habitude de travailler dans le cadre de sa politique climat-énergie, et qui ont pris part à l'élaboration de son plan climat. Soit un total de soixante-dix individus identifiés grâce à la base de données de la CUB. Le second groupe est formé d'une part, par les prestataires de services recrutés pour assurer le déploiement et l'animation du projet. Il s'agit du Centre Ressource d'Écologie Pédagogique d'Aquitaine (CREPAQ), l'agence de communication *One blood* et le cabinet « Presqu'île durable »¹¹³, ils ont répondu collectivement à l'appel

¹¹³ Le CREPAQ est une association créée en 1996 qui ambitionne de contribuer en Aquitaine à une prise de conscience individuelle et collective des grands enjeux écologiques et de leurs interdépendances avec les enjeux humains, sociaux, économiques, éthiques ainsi qu'avec ceux des sciences et techniques. Presqu'île est un cabinet-conseil dynamique et engagé dédié à l'accompagnement des stratégies développement durable. Quant à « One blood », c'est une agence de

d'offre lancé par la CUB. Dans ce cadre, nous avons identifié **cinq** interlocuteurs. D'autre part, il y a les agents de la CUB : le chef de projet « Plan climat », la Vice présidente de la CUB, élue référente sur le projet, le directeur de la communication de la CUB et le chargé de mission à la participation, soit **quatre** répondants potentiels.

Ainsi, nous avons réalisé un « **échantillonnage au jugé** ». Il s'agit d'un « *échantillonnage non aléatoire où les éléments sont sélectionnés par le chercheur parce qu'ils lui semblent typiques du groupe auquel ils appartiennent* » (Giroux & Tremblay, 2009, p. 102). Concrètement, nous avons décidé d'interroger la totalité des représentants des **vingt-sept** communes de la CUB et de l'équipe de pilotage, puisque notre étude s'interroge prioritairement à leur point de vue sur la construction de la mobilisation communautaire autour des « pionniers du climat ». En ce qui concerne, les partenaires de la CUB., nous avons choisi **onze** structures jugés « représentatifs » après avoir effectué des recherches sur internet, et eu des échanges informels avec d'autres intervenants. Nous avons sélectionné donc :

1. *le Conseil régional d'Aquitaine* : lequel, « comme les autres collectivités territoriales, joue un rôle important en tant que donneur d'ordre public dans de nombreux secteurs émetteurs de gaz à effet de serre, comme les transports et le bâtiment » ¹¹⁴. Elle agit dans ses domaines de compétences en mettant en place des actions pour mobiliser les collectivités autour des questions climatiques ;
2. *un Espace Info-Energie (EIE)* : les EIE ont été initiés par l'ADEME en 2001 pour sensibiliser et conseiller gratuitement le public sur les questions relatives à la consommation énergétique (chauffage, isolation, etc.) ; et sur les énergies renouvelables. Ils sont financés par les collectivités locales notamment les conseils généraux ;

communication spécialisée dans le conseil, la gestion et la valorisation de projet à vocations sociale, environnementale.

¹¹⁴<http://aquitaine.fr/politiques-regionales/developpement-durable/plan-climat-aquitain.html>.

3. un regroupement associatif : *Le Groupe Régional d'Animation et d'Information sur la Nature et l'Environnement (Graines) d'Aquitaine*. C'est un réseau pour développer les projets d'éducation à l'environnement en faveur du développement durable en Aquitaine ;
4. *l'association pour la surveillance de la qualité de l'AIR en AQUitaine (AIRAQ)* qui déploie une stratégie de communication pour traiter des questions de pollutions de l'air ;
5. *Cap sciences Bordeaux*, un centre dédié à la médiation de la culture scientifique et technique ;
6. *le Club Développement durable de la CUB (CD2D)* qui se positionne comme un espace d'échanges et de réflexion sur les stratégies territoriaux de l'agglomération bordelaise ;
7. *le Centre Ressource d'Écologie Pédagogique d'Aquitaine (CREPAQ)*. Soulignons que nous avons déjà décidé d'interroger un représentant de cette structure bien avant qu'elle ne soit retenue suite à l'appel d'offres de la CUB ;
8. *le Syndicat Mixte d'Études pour la Gestion de la ressource en Eau du département de la Gironde (SMEGREG)* lequel met en place des actions de sensibilisation en faveur des économies d'eau auprès du grand public ;
9. *La poste*, une entreprise investie à l'échelle locale dans lutte territoriale contre le changement climatique ;
10. *l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME)*, lequel « participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale, l'Agence met à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, ses capacités d'expertise et de conseil. Elle aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans ses domaines d'intervention »¹¹⁵ ;

¹¹⁵<http://www2.ademe.fr/servlet/KBaseShow?sort=-1&cid=96&m=3&catid=13089>.

11. *la Direction Départementale des Territoires et de la Mer (DDTM) en Gironde* : placée sous l'autorité du préfet, elle veille à la mise en œuvre par les collectivités locales des politiques du ministère du Développement durable.

Au total, notre population cible s'élève à **quarante-sept** sujets. Nous espérons que cet échantillonnage, nous permettra d'avoir un *verbatim* riche à exploiter.

Toutefois, en limitant notre échantillon aux membres du Club climat et à « l'équipe-projet », nous nous privons du regard des citoyens volontaires pour participer à l'opération « pionniers du climat ». Pour autant, au début de notre recherche, nous souhaitions effectuer de la recherche-action autour des pionniers, d'ailleurs nous avons réfléchi à un plan d'expérimentation (*Annexe 3*). Mais à l'instar du *focus group*, cette idée fut abandonnée au regard du retard accusé dans le démarrage du projet.

II-2 Schéma d'analyse conceptuel

« Un schéma est un moyen de représentation simplifiée, figurée, symbolique et fonctionnelle de réalités perceptibles ou non perceptibles et de relations (Schmid, 1954 ; Zeisel, 1957 ; Duchastel, 1979 ; Hawk, 1985 ; Juneau, 1987). En fait, le schéma est une représentation logique d'aspects essentiels d'une réalité. Il exige donc un choix d'éléments appropriés et une synthèse de ces éléments et de leurs différents niveaux de relations » (Willet, 1996).

En d'autres mots, le schéma « *permet de reconstituer le contexte qui justifie son existence et, par le fait même, détermine son sens* » (Willet, *ibid.*). Voilà pourquoi, il nous semble judicieux de nous atteler à présent à la construction du schéma d'analyse conceptuelle de notre recherche. L'occasion de traduire « *les concepts abstraits* », convoqués dans le cadre de ce travail, en indicateurs opérationnels afin d'« *évaluer scientifiquement la réalité* » observée (Giroux & Tremblay, 2009, p. 81). Dans cette optique, ces chercheurs canadiens, citant les travaux de De Coster (1992) sur le sociologue américain Paul Lazarsfeld, exposent la démarche à suivre pour convertir en trois étapes, les termes abstraits de la recherche scientifique en termes concrets. La première étape réside dans la nomination des « *multiples sens associés au concept* » ; ensuite, il s'agit de « *dégager des dimensions pertinentes* » des concepts à définir avant

d'aboutir à la détermination des indicateurs, l'indicateur étant défini comme le « *signe observable d'une réalité sociale ou individuelle* », (p. 81). Au final, cette procédure est cruciale, car elle nous permet de fixer les jalons de notre étude empirique.

II-2-a Le concept de communication intercommunale sur le changement climatique

Dans un premier temps, nous allons déterminer les attributs de la communication intercommunale sur le changement climatique en nous appuyant sur nos repères théoriques et conceptuels. À cette fin, nous avons identifié trois critères (un postulat de départ, les éléments constitutifs et les perspectives de l'action) présentés dans le tableau qui suit. De manière large, dans le cadre de cette recherche, la communication intercommunale sur le changement climatique est envisagée à la fois comme un **processus social**, une **action collective** et un **outil de reconnaissance**.

Communication intercommunale sur le changement climatique	
Postulat	Il est urgent de mener une action collective communautaire en faveur de la lutte climatique.
Éléments constitutifs	<p>Processus social de participation volontaire des acteurs locaux y compris les habitants afin de donner l'impulsion à une dynamique engageante favorable à la lutte climatique à l'échelle communautaire.</p> <p>Action collective : chercher à lier les réseaux locaux autour d'un même projet (Les « pionniers du climat » pour la CUB).</p> <p>Outil de reconnaissance par lequel l'Etablissement Public de Coopération Intercommunal (EPCI) vise une visibilité accrue de ses actions afin de se démarquer des autres structures locales (région et département notamment), et au-delà se positionner comme un acteur incontournable de la vie politique locale.</p>
Perspectives	<ul style="list-style-type: none"> - Affirmer l'identité du territoire intercommunal. - Favoriser une campagne de communication concertée. - Promouvoir un mode vie plus respectueux de l'environnement à l'échelle communautaire.

Tableau 1. Attributs de la communication intercommunale sur le changement climatique

II-2-b Les dimensions et les indicateurs de la communication intercommunale sur le changement climatique

Nous avons identifié, dans cette recherche, **trois** dimensions de la communication intercommunale sur le changement climatique et chaque dimension est liée à des indicateurs spécifiques. Par ailleurs, il convient de souligner que ce travail est un préalable à la définition de notre protocole d'enquête ; nous y reviendrons plus en détails dans le prochain chapitre.

La première dimension se focalise sur les « **cadres** » d'interprétation et s'inspire des travaux de Snow et Benford (1986). Elle s'intéresse à l'adéquation de la vision de l'instance CUB avec celle des parties prenantes. On distinguera : le *cadre diagnostic* de la situation (recherche d'un consensus sur la démarche à suivre) ; le *cadre pronostic* (identification des activités à conduire) et le *cadre motivationnel* (détermination des motivations favorables au passage à l'acte). Le but est d'appréhender l'environnement organisationnel dans lequel émerge le projet de mobilisation territoriale autour des « pionniers du climat ». Précisément, nous nous intéresserons aux « caractéristiques des différentes parties prenantes du projet ». En nous appuyant sur la théorie de la mobilisation des ressources, nous nous attacherons à l'organisation des ressources matérielles et humaines dont dépend la survie du projet. Nous nous pencherons aussi sur le climat organisationnel de la CUB. En effet, comme nous l'avons vu, la frontière entre communication politique et communication publique étant poreuse, il nous semble pertinent alors de questionner le soutien politique du projet au sein de l'organisation. Ce qui permettra de mesurer son ambition. De plus, nous interrogerons aussi les « caractéristiques des principaux acteurs » que la CUB souhaite étroitement associer au projet. L'indicateur « articulation des cadres » permettra ensuite d'envisager leur rapport face aux enjeux complexes de la mobilisation territoriale. La question de l'engagement sera aussi abordée. L'objectif n'étant pas seulement de savoir si la démarche de l'engagé est sincère mais plutôt de mesurer la nécessité pour ce dernier d'adopter une telle posture dans un contexte spécifique. Pour terminer, nous étudierons les

« temporalités ». L'on s'intéressera à la durée et à la fréquence des actions mais aussi aux « aspects intersubjectifs dans l'expérience du temps » (Carayol, 2005). « *L'examen de l'inscription temporelle de la mobilisation vise à produire une variété de lecture de l'évolution de l'objet et se joue donc dans un double mouvement d'analyse des productions collectives*¹¹⁶ » (Franquemagne, Gouin & Récappé, 2008).

La deuxième dimension nommée « **réseaux** » envisage le rôle important des réseaux d'acteurs locaux dans la mise en place de la mobilisation communautaire. Les réseaux contribueraient à la construction du sens commun de l'action collective. Nous questionnerons alors la disponibilité des acteurs et la nature des réseaux. De même, nous interrogerons le leadership de la CUB au regard de ses ambitions mobilisatrices. Dans quelle mesure les acteurs locaux sont-ils disposés à se fédérer autour de l'initiative « pionniers du climat » ? La CUB rencontre-t-elle des difficultés particulières pour identifier ses interlocuteurs ? Ou existe-t-il un caractère tacite de la mobilisation ?

Enfin, la troisième dimension s'attarde sur les « **pratiques de communication** ». Elle questionne les stratégies mises en place pour capitaliser et enrichir l'action collective territoriale autour des « pionniers du climat » ; la place des outils numériques dans la communication ; mais aussi, les pratiques et discours des parties prenantes véhiculés en faveur de l'environnement. Quelle est la valeur ajoutée de l'action collective communautaire pour les parties prenantes à la démarche ? Peut-on parler de fonction « instituante » des actions communicationnelles de la CUB ? Aussi, elle interrogera l'articulation des différentes pratiques et nous permettra de tester l'idée de « Babel » de la communication territoriale sur le changement climatique.

Le schéma qui suit résume la structure conceptuelle de notre recherche.

¹¹⁶ « Le terme de productions collectives est à comprendre dans un sens large : il s'agit aussi bien d'actions de terrain (manifestations, grèves, occupation de locaux, destruction de plans de maïs transgénique, passages à la télévision, rédaction et distribution de tracts, publications d'articles de journaux, etc.) que de discours (au sens de contenu discursif, de parole, non plus de supports matériels » (Franquemagne, Gouin & Récappé, 2005).

Concept	Dimensions	Indicateurs
Communication intercommunale sur le changement climatique	Cadres	- caractéristiques de la CUB - caractéristiques des acteurs du projet - articulation des cadres - temporalités - régimes d'engagement
	Réseaux	- disponibilité des acteurs - caractère tacite de la mobilisation - leadership de la CUB - difficulté d'identification des interlocuteurs
	Pratiques de communication	- modes d'actions - utilisation du numérique - reconnaissance - sentiment d'appartenance - utopies mobilisatrices - fonction « institué » et « instituante »

Tableau 2. Schéma conceptuel de la communication intercommunale sur le changement climatique

II-2-c Objectifs opérationnels de l'étude

Ainsi les objectifs opérationnels de l'étude sont les suivants :

1. Appréhender le contexte dans lequel s'effectue la mobilisation des communes en faveur du projet « pionniers du climat »,
2. Analyser les pratiques de communication adoptées par les communes pour sensibiliser le public aux questions environnementales afin de voir dans quelle mesure, elles s'inscrivent en cohérence avec la stratégie intercommunale,
3. Analyser la stratégie de communication de la CUB pour fédérer les communes autour de son initiative afin de cerner les ressorts de la communication intercommunale favorable à la lutte climatique,
4. Déterminer le rôle des réseaux dans la communication intercommunale.

II-3 Création des grilles d'enquête, modalités de prise de contact et calendrier

II-3-a Schéma de l'entretien semi directif

Giroux et Tremblay (2009, p. 169) définissent le **schéma d'entrevue** ou grille d'entretien comme « un outil de travail de l'interviewer. Il contient tous les aspects du sujet qui devront être abordés au cours des rencontres avec les interviewés ». Les auteurs précisent également que si le répondant anticipe une question que le chercheur souhaite traiter ultérieurement, il est judicieux de ne pas l'interrompre. Au contraire, il faut aller dans son sens en lui demandant de préciser son point de vue.

De fait, nous avons développé **deux schémas d'entrevue** (cf. Annexe 4). L'un destiné aux communes et aux membres du Club climat ; et l'autre à l'équipe CUB pilote du projet. Notons qu'il existe des troncs communs entre les questionnaires, c'est-à-dire que la structuration est la même, mais les questions posées sont orientées en fonction de notre interlocuteur. Plus spécifiquement, ces grilles ont été construites en prenant appui sur notre schéma d'analyse conceptuel (cf. chapitre 2, Sous-section II) et sur nos hypothèses. Elles comportent chacune **quatre parties**.

La première partie concerne la **mise en contexte de l'étude** avec une présentation de ses enjeux et une partie introductive avec des informations relatives à l'identité de l'interrogé (fonction, date de l'entrevue, lieu). La seconde partie concerne les **pratiques de communication** avec des questions tournant autour des objectifs de communication, des cibles, des ambitions, des moyens utilisés par les communes et la CUB dans le cadre de leur communication territoriale sur le changement climatique. La troisième partie porte sur les **cadres** de la communication intercommunale sur le changement climatique. Elle s'intéresse à l'adéquation de la vision de l'instance CUB avec celle des parties prenantes au projet « pionniers du climat ». Quant à la dernière partie, elle portait sur le rôle des **réseaux d'acteurs locaux** de manière large dans la mobilisation locale en faveur du climat.

Par ailleurs, la typologie des questions reflètent la marge de manœuvre que nous souhaitons accordée aux interrogés. Quant au vocabulaire, nous avons essayé autant que faire se peut d'être lisible en proscrivant les termes techniques. Précisons aussi, que nous n'avons pas utilisé de logiciel spécifique pour créer nos questionnaires, « Word » s'étant révélé parfaitement adapté.

II-3-b L'observation en situation

Étant donné que nous avons opté pour la posture de l'observateur-participant « libre », nous n'avons pas élaboré de grille d'observation. Par contre, comme le préconisent Giroux et Tremblay (2009), dans cette situation, il est primordial de consigner toutes les notes de recherche dans un carnet de bord. À cette fin, nous prendrons appui sur le logiciel « *One Note* », un bloc note numérique. Celui-ci fonctionne comme un bloc note traditionnel et permet d'organiser toutes les informations relatives à un projet au même endroit. Ci-après une capture d'écran de « *One Note* ».

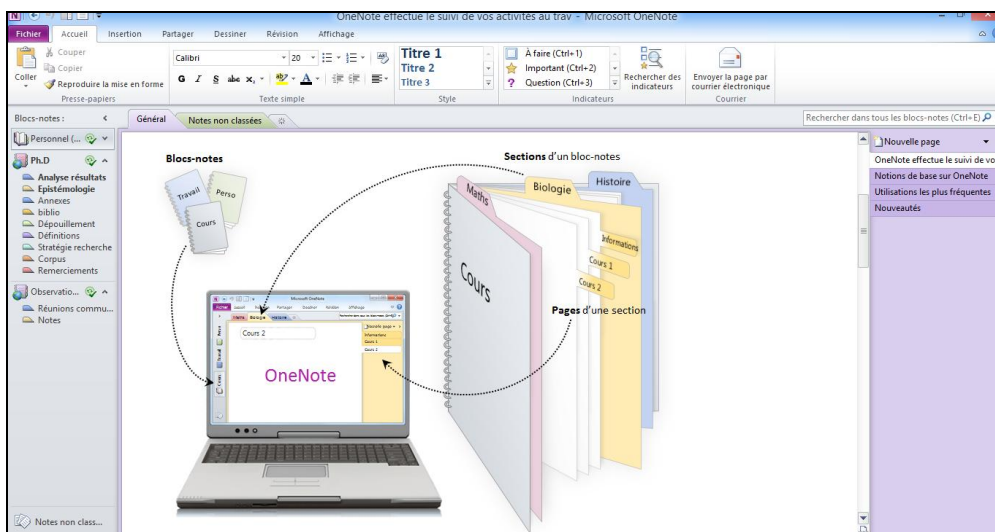


Figure 4. Capture d'écran *One Note*.

II-3-c Modalités de prise de contact

Pour identifier nos interlocuteurs au niveau des communes (les chargés de mission Agenda 21, plan climat ou développement durable), nous avons récupéré auprès de la CUB un fichier « Club climat ».

Par la suite, une fois nos interlocuteurs identifiés, nous avons dans un premier temps envoyé un courriel (*Annexe 5*) en mettant en copie notre directeur de thèse, la vice présidente de la CUB, pilote de la démarche, et le chef de projet plan climat. Cette initiative n'eut pas l'effet escompté. D'une part, parce que certaines adresses étaient invalides et, d'autre part, nous supposons que nos demandes n'ont pas résisté aux filtres anti-*spamming* très usités au sein des communes. Les changements de poste ou les départs peuvent aussi expliquer l'absence de réponses. À titre d'exemple, une des personnes contactées dans le cadre de l'étude, a eu l'amabilité de répondre à notre mail en précisant qu'elle n'était plus référente sur le sujet.

Ainsi, nous nous sommes rendu compte que le fichier « Club climat » n'était pas à jour. De ce fait, nous avons mené nos propres investigations de terrain en effectuant des recherches sur les sites internet des communes afin d'identifier un interlocuteur privilégié¹¹⁷. Souvent, l'information ne figurait pas sur le site, par conséquent, nous avons contacté directement les standards téléphoniques des municipalités pour obtenir l'information escomptée, ce qui n'était pas toujours une tâche facile puisque dans certaines communes, la personne-ressource n'était pas clairement identifiée.

Soulignons, du reste, que nos présences aux réunions techniques¹¹⁸ du projet « pionniers du climat » n'ont pas réellement été avantageuses, semble-t-il. En effet, à l'occasion de ces réunions, nous nous présentions en tant que doctorante en sciences de l'information et de la communication, et nous affirmions l'intention de prendre contact avec les participants en vue d'une entrevue. Malgré cela, certaines de nos demandes sont restées sans réponses. Dans ce cadre, des relances téléphoniques ont été nécessaires. D'autres facteurs peuvent aussi justifier la réticence de certaines personnes à prendre part à notre étude. En effet, lors de nos relances, certains répondants nous ont confié qu'ils ne se sentaient pas compétents pour répondre à nos questions tandis que d'autres nous ont affirmé que notre coup de téléphone les a décidés à participer à notre étude. Aussi, avant le début de notre mission, notre

¹¹⁷ Cette investigation fut utile autant utile à notre travail de terrain qu'à la CUB puisque le chef de projet « plan climat » nous a sollicité pour avoir les coordonnées à jour. En effet, nous avons informé cette dernière que certaines données du fichier « Club climat » n'étaient plus valides.

¹¹⁸ Nous y reviendrons ultérieurement.

venue avait été annoncée aux membres du Club climat lors de réunions relatives à d'autres projets de la CUB. Ceci a peut-être causé une confusion et peut expliquer la défiance de certaines personnes qui nous assimilaient à un représentant de la CUB.

Quant aux membres de l'équipe-pilote du projet « pionniers du climat » et aux autres membres du Club climat, nous n'avons pas eu de difficultés majeures à les associer à notre étude. Un coup de téléphone ou un mail envoyé ont suffi, en général, pour décrocher une entrevue.

II-3-d Calendrier

La collecte de réponses s'est déroulée sur une période d'un an allant de **février 2011** à **mars 2013**.

Section III. Collecte et mode d'analyse des données

La présente section est consacrée, en premier lieu, à la présentation de la méthode de récolte des données du terrain, nous restituons ici notre expérience lors de cette phase. En second lieu, nous défendrons la méthode d'analyse des données retenue, notamment l'analyse qualitative informatisée à l'aide du logiciel Nvivo.

III-1 La collecte des données

Les entretiens ont duré en moyenne de **trente à quarante-cinq** minutes. L'administration des grilles s'est bien passée dans l'ensemble. Notre sujet de thèse a plutôt suscité de l'enthousiasme comme en témoigne la demande formulée par certains répondants pour avoir accès aux résultats de l'étude. L'ensemble des questions a paru intéresser nos interlocuteurs qui prenaient plaisir à y réfléchir. Aussi, le fait que nous nous présentions en tant que doctorante a motivé certaines personnes à nous répondre. Les grilles d'entrevue ont toutefois révélé leurs faiblesses lors de l'administration. Certaines questions notamment concernant le rôle de la communication et des réseaux sociaux dans la mobilisation autour des questions climatiques ont prêté à confusion chez certains interrogés.

Tous les entretiens se sont déroulés, à une exception près, sur le lieu de travail de nos interlocuteurs. Cependant, il est arrivé que nous nous rendions comme convenu sur le lieu de rendez-vous et de constater l'absence de notre interlocuteur. Dans ce cas précis, nous avons laissé un message à l'attention de la personne concernée. Par la suite, celle-ci nous a recontactée afin de convenir d'une nouvelle rencontre.

Par ailleurs, comme le préconise Yin (1989), nous avons veillé à rester neutre pendant toute la durée de l'entretien. En effet, ne pas respecter cette consigne aurait pu biaiser les résultats. Aussi pour gérer les entretiens, nous avons créé un fichier « gestion entretiens » rempli au fur et à mesure de la recherche. On y trouve différentes rubriques allant de l'identification du répondant (nom de la personne-ressource, commune d'appartenance) à des notes concernant le nombre de relances effectuées, la date, le lieu de rendez-vous, etc..L'utilisation de ce document nous a aidée à structurer notre travail de terrain.

En ce qui concerne l'observation en situation, nous avons suivi tout le processus de mis en place et de déploiement du projet. Notamment, nous avons pris part à des réunions de travail en amont lors de la phase de démarrage du projet (définition des objectifs, du concept, des modalités, mobilisation des ressources humaines, etc.,). Aussi, nous avons assisté aux réunions techniques en aval du processus précédemment décrit. À ces occasions, nous prenions discrètement, des notes pour les reporter ensuite dans notre bloc-notes numérique.

III-2 L'analyse qualitative informatisée : Nvivo

En restant fidèle à notre approche méthodologique interprétative et pragmatique, pour traiter nos résultats, nous avons opté pour **l'analyse qualitative informatisée** à l'aide du logiciel **Nvivo**, développé par QSR international¹¹⁹ afin de faciliter le travail des chercheurs qualitatifs. Pourquoi celui-ci ? Parce que nous avons lu qu'une des caractéristiques principales du logiciel est de se « rapprocher le plus possible de l'analyse qualitative papier-crayon » (Deschenaux, 2007, p. 11). De plus, comme le

¹¹⁹ QSR (Qualitative research) est un éditeur de logiciels d'analyse de données qualitatives basé à Melbourne (Australie).

précise cet auteur, « *Nvivo ne fait pas l'analyse qualitative. [...] c'est l'analyste qui fait l'analyse et non le logiciel. Ce dernier n'est qu'un outil pour faciliter le travail de l'analyse* » (*Ibid.*); contrairement à d'autres logiciels d'analyse de discours comme Alceste, Nvivo n'a pas vocation à compter les occurrences. De plus, l'intérêt d'être assisté par un logiciel réside dans le fait que le chercheur reste connecté avec le matériau brut de son terrain d'où un gain de temps non négligeable. Ceci apporte également plus de rigueur dans le traitement des données et plus de flexibilité dans le travail de « décontextualisation » et de « recontextualisation » (Tesch, 1990) du chercheur.

En effet, l'analyse de données qualitatives peut être définie comme « *un processus qui implique un effort explicite d'identifier les thèmes, de construire des idées telles qu'elles émergent des données ainsi que de clarifier le lien entre les données, les thèmes et les hypothèses conséquentes* » (Tesch, 1990, p. 113 cité par Savoie-Zajc, 2000, p. 101). Ce processus se déroule en deux étapes. La première consiste à ordonner les données, à les segmenter, il s'agit précisément de détacher « *un extrait de texte de son contexte afin de le rendre sémantiquement indépendant, dans le but de créer [...] des catégories regroupant des extraits traitant un sujet particulier* » (Deschenaux, 2007, p. 8), Tesch (*ibid.*) parle alors de « **décontextualisation** ». La seconde étape se focalise sur l'interprétation des données l'auteur parle alors de « **recontextualisation** » dans le sens où on replace les données dans une nouvelle structure pour générer du sens.

Fonctionnement du logiciel et limites

Au démarrage, le logiciel affiche un espace de travail ergonomique qui permet d'avoir une vision d'ensemble de toutes les ressources liées à la recherche en cours (documents audios, vidéos, textes, retranscriptions d'entretiens, etc.). Cette présentation permet au chercheur de visualiser son matériau de terrain et d'effectuer facilement des aller-retour entre les différentes données.

Nvivo offre aussi la possibilité de créer des mémos ou journaux de suivi régulier de l'état d'avancement de la réflexion, on peut y consigner des hypothèses de travail, des remarques, etc.. De plus, dans le cadre de l'exercice d'analyse, des « nœuds »

peuvent être créés. Ils servent principalement à ordonner le contenu des documents en catégories, rubriques ou en thèmes.

« Ce sont des « récipients électroniques » dans lesquels on place l'extrait ou les extraits, provenant d'un ou de plusieurs documents, qui ont trait au thème [ou à la catégorie] en question. Les nœuds vont être communs à l'ensemble du projet donc à l'ensemble des documents » (Deschenaux & Bourdon, 2005, p. 22).

Par la suite, le chercheur peut procéder à la comparaison et à la mise en relation de ses catégories avant de s'atteler à la modélisation.

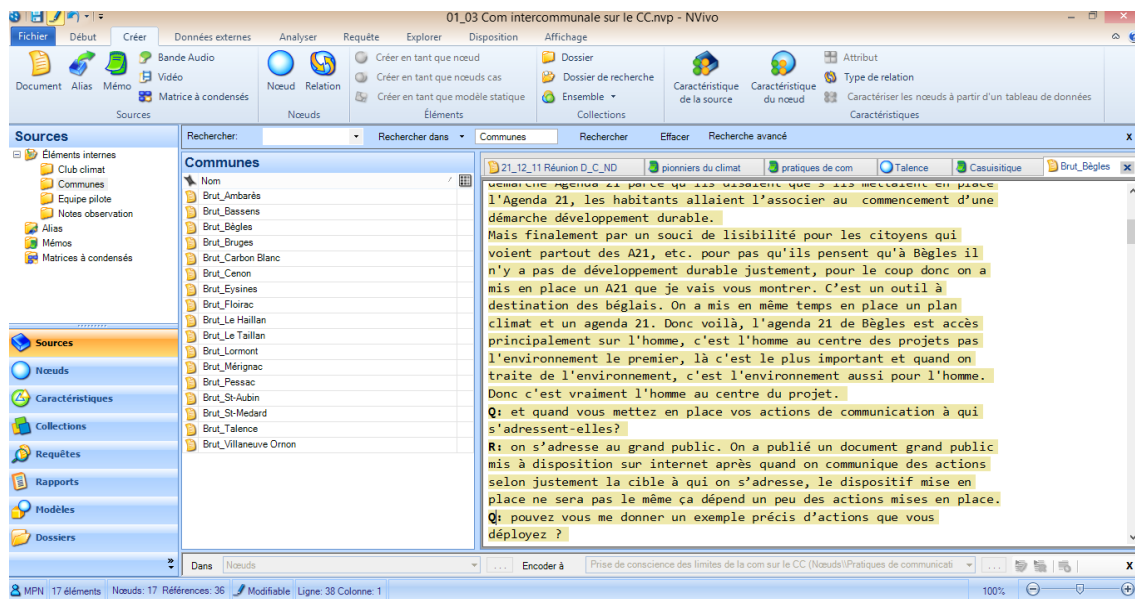


Figure 5. Capture d'écran de l'espace de travail de Nvivo

Par ailleurs, le principal risque, et pas le moindre, est relatif à la perte de données. D'ailleurs, l'éditeur du logiciel recommande au chercheur d'effectuer des sauvegardes régulières de son travail pour éviter toute déconvenue.

Nous présentons sur la page qui suit le schéma récapitulatif de notre stratégie de recherche.

Posture épistémologique	« Constructionnisme »	
Méthode	Étude de cas	
Techniques de collectes des données	Triangulation	Observation participante
		Entretien semi directif
Plans d'analyse	Échelle établissement CUB	
	Échelle communale	
	Échelle des autres membres du Club climat	
Échantillonnage « au jugé »	Équipe pilote du projet « pionniers du climat » soit 8 personnes	
	Chargés de mission A21 ou plan climat des 27 communes de la CUB	
	11 structures jugées représentatives des autres membres du Club climat	
	47 sujets	
Mode d'analyse des données	Analyse à l'aide de « catégories conceptualisantes » Analyse qualitative informatisé avec Nvivo	

Tableau 3. Synthèse de la stratégie de recherche

Conclusion intermédiaire

Nous avons débuté ce chapitre en exposant les résultats de notre enquête exploratoire. Cette démarche s'est révélée très enrichissante puisqu'elle nous a permis de conforter nos hypothèses initiales en nourrissant notre réflexion. Par suite, nous avons présenté en détail notre protocole d'enquête. L'étude de cas a été retenue comme technique d'analyse, et l'entretien semi directif de même que l'observation participante avec la mission « Doctorant-conseil » effectuée au sein de la

Communauté Urbaine de Bordeaux choisis comme outils de collecte des données. Concernant notre échantillonnage, la population cible s'élève à quarante-sept sujets, et est composée des vingt-sept communes de la CUB ; de onze membres du Club climat ; de huit personnes de l'équipe-pilote du projet « pionniers du climat », autant d'experts retenus eu égard à nos objectifs de recherche et aux différents plans d'analyse envisagés dans le cadre de cette étude. Pour terminer, « *l'analyse à l'aide de catégories conceptualisantes* » (Paillé & Mucchielli, 2008) a été exposée comme modèle d'analyse des résultats.

Après avoir, ainsi donc, présenté au lecteur la stratégie de notre recherche, les chapitres qui vont suivre seront consacrés à l'analyse et à l'interprétation des résultats.

TROISIÈME PARTIE.
ANALYSE ET INTERPRÉTATIONS
DES DONNÉES

CHAPITRE IV. LA MOBILISATION AUTOUR DES PIONNIERS DU CLIMAT : QUELS ÉCHOS À L'ÉCHELLE COMMUNAUTAIRE ?

Cette avant-dernière partie de la thèse sera consacrée à la présentation des résultats de la recherche. Parmi les quarante-sept sujets de notre échantillon, **trente-sept** ont pris part à notre étude. Les données collectées ont, ensuite, été combinées avec nos notes d'observations. Puis, en nous appuyant sur les écrits de Paillé (1993, 2008), nous nous sommes attelée minutieusement à la construction de nos « catégories conceptualisantes ». Celles-ci nous ont permis de repérer et de délimiter les éléments significatifs de notre corpus, mais elles ont également contribué à structurer notre développement.

Le chapitre est divisé en deux sections. Dans la première, nous identifierons les caractéristiques de la communication territoriale en faveur du changement climatique au sein de l'agglomération bordelaise. Pour l'essentiel, il s'agit de cerner le contexte dans lequel se déroule la mobilisation autour des « pionniers du climat ». Dans la seconde section, nous pointerons la focale sur la manière dont les partenaires de la CUB ont perçu la démarche « pionniers du climat » ; de même, nous nous intéresserons au regard de l'équipe de pilotage du projet face aux enjeux de la mobilisation communautaire. En croisant ces points de vue, nous mettrons en exergue une *antinomie structurelle*, laquelle traduit la difficulté de mettre en place une action collective territoriale coordonnée.

Sous-section I. La mobilisation territoriale sur le changement climatique comme principe d'association

Nous commencerons, dans cette première section, à introduire les premiers résultats de la recherche. Nous mettrons d'abord l'accent sur deux points : en premier lieu, la présentation des caractéristiques de la communication communale sur le changement climatique et, en second lieu, celle des logiques communicationnelles des différents partenaires (institutionnels, associatifs, administratifs, etc.) que la Communauté Urbaine de Bordeaux a souhaité associer à son projet de mobilisation

territoriale. Ce diagnostic nous permettra de mieux appréhender l'environnement dans lequel s'inscrit la communication intercommunale autour des pionniers du climat. De là, nous traiterons des tenants et des aboutissants de cette démarche en nous appuyant sur nos notes d'observation et sur les entretiens effectués auprès de l'équipe-pilote du projet.

I-1 La communication territoriale sur le changement climatique

I-1-a Les caractéristiques de la communication communale

Sur les vingt-sept communes de la Communauté Urbaine de Bordeaux contactées, dix-sept ont pris part à notre étude. Il s'agit de : **Ambarès-et-Lagrave ; Bassens ; Bègles ; Bruges ; Carbon-Blanc ; Cenon ; Eysines ; Floirac ; Le Haillan ; Le Taillan-Médoc ; Lormont ; Mérignac ; Pessac ; St-Aubin-de-Médoc ; St-Médard-en-Jalles ; Talence** et de **Villenave d'Ornon**. Nous avons eu à chaque fois pour interlocuteur un chargé de mission Agenda 21 (A21)¹²⁰, excepté à Lormont où nous avons été reçue par le Directeur de cabinet. En effet, il est la personne référente sur le sujet au sein cette municipalité. Par ailleurs, une fois les entretiens retranscrits, nous avons procédé à de nombreuses relectures pour nous imprégner de notre matériau de recherche. Par suite, il était question de repérer les éléments significatifs, au regard de nos objectifs d'analyse, dans l'optique de construire nos « *catégories conceptualisantes* » (Paillé & Mucchielli, 2008). Ainsi, une grille catégorielle s'est dessinée au fil de l'encodage des données, empreinte à la fois du terrain et de nos repères conceptuels. Précisément, l'exercice consistait à trouver les expressions qui « *faisaient sens* » par rapport au phénomène observé. Et à chaque fois qu'un extrait correspondait à une des catégories formées, nous la classions dans la catégorie

¹²⁰ « L'Agenda 21 est un texte adopté par 173 gouvernements en 1992, lors du premier Sommet de la Terre à Rio. Ce texte a fixé les lignes de progrès que l'humanité devrait adopter au XXI^e siècle pour maintenir son développement économique et social dans un environnement viable. Il regroupe un ensemble de mesures qui concernent notamment le changement climatique, la désertification, la déforestation, la perte de la biodiversité, la pollution des eaux, l'épuisement des sols, les conditions de travail dans les pays en développement. L'Agenda 21 a une déclinaison destinée aux collectivités territoriales : l'Agenda 21 local. Fondé sur la participation et le partenariat des acteurs privés et publics, c'est un processus de définition de stratégies de développement de territoires qui déclinent, au niveau local, les principes de développement durable » consulté le 07/03/13 au <http://www2.ademe.fr/servlet/KBaseShow?sort=-1&cid=96&m=3&catid=12390&p1=5>.

identifiée. Cependant, mise à l'épreuve du terrain, certaines catégories ont dû être renommées ou supprimées. Par exemple, l'extrait suivant renvoie à la réaction des communes face au lancement des pionniers du climat. Il a été placé initialement dans la catégorie « *perceptions de la démarche « pionniers du climat »* :

« Tout le problème qu'on a avec la CUB, c'est qu'il ne nous consulte pas, nous ne sommes pas concertées en amont pour savoir si tel ou tel projet aura l'impact ou non. [...]. Ils ont fait pour les pionniers du climat une réunion concertation, la réunion concertation a été de nous présenter les prestataires du marché, le choix des candidats était déjà fait, le projet déjà monter donc nous nous ne pouvions rien modifier ».

Dans ce passage, en y regardant de plus près, nous repérons le champ de lexical de la frustration avec des termes comme « ne nous consulte pas », « le choix des candidats était déjà fait », « nous ne pouvions rien modifier », « tout le problème qu'on a avec la CUB ». Partant de ce constat, l'intitulé « *perceptions de la démarche des pionniers du climat* » paraît très abstrait puisqu'il ne donne aucune indication précise sur le point de vue des communes. Ainsi, nous avons affiné la dénomination de la catégorie, elle a été donc supprimée et renommée : « *sentiment de frustration* ».

En outre, pour valider nos catégories, nous avons suivi minutieusement les préconisations de Paillé (1993 ; 2008). Voilà pourquoi, nous avons dégagé pour chaque catégorie retenue une **définition** (description du phénomène en rapport avec la catégorie), avant de préciser ses **propriétés** (caractéristiques du phénomène) et ses **conditions d'existence** (identification des propriétés nécessaires à l'application de la catégorie). Cette étape s'est avérée stimulante, car elle nous a permis de nourrir notre réflexion et d'éclaircir nos propos.

Le diagramme en surface figurant sur la page suivante, représente les différents nœuds par nombre d'éléments encodés à l'aide du logiciel Nvivo. Sachant que les nœuds renvoient ici à nos catégories, ce schéma permet de visualiser les dynamiques de la communication communale sur le changement climatique à l'échelle de l'agglomération bordelaise. Concrètement, il apparaît distinctement que les propos recueillis renvoient le plus souvent à la « **mobilisation territoriale comme principe d'association** » notamment sur les 17 entretiens décryptés, 61 références ou extraits de discours évoquent l'idée ; vient ensuite, la « **prise de conscience des limites de la**

communication sur le changement climatique » avec 58 références ; et pour terminer, 31 références mentionnent l'idée de « **de pratiques communicationnelles composites** ». En ce qui concerne le rôle des réseaux locaux, la « **communication par réseautage** » semble être le maître-mot au sein des communes avec 18 références. Nous notons également que le « ludique » se positionne comme le catalyseur d'une « **communication engageante** » (15 références). Celle-ci requiert aussi, toujours selon nos répondants, un « portage politique » infaillible (6 références). Du reste, la question de « **l'inscription temporelle des actions** » de communication occupe et préoccupe la majorité de notre échantillon (16 références). De même, la quête de « **reconnaissance** » semble justifier certaines pratiques communicationnelles (10 références). Enfin, la « **migration vers les outils numériques** » apparaît selon le profil de nos répondants, soit comme une mutation positive (5 références pour 4 entretiens) ; soit comme une mutation négative (3 références pour 3 entretiens) ou soit comme un « usage à raisonner » (12 références pour 10 entretiens).

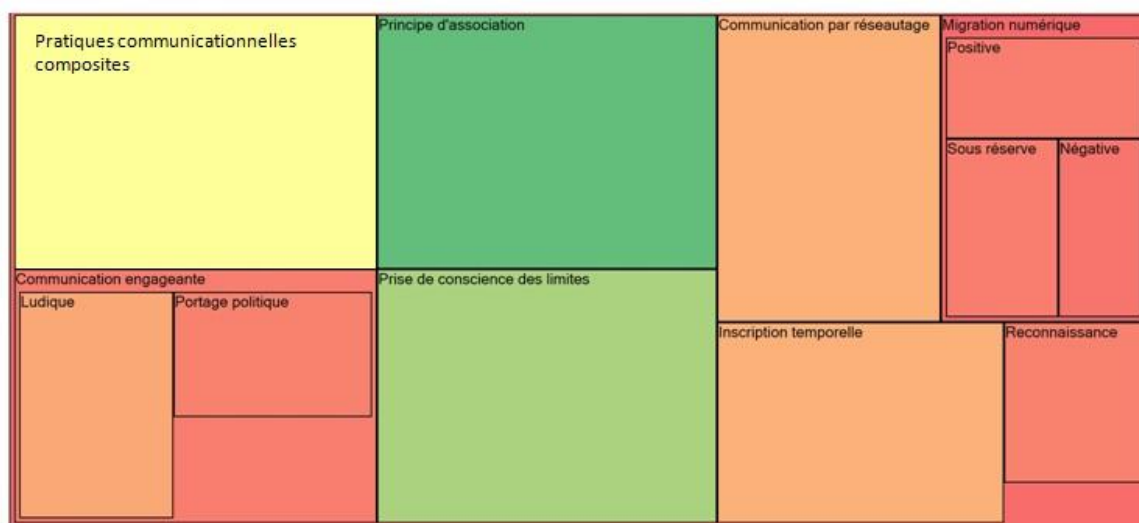


Figure 6. Dynamiques de la communication communale sur le changement climatique au sein de l'agglomération bordelaise. Répartition des nœuds par nombre d'éléments encodés.

Nous allons à présent, dans les paragraphes qui suivent, développer la présentation de nos résultats.

La mobilisation territoriale sur le changement climatique comme principe d'association

En nous appuyant sur les propos de nos interlocuteurs, nous avons établi une cartographie des principales pratiques de communication existantes à l'échelle de l'agglomération bordelaise (*Annexe 6*). Il ressort ainsi que la communication communale sur le changement climatique repose fondamentalement sur l'idée d'**association**. Celle-ci se situe à **trois** niveaux : *en premier lieu*, les agents municipaux sont associés aux actions pilotées par la commune. À Mérignac, par exemple, les différentes propositions citoyennes formulées lors de la concertation publique amorçant le lancement du plan climat, ont été présentées aux agents lors de réunions internes. La finalité était d'échanger sur la faisabilité des propositions pour favoriser l'appropriation du projet par ces derniers et par la suite, faire d'eux des relais auprès des mérignacais. L'autre avantage d'une concertation interne, nous confie Juliette¹²¹, chargée de mission Agenda 21 à Bègles, c'est de « *pouvoir mettre en réseau différents collègues qui peuvent travailler sur les mêmes sujets* », car sans cette initiative pour établir le lien, ils « *travailleraient chacun de leur côté* ».

En deuxième lieu, et c'est la démarche la plus systématique, tous les acteurs locaux (entreprises, associations, écoles, etc.) y compris les habitants sont associés à la lutte territoriale contre le dérèglement climatique par le biais de dispositifs participatifs ou d'événementiels. À Pessac, on affirme ainsi la volonté de « *créer une dynamique de groupe* » à l'échelle locale.

En dernier lieu, l'association passe aussi par la mise en relation de l'interne et de l'externe. À cette fin, au Haillan, on mise sur l'idée de projet :

« On a formé ce que j'appelle les équipes projets, qui sont constituées à la fois d'agents de la commune, de partenaires, d'habitants en fonction du thème sur lequel ils souhaitent s'investir [parmi ces thèmes, on peut citer : la biodiversité et les patrimoines naturels, les modes de consommations responsables, le changement climatique]. C'est aussi à cette équipe projet de créer les éléments pour suivre l'action, c'est-à-dire déterminer les indicateurs, les critères » (Lucie, chargée de mission Agenda 21).

¹²¹ Les noms des répondants ont été modifiés pour faciliter la lecture des extraits d'entrevues.

Ici, la commune prône l'implication collective autour des questions climatiques pour donner à ses actions les effets escomptés. En outre, nous avons identifié quatre axes de communication au sein des communes, lesquels reflètent en filigrane cette idée d'association.

Le premier axe tourne autour de la « *ruralité dans la ville* ». À Lormont, une ferme urbaine créée à l'initiative de la mairie, est placée sous l'égide des habitants. Pierre, le Directeur de cabinet, nous en explique le concept :

« On a associé les riverains au projet, ils sont un peu nos bergers qui nous alertent dès qu'ils constatent un problème, ils ont les clés de l'enclos. Ils peuvent y rentrer, donner aux bêtes à manger, vérifier qu'ils vont bien. Ils se sentent vraiment responsables de cet équipement et des bêtes ».

Le second axe, joue sur le « *bien-être* ». De fait, à St-Médard en Jalles, une « balade urbaine » est proposée aux habitants pour leur faire découvrir le patrimoine naturel de la ville. L'objectif est de les amener à prendre conscience de leur qualité de vie, et par voie de conséquence, les inciter à veiller à sa préservation.

Le troisième axe mise sur le « *ludique* » pour intéresser et convaincre la population. À St-Aubin-de-Médoc un jeu « *l'Esquiraou* » (l'écureuil en gascon)¹²² est distribué dans les écoles, collèges et lycées de même qu'aux centres de loisirs. En faisant appel à la symbolique des jeux de cartes, la commune espère donner l'impulsion à une dynamique engageante autour de son Agenda 21.

Le dernier axe est qualifié « *d'utilitaire* ». À Talence, Jacques nous confie qu'au lieu de diffuser des discours récurrents sur la lutte climatique, il préfère aller directement à la rencontre de la population :

« On met par exemple, des stands sur les marchés fermiers, ce qui nous permet d'aller toucher des gens qui viennent à la base plutôt en famille le samedi ou le dimanche. Quand ils viennent faire leurs courses, ils peuvent nous trouver sur des stands. À ce

¹²² Le principe est simple : il y a des cartes et un tapis de jeu où sont représentés deux arbres. Chaque équipe doit remplir un arbre de son côté. Le but du jeu est de remplir son arbre avant l'équipe adverse. Chaque carte illustre une des 55 actions conduites par la commune en matière de développement durable et pose une question en rapport avec le domaine d'action. Les joueurs doivent répondre à la question et s'il y arrive, ils peuvent poser la carte sur une partie de l'arbre et ainsi de suite.

moment-là, on peut les harponner entre guillemets pour leur donner des informations ».

Dans ce cadre, la stratégie de communication pointe surtout vers l'utile. C'est-à-dire qu'il y a très peu de communication médiatique car jugée peu efficace. L'on mise plutôt sur les échanges interpersonnels, le face à face avec l'habitant, pour expliciter les tenants et aboutissants des pratiques écologiques quotidiennes.

Principe d'association

Définition

Volonté affirmée des communes à vouloir associer leurs agents et tous les acteurs de leur territoire y compris les habitants à la lutte contre le changement climatique.

Propriétés

- Intention d'aller à la rencontre des différents publics ;
- Questionnement sur les actions à mettre en place ;
- Détermination pour intéresser et convaincre autour des questions climatiques.

Conditions d'existence

- Besoin de reconnaissance des pratiques locales ;
- Attitude d'ouverture des publics ciblés.

Pratiques communicationnelles composites

La plupart des communes de l'agglomération bordelaise revendiquent un ancrage territorial en mettant en exergue leur singularité. Un positionnement qui se répercute sur leurs pratiques de communication.

Ainsi, dans la commune de Floirac, le vocable « développement durable » n'est plus utilisé dans la communication, car « *le développement durable fait peur* » (Rose, chargée de mission A21). Il devient un mot tabou au point que la ville ne relaie pas « *La Semaine du développement durable* », initiative nationale déclinée habituellement au niveau local. À la place, des « *Rendez-vous durables* » sont organisés, et sur les supports réalisés à l'occasion, le discours invite au jeu, à la découverte et à l'action sans mentionner le dit vocable. D'autre part, dans la municipalité de Carbon-Blanc, si les acteurs déclinent « *La Semaine du développement durable* », ils insistent sur le fait qu'ils communiquent très peu sur les pratiques écologiques quotidiennes. Ils privilégient d'autres dimensions du développement durable notamment l'économie sociale et solidaire. Cependant, lorsqu'il y a une communication, André, chargé de

mission A21, nous confie qu'il mise sur une « *communication qui renvoie de l'humain* ». Par exemple, il s'agit de téléphoner directement aux gens pour leur demander leur avis dans le cadre d'une concertation publique parce que, nous dit-il, « *À l'échelle d'une ville on est interne, on est une équipe, des forces vives* ». À Bassens, on communique autour de la gestion des risques industriels car 60% du territoire est occupé par une zone industrielle portuaire avec des entreprises à risques. Dans ce contexte, la mairie propose aux entreprises des formations sur la certification ISO 26000 relative à la communication environnementale. À Villenave-d'Ornon, en cohérence avec la politique de gestion des espaces naturels de la ville, l'idée originale d'une « transhumance urbaine » a été développée. Marie, chargée de mission A21, nous en explique le principe et les enjeux :

« En fait, on s'est dit plutôt que de transporter les bêtes par camions, on va essayer de les faire marcher dans la ville, c'est une transhumance urbaine. C'est au mois d'octobre, les habitants accompagnent un troupeau au travers de la ville et ça se finit par une grosse fête. [...] Ça permet de communiquer sur ce que la ville fait en matière de développement durable ».

Les discours mobilisateurs véhiculés par les communes sur le climat appellent ainsi des représentations symboliques spécifiques. En effet, les conséquences du changement climatique sont variables d'un territoire à l'autre, ainsi ce qui vaut pour Floirac, ne vaut pas pour Carbon-Blanc. De ce fait, chaque pratique permet de relever les particularités territoriales. Toutefois, dans leur singularité, les pratiques interfèrent selon des modalités changeantes. Les communes riveraines de St-Médard-en-Jalles et de St-Aubin-de-Médoc ont ainsi collaboré pour mettre en place une boucle cyclable qui traverse les deux territoires. Au cours de notre terrain, nous avons également noté que certains de nos interlocuteurs citaient souvent en référence les actions de Mérignac ou Pessac ou se comparaient à elles pour justifier leurs méthodologies. Ainsi, à Lormont, Pierre se confie :

« La population lormontaise n'a pas les mêmes préoccupations que la population de Pessac, [...]. Il est important de faire au plus proche du terrain. Pour nous, c'est important, vous ne pouvez pas prendre sur internet l'Agenda 21 de Mérignac, et dire qu'on va faire la même chose à Lormont, ça marchera pas. [...] On ne peut pas dupliquer une expérience d'une commune à l'autre. Pour autant, on peut dupliquer

des schémas d'organisation. Quand vous allez mettre en place une action de sensibilisation sur tel ou tel sujet ça ne prendra pas la même forme selon la commune. Par contre, le temps du projet, quels sont les préalables ? Les écueils à éviter ? Ça, ça peut se dupliquer en tout cas, ça peut nourrir la réflexion de l'autre ».

Ces propos illustrent parfaitement les interférences dans les pratiques de communication territoriale. En effet, Pierre souligne ici la nécessité de prendre en compte les spécificités locales dans la conception de la communication communale ; et dans le même temps, il concède l'existence des relations inextricables entre les discours et les pratiques locales autour de la lutte contre le changement climatique.

Pratiques communicationnelles composites

Définition

Tendance de chaque commune à vouloir affirmer sa singularité en faisant correspondre ses exigences territoriales en matière de lutte climatique avec ses logiques communicationnelles. Ceci, tout en s'inspirant des pratiques communales voisines pour stimuler les effets de ses messages.

Propriétés

- Ajustement des actions de communication aux préoccupations locales ;
- S'inspirer des pratiques existantes et se les approprier.

Conditions d'existence

- Injonction écologique ;
- Besoin de se démarquer.

Une communication par réseautage

Les communes de la Communauté Urbaine de Bordeaux se rejoignent sur l'importance de la « *communication par réseautage* ». En effet, les réseaux locaux sont appréhendés comme de précieux relais pour diffuser les informations et accroître la visibilité des actions. Centres de loisirs, médiathèques, associations, entreprises, établissements de formation, administrations, conseils de quartiers, etc. sont autant d'acteurs convoqués par les communes pour stimuler leur communication territoriale. En outre, elles n'hésitent pas à créer des réseaux spécifiques pour soutenir leurs actions. On voit alors surgir des conseils de développement durable, des « clubs climats », des « équipes projets », des panels de citoyens, etc. L'objectif de ces instances, quelle que soit l'appellation, est la même : donner aux discours et aux actions de communication autour du changement climatique l'audience la plus vaste

possible sur le territoire. Rose, chargée mission à Floirac confirme : « *on s'appuie sur les relais locaux effectivement pour toucher d'autres réseaux* ».

La communication par réseautage fait aussi référence aux réunions organisées, à l'échelle des réseaux départementaux (le Conseil Départemental des Agendas 21 locaux-CDA21¹²³) et communautaires (le club CUB/communes¹²⁴) autour des questions climatiques et du développement durable. Dans ce cas, les réseaux sont associés à des espaces d'échanges stimulants et font appel à la solidarité communautaire.

« Ce qu'il y a d'intéressant dans la création d'un réseau, c'est de pas se sentir seul quand on a envie d'agir... Des fois, on ne sait pas comment s'y prendre, par quel bout attraper la problématique, alors que quand on est en groupe et qu'on sent qu'il y a le voisin qui s'y intéresse aussi ; du coup on mutualise des compétences, des savoirs, des personnalités mêmes » (Lucie, chargée de mission au Haillan).

Enfin, soulignons que le CDA21, animé par le Conseil Général de la Gironde, bénéficie d'une notoriété relativement importante auprès des communes. Il est jugé plus actif que les réseaux de l'établissement public bordelais. D'ailleurs, certains répondants nous ont confié privilégier leur participation au CDA21 plutôt que dans l'un des réseaux de la CUB.

Communication par réseautage

Définition

- Tendance des communes à s'appuyer sur tous les acteurs locaux et sur leurs partenaires pour favoriser la promotion de leurs actions en faveur du changement climatique ;
- Tendance des communes à adhérer à des réseaux locaux propices aux transferts d'expériences et à la discussion autour des pratiques favorables à lutte climatique territoriale.

Propriétés

- Création d'instance pour formaliser le réseau ;
- Participation aux réunions organisées dans le cadre du réseau.

Conditions d'existence

- Besoin de reconnaissance ;
- Peur de la disqualification.

¹²³ « En mars 2005, le Conseil Général de la Gironde a lancé un appel à projets pour l'émergence d'Agenda 21 locaux infra-départementaux. Les 25 collectivités lauréates bénéficient d'une aide à l'ingénierie sur 3 ans, durée moyenne d'élaboration concertée d'un programme d'actions Agenda 21. Parallèlement, un Conseil Départemental des Agenda 21 locaux (CDA 21) se met en place, avec pour objectifs : échanger les bonnes pratiques, de faire évoluer ensemble les connaissances et les expériences, rechercher une cohérence des initiatives aux différents échelons de l'action publique » consulté le 07/03/13 au http://www.gironde.fr/jcms/pgw_33194/une-gouvernance-territoriale-du-developpement-durable-qui-joue-avec-qui.

¹²⁴ Ce réseau poursuit les mêmes que le CDA21 mais à l'échelle de l'agglomération bordelaise.

Un besoin de reconnaissance

La **quête de reconnaissance** est l'explication donnée par certaines communes sondées pour justifier la mise en place de pratiques communicationnelles favorables à la lutte contre le changement climatique. En effet, celles-ci avouent ressentir le besoin de structurer leurs actions afin de les rendre plus lisibles et visibles auprès des publics. Cela passe le plus souvent par l'adoption d'un agenda 21, lequel devient l'étendard de toute municipalité soucieuse des questions environnementales. Il devient alors primordial pour les communes de détenir un A21 pour prouver leur engagement en faveur de la lutte contre le dérèglement du climat comme en témoigne Marie, chargé de mission à Bègles :

« À Bègles, ça fait plus de 20 ans que la démarche [développement durable] est engagée. [...] mais par un souci de lisibilité pour les citoyens qui voient partout des Agenda 21, pour pas qu'ils pensent qu'à Bègles il n'y a pas de développement durable justement, pour le coup donc, on a mis en place un Agenda 21 ».

Dans le même ordre d'idée à St-Aubin-de-Médoc, notre interlocuteur nous avoue que le jeu « *l'Esqiraou* » a été mis en place dans le cadre de la « reconnaissance » de la ville par le Ministère du Développement durable comme label A21 local France. Soulignons aussi que la consultation des agents en interne et celle du public en externe participe, dans ce cadre, à satisfaire le besoin de reconnaissance des communes. On mesure ainsi le rôle décisif de la communication dans la mise en visibilité des pratiques territoriales en faveur du climat.

Besoin de reconnaissance

Définition

Nécessité ressentie par les communes de valoriser leurs pratiques déployées en faveur de la lutte territoriale contre le changement climatique.

Propriétés

- Détention d'un Agenda 21 ;
- Intérêt de montrer l'engagement de la ville dans les questions climatiques.

Conditions d'existence

- Déficit de notoriété des pratiques ;
- Confusion du public;
- Peur de la disqualification.

Une prise de conscience des limites de la communication territoriale

Toutes les communes semblent être relativement **conscientes des limites de leurs pratiques de communication**. En effet, pour certains de nos interlocuteurs accroître la visibilité d'une campagne de communication en multipliant les outils, ne suffit pas pour inciter le public à participer aux événementiels. Des facteurs situationnels et imprévisibles jouent dans le succès des manifestations par exemple, « *il suffit qu'il fasse beau pour qu'il ait du monde* ». Rose, chargée de mission A21 à Floirac, nous fait part de son expérience :

« L'année dernière, on a eu peu de monde alors que vraiment on avait fait une com aux petits oignons, [...] alors que bizarrement une action comme le compostage qu'on a organisée en février avec une communication classique, type marque-page dans les médiathèques [...] a fait salle comble parce qu'on avait mobilisé les structures relais ».

Pour d'autres, la difficulté de mobiliser le public est liée à la complexité de la thématique climatique dont les enjeux sont qualifiés de « flous », mais aussi, au manque d'exemplarité des pouvoirs publics. C'est-à-dire que ces derniers ne s'appliquent pas les règles qu'ils dictent au public. Par ailleurs, des répondants ont souligné la « saturation » de la population face aux sollicitations récurrentes en faveur d'un changement de mode de vie respectueux de l'environnement. Selon eux, les gens sont beaucoup plus inquiétés par les questions directement liés à leur quotidien notamment par celles d'ordre économique. À partir de là, « *le réchauffement climatique, [...] ça leur passe à des kilomètres* ». Aussi, nos interrogés notent que la redondance des dispositifs régionaux, départementaux ou communautaires de lutte contre le changement climatique (A21, plans climats, etc.) contribue à générer de la confusion chez les publics.

La question des ressources humaines et financières interrogent également notre échantillon. À Ambarès-et-Lagrave, Patricia, la chargée de mission souligne clairement que le manque de moyens financiers des communes est un frein dans la mise en place d'actions de communication efficaces. À Pessac, Daphné, notre interlocutrice avoue être « *chanceuse* » par rapport à ses collègues au sein des

communes, puisqu'elle dispose de conditions favorables pour mener à bien ses missions.

Une prise de conscience des limites de la communication

Définition

Action consistant à accepter que les pratiques de communication déployées en faveur de la lutte contre le changement climatique n'ont pas toujours les effets escomptés.

Propriétés

- Autocritique des pratiques de communication ;
- Remise en question des modalités d'actions.

Conditions d'existence

- Déception entraînant une remise en cause de l'efficacité des pratiques de communication ;
- Désir d'améliorer l'efficacité des pratiques.

Pour une communication engageante

Face aux limites de la communication communale, nos interlocuteurs misent sur une « **communication engageante** » pour stimuler leurs pratiques. Nous empruntons le terme à Françoise Bernard (2007). Rappelons que pour cette auteure, le changement comportemental en faveur de pratiques écologiques, par exemple, repose sur des « actes préparatoires » ou « messages engageants ». Ceux-ci ont pour rôle de favoriser l'implication (ou engagement) des populations dans l'action. En outre, Bernard croise « la question de l'action » avec « celles du sens, des valeurs, des savoirs, et du lien ». En ce qui nous concerne, la pratique du terrain a mis en évidence que la majorité des communes ont intégrée (de façon consciente ou non) l'importance de s'appuyer sur des « actes préparatoires » pour donner aux pratiques de communication une efficacité optimale. Ces « actes » reposent principalement sur deux éléments d'après les discours recueillis : **1) le soutien politique des élus ; et 2) le ludique comme catalyseur d'engagement.**

Le rôle décisif du climat organisationnel dans la réussite des actions de communication n'est plus à démontrer. En comparant les différentes pratiques, l'on se rend compte que les actions qui fonctionnent le mieux sont celles qui bénéficient d'un portage politique conséquent : nous pouvons citer Mérignac et Pessac en guise d'exemples. Plus spécifiquement dans ces cas, les élus ont affiché la volonté de faire de la lutte contre le changement climatique un axe prioritaire de leur politique.

Toutefois, d'après certains répondants, la mise à disposition de ressources humaines et financières pour mener à bien les actions ne suffit pas. La commune se doit aussi d'être « *exemplaire* » comme le souligne Lucie, chargée de mission au Haillan :

« On a pas mal travaillé en interne pour être exemplaire. Ça, c'était la volonté des élus. Avant de porter la bonne parole devant l'extérieur, commencer par balayer devant sa porte, si je puis m'exprimer ainsi, même si on ne peut pas forcément tout faire ».

Jacques, chargé de mission à Talence, partage cet avis puisqu'il rajoute :

« Pour beaucoup de gens, ce qui compte le plus c'est de faire ce qu'on dit ou d'incarner le message, et aujourd'hui que ce soit [...] Pierre, Paul, Jacques [...] et les autres [il fait référence ici aux élus politiques], ils ne mettent pas en pratique ces modes de vie. Alors pourquoi, un habitant de la CUB aurait envie de vivre dans un appartement HQE¹²⁵, de faire son tri et de se déplacer à vélo [...] ».

L'importance d'articuler les discours et les pratiques est ainsi mise en avant par nos répondants. Une fois cette condition remplie, il s'agit d'associer la population aux démarches favorables à l'environnement. Dans ce cadre, pour la plupart des interrogés, le ludique est perçu comme un catalyseur pour donner l'impulsion à une dynamique participative engageante. À Mérignac, on a opté pour le « *théâtre forum* » afin d'« intéresser les citoyens » aux questions climatiques. Alice, nous présente le concept :

« En fait, c'est deux acteurs qui jouent une scène, par exemple pour les transports et la mobilité : il y a une personne à 4X4 et une personne à vélo et toutes les deux sont dans des extrêmes. Donc, le 4X4 qui ne veut pas laisser passer le vélo et le cycliste qui pense qu'il a tous les droits parce qu'il roule à vélo. Il y a une dispute entre les deux acteurs et à tout moment de la scène les citoyens pouvaient dire stop, moi je prends la place d'un des acteurs. Donc, il prend la place d'un des acteurs et il dit, moi, j'aurais dit ça. Et là, par le jeu, il laisse passer des attentes. C'est vraiment pour libérer la parole, pour qu'il n'y ait pas de blocages, parce que souvent ce qui est fait lors de concertation, c'est une présentation générale et des solutions qu'on leur proposait. Les gens sont d'accord ou pas d'accord. Il n'y a pas de vraie discussion alors que là, les discussions étaient basées sur leur échanges à eux, on n'avait pas de solutions à leur proposer c'était eux qui devaient trouver les solutions ».

¹²⁵ Le label Haute Qualité énergétique (HQE) permet de garantir qu'un bâtiment a été construit ou rénové en respectant l'environnement.

En définitive, pour nos interlocuteurs, il faut « *ruser* » en trouvant des « *points d'entrée* », c'est-à-dire « *passer par la petite porte* » pour inciter les gens à s'engager dans des pratiques écologiques quotidiennes. Dans cette perspective, la dimension ludique offre la possibilité, selon eux, de jouer sur la notion de plaisir et de bien-être pour traiter un sujet aussi complexe que le changement climatique.

Communication engageante

Définition

Pratique de communication ayant pour objectif de favoriser l'engagement de la population dans la lutte territoriale contre le changement climatique. Il s'agit, dans ce contexte, de mettre en place les conditions favorables à l'engagement.

Propriétés

- Portage politique fort ;
- Ludique comme catalyseur.

Conditions d'existence

- Injonction écologique ;
- Désir de favoriser l'engagement des publics en faveur des questions climatiques

L'inscription temporelle des pratiques de communication, un paramètre à prendre en compte

Parmi les dix-sept communes sondées, dix partagent le constat selon lequel la question de la temporalité doit être intégrée dans les stratégies de communication. À Villenave-d'Ornon et à Floirac, nos interrogés nous confient être attentifs à l'articulation de leurs pratiques avec les enjeux de mutations urbaines qui traversent leurs territoires. Notamment, il s'agit pour eux de réfléchir en amont, à la manière dont la population pourra adapter son mode de vie aux nouveaux paysages urbains. À St-Médard-en-Jalles, face au renouvellement récurrent du quart de la population tous les quatre ans, Béatrice nous avoue qu'en « *termes de communication, rien n'est jamais acquis. C'est un éternel recommencement. [...]* ». [Le défi consiste à] « *ne pas laisser ce qui ont déjà vu le message et à informer les nouveaux* ».

Aussi, nous observons que toutes les communes n'en sont pas au même état d'avancement dans le déploiement de leurs programmes d'actions en faveur de la lutte contre le changement climatique. Certaines viennent d'amorcer leur « Agenda 21 » quand d'autres entament l'évaluation de leurs pratiques. Une disparité qui pèse inévitablement sur leurs rapports aux problématiques complexes du phénomène

climatique. Notons également que certains chargés de mission sont polyvalents, c'est-à-dire qu'ils cumulent parfois plusieurs responsabilités au sein de leur commune. Par exemple, l'on peut être à la fois chargé de mission « Agenda 21 » et chargé de communication. En effet, dans les communes, il n'existe pas toujours de service de communication clairement identifié. Par voie de conséquence, les actions amorcées n'aboutissent pas toujours. Plusieurs raisons sont évoquées alors pour expliquer cette démobilitation : un changement de poste, un budget insuffisant ou encore un rythme de travail soutenu qui implique d'effectuer des choix sur les axes prioritaires.

Dans le même temps, la difficulté à maintenir l'engagement des publics (acteurs locaux y compris les habitants) dans les dispositifs interroge nos sondés. Ces derniers reconnaissent que « *les réseaux de participation et de diffusion sont éphémères* », c'est-à-dire, de manière large, s'il y a un engouement des publics au début du projet, celui-ci tend à s'essouffler au fil du temps. Pour contourner ce frein, d'après nos interlocuteurs, l'évaluation des actions et le retour d'expériences se positionnent comme des leviers incontournables.

Inscription temporelle des pratiques de communication communales

Définition

Action de prendre en compte les temporalités dans la mise en œuvre de pratiques communicationnelles.

Propriétés

- Évaluation des actions ;
- Prise en compte de l'impact du facteur temps dans le succès ou l'échec des actions.

Conditions d'existence

- Désir de maintenir l'engagement des publics sur le long terme.

La migration vers les outils numériques, une tendance plus ou moins suivie

Au sein de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB), l'engouement pour les outils numériques est plus ou moins nuancé selon le profil de la commune. L'on distingue trois types d'usages. Premièrement, nous avons les *défenseurs d'un usage raisonné* du numérique avec des villes comme Bruges où notre interlocuteur a souligné l'importance de maintenir des dispositifs à direction des publics qui n'ont pas accès à ces outils. Deuxièmement, nous avons les *sceptiques* face au numérique

comme à Lormont et à Talence où, si l'on reconnaît qu'internet puisse favoriser la diffusion d'information auprès du plus grand nombre, l'on doute de la capacité des réseaux sociaux types *facebook* et *twitter* à fédérer autour des questions climatiques. Dans ce cas, les réseaux sociaux sont jugés « *communautaristes* » et « *incompatibles* » avec l'idée d'ouverture revendiquée par la territorialisation du défi climatique. Enfin, il y a les communes pour qui, les outils numériques présentent des *potentialités intéressantes* pour inciter les publics à adhérer à la cause environnementale. Citons, une ville telle que Pessac, laquelle a investi dans un mur d'expression virtuel¹²⁶ dans le cadre d'une concertation ou encore Bègles qui souhaite miser sur le développement d'applications à destination des tablettes tactiles et des *smartphones*¹²⁷. Toutefois, nous remarquons que dans certaines communes à l'instar de Bassens, l'usage du numérique repose sur l'idée de faire une « *communication utile* » puisque les supports papiers sont qualifiés de non écologiques. De même, la qualité de la couverture territoriale en haut débit est pour certaines municipalités un frein non négligeable dans l'utilisation des technologies du numérique.

Migration numérique

Définition

Tendance des communes à adopter plus ou moins les technologies du numérique pour stimuler leurs communications.

Propriétés

- Questionnement sur les outils à déployer ;
- Intention de s'inscrire dans une mouvance sociale numérique.

Conditions d'existence

- Désir de donner l'impulsion sur le territoire à une dynamique engageante autour des questions climatiques.

Après avoir cerné les dynamiques à l'œuvre dans la communication communale sur le changement climatique, nous allons, dans les prochains paragraphes, nous intéresser aux pratiques des autres acteurs locaux de la communication sur le

¹²⁶ L'idée était d'inviter les habitants à accrocher des « post-it » virtuels sur un site internet spécifique afin de favoriser les échanges de pratiques quotidiennes en faveur de l'environnement.

¹²⁷ Le principe est d'offrir l'opportunité à la population, lors de balades dans le parc municipal, de repérer via leurs téléphones ou tablettes « des arbres remarquables » ; « des orchidées rares » ; ou encore « des espèces protégés ». La finalité est bien évidemment de les sensibiliser à la protection de l'environnement.

changement climatique. Nous espérons ainsi avoir une cartographie plus exhaustive des pratiques de communication sur le changement au sein de l'agglomération bordelaise.

I-1-b La communication des partenaires (institutionnels, associatifs et acteurs socioéconomiques)

Les **onze** structures contactées dans le cadre de la recherche ont toutes accepté de nous accorder une entrevue. Citons-les : **le Conseil régional d'Aquitaine ; le Syndicat Mixte d'Études pour la Gestion de la Ressource en Eau en Gironde (SMEGREG) ; l'Association de surveillance de la qualité de l'AIR en Aquitaine (AIRAQ) ; l'Espace Info Énergie (EIE) d'Artigues-près-de-Bordeaux ; La poste ; le Centre Ressource d'Écologie Pédagogique d'Aquitaine (CREPAQ) ; Cap sciences Bordeaux ; le réseau Graines d'Aquitaine ; la Direction Départementale des Territoires et de la Mer (DDTM) ; le club de développement durable de la CUB (C2D) ; et l'Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME).**

Arrêtons-nous un instant sur les idées principales qui ont émergé lors du dépouillement de ces entretiens.

Le graphique circulaire suivant représente les différentes catégories encodées et leurs relations. Par ailleurs, nous remarquons qu'il y a des redondances avec les résultats récoltés auprès des communes, mais nous développerons ces propos plus loin. Pour l'instant, ce qui nous importe, c'est de noter que l'idée « **de pratiques communicationnelles composites** » et celle qui considère « **la mobilisation territoriale comme principe de médiation** » bénéficient quasiment de la même fréquence d'encodage soit respectivement 11 et 12 références pour 11 enquêtés. Il en va de même pour « **le réseautage comme impératif** » avec 22 références contre 16 références pour « **la migration vers les technologies du numérique** ». La « **lutte pour la reconnaissance** » des actions mises en œuvre (8 références), et la prise en compte du « **télescopage des pratiques** » (9 références) comme frein à l'efficacité des stratégies de communication n'échappent pas à la règle.

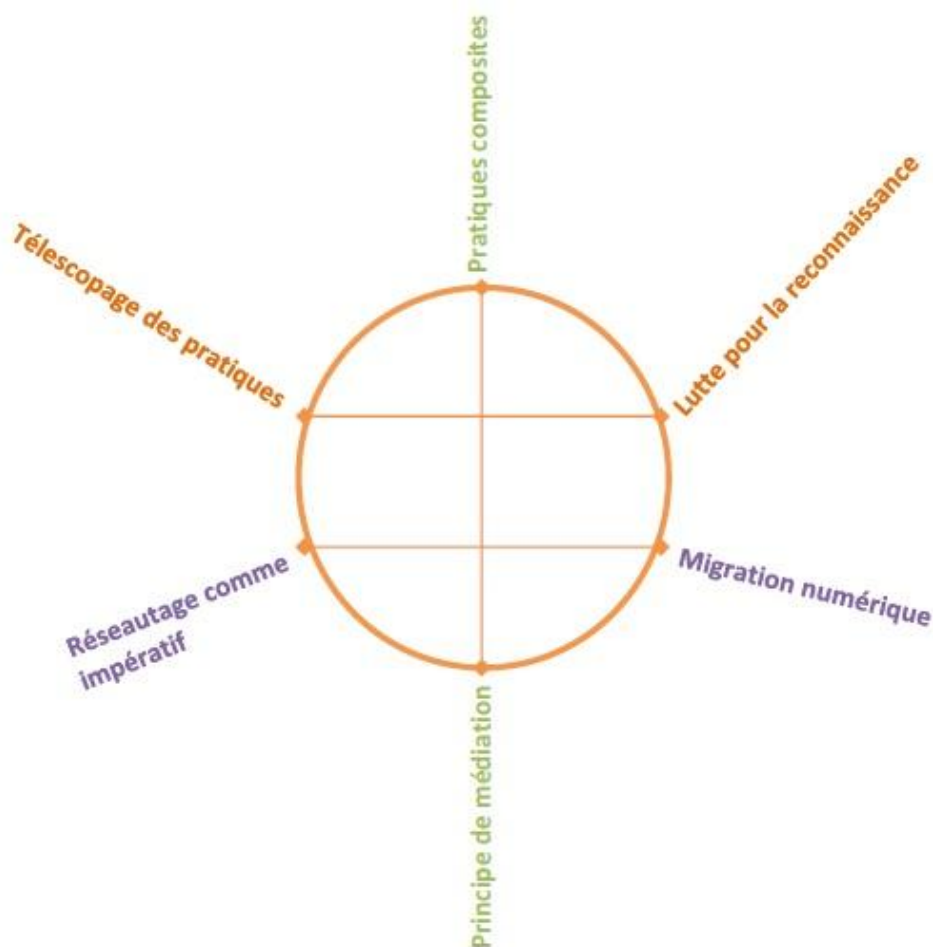


Figure 7. Dynamiques de la communication communale sur le changement climatique au sein de l'agglomération bordelaise. Répartition des nœuds par nombre d'éléments encodés.

Examinons maintenant de plus près les ressorts de ces catégories.

Pratiques communicationnelles composites

À l'instar des communes, nos interlocuteurs développent des pratiques singulières. Ainsi, Cap Sciences s'investit dans des projets autour de la défense de l'environnement et du changement climatique à travers la conception d'outils pédagogiques, d'expositions virtuelles, de jeux interactifs et l'organisation de débats thématiques. À l'AIRAQ, Hélène, la responsable de la communication mène une « *communication particulière sur les particules en suspension* ». Il s'agit de sensibiliser le grand public à la pollution de l'air, un « *sujet de santé publique* », nous souligne-t-elle. Au SMEGREG, la question des économies d'eaux potables par rapport aux consommations des particuliers, des collectivités et des industriels est l'objet de

toutes les attentions. À cette fin, au-delà des campagnes de communication grand public, des formations sont proposées au sein « *des espaces infos économies d'eau qui sont un peu calqués sur les espaces infos énergie* » avoue Damien, le chargé de mission « Économies d'eau ». À l'EIE, l'objectif est braqué sur les questions d'économies d'énergie. On y prodigue gratuitement et de « *manière neutre* » des conseils pour aider les particuliers à réduire leurs factures énergétiques et à trouver des solutions de financement pour leurs projets de rénovation ou de construction. À la DDTM, Bernard, responsable Énergie-Climat, se présente comme un soutien des collectivités locales dans l'application des politiques publiques relatives à la lutte contre le changement climatique. À La Poste, Paul, le délégué régional chargé du développement responsable nous explique les enjeux qui l'occupent :

« On est le premier employeur de France après l'éducation nationale, on est 250 000 agents. [...] donc, on a une politique de développement durable mais aussi ce qu'on appelle à La Poste, de développement responsable bien évidemment, on agit sur l'environnement, l'économique, sur le social mais on travaille aussi sur la responsabilité particulière qu'à La Poste en matière de présence territoriale parce qu'on a beaucoup de présence territoriale, on a beaucoup d'agents [...], beaucoup de bâtiments [...], ça veut dire toute cette responsabilité-là, elle est particulière à La Poste parce qu'on a un poids économique, social et environnemental particulier. Donc c'est pour ça qu'on agit ».

Nous voyons ainsi qu'il y a une multiplicité d'acteurs avec des intérêts différents ; pour autant, on peut trouver des **points de convergences** entre eux. Par exemple, les espaces infos-énergie sont sous la tutelle de l'ADEME, laquelle mène des actions de conseils auprès des collectivités locales et des entreprises ; les EIE étant considérés comme la « *porte d'entrée pour le conseil au grand public* ». En outre, l'ADEME apporte un soutien financier à ces cibles « *sur des investissements et des programmes avec des études* ». Son domaine d'intervention est assez large : économies des déchets ; promotion de la mobilité douce ; valorisation des énergies renouvelables, etc. À l'instar du CREPAQ et de Cap sciences, la structure mise sur la *pédagogie* pour mobiliser ses publics. D'ailleurs, Cap sciences et l'ADEME ont co-organisé une exposition consacrée au changement climatique en Aquitaine.

Vu sous ce prisme, le territoire intercommunal apparaît fragmenté par les pratiques de mobilisation autour de la lutte climatique. En effet, l'on se rend compte qu'il y a autant d'acteurs que de discours sur le sujet, et que des interférences sont inévitables. Cela est d'autant plus vrai que ces acteurs se croisent souvent dans les réseaux d'acteurs locaux.

Pratiques communicationnelles composites

Définition

Tendance des membres du Club climat à revendiquer la singularité de leurs pratiques en faveur de la lutte climatique territorialisée. L'expression désigne aussi, les interférences entre les pratiques de ces acteurs de la communication sur le changement climatique à l'échelle communautaire.

Propriétés

- Volonté de se distinguer et de valoriser ses actions ;
- Calquer sa pratique sur une initiative existante ;
- Questionnement sur les actions à réaliser.

Condition d'existence

- Injonction écologique ;
- Volonté de se démarquer.

Le réseautage comme impératif

Selon nos répondants, **le réseautage est un incontournable** dans l'optique de donner à leurs pratiques l'écho le plus large possible à l'échelle territoriale (13 références pour 11 enquêtes). À Cap sciences, on affirme clairement la volonté de « *se positionner en termes de réseau sur l'ensemble du territoire aquitain* ». De même, à l'ADEME « *c'est un peu la marque de fabrique [...] pour diffuser [les] messages* » ; l'établissement travaille principalement avec des relais pour « *partager l'information, [et] valoriser les expériences* » jugées innovantes à l'échelle régionale. En ce qui concerne le regroupement associatif Graines d'Aquitaine, il repose principalement sur une organisation en mode réseau. En effet, formé par quatre-vingts associations spécialisées dans l'éducation à l'environnement, sa finalité est d'encourager la « *mutualisation des compétences* », c'est-à-dire « *mobiliser et coordonner les savoir-faire* » en fonction de chaque projet développé autour des questions environnementales. Le fonctionnement en mode projet est envisagé telle une démarche dynamique susceptible de guider les membres du réseau vers une stratégie globale. Au Conseil régional, Patrick, chargé de mission plan climat, reconnaît le rôle décisif des réseaux

locaux dans le relais des informations auprès du grand public. Pour illustrer ces propos, il nous confie sa propre expérience. Dans le cadre du lancement du plan climat régional, des réunions publiques ont été programmées sur le territoire aquitain. À cette fin, dit-il :

« On s'est appuyé sur les agglomérations et les parcs naturels régionaux donc les réunions ont été co-organisées, ce qui nous permet aussi de nous appuyer sur leurs propres réseaux de mobilisation pour essayer d'avoir le plus de monde possible pour ces réunions ».

Toutefois, déplore-t-il, « ça a marché de façon assez aléatoire ». Patrick nous alerte alors sur l'importance de s'adresser aux « bons réseaux » pour obtenir les effets escomptés.

« On a eu des cas d'agglomérations très mobilisées qui ont joué le jeu, qui ont vraiment cherché à créer un événement sur leur site : certains ont proposé des affichages bus, tram, des campagnes radios, etc. À l'inverse, y a des agglomérations où [...] on n'a pas réussi à s'intégrer dans des systèmes de communication locaux. Les agglomérations, c'est une fausse bonne idée, car elles peuvent relayer l'information auprès des communes mais après si les communes, derrière, décident de pas s'y impliquer, ça bloquait ce relais finalement ».

Dans le même ordre d'idées, un de nos répondants note que le plus difficile par moments, c'est de trouver les « bons interlocuteurs » au sein des collectivités locales.

« On travaille en réseau beaucoup avec les chargés de mission Agenda 21 des différentes collectivités : communes, communautés de communes et tant qu'on peut avec les autres chargés de mission Agenda 21 du Conseil général, un peu moins avec la CUB parce qu'avec la CUB, [...] ce n'est pas forcément simple de savoir avec qui il faut travailler ».

En résumé, si les réseaux sont importants pour favoriser la mobilisation territoriale, la plupart de nos interlocuteurs reconnaissent aussi leurs limites.

« L'importance, ce n'est pas d'être dans tous les réseaux, c'est d'être dans les réseaux efficaces, c'est-à-dire par rapport à l'entreprise dans laquelle nous sommes, quelles sont les partenaires avec qui il faut que je sois pour pouvoir améliorer notre politique développement durable en interne et en externe », (Paul, délégué régional chargé du développement responsable à La Poste).

Réseautage comme impératif*Définition*

Nécessité pour les membres du Club climat de s'appuyer sur des relais locaux pour donner à leurs actions une large couverture à l'échelle territoriale.

Propriétés

- Collaboration avec les acteurs locaux ;
- Recherche des « bons interlocuteurs » ;
- Communication par réseautage.

Conditions d'existence

- Besoin de reconnaissance ;
- Peur de la disqualification.

La mobilisation territoriale sur le changement climatique comme principe de médiation

De manière unanime, nos interlocuteurs se positionnent en **médiateur du discours écologique à l'échelle locale**. Ainsi, Graines d'Aquitaine propose d'assurer la mise en relation entre les collectivités locales et les associations et inversement, afin de faciliter la coordination des actions dans le cadre de projets territoriaux. L'ADEME, à travers ses espaces infos-énergies, ambitionne de se rapprocher des particuliers pour leur proposer des solutions concrètes en matière de gestes écologiques. À La Poste, l'idée de médiation reste aussi présente.

« On a conduit un groupement d'achats de véhicules électriques multi-entreprises et aussi des collectivités. C'est La poste qui a conduit cette opération qui a permis de faire un achat de volumes important et du coup, intéresser un constructeur à développer des véhicules électriques. On est dans une politique où ce que l'on fait à La poste, sert à l'ensemble des parties prenantes externes que ce soit les entreprises ou les collectivités ».

Ainsi, si la mobilisation territoriale repose sur un principe d'association pour les communes, elle apparaît résolument pour cet échantillon comme un principe de médiation. La distinction est importante, car les deux termes ne recouvrent pas exactement les mêmes enjeux.

Principe de médiation*Définition*

Volonté d'établir le lien entre les différents acteurs locaux de la communication du discours écologique à l'échelle locale y compris les habitants.

Propriétés

- Questionnement sur la méthodologie à adopter ;
- Prise en compte des particularités de chaque acteur ;
- Volonté d'articuler les actions.

Conditions d'existence

- Désir de fédérer les acteurs locaux autour des mêmes objectifs.

Un télescopage des pratiques

Certains de nos répondants ont reconnu un **télescopage des pratiques** à l'échelle territoriale. Précisément, il s'agit de souligner l'enchevêtrement des logiques communicationnelles des différents acteurs locaux qui nuit fortement à la visibilité et lisibilité des actions. Damien, chargé de mission au SMEGREG témoigne :

« Il y a peut-être beaucoup d'informations sur le sujet provenant de différents acteurs qui ne sont pas forcément des informations centralisées. Le réseau existe, mais le travail en commun n'est pas facile entre les différents acteurs. J'imagine entre le niveau CUB, le niveau communal, le niveau collectivité eau potable, le niveau communauté de communes, le niveau syndicat d'eau communal, ce n'est pas forcément très clair pour les collectivités et même pour les personnes ».

D'ailleurs, pour aller dans ce sens, des interlocuteurs ont également observé une absence de coordination voire une mésentente entre les services de certaines collectivités qui travaillent pourtant sur des sujets similaires.

« Moi la principale difficulté que je vois, c'est que souvent au départ y a un élu qui est motivé, il y a un chef de projet, un chef d'équipe qui avancent et vont jusqu'à l'étape d'approbation du document, en général, ça ne cause pas de problème au niveau du vote. Une fois votée, c'est là que les difficultés commencent au niveau de la mise en œuvre. On s'aperçoit souvent que les autres services et les autres élus ne suivent pas forcément avec beaucoup d'enthousiasme. J'ai l'impression que c'est ce qui se passe. Sur la CUB, je ne sais pas. Mais, je commence à penser que le problème se pose, je l'ai vu sur d'autres collectivités ou des autres services ne se sentent pas concernées. [...]. Il y a des logiques techniques propres, même s'ils jouent le jeu au moment de l'élaboration du plan climat, mais quand il s'agit d'agir, de modifier leurs actions, là, les difficultés commencent ».

On assiste ainsi à une lutte pour la reconnaissance en interne qui vient s'ajouter à la lutte pour la reconnaissance à l'échelle territoriale. En outre, d'après les répondants, le télescopage des pratiques engendre une confusion auprès du grand public.

Télescopage des pratiques

Définition

Cacophonie discursive qui nuit à la lisibilité des pratiques en faveur de la lutte territoriale contre le changement climatique.

Propriétés

- Difficulté à repérer un interlocuteur au sein des collectivités locales ;
- Méésentente entre les différents services d'une organisation traitant des mêmes problématiques ;
- Enchevêtrement des actions qui crée une confusion auprès du public.

Conditions d'existence

- Besoin de reconnaissance.

La lutte pour la reconnaissance

Dans un contexte territorial marqué par le foisonnement de pratiques favorables à la lutte climatique, nos sondés ont signalé la difficulté et la volonté de se démarquer les uns des autres. Pierre, conseiller « Espace Info Energie » (EIE), dénonce la concurrence accrue des magasins de bricolage et d'Électricité De France (EDF) qui proposent des services payants quand il offre des services gratuits. Il justifie le succès de ses concurrents par les moyens de communication conséquents dont ils disposent en comparaison des siens. Pour des instances comme le CREPAQ et Graines d'Aquitaine, la quête de reconnaissance passe par la réponse à des appels d'offres sur les questions climatiques ; l'occasion pour elles, de mettre en exergue leur expertise au service des collectivités locales ou des pouvoirs publics. De plus, l'engouement pour cette activité traduit aussi, d'une certaine façon, la précarité de ces structures qui doivent mobiliser des ressources afin d'assurer leur survie financière. Du reste, un de nos répondants nous a confié que si la mise en place d'une action collective coordonnée était intéressante, il est obligatoire, de temps en temps, pour une organisation de mener une initiative en son nom propre.

Lutte pour la reconnaissance*Définition*

Besoin de voir ses actions valorisées et son expertise reconnue localement par le plus grand nombre.

Propriétés

- Mise en place d'actions spécifiques pour se démarquer ;
- Faire des offres de services ;
- Questionnement sur les pratiques à mettre en place.

Conditions d'existence

- Concurrence territoriale sur les questions climatiques.

La migration vers le numérique, pour une utilisation judicieuse

L'intégration des outils numériques dans les pratiques de communication est devenue, pour nos répondants, incontournable même s'ils ne partagent pas tous le même avis quant à ses modalités d'usages. Ainsi, à Cap sciences, le numérique constitue un des piliers de la communication afin d'attirer l'attention, d'intéresser et de convaincre le public à s'engager pour la lutte climatique. Dans ce cadre, le jeu ludique et pédagogique *clim'way* a été créé. Ce jeu de gestion, disponible en ligne permet de mettre en place, dans une ville virtuelle, des solutions susceptibles de limiter le réchauffement climatique (par exemple, en développant les énergies renouvelables). Pour notre interlocuteur, le numérique est un outil important, car il permet au public de mieux « visualiser » les impacts des phénomènes complexes tel le dérèglement climatique. Au Syndicat Mixte d'Études pour la Gestion de la Ressource en Eau en Gironde (SMEGREG), Damien nous fait part de ses ambitions :

« On essaye de réfléchir dans nos espaces économies d'eau, à comment on peut intégrer les tablettes avec des jeux quizz, avec de petites présentations qui montrent les dangers de la ressource en eau, parce [...] qu'on s'est dit que ça pourrait attirer les gens, petits et grands ; parce que les gens sont beaucoup attirés par ces outils, et c'est aussi un moyen de communication ».

Chez d'autres acteurs, l'utilisation du numérique est limitée aux espaces collaboratifs. Ces derniers apparaissent plus comme des lieux de stockage d'informations que d'interactions. Pointons aussi que pour quelques sondés, les technologies numériques même si elles présentent des potentialités à exploiter, elles ne remplacent guère les supports papiers : « *il faut le meilleur du papier et le meilleur du*

numérique ; souvent le mix des deux arrive à avoir une efficacité. [De plus, si l'on consulte certaines études, l'on se rend compte] que le numérique c'est beaucoup plus de carbone que le papier » (Paul, délégué régional chargé du développement responsable à La Poste). Pour abonder dans ce sens, Luc, chargé de mission « Aménagements durables, friches industrielles, Espaces Info-Energie » à l'ADEME, se confie :

« Je suis assez partagé, je trouve qu'il faut savoir utiliser tous les outils qui sont disponibles pour communiquer sur ces questions d'environnements. Néanmoins, je me demande si tous les nouveaux outils, les réseaux sociaux, je ne sais pas si en matière d'environnement, c'est une bonne idée de les utiliser. Parce que, je me rends compte que c'est des outils qui sont utilisés pour un but assez précis quand même : échanges d'informations, de contenus, ça reste quand même des outils assez futiles, je dois le reconnaître. Et l'utilité de ces outils, qui peuvent se démoder assez vite même s'il y a un engouement, pour véhiculer des messages un peu sérieux, je ne sais pas si c'est totalement adapté (...). C'est important pour faire passer les messages, mais on a tellement d'informations à faire passer avec ces nouveaux outils que généralement, c'est une information parmi d'autres ».

Au final, pour la plupart de nos enquêtés, les outils numériques s'ils sont incontournables dans le temps présent, la prudence reste donc de mise quant à leur utilisation.

Migration numérique

Définition

Tendance des acteurs à adopter les technologies du numérique pour stimuler leurs communications.

Propriétés

- Questionnement sur les outils à déployer ;
- Intention de s'inscrire dans une mouvance sociale numérique ;
- Vigilance dans les pratiques.

Conditions d'existence

- Désir de donner l'impulsion sur le territoire à une dynamique engageante autour des questions climatiques.

Nous allons procéder maintenant à un **examen phénoménologique** de nos notes d'observation et des premiers témoignages récoltés auprès de l'équipe de pilotage du projet « pionniers du climat ». « [C]et examen permet de dégager la trame principale des événements et des jugements rapportés ou observer, de reconstituer ce qui est diversement appelé le vécu des sujets, le point de vue des acteurs, la perspective des participants » (Paillé & Mucchielli, 2008, p. 89).

Précisément, dans les pages suivantes, il sera question de restituer la chronologie de la démarche « pionniers du climat » afin de fournir au lecteur une vision claire et concise de tous les paramètres de cette action. Cet exercice est indispensable dans la compréhension des logiques de la communication intercommunale en faveur de la lutte climatique.

I-2 La Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) et les « pionniers du climat »

I-2-a Rappel du contexte¹²⁸ et genèse du projet

La loi Grenelle 2 de l'Environnement (2010) incite les collectivités locales de plus de 50 000 habitants à réaliser un Plan Climat-Energie Territorial (PCET). Celui-ci est un programme d'actions qui définit, dans le cadre des compétences des instances ciblées, les mesures à prendre en matière d'atténuation et d'adaptation aux changements climatiques. Ainsi, la CUB, incarnation du territoire intercommunal, s'est dotée d'un Plan Climat. Dans ce document, figure un volet « mobilisation citoyenne » consacré à la promotion d'un mode de vie écologique à l'échelle communautaire. L. C., Vice-présidente de la CUB chargée du « Plan climat », nous rappelle les enjeux initiaux :

« Les objectifs étaient de créer une mobilisation citoyenne ; de trouver un dispositif qui soit assez large sur les comportements citoyens. [...], qu'il y ait un vrai volet participatif du plan climat parce qu'à une échelle intercommunale comme la CUB, ça reste souvent à une distance du citoyen [...]. Donc là, c'était qu'on ait le lien en direct avec le citoyen de la communauté urbaine, et aussi qu'on essaye d'avoir un dispositif qui crée l'effet boule de neige qui est en gros : je fais si tu fais, et si tu arrives à le faire pourquoi pas moi et ainsi de suite ».

Dit autrement, l'établissement public bordelais ambitionne de constituer un réseau social d'acteurs engagés qui stimule l'ensemble de la population du territoire à agir concrètement contre le changement climatique. Pour H. D., chef de projet « plan climat » de 2011 à la mi-2012, la finalité était également de « *placer la CUB en tant que*

¹²⁸ Cf. Chapitre I, sous-section III intitulée « La territorialisation du défi climatique, nouveaux enjeux, nouvelles perspectives pour la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) ».

chef de file « climat-énergie » sur le territoire communautaire puisque le département est le chef de file sur les agendas 21 ».

C'est dans ce contexte, que nous avons intégré le projet « pionniers du climat » par le biais du dispositif « Doctorant conseil » en 2011. Nous étions alors affiliée à la « **Direction du Développement Durable et de la Participation** ». Par suite, en collaboration avec ces deux interlocutrices, nous avons réfléchi au type de dispositif à mettre en œuvre. Dans cette perspective, d'avril 2011 à mai 2012, nous avons eu des échanges récurrents de courriels et des séances de travail consistant à définir les contours et les modalités de réalisation du projet. Tout d'abord, nous avons effectué un parangonnage des initiatives similaires, existantes à l'échelle nationale et européenne, en vue de nourrir la réflexion (*cf. Annexe 1*). Ainsi, l'initiative « Atelier climat » de Nantes Métropole a servi de point de départ. Dans le cadre de ce projet expérimental visant à « *mesurer les freins et les facteurs favorisant les changements d'habitude en faveur de l'environnement* »¹²⁹, un échantillon représentatif de 150 familles nantaises a été constitué. Ces ménages ont bénéficié, ensuite et pendant une année, d'un accompagnement pour les soutenir dans leurs efforts en faveur de pratiques écologiques quotidiennes. Donc, il était question d'adapter ce dispositif à l'agglomération bordelaise ; particulièrement, les interrogations tournaient autour des modalités de recrutement des volontaires à l'expérience ; des caractéristiques du dispositif ; de sa durée ; des outils d'évaluation ; de même, l'on s'interrogeait sur la manière de mobiliser, principalement, les communes et les associatifs du Club climat autour de la démarche. D'autre part, en juin 2011, la CUB lance la première réunion du Club climat destinée à la présentation du programme d'actions de son plan climat. À cette occasion, L. C. annonce une rencontre « **pionniers du climat** » pour la rentrée de septembre afin d'introduire une réflexion collective permettant de conforter l'idée. Elle évoque aussi brièvement notre rôle dans le projet en tant que doctorante en sciences de l'information et de la communication, justifiant ainsi notre présence aux futures réunions.

¹²⁹<http://www.nantesmetropole.fr/la-communaute-urbaine/competences/l-atelier-climat-28794.kjsp>

De plus, cette première phase de définition du projet a été rythmée par des rencontres avec les principaux acteurs internes impliqués dans la démarche à savoir : la « Direction de la participation » et la « Direction de la communication ». Ainsi, en septembre 2011, une réunion fut organisée avec K. M., directrice du développement durable et de la participation, H. D. et L. C.. Le but était de se mettre d'accord sur les objectifs du réseau « pionniers du climat » et de déterminer la stratégie à adopter pour concrétiser le dessein. De là, l'on opta pour le recrutement de cent foyers volontaires qui s'engageraient sur une année complète à adopter des comportements plus vertueux afin de réduire leurs consommations énergétiques et leurs émissions de gaz à effet de serre. Pour se démarquer de l'initiative nantaise, la CUB décide ne pas cibler uniquement les gestes écologiques

« qu'on peut faire dans son logement pour faire des économies d'énergies, mais d'essayer de prendre en compte tous les comportements avec le volet déplacement, mais aussi le volet consommation selon ce que l'on achète, ce que ça implique en termes d'énergie liées aux transports, etc. » (L. C.).

Il fut aussi acté qu'un **appel d'offres** serait lancé en vue de recruter un prestataire de services chargé du déploiement, de l'animation et de l'évaluation du dispositif.

Quelques mois plus tard, en janvier 2012, une autre réunion s'est tenue avec F. B., représentant de la direction de la communication, L. C. et H. D. afin d'évoquer, cette fois-ci, spécifiquement la stratégie de communication. Différentes questions furent soulevées à propos du rôle du service de communication : va-t-il assurer la promotion du dispositif (conception d'un plan de communication ; création des supports) ? Ou alors, la tâche sera-t-elle déléguée au prestataire, dans ce cas le rôle du service se limiterait strictement au pilotage ? Puis, la question de l'identité visuelle du projet fut sujette à discussion, F. B. suggère de réutiliser celle-là, déjà créée à l'occasion du lancement de la concertation sur le plan climat. En outre, l'on souligna l'importance d'associer la communication interne au projet en intégrant des agents de la CUB dans les cent familles « pionniers du climat » dans un souci d'exemplarité. La place des outils numériques dans le dispositif occupait également le débat. Plusieurs idées sont avancées : d'une part, la **création d'un réseau social**

numérique (sous la forme d'une plateforme web collaborative) et, d'autre part, le développement d'un « *serious game* » (jeu pédagogique et ludique) en collaboration avec Cap Sciences Bordeaux qui permettrait d'effectuer des simulations sur les impacts des pratiques non écologiques, et sur les solutions possibles pour les atténuer. Placé dans un environnement virtuel proche de son quotidien, la finalité est de favoriser chez l'habitant une meilleure prise de conscience des enjeux climatiques. Aussi, nous soumettons l'idée de mettre en place un protocole d'engagement à destination des membres du Club climat et des volontaires. Le document fixerait les modalités de collaboration entre les différents protagonistes du projet. Cette idée nous a été inspirée par les études en SIC sur la « communication engageante ET institutive » (Bernard, 2007), lesquelles démontrent que la signature d'une charte d'engagement favorise davantage l'implication dans l'action.

La seconde phase consistait, ensuite, à rédiger un **cahier des charges** pour l'appel d'offres, un exercice qui s'est avéré plus difficile que nous ne le pensions :

« On a eu des difficultés pour le cahier des charges, car on voulait quand même trouver un dispositif qui ne soit pas un dispositif artificiellement plaqué, l'idée, c'était de s'appuyer sur les communes ou des membres notamment associatifs du Club climat de la CUB pour aussi les mobiliser, valoriser les actions, et qu'on ait déjà l'effet boule de neige. Ce qui supposait d'avoir les orientations dans le cahier des charges tout en ayant suffisamment de liberté pour que les communes ou les autres partenaires fassent remonter des idées qu'on ajuste » (L. C.).

De plus, au cours de ce processus, la possibilité d'articuler les « pionniers du climat » avec le **projet « mille tablettes »** de la direction du numérique est évoquée. Le projet « mille tablettes » consiste à lancer sur le territoire de la CUB une opération visant, par la mise à disposition de tablettes numériques à mille habitants, à favoriser la participation citoyenne. L'objectif est de s'appuyer sur ces supports pour promouvoir, par exemple, la politique de développement durable de l'établissement public. Dans ce cadre, le cahier des charges stipule formellement au prestataire de penser une application compatible avec les tablettes et accessoirement avec les *smartphones*.

En résumé, dans ses grandes lignes directrices, le cahier des charges rappelle les enjeux et les objectifs de la démarche « pionniers du climat » et décrit précisément les besoins de la CUB. Il incombe au prestataire de concevoir un plan de communication ; par contre, la direction de la communication prend en charge la réalisation des supports et de la charte graphique. Il est également demandé un parangonnage des initiatives existantes à l'échelle communale afin de voir, comment elles pourraient s'articuler avec le dispositif « pionniers du climat ». La mobilisation territoriale est envisagée comme un principe d'association, d'autant plus que la mise en place d'un comité technique faisait partie des exigences de la CUB. Celui-ci est composé :

- d'un représentant du service participation de la direction du développement durable et de la participation,
- d'un représentant de la direction de la communication,
- d'un représentant de la direction de la communication interne,
- le cas échéant d'un représentant de la direction du numérique,
- d'un représentant de la direction de la logistique et du courrier,
- et de représentants des communes.

Une fois le cahier des charges rédigé, l'appel d'offres fut lancé en avril et la date de remise des propositions fixée au 31 mai 2012¹³⁰.

En résumé, entre la séquence de définition du projet « pionniers du climat » et la séquence de démarrage (lancement de l'appel d'offres), **un an et demi** se sont écoulés. En effet, si initialement, le lancement de l'opération était prévu pour septembre 2011, au fil du temps, l'on s'est rendu compte que ce délai n'était pas raisonnable. L'immersion au sein de l'établissement public bordelais a bouleversé ainsi la vision sans doute quelque peu rapide que nous avions du fonctionnement des collectivités locales. Nous pensions que l'engagement de L. C., élue en charge du plan climat, suffirait à garantir la mise à disposition des ressources matérielles et

¹³⁰ Dans le même temps, nous apprenons que H. D. ne s'occupe plus du dossier plan climat, une nouvelle chef de projet intègre la démarche : J. R.

humaines nécessaires à la mise en œuvre du projet. L'expérience nous a fortement prouvé le contraire, il y a de nombreux intermédiaires à convoquer pour passer de l'idée de la mobilisation autour du plan climat à la phase opérationnelle. À ce propos, J. R., chef de projet « pionniers du climat » depuis la mi-mai 2012, reconnaît que la multiplicité des interlocuteurs « *rend difficile la mise en œuvre d'un tel projet* » :

« C'est qu'il y a énormément d'acteurs impliqués aussi bien en interne qu'en externe ; et du coup en interne, il y a pas mal de directions différents qui travaillent dans le projet. Il y a la direction du numérique, la direction de la communication avec dans la direction de la communication : l'aspect développement durable et la cellule web, [...] ça fait deux services. Il y a la communication interne, [...] il y a la direction de la logistique, [...] la direction des services informatiques, tout le monde participe au projet « pionniers du climat », tout le monde est au courant, ça fait beaucoup de monde. Et du coup, les problèmes peuvent être multiples et toucher tous ces domaines ».

À cela s'ajoutent, la nécessité d'une articulation avec les cadres réglementaires (par exemple, le lancement de l'appel d'offres répond à une réglementation rigoureuse), et la prise en compte de l'imprévisibilité et de l'incertitude dans les différentes étapes.

1-2-b Déploiement du projet

Suite à la réception des réponses à l'appel d'offres, nous avons rencontré, pour la première fois, J. R. en juin 2012 afin d'étudier les propositions. Le groupement Presqu'île, CREPAQ et ONE BLOOD remporte le marché. Le 2 juillet, nous recevons une invitation à une réunion du « Club climat », la présentation de l'initiative « pionniers du climat » est inscrite à l'ordre du jour.

Rappel de l'ordre du jour

- Prise de connaissance et échanges autour de l'état des lieux des actions « climat énergie » de la CUB en vue de l'obtention de la labellisation Cit'ergie.
- Informations sur la genèse de deux projets :
 - ✓ **les « pionniers du climat » ;**
 - ✓ le projet innovant relatif à la « réhabilitation énergétique en maison individuelle » : un concours visant à récompenser des projets exemplaires de réhabilitation énergétique en maison individuelle.

Tableau 4. Ordre du jour de la réunion « Club climat » de la CUB le 2/07/12, documents personnels.

À la lecture de ce programme, il nous semble que les deux dispositifs sont redondants et gagneraient peut-être en lisibilité s'ils étaient fusionnés. Nous notons la présence d'une quarantaine de personnes à la réunion, cela traduit, selon nous, l'intérêt des membres du Club climat pour les activités communautaires. La mobilisation autour de l'opération « pionniers du climat » nous semble prometteur. Par ailleurs, visiblement, la quête de légitimité de la CUB est beaucoup plus prégnante que nous ne l'avions pressentie. En effet, de façon consciente ou inconsciente, le discours de l'élue ce jour-là, était axée sur le besoin de reconnaissance et la valorisation des actions de la CUB à l'échelle européenne avec le label Citer'gie¹³¹. L'obtention de ce label nous paraît être alors un moyen pour la CUB d'affirmer ses ambitions de métropolisation face à la concurrence de la ville-centre Bordeaux. Du reste, à la présentation succincte des enjeux du projet « pionniers du climat », le nombre de familles volontaires fait débat parce que jugé insuffisant pour une initiative communautaire.

À la sortie de cette réunion, notre sentiment est mitigé, nous avons senti une tension entre les communes et la CUB. Finalement, la mobilisation autour d'une action collective territoriale coordonnée ne sera pas une tâche aisée.

Un mois après, la **réunion de cadrage** « pionniers du climat » se tient en présence des prestataires recrutés ; d'un représentant de la direction du numérique ; d'un représentant de la direction du développement durable et de la participation ; d'un représentant de la direction de la communication ; de la chef de projet « pionniers du climat » et du webmaster. L'objectif était de faire le point sur la démarche avant de présenter officiellement le dispositif aux communes. Les prestataires ouvrent la séance en expliquant le concept de « **tribus du climat** » qu'ils ont pensé pour favoriser la mobilisation citoyenne autour du plan climat de la CUB.

Les cent foyers volontaires sont répartis en dix tribus du climat afin d'expérimenter des gestes écologiques quotidiens visant la réduction de leur émission de gaz à effet de serre. Chaque tribu est formée par dix pionniers et leurs familles, et bénéficie d'un

¹³¹ Pour une présentation de cette démarche, cf. chapitre I, sous-section III.

accompagnement assuré par les services de la CUB, les prestataires et les partenaires de la CUB (autres membres du Club climat¹³²). Au sein de ces tribus, un coach est désigné par ses membres et bénéficie d'une formation singulière. La symbolique du vent comme « *dynamique de changement* » est convoquée pour nommer les tribus afin de favoriser le sentiment d'appartenance, de même un emblème est créé pour chaque tribu (cf. figure 8).

Pour soutenir ce dispositif, l'on mise sur une « **plateforme web collaborative et interactive** ». On y trouverait : « des portraits des pionniers », « un système de géolocalisation des tribus », « un forum sécurisé pour les membres des tribus », « un forum public offrant la possibilité d'échanger et de soutenir les tribus », « un annuaire des acteurs du territoire et des partenaires du dispositif », « un lien vers un logiciel libre de suivi des impacts », « un flux RSS et des liens vers les réseaux sociaux » (*facebook, twitter*), etc.. Nous notons que les outils numériques sont intégrés entièrement au processus de structuration de l'action afin de dynamiser la communication intercommunale.

Par ailleurs, soucieux de donner à la communication autour du projet une efficacité optimale, les prestataires envisagent également l'administration d'un questionnaire aux communes pour identifier leurs réseaux de communication. La chef de projet « plan climat » indique qu'un courrier officiel signé par le président de la



Figure 8. Emblèmes des tribus « pionniers du climat » de la CUB.

CUB sera envoyé aux communes pour solliciter leur collaboration. Tout le monde acquiesce l'importance d'impliquer les communes dans la phase de sélection des familles. Sur ce sujet, nous signalons à l'auditoire que notre expérience du terrain

¹³² Par exemple, il s'agit de prévoir des interventions d'un conseiller info-énergie à domicile pour initier les familles aux économies d'énergie.

montre, qu'au sein des communes, il n'y a pas toujours d'interlocuteurs identifiés pour traiter des questions climatiques ; et que la liste du Club climat dont nous disposons (laquelle fut récupérée par l'intermédiaire de H. D.) n'est pas à jour. Nous écoutons attentivement la suite des échanges, et remarquons que la question du budget est délicate. Il semble que le montant des ressources allouées à la mise en place du dispositif n'est pas clairement défini. À partir de là, nous nous demandons si la stratégie de communication imaginée par les prestataires peut être appliquée dans sa globalité. Nous avons l'intuition que des concessions seront inévitables.

En résumé, nous retenons de cette rencontre que le principal frein de la CUB, dans la mise en place du projet, est lié aux questions de temporalités. Celles-ci semblent être définitivement corrélées à la volonté politique. En outre, l'articulation de l'opération « mille tablette » avec les « pionniers du climat », si au départ l'idée nous paraissait très intéressante, nous nous interrogeons sur sa pertinence. Existe-t-il une réelle stratégie ou est-ce une question d'opportunité ?

I-2-c La communication autour du projet

Le 13 septembre, les communes sont conviées à la CUB pour une présentation du dispositif « pionniers du climat » en présence des prestataires, de la directrice de la participation et du développement durable et de la chef de projet « pionniers du climat », l'élue s'étant excusée. **Dix communes sur vingt-sept** sont présentes.

L'intitulé de l'exposé : « *Les Pionniers du climat, réunion de présentation et de co-construction de la démarche* » donne le ton. Après avoir précisé les objectifs du projet, les prestataires insistent sur le fait que la CUB est dans une logique de mobilisation de réseaux pour donner à son action les effets souhaités. C'est pourquoi, le rôle des communes est estimé très important. Puis, le concept « tribu du climat » et le plan de communication sont détaillés. Celui-ci est scindé en trois étapes.

La première étape (mi-octobre à mi-novembre) est celle du recrutement des candidats. La coopération des communes et des partenaires (autres membres du Club climat) est fortement requise à ce stade. La **mise à disposition d'un kit de**

communication pour relayer l'appel à volontariat est prévue pour la mi-octobre. En parallèle, une campagne de promotion du dispositif est envisagée (affichage réseau Tram et Bus de la CUB-TBC, relais de l'information sur le site de la CUB et sur les supports de communication de la CUB et des partenaires, spots radio, etc.). Un formulaire d'inscription en ligne et un numéro de téléphone permettront aux personnes intéressées de faire acte de candidature. Afin d'obtenir une certaine homogénéité au sein des tribus, l'équipe veillera à ce que l'échantillon soit représentatif.

La deuxième étape (mi-novembre à mi-décembre) concerne l'implication des candidats et des partenaires dans le processus d'élaboration des tribus. Il s'agit de valoriser et de favoriser le sentiment d'appartenance des volontaires en les incitant à trouver un slogan pour leur tribu ; également, l'objectif est de miser sur une communication virale axée sur la promotion des tribus.

La troisième et dernière étape (mi-décembre à fin 2013), repose sur l'animation des outils de communication. Pour les prestataires, le but est d'« *impulser une dynamique fédératrice catalysée par une stratégie marketing virale et tribale, une animation encourageant l'organisation de challenges participatifs et d'évènements incitatifs* ». En d'autres termes, il s'agit de « *communiquer tout au long de la démarche en valorisant les participants et leurs tribus respectives* » ; stimuler la création et le relais de contenus pour la plate-forme web ; diffuser des portraits, interviews, retours et partages d'expériences, bilans, lancement et résultats des challenges, etc..

À la fin de l'exposé, nous sentons un malaise dans la salle, les communes critiquent la méthodologie de recrutement des familles. Elles se demandent « *pourquoi seulement cent familles quand de nombreux foyers sont d'ores et déjà impliqués dans des démarches de participation autour du développement durable dans chaque commune* » ? Elles ironisent sur le fait qu'à l'échelle communale, elles trouvent facilement une centaine de candidats pour leurs actions. Ou encore, elles s'interrogent sur l'application des critères de recrutement, lesquels, selon elles, risquent de « *de stigmatiser certains foyers ne disposant pas de grandes marges de manœuvre* » ? De même, les communes

s'inquiètent du risque d'enchevêtrement des dispositifs à direction des citoyens. « *Comment la démarche va-t-elle s'articuler avec l'ensemble des démarches similaires existantes, telles que « Familles à Énergie Positive » de la ville de Bordeaux, les « Négawatt » à Blanquefort, etc. ?* ». Les chargés de mission présents, déplorent aussi les délais raccourcis, le relais des actions de communication autour des « pionniers du climat » semble donc compromis. En effet, certaines personnes font remarquer que les journaux municipaux sont déjà « bouclés » un à deux mois avant leur date de parution. En outre, elles notent la nécessité d'obtenir une validation politique avant de se prononcer sur leur participation dans le projet. Étant donné que le dispositif s'étale sur une année, les communes rappellent l'obligation légale interdisant la communication territoriale les mois précédant une période électorale (elles font référence ici aux élections municipales de mars 2014). Dans le cas contraire, cette communication risque d'être assimilée à de la communication politique.

À la fin de la réunion, les prestataires s'engagent à envoyer aux communes :

- un tableau à compléter afin de répertorier les initiatives existantes à l'échelon communal et penser l'articulation des dispositifs ;
- et une note présentant le projet. Les communes pourront, par la suite, confirmer ou infirmer leur participation active. Il est rappelé que cette collaboration repose uniquement sur le volontariat, outre le recrutement, elle pourra concerner l'animation du dispositif et la valorisation des familles engagées et du territoire concerné tout au long du processus.

Cette rencontre a été très tendue, la présentation a tourné à la confrontation. Les communes ne semblent pas très réceptives aux sollicitations de la CUB, malgré une volonté manifeste de cette dernière de les impliquer dans le projet. Le plan de communication soumis par les prestataires, en définissant les paramètres d'intervention des communes, en témoigne. Nous avons la sensation qu'il n'y pas vraiment de sentiment d'appartenance à l'intercommunalité, dans ces conditions, nous sommes perplexe quant à une action collective territoriale coordonnée autour

des « pionniers du climat ». En même temps, la participation des communes à cette réunion nous rend optimiste quant à une éventuelle issue favorable à la démarche.

Par ailleurs, une **seconde réunion** de présentation a été organisée le 14 septembre à direction des **partenaires socioéconomiques, institutionnels et administratifs de la CUB**. Cette fois ci, L. C. a pris part aux débats. **Onze partenaires** ont répondu présents. Le compte rendu établi par les prestataires révèle les différentes interrogations, notamment en ce qui concerne l'animation du dispositif, la méthode de recrutement et les modalités de collaboration. Ainsi, certains se sont demandés si « *l'esprit ludique et convivial* » revendiqué par les prestataires ne risquait pas de « *nuire à la démarche en lui donnant un aspect « folklorique », lequel est jugé « pas suffisamment sérieux pour aborder le thème du dérèglement climatique* ». À cela, les prestataires répondent que « *l'aspect ludique* » compense « *la rigueur du dispositif* ». En effet, par « *l'utilisation d'un ton léger dans la communication* », l'ambition est de « *toucher un public plus large* ». D'autres protagonistes, pour leur part, ont émis des doutes quant à fiabilité des résultats de l'expérience, étant donné que le critère du volontariat fait écho à celui de la motivation ; ils supposent que ce sont des personnes déjà engagées sur les questions environnementales qui vont adhérer le plus au dispositif. Pour contourner cet écueil, les prestataires misent sur la coopération des communes « *pour cibler des personnes éloignées de ce type de dispositif* ». S'agissant des modalités de collaboration, les prestataires ont clairement exprimé leurs attentes :

« Le rôle des partenaires socio-économiques de la CUB et, *a fortiori*, des membres du Club climat, est central. Nous souhaitons en effet construire le dispositif d'animation en valorisant les acteurs localement engagés. L'ensemble des actions que vous menez sont à même de constituer des outils de sensibilisation potentiels, des challenges à lancer aux Tribus, des exemples de bonnes pratiques, etc. Vous êtes également invités à participer aux réunions plénières afin de présenter vos activités. Vous pourriez également tenir un rôle actif pour l'animation des ateliers de coaching, la mise à disposition de moyens, d'outils, etc. La CUB va mobiliser des fonds (à définir) pour que les pionniers aient accès à certains dispositifs (matériels, stages, abonnements, etc.). Par ailleurs, la plate-forme sera une vitrine pour l'ensemble des partenaires ;

[vos] structures et actions y seront présentées et [vous êtes invités] à y participer activement en diffusant conseils et informations »¹³³.

Cette rencontre s'est déroulée dans un environnement plus serein que la veille avec les communes.

Quelques jours plus tard (le 11 octobre), les membres du Club climat reçoivent un mail de la chef de projet « plan climat » leur annonçant le lancement de la campagne de recrutement des familles avec la diffusion du journal de la CUB. Le 22 octobre, une relance incite les partenaires à relayer l'information auprès de leurs réseaux. Le 25 octobre, le comité technique est convoqué pour faire le point sur l'état d'avancement des recrutements et de l'opération. Suite à la **clôture de l'appel à candidature** le 15 novembre ; le 22 novembre, les communes reçoivent un mail de remerciements. On apprend alors qu'il y a eu **194 candidatures pour 23 communes**. De là, les prestataires effectuent leur échantillonnage pour sélectionner les cent familles représentatives des habitants de l'agglomération bordelaise. La réunion « **plénière de lancement** » de la démarche s'est tenue le 7 décembre en présence du président de la CUB.

Somme toute, la posture de « doctorante-Conseil » occupée au sein de l'institution nous a imposé dans un premier temps, de nous adapter à la réalité du terrain. *Primo*, l'intitulé « Doctorant-conseil » est paru flou pour nos interlocuteurs. En effet, on nous présentait parfois comme étant « stagiaire » d'autres fois « doctorante », il nous fallut préciser que nous étions « doctorante-conseil », c'est-à-dire que notre priorité était de mener une investigation scientifique tout en étant force de proposition dans le projet ; et de poursuivre, en mettant en avant notre formation professionnelle en communication organisationnelle pour justifier la pertinence de nos propos. Du reste, notre présence ponctuelle au sein des locaux, déterminée par la convention, a favorisé la prise de recul. *Secundo*, nous avons changé trois fois d'interlocuteurs au sein de l'établissement avec la « rotation » des chefs de projet sur la démarche « pionniers du climat », il fallait donc à chaque fois s'adapter à la situation et

¹³³ Extrait du compte rendu produit par les prestataires à la suite de la première réunion de cadrage.

repréciser les contours de notre mission. *Tertio*, nous retenons que le passage du « *pro* » au « *jet* » (Boutinet, 1998) de la démarche « pionniers du climat », n'a pas été aussi évident que nous ne le pensions. Ces deux registres d'action différents se sont souvent confondus dans les discours de nos interlocuteurs avec une préoccupation pour la gestion du temps de l'action et l'obtention de résultats quantifiables.

À présent, nous allons voir comment cette tentative de la CUB de mettre en place une action collective territoriale coordonnée a été perçue par les communes, les partenaires de la CUB et par l'équipe de pilotage du projet.

Sous-section II. Quels échos du projet « pionniers du climat » ?

Dans cette seconde section, nous allons traiter de la perception de la démarche « pionniers du climat » par ceux-là mêmes sur qui elle est censée se reposer, notamment les membres du Club climat (communes et partenaires de la CUB). Aussi, nous mettrons la focale sur la manière dont l'équipe de pilotage du projet a appréhendé sa mission. Pour structurer le résultat de nos entrevues, nous nous appuierons d'abord sur notre question spécifique de recherche, en essayant de voir quel rôle ont joué les **cadres, les réseaux et les pratiques de communication dans la mise en place de cette action collective**. Du reste, précisons que pour assurer à nos répondants la confidentialité de leurs propos, contrairement aux paragraphes précédents, ici nous ne déclinons pas leur identité.

II-1 Les cadres

Il s'agit de voir comment la démarche adoptée par la CUB pour rechercher un consensus autour de son projet de mobilisation territoriale, a été accueillie ; mais aussi de mettre en exergue les relations complexes entre la CUB et ses communes face aux enjeux de l'opération « pionniers du climat ».

II-1-a Un sentiment de frustration

La plupart des personnes sondées, pour l'essentiel au sein des communes, ont fait part de leur *mécontentement* à l'égard de l'initiative « pionniers du climat ». D'ailleurs, du côté de la CUB, l'on reconnaît que l'accueil fut « *plutôt mitigé, [...] c'est du cas par cas, puisqu'il y a certaines communes qui ont déjà lancé des initiatives, des démarches un peu similaires et du coup, elles avaient quelques inquiétudes* ». En effet, les communes ont eu la sensation que la Communauté Urbaine de Bordeaux ne leur a pas laissé une marge de manœuvre suffisante pour intégrer la démarche :

« Bon, [la CUB] s'est dit voilà, on va mettre en place ça, mais sauf que le problème, c'est qu'elle ne pose pas la question : si les communes ont déjà mis en place ce type d'action dans leur commune. [...]. Ils ont fait pour les « pionniers du climat » une réunion de concertation, la réunion concertation a été de nous présenter les prestataires du marché, le choix des candidats était déjà fait, le projet déjà monté donc, nous nous ne pouvions rien modifier ».

Le problème, selon elles, « *c'est que la CUB ne prend pas en compte* » leurs pratiques territoriales, d'où le sentiment d'avoir une action imposée : « *on doit appliquer ce que la CUB nous demande, on n'est pas dans les principes du développement durable, de participation et d'échanges* », déplore un enquêté. Un constat partagé par un autre répondant qui avance la chose suivante : « *les pionniers au niveau communication, il n'y a pas vraiment eu de dispositif particulier pour nous associer, [...] la communication n'a pas été extraordinaire* », conclut-il. Au-delà de ces propos, les critiques tournent autour du concept développé et de la méthodologie de recrutement des familles. Précisément, un de nos interlocuteurs, nous a fait part de son impression d'avoir une identité territoriale tronquée :

« Moi, j'ai été particulièrement déçu. C'est qu'à la CUB dès qu'il y a un processus, agenda 21, plan climat, etc.. À chaque fois, on a l'impression d'être dans quelque chose qui se veut innovant ; et quand il s'agit d'innover, on s'attache à quelque chose qui s'est fait ailleurs. [...]. Y a pas de sentiment d'apporter quelque chose de nouveau, d'être dans un processus créatif ».

Il critique ainsi le concept « pionniers du climat » inspiré par Nantes Métropole. Pour lui, la CUB ne mène pas d'efforts pour adapter ses actions à son territoire, elle se limite exclusivement à plaquer des dispositifs existants ailleurs, lesquels sont

considérés comme étant « *hors-sol* ». Un autre interrogé renchérit en déclarant que « *les actions de la CUB se veulent communautaires mais en réalité, elles ne le sont pas* ». Concernant le choix de l'échantillonnage, nos répondants déclarent avoir eu « *peur que les gens soient frustrés, vu que la CUB a décidé de prendre en compte que cent personnes sur l'ensemble du territoire* ». Un chiffre jugé insignifiant pour légitimer la démarche. Cette frustration traduit, également, un besoin de reconnaissance des communes, lesquelles revendiquent le rôle d'interlocutrices privilégiées avec la population.

Chez les autres partenaires de la CUB (acteurs socioéconomiques, entreprises, associations, etc.), le projet n'a pas réellement suscité de critiques, mais on ne peut pas non plus affirmer qu'il y ait un réel engouement. Un de nos interlocuteurs témoigne : « *moi je trouve qu'on a pas un rôle hyperactif parce que c'est une action de la CUB, on est invité aux réunions d'avancement, c'est très bien [...], ça nous suffit* ». Un avis partagé par un autre enquêté :

« *J'ai assisté à deux réunions, mais le projet était déjà lancé. La CUB nous a approchés parce qu'il y a le CREPAQ qui travaille sur l'action « pionniers du climat ». Notre implication dans ce projet, c'est assez ponctuel [...]. Après on n'est pas impliqué plus que ça ; [...] y a pas forcément obligation de nous impliquer plus que ça dans le projet* ».

En résumé, comme le souligne un des prestataires :

« *On a l'impression que les communes n'étaient pas très volontaires pour se mobiliser [...]. Visiblement, il y a un problème de collaboration entre la CUB et les communes [...]. A priori, les communes ont le sentiment que les ordres viennent d'en haut et qu'elles subissent à un moment donné, et que ce n'est pas assez mis en synergie avec leurs propres actions sur le terrain. Aussi, je pense que c'est dû au fait, que le projet des « pionniers du climat » de la CUB, il n'est pas politiquement très porté, et du coup forcément, si on fait appel à la bonne volonté des chargés de mission, plan climat ou Agenda 21 des communes, ça fonctionne pas trop* ».

Sentiment de frustration*Définition*

Impression de ne pas être intégrée à la démarche « pionniers du climat » pilotée par la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB).

Propriétés

- Critique de la méthodologie de recrutement ;
- Critique du concept « pionniers du climat » ;
- Remise en cause de la légitimité de la CUB à assurer une telle démarche.

Conditions d'existence

- Besoin de reconnaissance.

II-1-b Un modelage nécessaire

Le modelage des actions menées en faveur des « pionniers du climat » est apparu incontournable à trois niveaux (CUB ; membres du Club climat ; prestataires) pour donner à la communication une efficacité optimale. D'abord, à l'échelle de la CUB, le modelage renvoie à la quête d'une cohésion en interne. Il est question de créer un climat organisationnel favorable au projet. En outre, l'activité traduit une volonté d'associer les communes au processus de structuration de l'action :

« Comme je vous le disais, on a essayé de garder un espace de finalisation puisque le prestataire qu'on retenait, au début de sa mission, devait nous aider de toute façon à refaire le tour des dispositifs existants comparables. C'est ce qu'on appelle le *benchmarking* [...]. Ça, ça faisait partie de la mission du prestataire : de peser les avantages et les inconvénients, de voir aussi avec ce qui existait sur le territoire, parce qu'il y avait des initiatives qui existaient sur le territoire comme à Pessac avec les ateliers Eco-Homes, à Blanquefort où l'idée était plutôt de s'appuyer sur le site « Le climat entre nos mains » [...] ».

L'idée était, en leur soumettant la « *première version provisoire du dispositif* » présentée lors de la réunion de cadrage, de récolter les avis afin de « réorienter », « faire des ajustements » et « surtout voir comment » la collaboration était possible avec ces communes. Toutefois, un de nos interlocuteurs à la CUB avoue que la tâche ne fut pas aisée : « *Ce n'était pas évident, on a eu peu de retour de leur part, puisqu'elles n'ont pas forcément le temps de s'investir dans ce projet, elles mènent plusieurs missions de front. [...]* ». En effet, pour les communes, la démarche « pionniers du climat » n'a pas fait l'objet d'un modelage suffisant. D'autant plus que le télescopage des pratiques fut l'un des arguments avancés par les différents protagonistes pour expliciter les

réticences au projet. Ainsi, du côté des chargés de mission, on reconnaît que « *c'est pas de chance* », parce que le dispositif de la CUB est « *venu en contrepoids, en surépaisseur* » avec ce qui existait dans certaines communes. Cette redondance des actions génère, d'après elles, une perte de repères chez les habitants. Parallèlement, les acteurs de la CUB sont bien conscients des limites de leur action :

« Les communes étaient mécontentes parce qu'on venait les solliciter pour les pionniers, et ensuite on les sollicitait pour l'action des composteurs, ou on les sollicite pour autres choses dans le cadre des plans déchets donc elles reprochent à la CUB finalement de pas arriver à avoir une gestion suffisamment transversale de ses projets, et de reporter la charge de travail sur les chargés de mission agenda 21 ».

Ainsi donc, la plupart des communes consultées ont évoqué systématiquement leurs exaspérations face à la superposition des « pionniers du climat » avec l'action « 15 000 composteurs » de la CUB. Celle-ci consistait à offrir aux habitants de l'intercommunalité des composteurs¹³⁴ afin d'encourager une pratique écologique régulière. Plus spécifiquement, les enquêtés ont mentionné une cacophonie discursive autour de cette initiative marquée par la diffusion d'informations contradictoires. Nous avons même eu le cas d'un répondant qui croyait que la distribution des 15 000 composteurs s'effectuait dans le cadre des « pionniers du climat » : « *je ne sais pas si vous avez eu écho des pionniers du climat ? Les composteurs qu'ils ont distribués [...]* ».

À l'inverse, pour les autres membres du Club climat, ce télescopage des pratiques n'est « *pas forcément gênant* », dès le moment où les règles du jeu sont fixées.

« Donc voilà, on connaissait un peu l'action, et dès que la CUB a souhaité lancé l'action, ils sont venus nous voir pour qu'on participe aussi dans le cadre d'un petit comité de pilotage qu'ils avaient monté. Ce qui était un peu dommage, c'est que nous aussi on souhaitait lancer [le projet X] donc les opérations ce sont un peu télescopées. C'est pour ça qu'on s'est mis d'accord tout de suite sur une chose : c'est que nous on lancerait [le projet X] dans la région, mais hors CUB, de façon à laisser le soin à la CUB d'avoir sa propre action à direction des collectivités de la CUB. [Voilà pourquoi] avec la CUB on se voit régulièrement, on s'invite à nos réunions d'avancement de

¹³⁴ Un composteur « est un contenant en bois ou plastique avec un couvercle qui doit être placé sur un sol naturel (dans un jardin). Il permet de transformer les déchets en compost, un engrais naturel proche du terreau et respectueux de l'environnement. C'est également un moyen d'alléger le poids des poubelles et de valoriser certains les déchets », consulté le 29/03/13 au <http://www.lacub.fr/gestion-des-dechets/composteurs>.

façon à voir l'an prochain, comment on pourrait avoir une action commune sur ces questions de mobilisation des citoyens par rapport au climat ».

Au niveau des prestataires, un de nos enquêtés note l'importance de s'adapter à la réalité organisationnelle pour mener à bien la mission confiée : « *disons, que c'est un premier projet avec la CUB, on apprend aussi de leur fonctionnement, on observe, on apprend, on découvre. On est parti avec notre idée en tête, on est parti avec notre scénario, notre stratégie, après faut réussir à l'adapter à la collectivité* ». De fait, cet interrogé met l'accent sur les spécificités de la communication territoriale et sur le décalage entre la théorie et la pratique professionnelle de la communication. Par ailleurs, comme le souligne un autre interlocuteur, le principal enjeu du projet consistait à « *viser l'appropriation dès le départ* ». . Rappelons que les objectifs affichés étaient les suivants : « *mobiliser et fédérer les acteurs en un réseau-ressource d'actions en faveur du climat* » et « *favoriser la complémentarité entre l'existant et la nouvelle démarche* ». Dans le même temps, ce dernier manifeste son incertitude : « *Je ne suis pas sure qu'il y aurait meilleur résultat tout en vous disant ça* ». Ces derniers propos mettent en relief toute la complexité de mettre en place une action collective coordonnée au sein du territoire communautaire.

Modelage nécessaire

Définition

Action utile pour faire du projet « pionniers du climat » un succès.

Propriétés

- Transformer les réticences en actions favorables ;
- Positionnement du projet en fonction des attentes des partenaires de la CUB ;
- Volonté d'articuler des actions de communication de la CUB avec celle des membres du Club climat notamment les communes.

Conditions d'existence

- Pratiques communicationnelles composites

II-1-c Une antinomie structurelle

Nous avons observé lors de nos entretiens que les relations CUB/communes sont marquées par des contradictions. D'une part, les communes reprochent à la CUB de ne pas prendre en compte leurs singularités et dans le même temps, elles restent passives quand l'établissement réalise des initiatives en ce sens.

« Les communes auraient souhaité être associées, j'ai l'impression, plus en amont du projet mais, en même temps quand on les sollicite pour donner leur avis sur des documents, participer aux réunions, etc., elles ne sont pas toujours disponibles. C'est difficile de trouver le juste milieu pour les impliquer, les mobiliser ».

De plus, suite à la réunion de présentation de la démarche aux communes, l'AMO avait soumis aux communes un tableau pré-rempli afin de répertorier les initiatives existantes au sein de leurs territoires sans véritable succès. Cependant, malgré les critiques, les communes ont relayé la campagne de recrutement des cent familles volontaires.

De l'autre côté, si la CUB affirme son intention d'inclure principalement les communes dans sa démarche ; quand bien même ses actions tendent à favoriser, en premier lieu, sa reconnaissance en tant qu'établissement public pouvant exister distinctement des communes qui la composent. De fait, l'instance est partagée entre ses ambitions (se positionner comme une figure incontournable du paysage local) ; et l'obligation normative, fixée dans ses statuts, de mise en exergue des politiques communales.

« Je pense que les communes voulaient que leurs dispositifs servent de base [aux pionniers du climat] [...]. En même temps, à partir du moment où on recrutait un prestataire, il fallait qu'on ait des orientations dans le cahier des charges, moi je trouve qu'on avait laissé un espace de liberté. Après, c'est vrai qu'on avait des objectifs qui n'étaient pas justes ceux du type d'ateliers qui se faisaient sur Pessac, Blanquefort pour nommer ces communes. Donc, on voulait vraiment malgré tout, faire autre chose, fabriquer un dispositif sur mesure ». (L. C., vice-présidente en charge de la concertation et du plan climat à la CUB).

Le paradoxe est que, comme le déclare un des membres du Club climat,

« c'est clair que toute seule [la CUB] ne peut pas lutter contre le changement climatique, il faut qu'elle travaille avec les habitants du territoire, les entreprises du territoire, les collectivités locales. Elle a des compétences, des moyens, mais toute seule, c'est pas possible ».

Sauf que dans cette entreprise, l'instance se heurte à la réticence de la plupart des communes, lesquelles prennent pour de « **l'ingérence** » sa décision de cibler les habitants du territoire communautaire dans sa politique de lutte contre le changement climatique. Une situation d'autant plus ambivalente qu'au sein de la CUB, on reconnaît volontiers que l'établissement n'a pas vocation à établir un contact

direct avec les habitants : « à la CUB, on n'accueille pas de citoyens dans nos locaux comme peuvent le faire les mairies. [...] Nous c'est plutôt, les usagers vis-à-vis du service rendu comme la collecte des déchets, les transports en communs ». Indubitablement, nous sommes face à un problème structurel ; d'ailleurs, un des membres de l'équipe de pilotage partage cette analyse. Interrogé sur les contraintes rencontrées dans le cadre de son travail, il justifie la difficulté à mobiliser les communes autour de la CUB :

« Je pense que c'est structurel, je pense que c'est lié au fonctionnement des intercommunalités en France qui sont un échelon de légitimité indirect avec encore des prérogatives fortes à l'échelle municipale. Donc, il y a un peu concurrence, une concurrence qui n'est pas toujours dite mais qui est bien connue. [...] Je pense que ça, c'est le premier obstacle, après, est-ce que c'est pire sur une politique de développement durable que sur d'autres sujets, c'est possible, parce que de toute façon, la mobilisation sur les sujets du développement durable est difficile, il y a des sujets qui sont plus porteurs que d'autres ».

Antinomie structurelle

Définition

Attitude contradictoire de la CUB et des communes face aux enjeux de mobilisation communautaire autour des « pionniers du climat ».

Propriétés

- Volonté affichée de prendre part ou de conduire une action collective coordonnée ;
- Limitation de l'engagement voire désintéressement ;
- Passivité face aux sollicitations.

Conditions d'existence

- Besoin de reconnaissance ;
- Pratiques communicationnelles composites

II-2 Les réseaux

Il est question d'appréhender la manière dont les réseaux d'acteurs locaux ont été convoqués par la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) pour donner l'impulsion à une dynamique mobilisatrice autour des « pionniers du climat ».

II-2-a Une communication par réseautage limitée

Le réseautage est utilisé dans ce projet comme « *un moyen stratégique* » et comme un « *support technique de la communication* » (Lavigne, 2008). Il s'agissait par-là, d'anticiper les éventuelles critiques en misant sur la coopération. En outre, au sein de

la CUB, un de nos répondants avoue que l'usage des réseaux était aussi l'occasion pour la collectivité de réduire son budget communication en favorisant les partenariats. De plus, en parallèle du Club climat, l'instance a contacté les associations de consommateurs et d'usagers et fait appel à son réseau des « *Juniors du Développement Durable –JDD* »¹³⁵, lequel touche les établissements scolaires. Au final, l'établissement estime que sa stratégie a eu l'effet escompté :

« On s'est plutôt appuyé sur les réseaux et ça a plutôt bien fonctionné. Puisqu'au niveau communication, il y a simplement eu la campagne d'affichage [...], il n'y a pas eu d'encart presse. Y a pas eu de spots voilà. Donc, on a eu plus de 200 candidatures alors qu'on ne souhaitait sélectionner que 100 foyers ».

Toutefois, ce point de vue diffère de celui des prestataires de service. Ces derniers auraient souhaité un engagement plus soutenu des membres du Club climat, précisément des communes :

« On a organisé [...] une réunion de lancement avec les communes et les partenaires pour présenter le projet, ses objectifs, et on a essayé justement de collaborer avec les communes. C'était très important pour nous, dans la phase de recrutement, que les communes prennent part pour qu'on puisse obtenir un échantillon de personnes qui n'étaient pas forcément déjà initiées à toutes ces problématiques-là. Et ça pas été facile, je ne suis pas forcément très contente du résultat. Forcément en lançant l'appel à candidatures sur le site de la CUB et dans certains endroits assez confidentiels [...]. Quand je dis confidentiel : quand on lance l'appel à candidatures dans les magazines des collectivités, ce n'est pas lu par des personnes qui sont très éloignées, pas très impliquées dans la participation, ça restreint le champ. J'arrive pas forcément à définir ce qui est réellement dommage dans cette histoire, disons que nous on avait vraiment pour objectif d'essayer de toucher des personnes qui n'étaient pas initiées à ces problématiques, tout en sachant que ce serait une partie de l'échantillon et que l'autre serait forcément constituée de personnes convaincues, assez proche du sujet ».

En effet, comme nous l'avons mentionné plus haut, les prestataires comptaient sur le soutien des communes pour diffuser l'appel à volontariat à un large public afin d'obtenir un échantillon hétérogène ; mais visiblement, ce ne fut pas le cas. Pourtant, lors de nos visites au sein des communes, durant la période de l'appel à candidatures, nous avons remarqué qu'elles avaient (du moins au sein de leurs

¹³⁵ Les JDD est une initiative qui vise à promouvoir l'écocitoyenneté auprès des établissements scolaires du territoire communautaire.

sièges municipaux) relayé l'information en mettant en avant les affiches et les *flyers* fournis par la CUB. Les apparences sont donc trompeuses ; sûrement, l'antinomie structurelle et le sentiment de frustration ont joué un rôle décisif dans les motivations des communes. Les réseaux d'acteurs locaux ont ainsi montré leurs limites lors de l'opération « pionniers du climat » ; puisque si la totalité des membres du Club climat reconnaissent le caractère indispensable de ces réseaux, car ils permettent de valoriser leurs actions et d'affirmer leur ancrage territorial. Il demeure que la mise en synergie des ressources au profit d'une action communautaire est une action difficile à réaliser.

Communication par réseautage limitée

Définition

Efficacité restreinte des réseaux d'acteurs locaux convoqués pour soutenir la démarche « pionniers du climat ».

Propriétés

- Avis divergeant des membres de l'équipe pilotage sur l'efficacité des réseaux ;
- Les communes ne relaient pas largement les informations diffusées par la CUB.

Conditions d'existence

- Antinomie structurelle ;
- Sentiment de frustration.

II-2-b Une absence de visibilité du Club climat

Notre étude a montré que le Club climat de la CUB souffrait d'un **manque de notoriété**. Il est souvent assimilé au club CUB/communes qui existe en parallèle. Cette redondance des réseaux ne favorise pas sa visibilité. Preuve en est, certains de nos enquêtés, de leur aveu, ignoraient qu'ils faisaient partie du Club climat : « *Je ne sais pas si je fais partie du Club climat, mais du comité de pilotage oui* ». Nous voyons ici que pour nos interlocuteurs la participation au comité de pilotage n'est pas synonyme d'adhésion au Club climat. Quant aux autres, dans le cas où ils avaient identifié le Club climat, ils reconnaissaient que leur participation à ce réseau était « *nulle* » même s'ils recevaient régulièrement les informations qui lui sont relatives. Ou encore, ils avouaient ne jamais avoir assisté à une réunion du Club climat parce qu'ils n'avaient pas reçu d'invitations. Un autre argument avancé par nos

interlocuteurs pour expliquer leur absence au sein du Club climat consiste à dénoncer la multiplication des réseaux d'acteurs locaux qui nuit à la visibilité de la CUB.

« Le problème, c'est de trouver le bon réseau, y a le niveau CUB, le niveau Conseil général, le niveau commune, ce qui fait que les actions de la CUB sont pas forcément identifiées ou bien reconnues. Il y a de la communication qui est faite au niveau de la CUB, mais s'il n'y a pas de relais locaux derrière, il me semble que c'est un peu compliqué. Je sais que les chargés de mission agendas 21 dans les communes, elles ont leurs propres actions qui dépend aussi de leurs élus. Donc voilà, les actions de la CUB, il y a beaucoup d'informations et de communication qui sont faites mais je ne suis pas sûr que le rôle de la CUB à ce niveau soit bien trouvé ».

Dans cette atmosphère, le réseau des agendas 21 départementaux animé par le Conseil général de la Gironde bénéficie d'une assise très importante au sein des territoires. Il apparaît généralement comme le leader et la référence à l'échelle locale autour des questions écologiques. Entre assister à une réunion de la CUB ou à celle du Conseil général pour nos interlocuteurs, le choix est sans appel : ils optent pour les initiatives départementales. Il semble y avoir donc un désintéressement non dissimulé des communes pour le Club climat de la CUB. Un paradoxe quand on sait qu'au départ l'établissement public bordelais avait créé d'un côté, le Club climat pour regrouper ses partenaires socioéconomiques, institutionnels, administratifs, etc. ; et de l'autre le club CUB/communes pour renforcer la coopération avec les communes. Cependant, comme nous le confie, un des représentants de la CUB, suite aux plaintes des communes face à l'existence de deux structures séparées, elles ont été intégrées au Club climat. Ce qui semble déroutant, c'est que leur participation y demeure irrégulière voire inexistante.

II-3 Les pratiques de communication

Dans les paragraphes qui vont suivre, nous allons procéder à l'étude de la stratégie communicationnelle mise en place par la CUB pour mobiliser ses cibles notamment les communes autour des « pionniers du climat ». Par ailleurs, on distingue trois types de cible : le *cœur de cible* constitué par les habitants de l'agglomération bordelaise. Le dispositif envisagé ambitionne principalement de les inciter à adopter

des pratiques écologiques quotidiennes. Nous avons ensuite pour *cible principale*, les communes appréhendées comme des acteurs incontournables pour donner à l'action « pionniers du climat » les effets escomptés. Enfin, nous avons, *les cibles relais et prescripteurs* regroupant, les autres partenaires de la CUB, les associatifs, les représentants de l'Etat, les administrations, les agents de la CUB. Voyons maintenant ce que nous avons retenu de nos entretiens et de nos observations.

II-3-a Le choix de l'« accountability »

L'enjeu, pour les représentants de la CUB, était de faire preuve d'exemplarité et de stimuler une certaine cohésion entre les principaux protagonistes internes (agents de la CUB) et externes (communes principalement) de la démarche « pionniers du climat » :

« C'est un gros travail de coordination des différents acteurs à faire au quotidien. Il faut organiser régulièrement des réunions de travail, essayer de tenir tout le monde informé de l'avancement de la démarche, faire remonter assez rapidement tous les problèmes qui sont rencontrés pour être assez réactifs et mettre en place des solutions ».

Tout au long du processus en amont du lancement de l'opération « pionniers du climat », les communes recevaient ponctuellement des courriels (combinés avec des réunions et des appels téléphoniques) de la CUB pour les tenir informées de la progression du projet. Il s'agissait par-là, de favoriser et de maintenir leur engagement. Dans les courriels, la terminologie utilisée reflétait ces enjeux : « *nous demandons à l'ensemble de nos partenaires volontaires de bien vouloir nous aider* » ; « *Nous vous remercions de votre indispensable coopération* ». Le ton du discours traduit le fait que la participation au projet repose sur du volontariat ; mais aussi sur la nécessaire collaboration des communes pour assurer le succès de la démarche. On note aussi dans ces messages, la responsabilité affirmée par la CUB de jouer la transparence et de légitimer, quelque part, l'initiative en rendant compte de ses activités : « *Un compte-rendu vous sera communiqué très prochainement. Cependant, nous avons souhaité vous faire part, à tous et rapidement, des premiers résultats du recrutement* ». L'établissement public bordelais pratique l'« accountability » car « *On est dans le cadre*

d'un projet à forte dimension communicationnelle » comme le stipule un des membres de l'équipe de pilotage du projet.

« Le terme *accountability* est défini ainsi par Black : « *a state of being responsible or answerable* » et par Kohler « *the obligation of evidencing good management, control, or other performance imposed by law, agreement or regulation...* » (Comité de terminologie française de l'Ordre des comptables agréés du Québec, 1983). En français, la traduction la plus probante du terme est l'expression « *obligation de rendre compte* », laquelle sous-tend la notion de responsabilité. En d'autres mots, cet anglicisme traduit l'obligation pour les entreprises ou les individus de « rendre compte » de leurs activités, il s'agit en quelque sorte d'adopter une politique de la transparence.

Accountability

Définition

Volonté de la CUB de « rendre compte » principalement auprès des communes de l'état d'avancement du projet « pionniers du climat ».

Propriétés

- Envoi réguliers de courriels aux communes ;
- Organisation de réunions ;
- Appels téléphoniques ;
- Exemplarité ;
- Emploi d'une terminologie spécifique pour inciter les communes à coopérer.

Conditions d'existence

- Besoin de reconnaissance ;
- Donner au projet un large écho.

II-3-b Une économie de la perspective temporelle

Pour étudier les dimensions temporelles de l'action « pionniers du climat », en premier lieu, nous suivons les recommandations de Ballard et Seibold (2004 cités par Carayol, 2005). Il est question de cerner les « *caractéristiques objectives du temps* » tels que l'adaptabilité, la flexibilité, le rythme ou la ponctualité. Dans ce cas, la CUB en intégrant le projet « mille tablettes » à l'opération « pionniers du climat » a fait preuve d'adaptabilité. Par contre, elle s'est montrée très rigide par rapport à la gestion du temps. Notamment, les communes avaient demandé à la CUB un délai supplémentaire pour recruter des familles volontaires pour participer à la démarche

« pionniers du climat » (par le biais de courriels notamment). Une requête que la CUB n'a pas pu satisfaire car le « *planning était serré* ». Par rapport au tempo, c'est-à-dire au rythme de l'action, il s'est révélé « *flottant* » dans le sens où le projet s'est étalé sur un an et demi. Période pendant laquelle, nous avons été en contact avec trois interlocuteurs différents en charge du projet, et où l'établissement a connu une importante restructuration de services. Aussi, le lancement du projet a été avorté à plusieurs reprises. En effet, au départ, la mise en place fut annoncée pour la rentrée de septembre 2011, puis pour octobre de la même année avant d'être effective en septembre 2012. Tous ces facteurs ont largement contribué à faire du temps, une dimension non ajustable, puisque la finalisation et le déploiement de l'action se sont concentrés finalement sur une période très courte (cinq mois). De fait, la CUB n'a pas pu éviter le télescopage de pratiques communautaires favorables au climat comme nous l'avons déjà développé plus haut ; ni celui des « pionniers du climat » avec les autres campagnes de communication pilotées par la CUB. Un représentant de la CUB confirme :

« Il y a de grands événements communautaires qui viennent perturber le calendrier de la communication [autour des pionniers du climat] ; après c'est la question des priorités. C'est vrai que actuellement, la CUB lance sa politique de l'eau, la marque l'eau de la CUB, il y a des publicités que j'ai vu quand on est sur la version en ligne de Sud-Ouest ; du coup, il y a une grosse communication sur ça. Il y a une grosse communication sur le pont Chaban-Delmas et du coup, la communication autour des pionniers du climat a pris un peu de retard ».

Sur ce dernier point, de manière unanime, les publics interrogés ont déploré l'absence de ponctualité lors de la livraison des supports de communication (affiches et *flyers*) destinés à promouvoir l'initiative auprès des habitants. Ceux-ci ont été diffusés aux acteurs quelques jours avant la clôture des inscriptions. Dans un registre similaire, un chargé de mission nous explique pourquoi, ce n'est pas toujours évident de relayer les informations transmises par la CUB :

« Toujours le même problème, nous le mag [c'est-à-dire le journal municipal], c'est une fois tous les trois mois ; et nous le problème qu'il y a souvent avec la CUB, c'est qu'ils sont à flux tendu sur les infos et ils nous envoient l'info, et il faudrait de suite, la diffuser sauf que nous, si notre mag vient de sortir, c'est dans trois mois quoi ».

Ce témoignage illustre l'existence de « *représentations subjectives du temps* » (Schriber & Gutek, 1987 cités par Carayol, 2005), et c'est notre deuxième point. Le but est de s'intéresser à la « *conscience du temps* » et à « *l'autonomie dans l'usage du temps* ». Ainsi, du côté de la CUB, on nous confie que « *ça toujours été compliqué de se soumettre au rythme du calendrier* » de la direction de la communication qui manifeste « *la volonté de contrôler les outils* ». Dans les communes, certains répondants estiment que c'est le manque de temps qui justifie la faiblesse de leur engagement dans le projet de la CUB : « *J'ai manqué de temps donc je n'ai pas pu faire le relais correctement* », déclare un chargé de mission. On a également observé que les différentes communes de la CUB se situent à des degrés distincts dans la réalisation de leurs plans climats pour celles qui sont concernées. Les intérêts et les ambitions divergent donc. De plus, « *Il se trouve qu'à la CUB, le plan climat est parti plutôt que l'agenda 21 alors que dans les communes, l'agenda 21 est parti plutôt [...]; donc du coup, c'est difficile d'apparaître légitime quand les communes ont déjà l'expérience* ».

Dans ce climat, et en dernier lieu, il apparaît difficile de trouver des « *aspects intersubjectifs ou partagés dans l'expérience du temps* » (Carayol, 2005). Pour autant, nous l'avons déjà développé dans les premiers paragraphes de cette section, la Communauté Urbaine de Bordeaux a conscience des limites de la mobilisation auprès des communes. L'instance perçoit le chevauchement des actions de communication territoriales sur le changement climatique, lesquelles peuvent nuire à la lisibilité de ses propres actions. En effet, ces pratiques de communication produisent des pratiques du temps dispersées à l'échelle communautaire. Les acteurs locaux partagent sur le fond les objectifs (encourager un mode de vie écologique au niveau local) ; mais, ils se distinguent par leur conception du temps et par les ressources humaines et financières dont ils disposent. En résumé, nous retenons une économie de la perspective temporelle dans le cadre des « pionniers du climat ».

Économie de la perspective temporelle

Définition

Impact de la dimension temporelle pas suffisamment prise en compte dans la mobilisation territoriale autour des « pionniers du climat ».

Propriétés

- Ajustement du temps impossible ;
- Réception en retard des supports de communication ;
- Télescopage des campagnes de communication pilotées par la CUB.

Conditions d'existence

- Volonté de respecter le calendrier soumis par l'AMO.

Conclusion intermédiaire

Cette première étape dans l'analyse de notre corpus fut très stimulante. Nous avons vu qu'il existait une pluralité de pratiques favorables à la lutte climatique territorialisée. Cependant, malgré leurs singularités, l'on peut trouver des similitudes : pour l'essentiel, la mobilisation territoriale sur le changement climatique est envisagée comme un principe d'association par tous les acteurs locaux y compris par la Communauté Urbaine de Bordeaux. A ce propos, la mobilisation autour de l'opération « pionniers du climat » s'est révélée être une démarche ambitieuse confrontée à quelques écueils. Principalement, l'intercommunalité est caractérisée par une antinomie structurelle marquée par les relations « compliquées » qu'elle entretient avec ses communes. Dans ce cadre, il est paru difficile pour l'établissement public bordelais de concilier « coopération » et « coordination » de sorte à fédérer autour de sa démarche. Par ailleurs, le rôle de la dimension temporelle des actions n'a pas été suffisamment pris en compte dans la stratégie de communication intercommunale ; ce qui a généré des effets de mise en abyme au détriment de la visibilité du projet « pionniers du climat ».

En partant de ce diagnostic, nous allons, dans le chapitre qui va suivre, approfondir notre analyse afin de mieux cerner les processus de la communication intercommunale sur le changement climatique au sein de l'agglomération bordelaise.

CHAPITRE V. PARADOXES DE LA COMMUNICATION INTERCOMMUNALE SUR LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Dans ce dernier chapitre, il sera question de mettre en relation nos catégories conceptuelles et nos repères théoriques afin d'en tirer tous les enseignements susceptibles d'explicitier les logiques de la communication intercommunale sur le changement climatique à l'échelle de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB).

Lors de la première section, nous reviendrons sur les trajectoires des pratiques communicationnelles favorables à la lutte climatique territorialisée, avant de décrypter la stratégie de communication autour des « pionniers du climat » et d'évaluer nos hypothèses de recherche initiales. Nous pointerons ainsi l'existence de différentes pratiques singulières à l'échelle de la CUB. Ces dernières prennent forme à partir de cadrages dont elles font l'objet formant ainsi une *casuistique*. Nous y verrons aussi dans quelle mesure les « sphères » (Sloterdijk, 2005) influent sur les modalités d'actions de la communication intercommunale. Puis, dans la seconde section, après avoir mis en exergue les ambiguïtés de la communication intercommunale partagée entre stratégies et paradoxes ; nous discuterons la thèse de des discordances comme levier de la communication territoriale sur le changement climatique.

Sous-section I. Trajectoires des pratiques communicationnelles favorables à la lutte territoriale contre le changement climatique

Dans cette partie, nous mettrons d'abord l'accent sur les singularités et les relations qui lient les pratiques de communication territoriale sur le changement climatique au sein de l'agglomération bordelaise. Il s'agira, en nous appuyant sur nos données, d'amorcer une première phase d'analyse dans la compréhension des dynamiques de la communication intercommunale autour des « pionniers du climat ».

I-1 Une casuistique de la communication intercommunale

I-1-a Des pratiques singuliers aux pratiques composites

Partons d'une définition de **l'action collective** comme toute « *tentative de constitution d'un collectif, plus ou moins formalisé et institutionnalisé, par des individus qui cherchent à atteindre un objectif partagé, dans des contextes de coopération et de compétition avec d'autres collectifs* » (Céfaï, 2007, p.7). Si l'on accepte ce qui précède, l'on peut considérer les « pionniers du climat » comme une action collective. En outre, nos résultats démontrent que la communication sur le changement climatique appelle à la subjectivité des parties-prenantes.

En effet, chaque acteur de la diffusion du discours écologique à l'échelle de l'agglomération bordelaise (communes ; partenaires de la CUB -institutionnels, associatifs, etc.- ; et la CUB, elle-même) revendique sa spécificité communicationnelle et son ancrage territorial. Nous considérons ces différentes pratiques territoriales telles des **cas** ou « *casus* » au sens d'« *échéance* ». Le cas est une « *échéance, comme ce qu'il échoit aux hommes de traiter collectivement, afin d'élaborer une solution autour de laquelle un accord puisse se faire* » (Boarini, 2005, p. 149). La mobilisation territoriale en faveur de la lutte climatique est une « **échéance** » qui se présente aux acteurs locaux eu égard à la mouvance sociale écologique et aux législations qui rythment cette dernière. De plus, toujours selon Boarini, le cas se caractérise par sa **motivation** (ici la réduction des émissions de gaz à effet de serre à l'échelle territoriale ; la peur de la disqualification) ; son **objectif** (donner l'impulsion à une dynamique territoriale favorable aux gestes écologiques quotidiens) ; et son **déroulement** (mise en place d'un Agenda 21 et de dispositifs de concertation, lancement d'actions de communication, réseautage).

D'ailleurs, Passeron et Revel (2005) soulignent que si dans le langage courant, l'on décrit des situations exceptionnelles comme des cas¹³⁶ ; pour autant, un cas n'est pas

¹³⁶ Notons que pour Passeron et Revel, l'originalité d'un cas « qu'il soit de nature éthique, politique ou historique, c'est la configuration originale d'un agencement de fait ou de normes dont l'irréductible

un fait « *exceptionnel* », « *il fait problème ; il appelle une solution, c'est-à-dire, l'instauration d'un cadre nouveau de raisonnement, où le sens de l'exception puisse être, sinon défini par rapport aux règles établies auxquelles il déroge* » (p. 10-11).

À l'échelle de la CUB, face au défi climatique, chaque trajectoire d'actions dépend avant tout des ressources humaines et financières dont disposent nos répondants. Cette disparité dicte les modalités d'actions au cas. Preuve en est, lors de nos entrevues, certains sondés nous ont avoué qu'ils auraient souhaité « *faire plus* » sur leur territoire dans la promotion des questions environnementales, mais que malheureusement, ils ne disposaient pas de moyens techniques à la hauteur de leurs ambitions. Il est à noter également que l'enjeu, pour ces acteurs est de mettre en exergue leur « *accountability* » dans l'optique d'une reconnaissance de leurs pratiques. Il s'agit, avant tout, pour nos interlocuteurs d'éviter toute disqualification (*cf.* chapitre 1, I-2-b) auprès des publics en s'efforçant de tenir leur rôle –celui d'un héros, somme toute- dans le récit environnemental. En effet, mettre en place une campagne de communication sur le changement climatique est désormais une nécessité pour ces acteurs afin de témoigner de leur engagement pour les questions d'intérêt général.

On l'aura compris, chaque acteur adopte une stratégie de communication en fonction de ses possibilités et de ses spécificités. Ainsi, nous en avons déjà parlé, certains misent sur le *changement de vocabulaire* (proscription du terme de développement durable au profit de « *Rendez-vous durable* »); quand d'autres développent des *manifestations spécifiques* : « *transhumance urbaine* » à Villenave-d'Ornon ; plate-forme web « *M ta terre* »¹³⁷ pour l'ADEME ; une *distribution de sachets de graines à semer* pour St-Médard-en-Jalles ; ou encore les « *pionniers du climat* » pour la CUB. De ces constats, nous questionnons le contexte d'émergence de ces pratiques inédites, lesquelles nous semblent trouver écho, *a priori*, dans **l'innovation sociale**.

hétérogénéité vient rompre le mouvement habituel d'une prise de décision [...] alors que rien dans la théorie, [...] la méthode [...], ne laissait prévoir l'objection », (p. 16).

¹³⁷ C'est une plateforme disponible en ligne destinée aux jeunes publics des collèges et lycées. En formulant un discours adapté à cette tranche d'âge (par exemple, montrer l'impact environnemental de la fabrication du jean); l'objectif est de les sensibiliser aux questions climatiques et de les inciter à adopter des pratiques écologiques quotidiennes.

Toutefois, avant d'interroger les relations entre l'innovation sociale et la communication territoriale sur le changement climatique, il nous faut d'abord apporter une précision terminologique.

« A la stratégie du secret qui donne son sens à la R&D technologique, s'oppose, pour l'innovation [sociale], la « culture du partage et de co-construction » (Gramaccia, 2013, p. 14)¹³⁸. En effet, l'innovation sociale s'articule autour des quatre caractéristiques suivantes (Rapport du Conseil Supérieur de l'Economie sociale et Solidaire, 2011 cité par Chibani-Jacquot, 2013, p. 15) :

- « l'innovation sociale répond à un besoin social pas ou mal satisfait ;
- elle concerne tout autant la création d'un nouveau service qu'un mode d'organisation ou de distribution inédit ;
- elle est issue d'une démarche d'expérimentation impliquant un risque d'échec (méthode R&D) ;
- elle suppose l'implication des acteurs concernés (bénéficiaires, clients, opérateurs...) ».

L'innovation est donc sociale autant dans ses finalités que dans ses processus (Rapport du Réseau Québécois en Innovation Sociale, 2011, p. 10). Partant de cette acceptation, il paraît évident d'établir un pont entre la question de l'innovation sociale et celle de la communication sur le changement climatique. Évident, car quand on parle de questions climatiques, les notions de bien commun et de solidarité apparaissent incontournables dans la mesure où, face aux effets du bouleversement physique du climat, l'injonction écologique appelle à la responsabilisation collective. De plus, la lutte contre le changement climatique s'intègre dans les démarches transversales relevant du Développement Durable (DD). Celui-ci promeut des façons alternatives de penser les problématiques environnementales et sociétales en mettant en exergue le lien social entre les individus et la coopération entre les territoires. À ces fins, les collectivités locales du fait de leur statut de « *forces d'appui aux politiques*

¹³⁸ Extrait du programme des Journées d'Études sur le lien social qui se sont tenues les 5 et 6 décembre 2013 à Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine (MSHA, Pessac). Cette manifestation a été organisée par l'axe 2, Communication, Organisations et Sociétés, du MICA.

de l'Etat » (Nédjar-Guerre & Gagnebien, 2013), sont amenées à décliner les politiques nationales. Dès lors, la communication territoriale « *fait œuvre de pédagogie citoyenne et réinvente, au plan local, le dialogue social [...] à l'échelle du quotidien* » (Zémor, 2013, p. 41 cité par Monseigne, 2013, p. 7)¹³⁹.

À partir de là, l'on peut assimiler aisément les différentes pratiques de communication déployées à l'échelle communautaire à des démarches d'innovations sociales, puisqu'elles en ont toutes les caractéristiques : **1)** le besoin est identifié (lutte contre le changement climatique) ; **2)** la collaboration des acteurs locaux est requise (concertation, réunions techniques, réseautage) ; **3)** l'expérimentation de dispositifs communicationnels inédits est le maître-mot ; et **4)** la question de l'évaluation se pose comme une évidence¹⁴⁰. A ce propos, un chargé de mission Agenda 21 témoigne : « [il faut se] donner un laps de temps et se dire par exemple, au bout de deux ans ou est qu'on en est dans notre démarche, savoir si on a progressé, rencontrer des freins ». Un autre interrogé, nous a fait part aussi de l'importance de l'activité évaluative en s'appuyant sur l'exemple des « pionniers du climat » :

« Pour les pionniers du climat, pour moi, ce n'est pas suffisant de faire une action de com. Il faut derrière, qu'il ait un engagement à évaluer avec un suivi scientifique et statistique. Par exemple, les pionniers du climat, il ne faudra pas les suivre que pendant un an. Il faut voir derrière toute la pub qui a été faite : site internet et tout ça, est-ce que la population a entendu parler des pionniers, qui s'en est inspiré ? Qui va agir ? ».

Par ailleurs, comme nous le rappelle Michun (2011, p. 102-103 cité par Chibani-Jacquot, 2013, p. 14), l'innovation sociale n'est pas forcément synonyme « *d'idées neuves* », elle se limite parfois à être une « *réponse différente* » face à une problématique définie. Effectivement, rappelons que l'initiative « pionniers du climat » n'est pas totalement inédite, puisque le concept s'inspire d'une action déjà menée à Nantes Métropole : « l'atelier Climat ».

En résumé, nous retenons que l'innovation sociale est convoquée pour donner une cohérence aux actions. Dans l'exemple de la CUB, le but était de passer d'initiatives

¹³⁹ *Ibid.*

¹⁴⁰ Même si dans les faits, la plupart des acteurs avouent la difficulté d'assurer le suivi de leurs actions de communication.

individuelles dispersées sur le territoire communautaire à un mouvement collectif afin de relever le défi climatique. L'innovation sociale est appréhendée tel un outil pour satisfaire l'injonction écologique et le besoin de reconnaissance des communes. Elle est alors *instrumentalisée* puisqu'elle s'appuie sur des *utopies mobilisatrices*. Il s'agit de penser qu'en matière de questions climatiques, l'efficacité des actions est corrélée à l'engagement d'une communauté d'acteurs dans la démarche.

Aussi, nous observons que les différentes pratiques locales n'échappent pas aux **interférences** qui les traversent. La communication par réseautage (Lavigne, 2008) en est le premier exemple. L'occasion pour les acteurs de la communication territoriale sur le changement climatique d'échanger sur leurs démarches respectives, voire d'initier une collaboration. C'est le cas de l'ADEME, qui a organisé avec Cap sciences une exposition sur le changement climatique en Aquitaine. Toutefois, nous pointons la particularité de ces rapports : généralement les coopérations qui fonctionnent sont définies entre les communes et les instances représentatives de l'Etat/ou les associatifs. Par contre, les collaborations entre les communes et la CUB apparaissent plus difficile à œuvrer. À une exception près, relative aux communes comme Mérignac, Floirac ou Pessac qui sont les plus engagées dans le plan climat communautaire. Nous pensons que le fait que ces municipalités bénéficient d'une lisibilité et d'une visibilité satisfaisante de leurs actions à l'échelle de l'agglomération, justifie leur engouement pour la démarche. En somme, elles n'ont plus « *rien à prouver* », contrairement, aux autres communes qui sont en quête perpétuelle de reconnaissance de leurs actions. Dans ce cas, la rivalité territoriale se fait plus ressentir.

Au final, dans le contexte de la mobilisation territoriale sur le changement climatique, il y a une accumulation de différentes pratiques communicationnelles ou « casus » qui sont à la fois **singulières** (par leur caractère innovant) et **interdépendantes**. Nous proposons de nommer ce phénomène : **casuistique de la communication territoriale sur le changement climatique**.

La casuistique trouve ses origines dans la théologie catholique (Jonsen & Toulmin cités par Boarini, 2005 ; Passeron & Revel, 2005) avec « *l'analyse des cas de conscience* » pendant laquelle les pontifes débattaient de la façon dont ils résolvaient les pêchés des fidèles. De ces « *échanges d'expérience* » découlaient des enseignements pour la résolution de cas similaires. Pour notre part, nous laissons de côté cette dimension de la casuistique qui postule que la morale s'appuie sur des principes génériques¹⁴¹.

Il est clair que la tentation de convoquer la dimension morale de la casuistique, surtout s'agissant de questions environnementales, est forte. Néanmoins, adopter ce positionnement serait réducteur car nous risquerions de passer à côté d'éléments explicatifs cruciaux pour comprendre les ressorts de la communication intercommunale. Du reste, comme nous l'avons évoqué, dans le premier chapitre, les campagnes de communication engageantes favorables à l'environnement qui se sont appuyés uniquement sur les émotions ont trouvé leurs limites, avec pour conséquence la banalisation du discours écologique. C'est la raison pour laquelle, nous envisageons la casuistique plutôt dans un **sens juridique**.

En effet, en Droit, la casuistique fait référence à la **jurisprudence**. « *La jurisprudence désigne [...] la solution faisant autorité pour un problème de droit donné suite à une ou plusieurs décisions précédemment rendues par la justice* »¹⁴². Le précédent a alors un statut défini. C'est « *plus qu'un exemple. C'est un véritable modèle, un événement antérieur qui [transforme] les pratiques et les modes d'appréhension des problèmes présents ou à venir* ». [...] (Gramaglia, 2006, p. 355-356).

Nous pensons qu'il existe une sorte de « **jurisprudence communicationnelle** » favorable aux questions climatiques. Au cours de notre terrain, nous avons observé que nos sondés citaient souvent en référence et valorisaient les actions des communes voisines ou d'autres acteurs locaux. Ces actions apparaissaient de manière incontestable comme des modèles. Une attitude qui nous a d'abord un peu

¹⁴¹ Centre National de Ressources Textuels et Lexicales (CNRTL). Repéré le 12/11/12 au <http://www.cnrtl.fr/definition/casuistique>.

¹⁴²<http://droit-finances.commentcamarche.net/faq/4199-jurisprudence-faire-jurisprudence-definition>. Repéré le 14/12/13.

étonnée, dans un contexte communicationnel très concurrentiel, mais elle s'avère compréhensible dans la mesure où faire référence aux pratiques existantes, permet de contrôler les ressources nécessaires à la réalisation de ses actions (Neveu, 2005). L'enjeu consiste également, principalement pour les communes, à s'appuyer sur des actions qui ont fait « leurs preuves » afin de maîtriser les risques d'échec de leurs projets de mobilisation territoriale.

Aussi, le terme nous semble pertinent car « *La casuistique a pour champ d'exercice les situations ou plusieurs paradigmes légitimes [nous ajouterons, « ou qui se déclarent légitimes »] entrent en concurrence* » (Boarini, 2005, p. 148). C'est-à-dire, poursuit l'auteur, que pour « *une même situation plusieurs normes prétendent fournir une réponse* » (*Ibid.*). Sur le territoire communautaire, ils sont nombreux à prétendre à la légitimité pour traiter des questions climatiques. Les communes parce qu'elles se positionnent comme les interlocutrices privilégiées des habitants. La CUB parce qu'elle considère que s'agissant de la problématique climatique, au-delà de l'obligation légale (loi Grenelle 2 de l'environnement), il lui incombe de promouvoir un mode de vie écologique à son échelle, ce qui passe inévitablement par la mobilisation des habitants. Les associatifs, de leur côté, font valoir leur expertise et leur expérience du terrain pour relever le défi climatique.

Au final, cette casuistique, nous inspire à effectuer un parallèle avec les travaux de Peter Sloterdijk (2005) sur les « **sphères plurielles** ».

1-1-b Une « sphérologie plurielle »

Cette métaphore de Sloterdijk (2005) est développée dans le troisième volet de sa trilogie « Sphères » intitulé « *Écumes* ». En convoquant la théorie générale des systèmes et l'immunologie, l'auteur déclare que la vie humaine « *s'auto-organise toujours en créant des espaces protégés et immunes* » : de la cellule et son protoplasme aux hommes construisant « *leurs villes comme des espaces métaphysiques imaginaires* » (Joignot, 2005). Pour Sloterdijk, les « sphères » sont la représentation élémentaire de l'espace humanisé. Elles sont multiples et ont tendance à s'assembler pour former

des paquets d'« **écumes** ». De là, le philosophe allemand insiste sur la nécessité d'une « *sphérologie plurielle* » afin de « penser cette multitude d'espaces humains clos, politiques ou civils [...] virtuels ou habités ». Les « **sphères** » en tant que métaphores spatiales nous permettent ainsi de penser la communication territoriale autour de la lutte climatique sous un angle inédit. En effet, nous avons vu que les discours des communes autour de la question climatique résistaient à toute généralisation à l'échelle de la CUB. Dans ce contexte, il s'agit pour nous, de penser la communication intercommunale sur le changement climatique à travers **l'objet local** qu'elle incarne à savoir l'Établissement Public de Coopération Intercommunal (EPCI) bordelais. Cette approche est à croiser avec la théorie du processus de cadrage de l'action collective (Snow & al., 1986 ; Contamin, 2009) pour appréhender le contexte complexe dans lequel se déroule la mobilisation autour des « pionniers du climat ».

L'objet local renvoie aux découpages administratifs hérités de la décentralisation du pouvoir étatique. Il désigne donc les communes, les régions, les départements, les intercommunalités entre autres. Cependant, pour Sfez (1978, p. 17), le local en tant que « *surface cohérente, faisant bloc à côté d'autres blocs de surface différents : frontières naturelles (rivières, collines...)* » est une interprétation limitée parce qu'elle n'intègre pas « *l'identité territoriale, les coutumes, l'histoire, les coalitions...* » (p. 18). Autrement dit, la « *notion de local n'est pas simplement d'ordre géographique, donnée incertaine, mais elle est bien plus d'ordre historique et politique* » (Bourget & Riehl, 2013, p. 13). Des aspects qui influent sur la communication territoriale comme nous avons pu le remarquer.

Notre enquête a révélé, effectivement, qu'il n'y avait pas de réel **sentiment d'appartenance** à l'intercommunalité contrairement aux apparences. La participation à des réunions de pilotage du projet « pionniers du climat », et même le fait de relayer des informations transmises par la CUB, à l'occasion de la campagne de recrutement des volontaires, ne sont **pas** synonymes **d'engagement** dans l'action collective. Le « *sentiment de frustration* » manifesté par les communes en est un bel exemple. On se rappelle qu'un de nos interlocuteurs dénonçait les actions de la CUB qui se présentent, selon lui, comme étant « *communautaire alors qu'elles ne le sont pas* » ;

allant même jusqu'à accuser la CUB d'être « *individualiste* ». Dans ce cadre, la dimension spatiale est apparue comme une donnée importante à intégrer pour comprendre les logiques de la communication intercommunale sur le changement climatique. Déjà, notons que le nom de l'établissement, la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB), se confond avec celui du territoire géographique qu'il représente. C'est-à-dire, que l'on parle de la CUB pour désigner l'agglomération mais aussi pour désigner l'hôtel communautaire. Tandis que pour les communes, la distinction est plus lisible dans le langage courant. L'on parle ainsi de la mairie ou de l'hôtel de ville pour désigner l'incarnation matérielle d'un espace fixe et délimité. Ce constat souligne ici une première disparité explicative de la rivalité entre les deux instances (EPCI et commune).

En outre, nous remarquons qu'au sein de la CUB, l'**articulation** du « **Je** » et du « **Nous** » comme prélude au processus de mobilisation tend constamment à vaciller. Sur ce point, le témoignage de Laure Curvale, vice-présidente de la CUB, pilote du projet « pionniers du climat », est très parlant :

« Il y a effectivement des projets qui sont réellement purement communautaire, par exemple le futur pont Jean-Jacques Boscq [...], ça, c'est le type de concertation réglementaire [...]. Les communes ne cherchent pas tellement à contester qu'on fasse de la concertation dessus, même les communes directement concernées comme Bordeaux, Bègles, comme Bouliac ou comme Floirac. Parce que c'est vraiment un projet CUB. Après, sur d'autres projets où on a fait la concertation comme les déchets, l'eau ; on est sur de grands thèmes politiques alors les relations sont déjà parfois un tout petit peu tendues [...]. Pour l'habitant, c'est souvent sa commune l'interlocuteur ».

Ces propos nous apprennent plusieurs choses. Premièrement, la CUB est perçue comme un soutien technique et financier incontournable comme l'illustre le succès de la concertation sur le futur pont « *Jean-Jacques Boscq* », l'on peut alors saluer un consensus des communes sur le « Nous » qui renvoie à l'espace communautaire. Deuxièmement, l'action collective territoriale coordonnée reste une entreprise résolument difficile à déployer, notamment autour des questions climatiques comme l'illustre la démarche « pionniers du climat » ou encore la concertation sur l'eau. Le « Nous » résonne dans ces cadres, chez les communes, comme ce qui a trait à la

familiarité, et par voie de conséquence, l'intercommunalité se situe **hors-cadre**. On constate ainsi que la territorialisation du défi climatique au sein de l'agglomération bordelaise met en scène des acteurs et des actions en situation de concurrence (lutte pour la reconnaissance).

D'autre part et paradoxalement, l'on se rend compte également qu'avec les utopies mobilisatrices en faveur du climat, des instances *a priori* divergentes sont appelées à se lier les unes aux autres pour donner l'impulsion à une dynamique territoriale (casuistique). Il s'agit par-là d'invoquer la **solidarité intercommunale** en mettant en commun des moyens et des compétences. La solidarité signifie, et là nous paraphrasons Douglas¹⁴³ (1999), que toutes les parties prenantes sont prêtes à faire des concessions au nom du groupe et qu'ils attendent des autres le même comportement en leur faveur. A ce propos, au sein de la CUB, **le réseautage s'est positionné comme l'expression de la solidarité intercommunale**. Pourtant, il affiche des limites, puisque son efficacité est parfois remise en cause par nos enquêtés, lesquels déplorent des réseaux inopérants. Somme toute, nous voyons clairement que le territoire communautaire est traversé par des rapports de « **coopération-compétition** » (Musso, 2013)¹⁴⁴, lesquels sont accentués par les processus de mondialisation et d'eupéanisation.

Pour Brunel (2007), la mondialisation participe à accroître la concurrence territoriale, en même temps qu'elle met en exergue les spécificités locales. De même, elle contribue à créer un décalage entre les centres et les périphéries (Sfez, 2013)¹⁴⁵. En effet, pour cet auteur, le local n'est plus défini par son attachement à l'espace national : maintenant le local c'est la France et le centre, Bruxelles ou Londres. L'intervention croissante de l'Union Européenne dans les politiques de développement territorial bouleverse ainsi les modes de fonctionnement du local.

¹⁴³ À propos de la solidarité, Douglas donne la définition suivante : « La solidarité signifie qu'il y a des individus qui sont prêts à souffrir au nom du groupe et qui attendent des autres le même comportement en leur faveur » (1999, p. 25).

¹⁴⁴ Pierre Musso utilise cette expression pour désigner, de manière générale, les relations qui selon lui sont symptomatiques de l'objet local. Référence extraite de nos notes personnelles prises dans le cadre du colloque intitulé « L'objet local à l'heure des réseaux. Région(s), Innovation(s), industrie(s) », 4-5 avril 2013, Bordeaux.

¹⁴⁵ Ibid.

Nous avons vu, d'ailleurs, que la Communauté Urbaine de Bordeaux s'inscrivait dans cette mouvance en visant le label européen « Citer'gie » pour valoriser son plan climat. Elle a même envisagé, un moment, de décliner la campagne européenne *d'Énergie cities*, « ENGAGE », à l'instar de Rennes Métropole. En outre, le spectre du III^e acte de la décentralisation, qui ambitionne d'augmenter le pouvoir des intercommunalités en faisant d'elles des métropoles européennes, participe à cette dynamique.

À cela s'ajoutent les mutations liées aux Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), l'enjeu principal pour les collectivités étant de rester connectées aux réseaux virtuels. Consciente de ces impératifs, la CUB a articulé la démarche « pionniers du climat » avec l'opération « mille tablettes » ; et la plateforme web occupe une place centrale dans le plan de communication visant à favoriser la mobilisation des habitants du territoire communautaire. Toutefois, de nos observations, il est apparu que **l'usage du numérique** était, en ce qui concerne les « milles tablettes », plus une question d'opportunité que de réelle stratégie. En effet, les résultats de l'enquête évaluative rapportent quelques critiques subies par les prestataires de la part de certains volontaires à la démarche « pionniers du climat ». Ces derniers ont estimé incohérent l'usage d'outils numériques dans le cadre du projet, en rappelant que les composants des tablettes sont réputés très polluants. De plus, les prestataires se sont rendu compte que certaines personnes ne savaient pas se servir de l'outil et donc solliciter leur aide dans ce cadre. En résumé, cet exemple illustre les réactions imprévisibles du public face à l'intégration du numérique dans le processus de structuration de l'action collective. Précisément, en voulant s'inscrire dans la mouvance sociale numérique, la CUB semble avoir fait l'économie du cadrage situationnel spécifique à ce projet (articulation logique entre les technologies du numérique et les questions d'environnement). La prise en compte de ce paramètre lui aurait peut-être permis de contourner cet écueil.

Finalement, cette tentative de sphérologie empirique, inscrit **la communication intercommunale sur le changement climatique** dans un « *paquet d'écumes* » pour

reprendre le vocabulaire de Sloterdijk (2005). Précisément, on distingue plusieurs sphères : *celle de l'injonction écologique* (faire du territoire un lieu d'actions concrètes favorables à la lutte climatique) ; *celle de l'intercommunalité de projet* (réticences des communes à tendre vers la cohésion autour d'une action favorable aux questions climatiques) ; *celle des communes* (affirmation de l'identité territoriale) ; *celle des partenaires de la CUB* (besoin de reconnaissance de leurs compétences) ; *celle des enjeux de mondialisation et d'eupéanisation* (renégociation de la place du « local » par rapport au « global ») ; et enfin, *la sphère des réseaux numériques* (inscrire le territoire dans une logique réticulaire). Cette pluralité de sphères enchevêtrés rend alors anxieuse la communication intercommunale de l'instance bordelaise autour des « pionniers du climat ».

Le schéma qui suit récapitule la trajectoire de la casuistique de la communication territoriale sur le changement climatique.

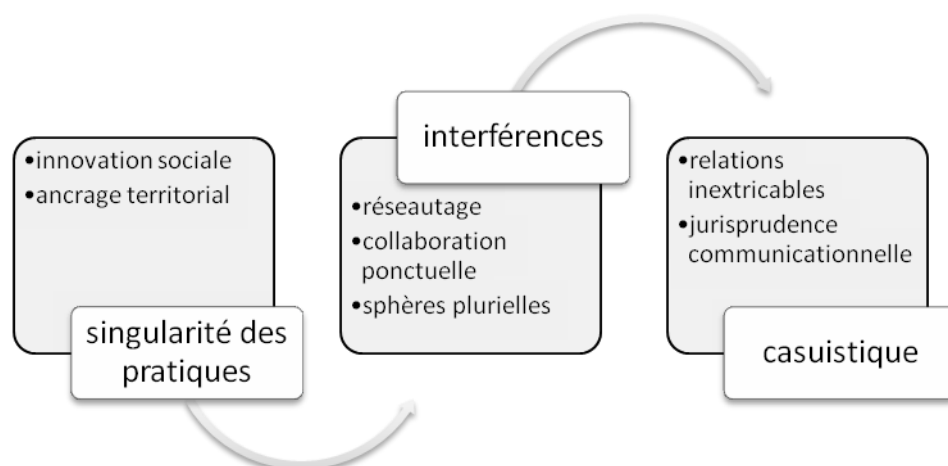


Figure 9. Trajectoire de la casuistique de la communication territoriale sur le changement climatique l'échelle de la CUB

I-2 Focus sur la stratégie de communication de la CUB autour des « pionniers du climat »

Dans un premier temps rappelons, les ressorts de la communication des acteurs locaux (interrogés) en faveur de la lutte climatique.

La mobilisation territoriale au sein de l'échelle communautaire repose principalement sur une **casuistique de la communication**, laquelle traduit un « **besoin de reconnaissance** » voire une « **lutte pour la reconnaissance** » (Honneth, 2000). Dans cette optique, la pratique communicationnelle est envisagée soit comme un « **principe d'association** », soit comme « **un principe de médiation** ». Elle repose alors sur cinq facteurs : **1)** la prise de conscience des limites de la communication pour anticiper les écueils. **2)** L'importance de bénéficier d'un portage politique fort pour légitimer les actions et leur donner les effets souhaités. Il s'agit également de faire preuve d'exemplarité dans les pratiques. **3)** La migration vers les outils numériques s'impose chez nos interlocuteurs comme une mutation nécessaire, même s'ils ne partagent pas la même perception de ces technologies. **4)** Toujours, dans l'optique de favoriser une mobilisation territoriale, l'usage du ludique comme catalyseur d'engagement émerge comme une évidence. **5)** L'inscription temporelle des actions apparaît aussi comme un paramètre non négligeable à intégrer pour une « **communication engageante** ».

C'est donc dans ce contexte que la CUB a investi le terrain de la communication territoriale en déployant son projet « pionniers du climat » ; et en utilisant les mêmes « ficelles » que les acteurs locaux : concertation, choix d'un concept ludique avec les tribus « pionniers », etc.. Passons maintenant en revue la stratégie communicationnelle de la CUB afin de mieux comprendre ses logiques d'actions.

1-2-a L'intelligence collective comme moyen de mise en réseau

On doit l'expression « **intelligence collective** », autrement nommée « **intelligence du social** » (Bonnet, 2013), à Pierre Levy (1994) qui la convoque pour désigner l'apparition d'« *un nouvel élan pour la participation civique des citoyens* », exacerbé par l'essor des technologies de l'information et de la communication. Dans un article paru dans Le Monde (1995), il s'explique :

« L'intelligence collective [dit-il] est le projet d'une intelligence variée, partout distribuée, toujours valorisée [...]. Au regard d'une économie globale de l'humain, le chômage, l'exclusion, l'enfermement des activités salariées dans de trop étroites

limites, l'absence de participation des citoyens aux décisions qui les concernent, ainsi que les cloisonnements administratifs ou disciplinaires, représentent autant de gaspillages inacceptables. Alors qu'on ne laisse dormir aucune ressource économique ou financière, que les administrations et les entreprises resserrent impitoyablement leurs budgets [...], des sources précieuses de richesses demeurent gâchées sans compter : en particulier, des compétences humaines ».

Autrement dit, l'intelligence collective renvoie à

« la mise en réseau des intelligences individuelles afin de bénéficier (1) du croisement des regards, des interrogations et des expériences, (2) de la complémentarité des compétences et des connaissances ainsi que (3) de la mise en commun des problèmes à résoudre, c'est-à-dire du partage » (Chapignac, 2013)¹⁴⁶.

Passons maintenant en revue, les formes de l'intelligence collective que nous avons repérées dans le cadre du sujet qui nous occupe.

Intelligence collective via les partenariats

La CUB a misé sur le partenariat comme outil de communication en réponse à sa problématique de départ à savoir donner l'impulsion à une dynamique engageante autour du plan climat communautaire. Il présente l'avantage de valoriser les initiatives existantes à l'échelle locale. Ainsi, les Espaces Infos-Energie et les Espaces Economies d'Eau sont associés au projet « pionniers du climat ». Plus spécifiquement, des conseillers issus de ces structures sont invités à intervenir chez les familles volontaires pour une sensibilisation autour des questions d'économies d'eau et d'énergie. La relation partenariale s'exprime aussi dans d'autres formes ; par exemple EDF a fourni les kits économies d'énergie distribués aux participants à l'expérience « pionniers du climat ». Une stratégie « gagnant-gagnant », puisqu'à la suite de cette action, Vincent Feltesse, président de la CUB a accordé une interview publiée dans la *newsletter* de l'entreprise.

Intelligence collective via la mise en place d'un comité technique

Dès le début de la démarche, la méthodologie du projet a été adoptée. Successivement l'établissement est passé par la phase de **diagnostic** avec le

¹⁴⁶ <http://www.educavox.fr/actualite/debats/article/1-intelligence-collective-est-elle>. Repéré le 14/12/13.

parangonnage des initiatives similaires ; la **définition des objectifs** du projet « pionniers du climat » (promotion d'un mode de vie écologique au sein du territoire) ; le choix des **moyens d'évaluation** (réflexions sur des outils de mesure des efforts consentis par les participants, et sur les retombées du projet); **l'identification des porteurs du projet** (mobilisation du Club climat et recrutement de prestataires de services) ; la **mise en place de partenariats** ; la **définition des modalités de mise en œuvre** (installation d'un comité technique); et la **communication autour du projet** (production d'affiche, de *flyers* ; présence sur les réseaux sociaux comme *twitter* pour recruter des volontaires).

Revenons un instant sur l'installation du comité technique. Notre immersion au sein de la CUB, nous a permis de mesurer l'importance capitale revêtue par ce dispositif. En effet, l'établissement public bordelais a largement misé sur cette organisation pour mobiliser les acteurs internes et externes autour de son projet. À cette fin, des réunions ponctuelles ont vu le jour dans le but de favoriser la synergie des compétences et des ressources. Précisément, nous distinguons d'un côté, des rencontres qui regroupaient les agents et les prestataires de services ; et de l'autre des réunions en présence des membres du Club climat (communes et partenaires de la CUB -acteurs socioéconomiques et associatifs-).

Concrètement, **en interne**, la Direction du Développement durable et de la Participation (DDP) était porteur du projet. Dans sa tâche, elle fut soutenue par les services suivants : la direction de la communication, le service logistique, la direction du numérique, la communication interne, etc.. L'objectif affiché, était, par le biais de réunions inter-services de favoriser la mobilisation des ressources humaines et techniques internes autour de la démarche.

En externe, les communes constituaient la cible principale de la CUB. La chef de projet « pionniers du climat », a reconnu que son principal mode d'échanges avec les communes était l'envoi de courriels, rythmé par des appels téléphoniques si nécessaire. En dehors, de ces supports, aucune communication spécifique n'a été développée à direction des communes. La stratégie de communication des prestataires était plutôt centrée vers les habitants du territoire communautaire,

lesquels au vue de la problématique du projet, nous avons identifié comme étant la cible secondaire externe.

Ainsi donc, cette utilisation de l'intelligence collective comme vecteur pour favoriser la convergence des ressources en faveur des « pionniers du climat », ouvre une discussion inévitable sur le sens que la CUB attribue à la méthodologie de projet.

I-2-b Le projet, un « objet communicationnel »

Le projet apparaît ici comme « *objet communicationnel* », « *une forme généralisée d'organisation de la communication sociale et politique* » (Piponnier, 2008 citée par Emprin, 2012, p. 234).

« D'instrument opérationnel pour la conduite des affaires du territoire, le projet devient un outil de communication stratégique : il permet d'un côté de renforcer le dialogue avec les partenaires économiques et institutionnels par le biais de la contractualisation, et de l'autre il cherche à renforcer la cohésion territoriale en favorisant la participation des acteurs aux différents stades de développement d'un projet » (*Ibid.*, p. 234-235).

En effet, l'invite de la symbolique du projet permet à la CUB d'articuler « **médiation** » et « **reconnaissance** ». Deux concepts qui sont, par ailleurs, « *fondamentaux en SIC pour décrire des processus de communication dans les organisations* »¹⁴⁷ (Larroche, 2008). En premier lieu, la médiation, dans « *un contexte intersubjectif [...] [est] une rencontre qui permet de créer du lien ou de le renouer. La médiation est [...] une relation vécue et elle est fondée sur l'écoute, le dialogue, la conversation, le partage...* » (Six, 2002 cité par Larroche, 2008).

La médiation appliquée à la question de la communication autour des « pionniers du climat » passe d'abord, par l'utilisation de l'intelligence collective comme moyen, pour mettre en réseau les acteurs locaux. L'intelligence collective s'affirme alors dans la « *convergence des individualités vers un objet collectivement poursuivi* » (Noubel, 2004). Il s'agit d'un vecteur identifié par toutes les parties prenantes comme faisant lien vers

¹⁴⁷ Nous envisageons avec Bonnet (2013), les organisations comme des « espaces d'interaction à partir desquels, s'élaborent, se nouent, s'expriment, parfois s'opposent des perceptions individuelles ou collectives ». Notes personnelles prises dans le cadre du Symposium qui s'est tenu le 19 mars 2013 à l'occasion de la célébration des vingt-ans de la revue « Communication & organisation », Bordeaux. Extrait de la communication de Jacques Bonnet intitulée « L'intelligence du social ».

le « *sujet collectif* » (le « Nous » de l'intercommunalité). Ici, l'action « pionniers du climat » revendique ce rôle. L'objectif était de consolider la **relation** entre les communes et la CUB en appelant à la solidarité intercommunale pour mettre en place une action collective coordonnée. Cela exigeait un **accord** sur le déroulement de l'action communautaire, mais aussi la prise en compte du regard de chaque commune. Ce qui nous amène à notre second point, la question de la reconnaissance.

Caillé (2007, p. 9), dans la ligne droite des travaux de Honneth (2000), distingue trois « *sphères où opèrent la reconnaissance* » : la « *sphère de la coopération sociale* » ; la « *sphère du droit et du politique* » et la « *sphère de la socialité primaire* ». En nous appuyant sur cette typologie de Caillé, nous inscrivons l'intercommunalité dans la « *sphère de la coopération sociale* ». Par suite, à chaque sphère, l'auteur attribue un qualificatif¹⁴⁸ pour traduire la notion de « reconnaissance ». Ainsi, c'est « *la relation d'estime* » renvoie à « la sphère de la coopération sociale ». Effectivement, nous constatons que le besoin de reconnaissance des pratiques favorables aux questions climatiques, est **spéculaire** au sein de l'agglomération bordelaise. C'est-à-dire que l'engagement individuel dans la lutte climatique ne suffit pas à satisfaire nos interlocuteurs. Ils ont besoin que les tous acteurs locaux (engagés ou non dans une démarche similaire y compris les habitants) estiment la portée de leurs actions.

« Dans les définitions courantes, on peut relever deux sens du verbe estimer ; l'un en lien avec l'idée d'évaluation ; estimer dans ce sens est l'action de déterminer la valeur d'un bien, il y a une idée de calcul approximatif (estimer une distance). L'autre sens est en lien avec l'idée d'avoir une bonne opinion sur quelqu'un, d'en reconnaître la valeur » (Larroche, 2008).

La dernière acception semble la plus cohérente pour illustrer l'exemple qui nous occupe. À partir de là, la CUB en manifestant la volonté d'effectuer un parangonnage des initiatives existantes à l'échelle communautaire, en invitant les communes, particulièrement, à ses réunions de cadrage et en misant sur l'*accountability* affichait sa volonté de valoriser « *le versant communicationnel* » du projet (Boutinet, 1998).

¹⁴⁸ Le « respect » renvoie à la « sphère du droit » et pour finir, la « confiance en soi » renvoie à la « sphère de la socialité primaire », c'est-à-dire aux relations intersubjectives ».

Ainsi, nous dégageons de notre analyse que toute la stratégie de la CUB repose essentiellement sur **le relationnel** afin de favoriser une dynamique de groupe au sens lewinien. La CUB par le biais de sa démarche ambitionnait clairement de devenir un pôle fédérateur de la mobilisation communautaire autour des questions climatiques. Toutefois, l'instance s'est heurtée à **quelques écueils** dans son entreprise.

En effet, nous avons remarqué qu'une distinction entre les frontières de la communication politique et ceux la communication intercommunale n'était pas tangible. Les enjeux de métropolisation qui se mêlent à l'action des « pionniers du climat » (quête de label européen) ; et le refus de la ville de Bordeaux d'intégrer le dispositif de la CUB, lui préférant la démarche des « *familles à énergie positive* » de l'ADEME¹⁴⁹, témoignent de ce fait. Cela est d'autant plus vrai que pendant la rédaction de cette thèse, nous avons assisté à un « affrontement » par communiqués interposés entre le président de la Communauté Urbaine de Bordeaux, Vincent Feltesse et le maire de Bordeaux, Alain Juppé. L'objet de la tension : la campagne de promotion « *Osez Bordeaux* ». Feltesse a reproché à Juppé d'avoir lancé cette campagne sans en aviser ses partenaires alors que depuis des mois, la ville collaborait avec les différentes collectivités locales pour lancer une campagne fédératrice. Cette anecdote nous a fait prendre conscience que l'on ne pouvait pas faire l'économie des **enjeux politiques** quand l'on traite de la communication intercommunale. D'où, l'importance de rendre compte du contexte politique de la mobilisation (Tilly, 1978 cité par Chazel, 2009), parce qu'il fait partie du processus. Dans les « pionniers du climat », il s'est avéré que cette dimension n'a pas été suffisamment intégrée. Preuve en est, il n'y a pas eu de réunions réunissant les élus et les chargés de mission A21 au sein des communes. On peut y trouver alors une justification pour expliquer la faible mobilisation des ressources humaines et techniques en faveur des « pionniers du climat ».

¹⁴⁹ Des familles sont recrutées par voie de volontariat pour s'affronter en vue de baisser leur consommation énergétique, la famille qui diminue le plus sa facture gagne la compétition. Par ailleurs, un parrain, porte-parole du groupe, est désigné pour faire le lien entre la collectivité et les familles.

À présent, nous allons nous atteler à l'évaluation de nos hypothèses de terrain initiales.

I-3 Evaluation des hypothèses

I-3-a Hypothèse I

Notre **première hypothèse** avançait que la mobilisation territoriale, autour du projet « pionniers du climat », serait conditionnée par l'articulation entre les cadres individuels d'interprétation des communes et le cadre de l'instance CUB. Cette hypothèse de départ est **validée**. En effet, nous avons vu qu'il était délicat pour la CUB de mobiliser les communes autour de sa démarche. Malgré l'effort consenti de les associer dans la phase de finalisation du dispositif, les communes n'ont pas manifesté une réelle adhésion au projet communautaire. Elles ont plutôt porté un regard assez critique sur l'opération. Les tensions dévoilées lors des réunions de cadrage en sont la preuve. Face à la stratégie déployée à direction des acteurs locaux, et devant la réaction de ces derniers (sentiment de frustration, demande d'un modelage des pratiques, antinomie structurelle), nous pouvons en conclure que la CUB n'a pas réussi visiblement à faire résonner son cadre d'action avec « le terreau culturel » (Contamin, 2009) des communes principalement. En outre, il y a un décalage entre le vécu expérientiel des acteurs locaux et la vision de la CUB sur la démarche « pionniers du climat ».

I-3-b Hypothèse II

Notre **seconde hypothèse** stipulait que les différentes pratiques de communication communales favorables au défi climatique participeraient à donner l'impulsion au projet « pionniers du climat ». De même, nous avons l'intuition que l'appartenance à des réseaux d'acteurs locaux stimulerait davantage l'adhésion à l'action communautaire.

Cette fois-ci, l'hypothèse est **invalidée**. Rappelons que les prestataires de services, sans grand succès, ont sollicité les communes afin de répertorier les initiatives

existantes localement dans l'optique d'éviter un enchevêtrement des actions. Ainsi donc, le télescopage des pratiques n'a pu être évité. En même temps, rien ne nous assure que si le parangonnage des activités avait été effectué, la situation eût été différente. En outre, l'existence d'une casuistique de la mobilisation territoriale renforce le sentiment d'appartenance territoriale au détriment de l'action communautaire coordonnée. C'est-à-dire que les pratiques de communication initiées par les communes autour des questions environnementales ne participent pas à l'émergence d'une dynamique favorable à la CUB. Aussi, nous avons vu que le réseautage n'a pas été un moyen totalement opérant pour donner l'impulsion à une dynamique participative engageante autour des « pionniers du climat ». En effet, l'intelligence collective appréhendée comme un mode d'action orienté vers la mise en réseau des compétences et des ressources n'a pas résolu les problèmes de carence identitaire.

1-3-c Hypothèse III

Enfin, notre **troisième hypothèse** selon laquelle la communication intercommunale pour favoriser la mobilisation territoriale autour des « pionniers du climat » devait articuler « imputation » et « députation » (d'Almeida, 2007)¹⁵⁰, est **validée**.

En effet, d'une part, la CUB n'est pas parvenue à fédérer totalement les communes autour de son action. Par voie de conséquence, on en déduit que l'établissement n'a pas joué le rôle de « chef de file » de la mobilisation territoriale autour des questions climatiques qu'il ambitionnait, même s'il fut la première collectivité à l'échelle départementale à initier un plan climat, devançant les prescriptions de la loi Grenelle 2 de l'environnement. D'autre part, si l'instance est pionnière dans l'adoption d'un plan climat énergie, elle reste en retard dans la mise en œuvre de son agenda 21, puisque la plupart des communes ont adopté leur agenda 21 bien avant la CUB. En outre, étant donné que la loi Grenelle concerne seulement les collectivités de plus

¹⁵⁰ « L'imputation » sous-tend la notion de responsabilité et suppose que la CUB se positionne comme « chef de file » de la mobilisation intercommunale. Quant à la « députation », elle requiert que l'institution mette en exergue sa compétence à incarner l'intérêt général en dehors de toute obligation légale.

50 000 habitants (ce qui restreint le nombre de communes concernées au sein du territoire), l'établissement public doit composer avec l'ensemble des communes de l'agglomération et leurs agendas 21 locaux. Ce qui complique la tâche, c'est la casuistique de la communication territoriale, laquelle sous-tend des enjeux de légitimité et de pouvoir.

Après avoir consacré la première section à l'analyse des trajectoires des pratiques de communication territoriale sur le changement climatique au sein de la Communauté Urbaine Bordeaux (CUB) ; nous allons élargir notre réflexion en traitant, dans la seconde section, des paradoxes de la communication intercommunale.

Section II. Vers une aporie communicationnelle ?

Dans cette seconde phase, nous allons analyser la porosité qui caractérise la communication intercommunale sur le changement climatique au sein de la CUB. Il s'agit de comprendre pourquoi l'établissement public bordelais rencontre des difficultés dans la mise en place d'une action collective territoriale coordonnée en faveur des « pionniers du climat ». Quels enseignements apporte, dans ce cadre, notre matériau de recherche ?.

II-1 Des utopies mobilisatrices

II-1-a Au rythme des temporalités

Comme nous l'avons vu, le but de l'action « pionniers du climat » est de passer du « Je » des communes, principalement, au « Nous » de l'intercommunalité. La communication de la CUB autour de sa démarche se présente ainsi donc sous une facette **intégrative**. En effet, l'organisation se positionne comme « *un territoire de communication* » (Bernard, 2004), c'est-à-dire, « *un processus continu de mise en relation, faisant lien et faisant sens* » (Loneux, 2009). Toutefois, la communication intercommunale sur le changement climatique s'avère plus « institutive » qu'« engageante ». En effet, au départ, nous avons défini la communication intercommunale comme un processus social, une action collective et un outil de

reconnaissance. Nos investigations du terrain nuancent cette vision puisque l'action collective territoriale coordonnée, favorable aux questions climatiques, apparaît comme un « *effet de langage* ». Plus spécifiquement, « *Les raisonnements théoriques* » sont « *formels* », « *atemporels* », « *nécessaires* » : il y a un relatif consensus sur le fait que la synergie des compétences à l'échelle communautaire renforcerait la lisibilité des stratégies de communication territoriale favorables à la lutte climatique. Par contre, « *les raisonnements pratiques ont un contenu intuitif tributaires des circonstances de leur emploi et [...] ils ne sont que présomptifs* » (Boarni, 2005, p. 147). C'est-à-dire que dans la réalité chaque protagoniste conjugue son opération communicationnelle avec les exigences de son territoire de référence. Qui plus est, la superposition des « *sphères* » (Sloterdijk, 2005) laisse présager une transformation des enjeux de communication en fonction de la situation dans laquelle nos protagonistes se trouvent au moment de l'action. Ceci, à notre sens, illustre les utopies mobilisatrices en faveur de la lutte climatique territorialisée, lesquelles trouvent leur soubassement dans les trois figures de la temporalité « *dominantes du présent évanescents* » (Boutinet, 2011, p. 84).

1) **L'urgence** « *avec son caractère inattendu et contraignant parce que dramatique* » (Agamben, 2003). Celle-ci est transformée par « *les espaces communicationnels [...] en urgence instrumentalisée pour obtenir des usages communiquant les comportements appropriés* ». Transposée à notre sujet, l'urgence renvoie à l'injonction écologique découlant de la loi Grenelle 2. L'intercommunalité est incitée fortement à faire preuve de responsabilité en prenant des mesures d'adaptation et d'atténuation face aux risques climatiques. Il s'agit comme le préconise « *Hans Jonas [1990], théoricien de la responsabilité (notamment en matière d'environnement) [...] d'anticiper les conséquences [...] de nos décisions d'aujourd'hui* » (Loneux, 2009). La responsabilité appelle ainsi l'action collective parce que c'est dans les interactions entre le « *Nous* » (intercommunalité) et le « *Je* » (les communes) que l'engagement territorial trouve tout son sens.

2) La deuxième figure de la temporalité, décrite par Boutinet, est celle de **l'immédiateté** dont l'un des modes d'expression est la messagerie électronique

produite dans l'information. Nous pensons ici, certes au courriel utilisé par la CUB comme principal outil de communication avec les communes notamment lors de la phase de déploiement du dispositif « pionniers du climat ». De même, notons que la volonté d'être « *accountable* », de rendre compte régulièrement de l'état d'avancement de la démarche, répond à ce diktat.

3) Enfin, il y a l'**instantanéité** avec la mise en place de dispositifs favorisant le « *chat conversationnel* ». Comme le disait de la Haye (1984), les collectivités locales sont perpétuellement à la recherche d'expériences de « *communication de proximité* » auprès des habitants. Dans ce contexte, ignorer ce précepte équivaut pour l'intercommunalité à être disqualifié. La disqualification s'entend en tant que symbolique de sportivité ou des joueurs sont disqualifiés du terrain s'ils ne respectent pas les règles du jeu. Cela peut expliquer d'ailleurs, le choix de la CUB de cibler les habitants du territoire communautaire même si son cadre structurel freine cette tendance. En s'adressant à cette cible, elle espère ainsi se positionner comme un acteur territorial incontournable dans la lutte contre le changement climatique.

Par ailleurs, nos résultats illustrent également que l'engagement dans une action collective territoriale ne requiert pas simplement de partager les mêmes objectifs ou le même cadre.

III-1-b Une mise à l'épreuve

La démarche des « pionniers du climat » est présentée par la CUB comme reposant sur l'**implication** des acteurs locaux afin d'obtenir des effets optimaux dans la communication. Pour autant, elle est perçue principalement par les communes comme **une action imposée de coordination**. Selon ces dernières, cette initiative tend à orienter et à cadrer les pratiques locales favorables au climat. Il est vrai qu'en misant sur un positionnement identitaire empreint de valeurs fonctionnelles et psycho-symboliques¹⁵¹, les pratiques communicationnelles de la CUB autour de son

¹⁵¹ La CUB se positionne comme la « chef de file » en matière de politiques climatiques et en appelle dès lors à la solidarité communautaire. En effet, elle se présente comme un soutien financier et

action renvoient à la logique « **management participatif** »¹⁵². Une posture qui s'inscrit en cohérence avec la configuration en mode projet caractéristique du fonctionnement de l'établissement public. En outre, son statut particulier exige le développement de stratégies de coopération comme moyens pour convaincre et inciter les acteurs locaux à adhérer à l'action collective.

Ainsi, la CUB, en exprimant sa volonté d'effectuer un parangonnage des initiatives existantes à l'échelle locale, tend prouver que son enjeu n'est pas de dissoudre ces pratiques mais plutôt de les associer, de les homogénéiser. Elle en appelle à la « co-construction » d'une action collective territoriale coordonnée pour promouvoir son plan climat. La solidarité intercommunale est requise pour favoriser la réussite du projet. Dans ce contexte, Meyer (2004) est de bons conseils. En étudiant les **communications d'action et d'utilité publiques**¹⁵³, l'auteur avance que les agents (les membres de l'organisation)

« mettent en œuvre des stratégies qui contiennent une certaine idée (ou idéologie) du sens de l'action incluant à la fois mutualisation, prévoyance et production de solidarité. Comme finalité d'un intéressement démocratique, d'une perspective collective d'un vivre ensemble organisé, elles participent de plus en plus souvent – en réponse à l'affaiblissement proclamé des grands modèles normatifs – d'une régulation sociale (au sens d'un mécanisme de conception et d'application de règles qui doivent assurer la coexistence d'individus et/ou d'institutions aux intérêts divergents, contraires voire conflictuels » (Meyer, 2004, p. 60 cité par Loneux, 2009).

Cette réflexion est tout à fait applicable à notre sujet. En outre, nous allons la croiser avec la sociologie pragmatique pour stimuler notre raisonnement. Dans leur ouvrage titré « *Le Nouvel Esprit du capitalisme* », rappelons que Boltanski et Chiapello (1999) étudient les « changements idéologiques qui ont accompagné les transformations

technique incontournable pour les communes. Dans le même temps, elle incite les communes à la responsabilisation et à l'implication collectives pour relever le défi climatique.

¹⁵² « Le management participatif est un type de management qui tend à optimiser la collaboration du personnel » Dans Wikipédia, repéré le 03/05/13 à http://fr.wikipedia.org/wiki/Management_participatif.

¹⁵³ Les Communications d'Action et d'Utilité Publiques (CAUP) sont des « communications protéiformes » qui « deviennent des équipements indispensables des différentes structures ayant mission d'intermédiation dans les formes actuelles de l'action publique. Elles s'inscrivent aujourd'hui dans des dynamiques intermédiaires en tant que processus, stratégie et dispositif technique communicationnels de l'action publique (e.g. campagnes de prévention, de sensibilisation, d'éducation, de gestions des risques sanitaires, industriels ou écologiques, opérations de recueil de dons, activités de médiation... ceci au niveau national et international) », (Meyer, 2004b).

récentes du capitalisme » (p. 35). Ils précisent que le terme « idéologie » renvoie à « *un ensemble de croyances partagées, inscrites dans les institutions, engagées dans des actions et par là ancrées dans le réel* » (Louis Dumont cité par Boltanski & Chiapello, *Ibid.*). Pour eux, le nouvel esprit du capitalisme c'est « *l'idéologie qui justifie l'engagement dans le capitalisme* ». Contrairement à ce que pensait Weber, les auteurs sont convaincus que cet engagement n'est pas individuel, il est aussi collectif. Pour soutenir leur démonstration, ils vont convoquer

« Albert Hirschman [...] (1980), dont l'apport majeur est d'avancer une interprétation nouvelle de l'essor de cet esprit qui met l'accent sur les justifications politiques, collectives du capitalisme et le rôle essentiel des « intérêts » pour canaliser les passions » (Nachi, 2009, p. 153).

En croisant les approches de Hirschman et Weber, Boltanski et Chiapello (p. 45) proposent une acceptation du terme « *justification* » qui rend compte à la fois des dimensions individuelles justifiant « en quoi une personne trouve des motifs à s'engager dans l'entreprise capitaliste » ; et des dimensions collectives justifiant « en quoi l'engagement dans le capitalisme sert le bien commun ». Dans ce cas, « *l'esprit du capitalisme est appréhendé à partir de justifications visant à lui conférer des appuis légitimes* » (Nachi, 2009, p. 154). Pour notre part, nous essayons de comprendre l'idéologie qui justifie l'engagement dans la lutte communautaire contre le changement climatique. Il s'agit ici d'avancer que c'est par la mise à « **l'épreuve** » que les acteurs locaux définissent leur engagement dans les « pionniers du climat ». En effet,

« [...] par son indétermination et l'incertitude qui la caractérise, l'épreuve soutient l'idée d'un acteur libre de ses mouvements, capable d'ajuster son actions aux situations, et par conséquent, d'avoir une prise sur le monde dans lequel il s'enracine. Mais dans le même temps, malgré la liberté qu'il dispose, l'acteur doit tenir compte de certaines contraintes inhérentes à la situation pour ajuster au mieux ses actions et les coordonner avec d'autres, c'est-à-dire *agir en commun* » (Nachi, 2009, p. 57).

Dans ce cas, les réunions techniques organisées par la CUB sont des occasions pour les acteurs en présence de se mettre à l'épreuve pour décider de leur engagement ou non dans l'action « pionniers du climat ». En échangeant autour des modalités de recrutement des familles volontaires, du plan de communication, des attentes de la

CUB, etc., la participation des acteurs est une épreuve car elle reste incertaine à ce moment-là. Comme le note Nachi (p. 59) : « *Une action, une chose ne peut être réelle que si elle existe. Et pour exister, elle doit résister à l'incertitude qu'incarne l'épreuve* ». L'épreuve est ainsi donc le moment privilégié où les acteurs cherchent des justifications pour asseoir la légitimité de leur jugement. Mais c'est aussi un temps pour ceux-ci de s'ajuster afin de se comprendre ; lequel ajustement passe par l'interprétation des comportements. En effet, « *L'acteur doit inclure dans son jugement sur la situation les intentions supposées des autres acteurs et leurs connaissances* » (Thevenot, 2006). Cependant, notre expérience du terrain a prouvé qu'il ne suffit pas de s'ajuster aux cadres d'interprétation pour donner l'impulsion à une mobilisation territoriale. La Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) a tenté d'évaluer l'intérêt que pouvait tirer les communes en s'engageant dans son action, de même que leur niveau de connaissance sur les pratiques de communication environnementale. Si la lutte contre le changement climatique permettait *a priori* de construire un monde commun, indubitablement, il manque à la CUB des « *appuis légitimes* » pour asseoir son action. Le déficit démocratique (les conseillers communautaires ne sont pas élus au suffrage universel) dont souffre l'instance, constitue un frein non négligeable dans sa course au rôle de « chef de file » de la mobilisation communautaire autour des questions climatiques. D'où, l'importance de rendre compte du contexte politique de la mobilisation comme nous l'avons déjà souligné plus haut.

II-2 Au « Babel » de la communication intercommunale sur le changement climatique

II-2-a La CUB entre imputation, députation et réputation

L'idée selon laquelle le projet constitue un **lubrifiant des rapports communautaires** s'est révélée totalement erronée dans l'exemple de la mobilisation autour des « pionniers du climat ». Il s'avère que si les « discours circulants » (Charaudeau, 1999) à l'échelle communautaire définissent les modalités de la reconnaissance des pratiques de communication favorables à la lutte climatique ; ils ne définissent pas

l'exercice de ces pratiques comme l'illustre la casuistique. Aussi, nous avons remarqué une asymétrie des échanges au sein des réseaux d'acteurs locaux, la multiplication des « relations » n'est résolument pas « synonyme d'efficacité », c'est plutôt « *le degré d'ouverture sur ces réseaux [qui] permet la plus ou moins grande mobilisation d'une information utile* » (Bakis, 1993, p. 87-88 cité par Lavigne, 2008). Les phénomènes de micro mobilisations territoriales pour la lutte climatique ne génèrent pas de macro mobilisation favorable à la CUB. Le projet « pionniers du climat » apparaît donc comme une utopie mobilisatrice ; et l'instance CUB subit une **antinomie structurelle** car tiraillée entre imputation, députation et réputation.

L'**imputation** est « un terme important en droit et en comptabilité » puisqu'il est au fondement de la responsabilité (d'Almeida, 2007). En ce qui nous concerne, c'est la légitimité instituée par la loi Grenelle 2 de l'environnement qui incite les collectivités locales de plus de 50 000 habitants à mettre en place un programme d'actions concrètes pour lutter contre les effets territoriaux du changement climatique. La Communauté Urbaine de Bordeaux s'inscrit donc en cohérence avec la législation en lançant l'action « pionniers du climat ». Pourtant, cette situation conduit aux télescopages des pratiques de communication territoriale amenant les communes à donner de la voix. En outre, la question de la visibilité de l'action se pose puisque le territoire communautaire est le théâtre où interfèrent de nombreuses pratiques favorables à la lutte climatique à l'initiative d'entités hétérogènes (associations, acteurs socioéconomiques, représentants de l'État, collectivités locales, entreprises, etc.). Sans compter l'absence de sentiment d'appartenance à l'intercommunalité, laquelle peut expliquer le déficit d'engagement de certains acteurs locaux devant le projet « pionniers du climat ».

Pour remédier à cet écueil, l'établissement public mise sur la **députation**. En effet, « *dans la question de la députation se profile la question du contrat social, de la volonté générale et du bien commun* » (d'Almeida, 2007, p. 122). Il s'agit pour l'établissement public de coopération intercommunale bordelais d'affirmer sa compétence à incarner l'intérêt général en dehors de toute obligation légale. Toutefois, si la lutte contre le

changement climatique appelle à la responsabilisation collective et à l'implication individuelle (Salles, 2006), le cadre institutionnel limite les domaines d'intervention de la CUB. En effet, en s'adressant aux habitants du territoire communautaire, aux yeux des communes, la CUB fait de l'ingérence d'où leur défiance. Le paradoxe réside dans le fait que dans ses statuts, le rôle de l'intercommunalité est d'articuler la coordination des actions à l'échelle intercommunale (entre les communes) ; mais en même temps, le principe de subsidiarité l'autorise à s'emparer des tâches qui ne peuvent être réalisées à un échelon inférieur. Ainsi, lors de nos entretiens, certaines petites communes de l'agglomération nous ont confié adhérer totalement à la démarche de la CUB, car leurs faibles moyens ne leur permettraient pas de mener des actions de sensibilisation efficiente auprès de leurs habitants. L'opération « pionniers du climat » constitue alors une opportunité à saisir pour celles-ci. Ceci contribue à renforcer la réputation d'engagement de la CUB en faveur des questions climatiques.

La **réputation**, d'après le dictionnaire électronique le *Grand Robert de la langue française* (2013), renvoie au « fait d'être avantageusement connu pour sa valeur intellectuelle ou professionnelle, etc. ». Le mot évoque ainsi la « considération » et la « notoriété ». Pour en revenir à notre sujet, ce que nous assimilions à un besoin de reconnaissance pour expliciter la stratégie de communication mis en place par la CUB pour fédérer autour des « pionniers du climat » s'avère être plus complexe. A y regarder de plus près, la communication intercommunale rend compte des questions de réputation. En effet, la CUB s'est montrée très sensible à l'opinion que les membres du Club climat pouvaient avoir d'elle. Raison pour laquelle, d'ailleurs, elle a pris l'initiative de les associer à sa démarche. Une des spécificités de la réputation est qu'elle varie selon le public juge. Nous avons vu par exemple, que pour les communes, le télescopage des pratiques nuisait à l'efficacité de la campagne de communication autour des « pionniers ». Alors que pour les autres membres du climat, à l'inverse, le télescopage des pratiques est symptomatique de la vitalité de la communication territoriale sur le changement climatique. Les premiers se sont

focalisés sur la performance de l'action, sa lisibilité ; quand les seconds ont privilégié « *l'engagement de conformité* » (Gramaccia, 2010) face à l'injonction écologique. La réputation est donc plurielle. Une autre illustration : l'intercommunalité de services jouit d'une meilleure réputation que l'intercommunalité de projet au sein de la CUB comme nous l'avons déjà souligné à maintes reprises¹⁵⁴. En résumé,

« La réputation n'est pas un bien solidifié dont serait propriétaire une personne physique ou morale. Elle réside dans la relation entre les parties, dans la qualité et les contours mouvants de cette relation. Elle est donc fondamentalement relationnelle, détenue et co-construite par les acteurs dans le temps » (d'Almeida, 2007).

Dans ce cadre, nous convoquons la métaphore de « Babel » afin de mettre en exergue les discordances qui rythment ces trois états (imputation, députation, réputation) de la communication intercommunale sur le changement climatique. Elle traduit les idées d'inachèvement et confusion. L'inachèvement se manifeste dans l'impossibilité apparente de donner l'impulsion à une dynamique mobilisatrice communautaire autour des « pionniers du climat », et cela malgré les efforts déployés par la CUB. Quant à la « confusion », elle est résonnante à l'échelle de l'agglomération bordelaise autour des questions climatiques. Ce qui nous amène à avancer l'idée forte selon laquelle, nous serions face peut-être face à une **aporie communicationnelle**.

II-2-b Une aporie communicationnelle ?

Avant d'avancer dans l'analyse, il convient de définir la notion d'**aporie**. Étymologiquement, « **aporie** » est tiré du grec « *aporia* » traduit par « impasse », « sans issue », « embarras ». La version électronique du dictionnaire *Le Grand Robert de la langue française* (2013) nous propose la traduction suivante : « *Difficulté d'ordre rationnel paraissant sans issue* ». La notion fait écho alors à **l'idée de paradoxe**.

« En philosophie, on peut lui donner un sens faible, comme le fait Aristote en insistant sur l'aspect de difficulté à résoudre, notamment lorsqu'il s'agit de la « mise en présence de deux opinions contraires et également raisonnées en réponse à une même question » (ce qu'on appellera plus tard « antinomie ») ; et un sens fort, celui de Platon, pour qui il s'agit d'une difficulté qui exige un changement de registre dans la

¹⁵⁴ C'est-à-dire que les communes reconnaissent que dans les projets d'aménagements urbains, notamment, le soutien technique et financier de la CUB est incontestable.

recherche » [...]. Il convient de noter que l'aporie n'est pas un argument ni un raisonnement, mais une situation où peut se trouver l'esprit au cours de sa recherche, situation qui peut, certes, être provoquée par la confrontation avec des arguments comme les paradoxes [...] (Armengaud, 2013).

En l'occurrence, nous transposons cette dernière vision symbolique de l'aporie à notre sujet. Face aux enchevêtrements des pratiques de communication et à la difficulté rencontrée par la CUB pour fédérer les communes autour de l'action « pionniers du climat » ; nous pouvons penser à une aporie communicationnelle. En effet, la communication intercommunale sur le changement climatique vacille entre **stratégies et paradoxes**. D'une part, les communes se « plaignent » de ne pas avoir été suffisamment associées en amont du projet « pionniers du climat » ; de l'autre, elles ne sont pas assidues aux réunions techniques auxquelles elles sont conviées. Ce qui est paradoxal dans le sens où cette démarche est contraire à leurs principes et revendications. L'établissement public se trouve alors dans une impasse car il doit quand bien même poursuivre son action en s'appuyant sur la collaboration de quelques acteurs engagés. L'observation en situation, nous a permis de nous rendre compte que la communication de l'instance était soumise aux **impératifs politiques**. Ainsi, lors de la réunion de bilan de l'opération, nous avons appris que la direction de la communication de la CUB a pour principe de ne pas mettre en valeur des personnes dans ses campagnes de communication à l'instar de Rennes Métropole et de sa campagne « ENGAGE » (Annexe 8). Un positionnement qui freine la stratégie de communication pensée par le prestataire pour favoriser une dynamique territoriale. En effet, les prestataires ont insisté sur la nécessité de soutenir les volontaires au projet afin d'éviter toute démobilitation, et cela passe par leur valorisation. L'objectif envisagé, était de « rendre fière les communes et les participants » à la démarche, en développant des reportages testimoniaux qui seraient repris par la suite par la commune d'appartenance. Pour les raisons déjà évoqués, l'idée n'a pas pu être réalisée. Comment alors stimuler l'appropriation d'un projet favorable aux questions d'environnement par les acteurs locaux (habitants, communes, partenaires) ? Nous essayerons, dans la dernière section de la thèse, d'apporter des pistes de réflexion.

Section III. Les discordances comme pilier de la communication territoriale sur le changement climatique

« Babelisation », « aporie communicationnelle », « action collective », « solidarité intercommunale », « réseautage », « engagement », « coopération », « concertation », « casuistique », sont autant de termes qui témoignent de la complexité de la communication territoriale sur le changement climatique. Celle-ci se manifeste non seulement par une dimension intégrative et disparate, mais aussi par une dimension exclusive et uniformisante. Des constats qui nous ont poussés, jusqu'à présent, à poser un regard critique sur notre objet d'étude. Toutefois, notre parti pris pour une orientation méthodologique interprétative et pragmatique, exige de prendre du recul pour éviter de se laisser déborder par les prescriptions normatives émanant du terrain et susceptible d'orienter nos conclusions.

Dans cette perspective, nous avançons l'idée forte, selon laquelle, **les discordances locales constituent un des piliers de la lutte territoriale contre le changement climatique**. Theys (2000, p. 14 cité par Froger, p. 2007, 29), nous dit que le secteur de « *l'environnement est [...] devenu le laboratoire où s'inventent de nouvelles formes d'action collective* », notre étude du terrain semble lui donner raison.

III-1 Le paradoxe au centre de la communication territoriale

III-1-a La peur de la disqualification : actualisation du sentiment d'appartenance au territoire

Défini par le Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales (2014)¹⁵⁵ comme un « *Discrédit, dénigrement de la réputation de quelqu'un ou de quelque chose* », le concept de « disqualification » s'avère être d'une grande utilité dans notre analyse. Nous l'avons déjà mentionné, la peur de la disqualification¹⁵⁶, ou peur d'être exclu du débat autour de la territorialisation du défi climatique, possède un **double caractère** :

¹⁵⁵ Repéré le 16/01/14 au <http://www.cnrtl.fr/definition/disqualification>.

¹⁵⁶ Envisagé, également, en tant que symbolique de la sportivité où des joueurs sont exclus du jeu s'ils ne respectent pas les règles.

elle est à la fois *subjective* et *objective*. D'abord, le phénomène se présente comme un processus empirique : devant l'injonction écologique, les instances locales revendiquent une prise de « conscience théorique » des risques (Beck, 2001) climatiques. Théorique, car le vécu expérientiel face aux effets du bouleversement physique du climat est variable d'un territoire à l'autre, de fait les perceptions du risque sont également variables. Aussi, le phénomène pousse certaines collectivités locales à penser leurs pratiques favorables au défi climatique en tant qu'elles existent, et en fonction des impacts positifs sur l'image du territoire (et non en fonction de leur pertinence). Il s'agit, par-là, de préserver leur réputation d'engagement en faveur d'une préoccupation sociétale.

Du reste, si l'on accepte la définition de Mucchielli (1980, p. 99), pour qui « **appartenance** » n'équivaut pas uniquement à

« sentir le groupe dans lequel on se trouve [...] puisqu'on peut s'y trouver sans le vouloir ; elle implique une identification personnelle par référence au groupe (identité sociale), des attaches affectives, l'adoption de ses valeurs, de ses normes, de ses habitudes, le sentiment de solidarité avec ceux qui en font aussi partie [...] ».

Dans ce cas, il n'y a « peur de la disqualification » que parce que les collectivités se reconnaissent de façon consciente ou inconsciente comme appartenant à un monde commun, celui du **local**. De là, nous envisageons la peur de *la disqualification comme l'actualisation du sentiment d'appartenance territoriale*. C'est dire que, malgré leurs divergences, les instances locales restent soucieuses de se positionner les unes par rapport aux autres en tant qu'actrices agissant pour la localité. Celle-ci se conçoit alors, avant tout, comme « *une question de relation et de contexte, plutôt que d'échelle ou d'espace*. Par conséquent, le local [...] est aussi porteur d'un sentiment de familiarité, de proximité, d'identification et de sécurité » (Appadurai, 2001 cité par Dimitrova, 2006).

III-1-b La casuistique : actualisation du sentiment d'engagement dans l'action collective

La casuistique de la communication territoriale nous a permis de pointer la diversité des « rythmes » de pratiques en faveur de la lutte climatique, mais aussi les interférences qui les caractérisent. Par ailleurs, l'expression met en lumière

l'engagement des différents acteurs locaux pour les questions d'environnement avec notamment un engouement pour la « *communication par réseautage* » (Lavigne, 2008). Pour ces raisons, nous avançons que *la casuistique est l'actualisation du sentiment d'engagement* dans l'action collective territoriale. Celle-ci prend ainsi une forme hybride puisqu'elle se manifeste dans la mise en relation des acteurs (et non dans des opérations déployées conjointement par un groupe d'individus). Les rencontres au sein des réseaux favorisent l'instauration d'un espace de visibilité, un point de convergence des « *espaces publics partiels* »¹⁵⁷ (Miège, 2010) politiques qui cohabitent au sein de l'espace public « local ».

Pour mieux éclaircir un propos, arrêtons-nous un instant sur la notion d'espace public. Nous n'avons nullement la prétention d'aborder ici toutes les dimensions du concept, mais seulement de revenir sur ses rapports avec la communication territoriale sur le changement climatique. Précisément, il s'agit de nous interroger sur la mise en visibilité des questions d'environnement dans l'espace public local.

En sciences de l'information et de la communication (SIC), la notion d'« Espace public » fait débat. Elle est critiquée, enrichie, « disséquée » (Dacheux, D'Almeida, Maigret, Miège, Monnoyer-Smith, Neveu, Paillart, etc.). Toutefois, nous ne pouvons parler d'« Espace public », sans faire référence aux travaux de Habermas (1962). Cet auteur utilise l'expression pour désigner un **lieu de publicité**, au sens de rendre public des opinions privées, un lieu d'échanges accessible à tous les citoyens. Cette « publicité » apparaît incontournable parce qu'elle est « *médiatrice de la politique et de la morale* » (Habermas, 1992, p. 124). Malgré tout, Habermas déplore le déclin de l'« Espace public » avec précisément l'essor de la réclame, l'effervescence du marketing politique, la montée de l'interventionnisme de l'État. Ce dernier est accusé d'avoir favorisé le développement d'une logique marchande des idées. Ce qui a eu pour conséquence, selon le philosophe allemand, héritier de l'École de Francfort,

¹⁵⁷ Miège (2010, p.172), dans son livre intitulé « L'espace public contemporain. Approche Info-Communicationnelle », met en exergue les mutations de l'espace public. Celui-ci est caractérisé, selon l'auteur, par « l'asymétrie ; l'apparition de nouvelles modalités d'exercices des interactions sociales ; l'éclatement et le morcellement des espaces ; l'inégalité de la participation au(x) espace (s) public (s) ; l'interpénétration relative de la vie privative et de la vie professionnelle ; et la tendance à l'individualisation des pratiques communicationnelles ».

d'étouffer la voix des citoyens qui sont insensibilisés aux actualités politiques au profit du règne des sensations fortes et de l'émotion¹⁵⁸. En poursuivant sa critique de « l'Espace public », Habermas observe que dans notre société, l'« *Opinion publique* » a disparu au profit des « *opinions publiques* » à comprendre comme un « *système normatif exigeant qu'on s'y conforme à la manière d'un contrôle social qui s'exerce à travers des « modes » dont les règles changeantes n'imposent qu'une obéissance passagère* » (1992, p. 256). Ce phénomène participe ainsi à l'émergence d'un espace public normatif. Par suite, introduisons la question de la visibilité pour nourrir notre analyse.

Le vocable « visible » vient du latin « visibilis » que l'on peut traduire par « *ce qui peut être vu* ». Les philosophes de l'antiquité tels que Platon, Aristote et Socrate se sont emparés du sujet. Ainsi,

« L'approche classique en philosophie de la visibilité engage la problématique platonicienne de l'apparence, de la représentation, de la « mimesis ». Elle pense le visible comme les ombres de la caverne¹⁵⁹ : c'est un ensemble d'images, pâles copies d'une réalité plus réelle. L'approche est métaphysique, elle nous condamne à n'apercevoir que des ombres, des simulacres et invite à élever le regard vers ce que Platon nomme « le ciel des idées » (d'Almeida, 2000, p. 3 cité par Hervé Bazin, p. 56, 2010).

Quelques siècles plus tard, Merleau-Ponty (1964, p. 18) envisage la problématique de la perception en articulant l'intelligible et le sensible, précisément en pensant notre rapport à ces états. Pour lui, si le monde est ce que nous percevons, dans le même temps, nous devons « *apprendre à le voir. En ce sens d'abord que nous devons égaler par le savoir cette vision, en prendre possession, dire ce que c'est que nous et ce que c'est que voir, faire donc comme si nous n'en savions rien, comme si nous avions-là dessus tout à apprendre* ». Dit autrement, le philosophe nous invite à objectiver notre perception de la réalité en nous appuyant sur les connaissances acquises par l'expérience du quotidien. En outre, la quête de consensus apparaît comme un préalable pour

¹⁵⁸ C'est ce que Slama (1995) nomme la « régression démocratique », « la hiérarchie de l'affectif tient lieu de hiérarchie des valeurs ». Il n'est plus question de vouloir l'information mais d'être séduite et touchée par elle.

¹⁵⁹ Dans le livre VII de « La République », Platon s'appuie sur une allégorie pour exprimer le cheminement des hommes pour accéder à la connaissance de la réalité et la difficile transmission de cette connaissance. Concrètement, l'auteur part d'une image représentant des hommes enchaînés dans une caverne, tournant le dos à l'entrée et qui n'aperçoivent que leurs ombres et des objets projetés au loin.

accéder à la mise en visibilité, car les hommes doivent se mettre d'accord sur l'acceptation de la réalité. Cela est d'autant plus vrai que

« la visibilité, c'est tout d'abord un processus, envisagé comme un creuset de médiations, un lieu de médiatisation, d'affirmation de soi. Le processus est sélectif, classant, *taxinomique*, il oriente et sélectionne les représentations, les jugements, voire les comportements. Le processus est *agonistique* : il suppose à la fois une rivalité et en même temps participe de cette rivalité qu'il amplifie. Il reproduit et aiguisé sur le plan de la communication, l'hyperconcurrence qui règne sur les marchés et dans le système médiatique » (d'Almeida cité par 2000, p. 9° cité par Hervé Bazin, p. 65).

Plus spécifiquement, à l'échelle locale, la confrontation des opinions autour des pratiques de communication environnementale (par le biais du réseautage –clubs climats, clubs Agenda 21-), participe à rendre normatif l'engagement des acteurs concernés dans l'espace public local. Ainsi, de nos observations, la casuistique de la communication territoriale incarne l'engagement dans l'action collective territoriale.

Les phénomènes de micromobilisation et d'interférences deviennent caractéristiques de l'engagement des acteurs locaux. La casuistique traduit l'articulation des « espaces publics partiels » (Miège, 2010), elle favorise **la mise en visibilité** des « discours circulants » (Charaudeau, 1999)¹⁶⁰ en offrant « une scène de représentation », un cadre (au sens de Goffman, 1991) aux acteurs. L'occasion de tout un chacun d'affirmer publiquement son engagement et, dans une plus large mesure, son sentiment d'appartenance territoriale. En d'autres mots, la « communication par réseautage » (Lavigne, 2008) est à la fois une « communication expressive » (Sfez, 2007) mais aussi une « communication engageante ET instituante » (Bernard, 2010). En effet, elle participe à donner du « sens » aux pratiques des acteurs locaux favorables à la lutte climatique territorialisée. Il s'agit pour chaque « Je » (acteur) de trouver sa place dans le « Nous » (le local, le territoire). Dans ce cas, parce que le réseautage garantit un espace de discussion, de publicisation des opinions au sens habermassien ; il permet aux acteurs de la communication territoriale sur le changement climatique d'affirmer leur unicité dans le collectif.

¹⁶⁰ « Le discours circulant est une somme empirique d'énoncés à visée définitoire sur ce que sont les êtres, les actions, les événements, leurs caractéristiques, leurs comportements et les jugements qui s'y attachent » (Charaudeau, 1999).

En définitive, la peur de la disqualification et la casuistique de la communication territoriale témoignent, qu'au-delà des apparences, les paradoxes qui traversent le territoire communautaire font partie intégrante du processus de construction de l'action publique locale.

À présent, dans la dernière sous-section de cette thèse, nous allons voir en quoi les discordances peuvent influencer sur la dynamisation des pratiques locales favorables aux questions environnementales.

III-2 La gestion des discordances

En nous appuyant sur nos derniers développements, nous envisageons sous un angle nouveau les discordances territoriales. Elles nous apparaissent non plus comme des freins à la réussite de l'action collective mais plutôt comme un levier de la communication territoriale sur le changement climatique. Pour mieux étayer nos propos, nous allons convoquer Lucien Sfez (1999) qui a développé une théorie originale de la communication dans les organisations, une « *théorie du surmessage, porteur d'effets de sens latéraux, tordus par rapport aux intentions initiales [...]* ». [...] *une théorie des porteurs de messages et surmessages qui par leur activité inlassable emportent des changements* » (p. 694).

Partant d'une critique des théories récurrentes en communication organisationnelle, Sfez (p. 695) nous alerte sur le fait que plus on s'intéresse au « *sujet et à sa liberté* » dans un système, moins on analyse les contraintes réelles d'ordre symbolique et économique émanant de ce système ; en même temps, plus on analyse ces contraintes, moins on perçoit « *les capacités d'ouvertures et de transformations du système* ». En effet, pour l'auteur, « *le système de sens n'obéit pas à des lois spécifiques* » sans lien « *avec celles d'autres systèmes voisins* », car « *La plupart du temps, un système a pour contrainte les lois d'un autre système* » (*Ibid.*). Cette première remarque nous renvoie à l'idée de « *jurisprudence communicationnelle* » évoquée au début de ce chapitre. Celle-ci, rappelons-le, traduit les interférences entre les pratiques de communication territoriale favorables à la lutte climatique. Les instances locales

ayant la particularité de s'inspirer les unes des autres en matière de méthodologie d'actions, elles se fixent ainsi, elles-mêmes, de nouvelles limites dépassant le cadre des restrictions habituelles (législations, ressources financières ou humaines).

Sfez postule par ailleurs qu'une « *décision contrainte par l'ensemble du système historiquement déterminé par son mode de production* » reste « libre » en « *jouant sur plusieurs niveaux à la fois (multirationalité, multifinalité), elle s'individue par surcodage* » (p. 695). Appliqué à nos travaux, ce raisonnement nous renvoie, une fois de plus, à la singularité des pratiques locales en faveur des questions d'environnement. En effet, lorsque les acteurs locaux se retrouvent physiquement au sein des réseaux existants ou dans l'espace public local, chacun s'exprime en appliquant son « **code** » (Sfez, 1999, p. 696), nous sommes en face de « rationalités » spécifiques, sachant qu'un code est déterminé par des règles liées à son « objectif », son « mode d'organisation », « sa place dans le système global », « sa composition sociale » (*Ibid.*) ; le « **surcodage** » désigne, de fait, l'entrecroisement des codes coexistant au sein d'un système global. Nous sommes tentés alors de dire que la casuistique est un « **avatar** » du « surcodage » puisqu'elle décrit d'une part, les interrelations entre les acteurs locaux ; et d'autre part, l'affirmation de leurs particularités. Aussi, le « surcodage » est manifeste dans l'antinomie structurelle, paradoxe organisationnel, qui révèle la posture de l'instance intercommunale partagée entre ses obligations légales de valorisation des pratiques communales (« imputation ») et son besoin de reconnaissance comme « chef de file » de la lutte territoriale contre le changement climatique (« députation »). En résumé, chaque code est à la fois contraignant et porteur de sens.

Par ailleurs, Sfez insiste sur l'aspect « **imprévisible** » du « surcodage » car nous dit-il, il ne s'agit pas simplement d'addition dans le « surcodage ». « *Cette addition est aussi une division, une soustraction, une annulation, une torsion* » (p. 695). Preuve en est, le succès des projets relevant de l'intercommunalité de services¹⁶¹ par rapport à ceux relevant à l'intercommunalité de projet, lesquels apparaissent plus difficile à œuvrer.

¹⁶¹ C'est la mise en commun des moyens financiers et matériels pour réaliser des travaux d'aménagement du territoire, d'assainissement, etc.

Une situation qui nous avait poussés, d'ailleurs, à soumettre la thèse de l'aporie communicationnelle plus haut. Cependant, avec du recul et suite à la lecture de Sfez, une rupture avec l'idéologie de la communication¹⁶² se fait jour. De là, on peut remettre en cause notre première intuition qui consistait à justifier l'échec de la mobilisation des communes autour des « pionniers du climat », par l'échec de la communication intercommunale. Et s'il s'agissait plutôt d'un échec de la « **traduction** » des codes ?.

Pour Sfez, il faut s'interroger sur les conditions favorables à l'exercice de traduction pour expliquer l'échec de la communication publique. À cette fin, il propose d'analyser le manque de « transparence » (synonyme de la communication) à l'endroit où les « *sous-systèmes se frottent entre eux, échangent l'information, là où l'information est la plus brouillée, mutilée, tronquée, là donc où les transformations peuvent s'opérer* » (p. 697). C'est dans ces « lieux brouillés », poursuit-il, où l'on trouve des groupes et des individus déviants, lesquels appartiennent à plusieurs sous-systèmes. Ces entités sont capables de comprendre les codes associés aux systèmes mais aussi de les tordre, de les lier entre eux. L'auteur distingue ensuite, les « *déviances partielles* » de la « *déviance totale* ».

La première déviance partielle est comprise comme une résistance face au système. Il s'agit d'une remise en cause d'un des sous-systèmes par l'acteur sans remettre en cause les « rapports dominants des sous-systèmes entre eux que sont les rapports de production », lorsque, par exemple, les communes remettent en cause la légitimité de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) à réaliser une action en direction des habitants du territoire communautaire, sans pour autant nier son rôle en tant que soutien technique et financier incontournable au sein de l'agglomération (intercommunalité de services). Le deuxième type de déviance partielle, dénoncée par Sfez, est la « déviance des rapports de production ». C'est à l'inverse, quand les communes remettent en cause la gestion d'une action dans le cadre de l'intercommunalité de services sans forcément renoncer à ce mode d'organisation.

¹⁶² Selon laquelle, la communication en tant que synonyme de la transparence favorise le dialogue entre les acteurs.

Au final, c'est la « combinaison » des déviations partielles qui produit la « **déviante totale** » (p. 698). Celle-ci est décrite comme une « *mutation totale* » capable de « *dynamiser les sociétés* ». En outre, elle se manifeste par le concept de « **différence** » que l'auteur distingue de celui d'« opposition ». En effet, « L'opposition est réglable, la différence ne l'est pas » (*Ibid.*). Pour Sfez « l'opposition est utile à l'équilibre d'un système de sens » quand « *la différence est contestataire* » (p. 699). Dans l'exemple de la territorialisation du défi climatique, l'on peut parler d'une « **opposition instituée** » par le cadre législatif qui distingue les domaines d'intervention des communes par rapport à l'Établissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI). Par contre, on est dans la différence dès lors que l'on traite des questions climatiques. La complexité de la problématique, la pluralité des niveaux d'intervention, de temporalités, les particularités dans la perception des risques entraînent un enchevêtrement de codes qui se cristallise dans les pratiques de communication. Comment alors donner l'impulsion à une action collective dans cette situation ?

Si l'on souhaite approfondir cette question, il convient d'aller au-delà d'une vision réductrice en considérant l'intercommunalité comme un « **surcodeur transformateur** », car il se place « *à la marge de plusieurs sous-systèmes à la fois, tout en gardant un contact et une connaissance rigoureuse du code de chacun d'entre eux* » (Sfez, 1993, p. 699). C'est dire que l'EPCI est un « *pluri-déviant* » puisqu'il appartient à plusieurs sous-systèmes locaux que sont : la région, le département, la commune. Il se situe dans un entre-deux à l'échelon territorial, une position intermédiaire qui rend difficile sa mise en visibilité. Tout l'enjeu consiste alors, pour aboutir à une « déviante transformatrice » (Sfez, 1993), dans le **passage de la « différence » à « l'opposition »**. Dit mieux, nous pensons que les discordances territoriales autour de la lutte climatique sont à intégrer dans le processus de structuration de l'action collective. Une administration des discordances en somme, cela signifie que l'intercommunalité fait de la gestion des discordances une politique. D'ailleurs, c'est ce que la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) a tenté de faire en décidant de réaliser une action collective communautaire autour de son plan climat.

L'établissement public a voulu produire un nouveau code pour promouvoir un mode de vie écologique sur son territoire. L'idée était de passer de la différence (intercommunalité de services) à l'opposition (intercommunalité de projet) pour stimuler une dynamique participative engageante en faveur des pionniers du climat. Dans le même temps, cette démarche sert de tremplin à l'intercommunalité pour investir l'espace public local et ainsi procéder à sa mise en visibilité.

Ci-après une proposition de modélisation des discordances comme pilier de la communication intercommunale sur le changement climatique.

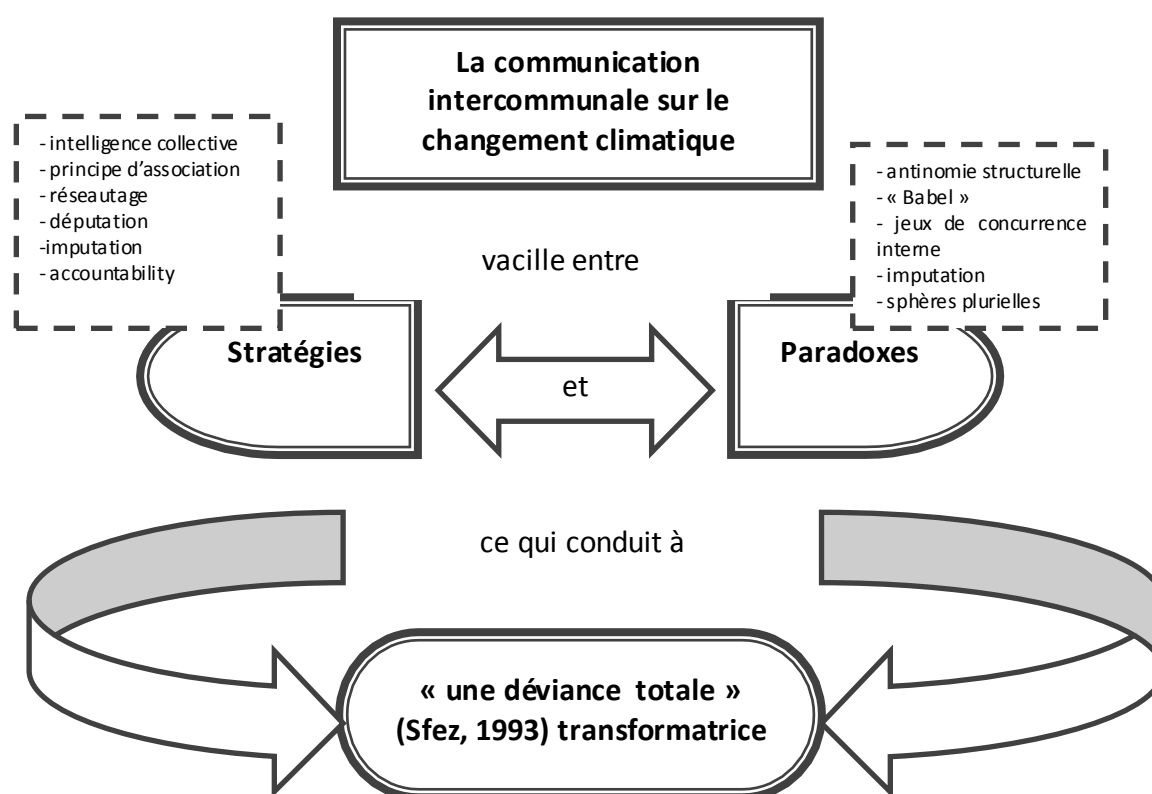


Figure 10. Proposition de modélisation de la communication intercommunale sur le changement climatique

Conclusion intermédiaire

Au terme de ce chapitre, nous avons perçu toute la complexité de la communication intercommunale sur le changement climatique. D'une part, la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) a développé des stratégies pour fédérer les acteurs locaux, pour l'essentiel, les communes autour des « pionniers du climat » (intelligence collective

comme moyen de favoriser la mise en réseau ; « *accountability* », innovation sociale) ; et d'autre part, elle doit faire face aux paradoxes de la mobilisation territoriale (antinomie structurelle ; casuistique ; « Babel » ; télescopage des pratiques), une situation qui semblait, de prime abord, aboutir à une aporie ou impasse communicationnelle. Par ailleurs, en prenant du recul et en convoquant la théorie du « surcodage » de Sfez (1993), nous avons mis en exergue que ces discordances qui traversent la communication territoriale sur le changement climatique sont à intégrer dans la construction de l'action publique. Plutôt que de les envisager comme des phénomènes conduisant à l'échec de la communication territoriale, nous avons interprétées les discordances comme un développement constructif pouvant favoriser l'engagement communautaire. De plus, notre analyse montre que les discordances se nourrissent des utopies mobilisatrices favorables à la lutte climatique territorialisée, lesquelles tendent vers l'affirmation des identités territoriales. À partir de là, le croisement de codes (le « surcodage ») devient inévitable dans l'espace public local. Il convient alors de laisser ces discordances s'exprimer, de les accepter et de les reconnaître en tant que telles, pour pouvoir les dépasser et tendre vers un consensus durable.

CONCLUSION GENERALE

Les cinq chapitres de notre thèse constituent autant de questionnements pour appréhender les processus qui rythment la communication territoriale sur le changement climatique. Revenons, dans un premier temps, sur ce qui nous semble être les passages les plus significatifs du présent volume, avant, dans un second temps, de présenter les propositions heuristiques que nous avons élaborées suite à nos observations.

Dans le **chapitre I**, nous avons montré que les utopies mobilisatrices favorables à la lutte climatique territorialisée se formaient dans l'intervalle incertain entre les contraintes du temps présent qui pèsent sur le public au quotidien, et les instances locales toujours en quête de légitimité. En effet, nous avons d'une part, le « spectre » des risques climatiques annoncés par les experts scientifiques, lesquels prévoient des conséquences désastreuses du dérèglement climatique sur nos modes de vie en cas d'inaction. De l'autre, cette injonction écologique exhorte les organisations publiques à promouvoir des actions favorables à l'environnement juxtaposant « *la responsabilisation collective et l'implication individualisée* » (Salles, 2006). Au final, nous avons montré que la conjonction de ces deux facteurs contribue à faire de la territorialisation du défi climatique un enjeu répondant à une peur de la disqualification (en tant que symbolique de la sportivité).

Le **chapitre II** fut ensuite l'occasion d'exposer nos repères conceptuels et d'amorcer une réflexion théorique autour du concept de « communication intercommunale », un des champs de la communication organisationnelle. Nous avons insisté sur les apports des théoriciens de l'action collective et du « *paradigme de la communication engageante ET instituante* » pour envisager la communication intercommunale sur le changement climatique comme un processus social et un outil de reconnaissance cherchant à lier autour d'un même projet différents acteurs locaux.

Quant au **chapitre III**, il nous a permis de mettre en exergue notre stratégie de recherche et de présenter notre cas d'étude : la mobilisation autour des « pionniers

du climat » de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB). Pour aborder notre matériel empirique, nous avons privilégié l'observation en situation avec la mission « Doctorant-conseil » effectuée au sein de la CUB et l'entretien semi directif. Celui-ci fut conduit auprès de trente-six sujets, protagonistes de la démarche. L'on distingue : des communes de l'agglomération bordelaise et des partenaires de la CUB (acteurs socioéconomiques, représentants de l'Etat et associatifs) mais aussi, l'échantillon intègre l'équipe de pilotage du projet « pionniers du climat ».

Dans les derniers **chapitres (IV et V)**, enfin, nous exposons les résultats de notre étude. Notre contribution à la communication des organisations publiques a consisté ainsi à analyser les facteurs explicatifs de la relation entre la communication intercommunale et la mobilisation territoriale. Plus précisément, nous nous sommes focalisée sur la manière dont les pratiques de communication, les cadres et les réseaux d'acteurs locaux participent à la mobilisation communautaire autour de la lutte climatique. C'est ainsi que nous nous sommes appuyée sur le concept de « casuistique » pour montrer les singularités et les interférences qui caractérisent la communication territoriale sur le changement climatique. Nous avons ensuite insisté sur le rôle joué par les cadres dans l'engagement favorable aux « pionniers du climat ». Nous avons vu qu'il existait une pluralité de « sphères » (Sloterdijk, 2005), lesquelles participent à transformer les modalités de la communication intercommunale. De fait, l'établissement public bordelais est au carrefour de plusieurs dynamiques qui impactent inévitablement sa communication : enjeux de métropolisation ; enjeux politiques, rivalités territoriales ; mouvance numérique ; mouvance écologique, etc. Nous avons pointé, par la suite, les ambivalences de la communication intercommunale sur le changement climatique, marquées principalement par un enchevêtrement des pratiques. De ces observations, nous concluons qu'il n'y a **pas de lien causaliste entre la communication intercommunale et l'action collective territoriale.**

En effet, la communication intercommunale sur le changement climatique s'inscrit certes dans une logique intégrative, laquelle ambitionne d'affirmer l'ancrage

territorial de l'établissement public. Pourtant, il ne suffit pas à celui-ci de revendiquer une dimension intégrative pour fédérer autour d'un projet, l'étude de cas des « pionniers du climat » l'a illustré. La tentative d'articulation des cadres d'interprétation des communes avec celui de l'instance CUB a produit l'effet inverse en générant des tensions, les communes ayant fait part de leur sentiment de frustration et reproché à la CUB de s'aventurer sur leur terrain en désignant pour cible principale les habitants du territoire communautaire. Dans le même temps, nous montrons que la CUB est partagée entre son besoin de reconnaissance (quand bien même ses statuts administratifs limitent cette tendance) et celui de mise en exergue des politiques communales. Le recours à la notion « d'antinomie structurelle » nous a permis de décrire ce paradoxe organisationnel.

Par ailleurs, dans la présentation de la stratégie de la recherche, nous avons fixé deux types d'objectifs pour aiguiller nos travaux : regardons de plus près leurs tenants et leurs aboutissants.

Le premier objectif était d'ordre **théorique**. Nous avons mis en exergue la complexité inhérente à la communication territoriale sur le changement climatique, et particulièrement celle de la communication intercommunale. Ainsi, la « peur de la disqualification » s'est révélée être une actualisation du sentiment d'appartenance territoriale quant à la casuistique, une actualisation de l'engagement dans l'espace public local. Par suite, l'invite de la théorie du « surcodage » (Sfez, 1993) ou théorie du « surmessage » nous a permis de plaider en faveur d'une administration des discordances. C'est-à-dire que nous avons insisté sur l'importance de rendre compte des disparités locales, des contradictions apparentes qui le deviennent moins dès lors que l'on accepte de braquer la focale sur les conditions de production des codes. Si la communication intercommunale sur le changement climatique apparaît être un processus qui vacille entre stratégies et paradoxes ; notre analyse du terrain de la CUB, nous autorise à avancer que cette tension qui anime la communication peut surtout être « transformatrice » et contribuer à stimuler l'action collective territoriale.

Le second objectif était d'ordre **empirique**. Notre étude de cas, nous amène à penser que la communication intercommunale sur le changement climatique au sein de la CUB en est à ses prémises. Elle vient juste d'être amorcée et apparaît comme un processus inachevé. Le recours à l'action collective afin de donner l'impulsion à une mobilisation territoriale répond à un besoin de repenser les stratégies de communication territoriale de même qu'à « l'impératif participatif » (Blondiaux & Fourniaux, 2011) associé aux questions de développement durable. Elle répond aussi bien évidemment à un besoin de reconnaissance de la CUB en tant qu'acteur politique incontournable dans le paysage local.

En entamant cette thèse, nous espérions savoir comment la communication intercommunale sur le changement climatique fonctionnait ; nous espérons avoir réussi tout au long de ce volume à montrer ses différentes facettes.

Voyons maintenant les voies de recherche ouvertes par cette thèse.

Ouverture

La première voie de recherche consisterait à étudier les **réseaux de sociabilités numériques favorables aux questions environnementales**. En effet, dans cette thèse, nous n'avons pas exploré en profondeur les pratiques de communication intercommunale autour du numérique et nous souhaiterions remédier à cette limite. Rappelons-nous, le plan de communication proposé par le prestataire reposait principalement sur une plate-forme web développée afin de favoriser la mobilisation communautaire. Étant donné que nous avons focalisé notre étude sur l'étude de la coordination des « pionniers du climat » à l'échelle communale, ce volet a été volontairement écarté. En outre, notre analyse de terrain a montré que les outils numériques n'occupaient pas une place prépondérante dans la communication entre la CUB et les communes hormis l'usage du courriel. Dans des recherches ultérieures, nous souhaitons étudier le réseau social international « Newmanity »¹⁶³. Celui-ci se présente comme

¹⁶³ C'est la contraction des termes anglais « New » et « Humanity » traduit par « nouvelle humanité ».

« le point de rencontre de toutes celles et ceux qui aspirent à une société plus humaine, plus écologique et plus responsable. Newmanity permet à chacun de mettre en cohérence sa vie personnelle avec ses aspirations profondes, en proposant des outils et des services pratiques pour agir facilement au quotidien »¹⁶⁴.

Il a pour objectif de favoriser le transfert d'expériences, le développement de projets et les rencontres (grâce à un service de géolocalisation) entre acteurs engagés pour favoriser un changement sociétal profond. Concrètement, la plateforme se positionne comme une alternative à des réseaux sociaux comme *Facebook* en prônant une nouvelle philosophie. Ici, le but sera de voir comment cet outil pourrait être intégré ou inspiré une stratégie de communication intercommunale.

Enfin, la deuxième voie de recherche envisagée, est une **étude comparative** entre la communication intercommunale sur le changement climatique et la communication intercommunale, dans un autre domaine notamment dans le cadre de l'intercommunalité de services (projets de planification urbaine, d'assainissement, traitement des déchets, etc.). Il s'agirait de nourrir notre réflexion en regardant les similitudes et les dissimilitudes entre deux stratégies de communication *a priori* différentes, le but étant d'arriver à une caractérisation de logiques communicationnelles des Établissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI). Il serait aussi intéressant de savoir quelle place ces organisations accordent aux notions de « coopération » et de « solidarité » dans leur communication.

À travers ces pistes de recherches, nous souhaitons ainsi contribuer, de manière large, à la réduction du déficit théorique pesant actuellement sur le courant de la communication des organisations publiques.

¹⁶⁴ <http://info.newmanity.com/newmanity-2/>.

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1. Attributs de la communication intercommunale sur le changement climatique-----	147
Tableau 2. Schéma conceptuel de la communication intercommunale sur le changement climatique-----	150
Tableau 3. Synthèse de la stratégie de recherche -----	158
Tableau 4. Ordre du jour de la réunion « Club climat » de la CUB le 2/07/12, documents personnels. -----	195

LISTE DES FIGURES

Figure 1. Facteurs et conséquences du changement climatique d'origine anthropique (GIEC, 2007)-----	24
Figure 2. Logo de la campagne -----	41
Figure 3. Communauté Urbaine de Bordeaux. Source: lacub.fr. -----	51
Figure 4. Capture d'écran <i>One Note</i> . -----	152
Figure 5. Capture d'écran de l'espace de travail de Nvivo -----	157
Figure 6. Dynamiques de la communication communale sur le changement climatique au sein de l'agglomération bordelaise. Répartition des nœuds par nombre d'éléments encodés. -----	166
Figure 7. Dynamiques de la communication communale sur le changement climatique au sein de l'agglomération bordelaise. Répartition des nœuds par nombre d'éléments encodés. -----	181
Figure 8. Emblèmes des tribus-----	197
Figure 9. Trajectoire de la casuistique de la communication territoriale sur le changement -----	231
Figure 10. Proposition de modélisation de la communication intercommunale sur -----	259

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES ET CHAPITRES D'OUVRAGES

- AGAMBEN, G. (2003). *Etat d'exception, Homo Sacer*. Paris : Seuil
- AUSTIN, J.-L. (1979). *Quand dire c'est faire*. (Traduit de l'anglais par G. LANE). Paris : Seuil.
- BASTIEN, F., & NEVEU E. (dir.) (1999). *Espaces publics mosaïques. Acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*. Rennes : PUR.
- BAUDIN, M. (2009). *Le développement durable, nouvelle idéologie du XXIe siècle ?* Paris : L'Harmattan.
- BEAUVOIS, J. L., & JOULE, R. V. (1998). *La soumission librement consentie : comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire ?*. Paris : PUF.
- BECK, U. (2001). *La société du risque*. (Traduit de l'allemand par L. Benardi). Paris : Broché.
- BENASAYAG, M. (2004). *Abécédaire de l'engagement*. Paris : Bayard.
- BENOIT, D. (1995) (dir). La communication « efficace » : convaincre, persuader, influencer, manipuler.... Dans *Introduction aux sciences de l'information et de la communication* (p. 347-362). Paris : Les Editions d'Organisations.
- BERTHELOT, J.-M. (dir.). (2001). Programmes, paradigmes, disciplines : pluralité et unité des sciences sociales. Dans *Epistémologie des sciences sociales* (p. 457-520). Paris : PUF.
- BLANCHET, A., & GOTMAN, A. (1992). *L'enquête et ses méthodes. L'entretien*. Paris : Armand Colin.
- BLANCHET, J. (2011). *L'individu et la société*. Paris : L'Harmattan.
- BLONDIAUX, L. (2008). *Le nouvel esprit de la démocratie. Actualité de la démocratie participative*. Paris : Le Seuil.
- BOARINI, S. (2005). Collection, comparaison, concertation. Le traitement du cas, de la casuistique moderne aux conférences de consensus. Dans J.-C. Passeron & J.-C. Revel (dir.) (2005), *Penser par cas* (p. 129-157). Paris: Editions EHESS.

- BOLTANSKI, L. & THEVENOT, L. (1991). *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris : Gallimard.
- BOLTANSKI, L. & CHIAPELLO, E. (1999). *Le Nouvel esprit du capitalisme*. Paris : Gallimard.
- BONNEVILLE, L., GROSJEAN, S., & LAGACE, M. (2006). *Introduction à la recherche en communication*. Montréal : Gaétan-Morin.
- BOUDON, R. (2006). *Renouveler la démocratie. Eloge du sens commun*. Paris : Odile Jacob.
- BOUQUILLION, T. & MATTHEWS, J. T. (2010). *Le web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication*. Grenoble : PUG.
- BOURG, D., & WHITESIDE, K. (2010). *Vers une démocratie écologique. Le citoyen, le savant et le politique*. Paris : La République des idées.
- BOUTINET, J.-P. (1998). *Anthropologie du projet*. Paris : PUF.
- BOUTINET, J.-P. (2011). Logiques communicationnelles et mutations de temporalités : enjeux et défis pour l'adulte contemporain. Dans V. Carayol & A. Boulidoires (dir.), *Discordance des temps. Rythmes, temporalités, urgence à l'ère de la globalisation de la communication* (p. 79-92). Pessac : MSHA.
- BRATOSIN, S. (2007). *La concertation dans le paradigme du mythe. De la pratique du sens*. Berne : Peter Lang.
- BRETON, P. (2000). *Le culte de l'Internet. Une menace pour le lien social ?*. Paris : La Découverte.
- BRETON, P., & PROULX, S. (1993). *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*. Paris : La Découverte.
- BRUNEL, S. (2010). *Le développement durable*. Paris : PUF.
- CAILLE, A. (dir.) (2007). *La quête de reconnaissance. Nouveau phénomène social total*. Paris : La Découverte.
- CALLON, M., LASCOUMES, P., & BARTHE, Y. (2001). *Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique*. Paris : Seuil.
- CARAYOL, V. (2004). *Communication organisationnelle : une perspective allagmatique*. Paris : L'Harmattan.

- CARAYOL, V., & BOULDOIRES, A. (dir.) (2011). Introduction. Dans *Discordance des temps. Rythmes, temporalités, urgence à l'ère de la globalisation et de la communication* (p. 9-18). Pessac : MSHA.
- CARAYOL, V. & GRAMACCIA, G. (dir.). (2013). *Abécédaire : vingt ans de recherches et de publications en communication des organisations*. Bordeaux : PUB.
- CARDY, H. (2007). Les institutions de la recherche en SIC. Dans S. Olivesi (dir.), *Introduction à la recherche en SIC* (p. 303-321). Monts : PUG.
- CASTELLS, M. (2001). *La Société en réseaux*. Paris : Fayard.
- CASTORIADIS, C. (1999). *L'institution imaginaire de la société*. Paris : Points.
- CEFAÏ, D. (2007). *Pourquoi se mobilise-t-on? Les théories de l'action collective*. Paris : La Découverte.
- COHEN-BACRIE, B. (2006). *Communiquer efficacement sur le développement durable. De l'entreprise citoyenne aux collectivités durables....* Paris : Démos.
- COHEN-BACRIE, B. (2008). *La communication publique territoriale : procédures, cibles et objectifs*. Paris : Territorial Editions.
- COMPIEGNE, I. (2011). *La société numérique en question(s)*. Evreux : Editions Sciences Humaines.
- CORNIUO, J.-P. (2008). *La société numérique : Regards et réflexions*. Paris : Hermès Science Publications.
- d'ALMEIDA, N. (2007). *La société du jugement*. Paris : Armand Colin.
- de la GUÉRONNIERE, C. & Le BRAS, D. (2009). *La communication intercommunale*. Paris : Territorial éditions.
- de la HAYE, Y. (1984). *Dissonances. Critique de la communication*. Paris : La pensée sauvage.
- DESCOMBES, V. (1996). *Les institutions du sens*. Paris : Les éditions de Minuit.
- DOSSE, F. (1995). *L'empire du sens. L'Humanisation des sciences humaines*. Paris : Broché.
- DORTIER, J.-F. (2005). La communication : omniprésente, mais toujours imparfaite. Dans P. Cabin & J.-F. Dortier (dir.), *La communication, états des savoirs* (2^e éd., p. 1-15). Paris : Editions Sciences humaines.

- DOUGLAS, M. (1999). *Comment pensent les institutions ?* (Traduit de l'anglais par A. ABEILLE). Paris : La Découverte.
- DUBET, F. (2002). *Le Déclin de l'institution*. Paris : Broché.
- ELA, J.-M. (1998). *Innovations sociales et renaissance en Afrique noire*. Montréal : L'Harmattan.
- ELIAS, N. (1991). *La société des individus*. Paris : Fayard.
- FILLIEULE, O., & PECHU, C. (1993). *Lutter ensemble. Les théories de l'action collective*. Paris : L'Harmattan.
- FINKELSTEIN, B. (2005). *L'Héritage de Babel. Éloge de la diversité*. Paris : L'Harmattan.
- FISCHER, G.-N. (1996). *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale*. Paris : Dunod.
- FLICHY, P. (2001). *L'imaginaire technique d'Internet*. Paris : La Découverte.
- FLICHY, P. (2010). *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère du numérique*. Paris : Seuil.
- GIDDENS, A. (1987). *La constitution de la société. Eléments de la théorie de la structuration*. Paris : PUF.
- GIRARDON, J. (2008). *L'intercommunalité*. Paris : Ellipses.
- GIROUX, N. (2003). L'étude de cas. Dans Y. Giordano (dir.), *Conduire un projet de recherche. Une perspective qualitative* (p. 41-84). Québec : EMS.
- GOFFMAN, E. (1991). *Les cadres de l'expérience. Le sens commun*. Paris: Minuit.
- GRAMACCIA, G. (2001). *Les actes de langage dans les organisations*. Paris : L'Harmattan.
- GROSJEAN, S., & Luc BONNEVILLE (dir.) (2007). *Repenser la communication des organisations*. Paris : L'Harmattan.
- HABERMAS, J. (2007). *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. (Traduit de l'allemand par M.-B. de Launay). Paris : Broché.
- HACKING, I. (2001). *Entre science et réalité: la construction sociale de quoi ?* (Traduit par B. Jurdant). Saint-Amand-Montrond : La Découverte.
- HAMEL, J. (1997). *Précis d'épistémologie de la sociologie*. Paris : L'Harmattan.

- HARTOG, F. (2011). Régime d'historicité, Patrimoine et crise du temps. Dans V. Carayol & A. Bouldoires (dir.), *Discordance des temps. Rythmes, temporalités, urgence à l'ère de la globalisation de la communication* (p. 21-26). Pessac: MSHA.
- HAVARD-DUCLOS, B., & NICOURD, S. (2005). *Pourquoi s'engager? Bénévoles et militants dans les associations de solidarité*. Paris : Payot.
- HEIDEGGER, M. (1987). *Être et temps*. Paris : Gallimard.
- HONNETH, A. (2000). *La lutte pour la reconnaissance*. (Traduit de l'allemand par P. Rusch). Paris: Cerf.
- JODELET, D. (2008). Représentation sociale: phénomènes, concept et théorie. Dans S. Moscovici (dir.), *Psychologie sociale*, (3^e éd., p. 363-384). Paris : PUF.
- JOULE, R.-V., PY, J., & BERNARD, F. (2004). « Qui dit quoi, à qui, en lui faisant faire quoi ? Vers une communication engageante ». Dans M. Bromberg & A. Trognon (dir.), *Psychologie sociale et communication* (p. 205-217). Paris : Dunod.
- KANT, E. (1993). *Fondements de la métaphysique des mœurs*. Paris : Le livre de Poche.
- KOSCIUSKO-MORIZET, N. (2010). Développement durable : le numérique et l'écologie comme deux vecteurs majeurs de changement. Dans Y. Lejeune (dir.), *TIC 2025, les grandes mutations. Comment internet et les technologies de l'information et de la communication vont redessiner les prochaines années* (p.164-172). Paris : Editions fyp.
- LARAMEE, A. (2001). *La communication dans les organisations. Une introduction théorique et pragmatique*. (2^e éd.). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- LARAMEE, A., & VALLEE, B. (2001). *La recherche en communication. Eléments de méthodologie*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Le BOHEC, J. (2007). Le travail d'objectivation. Dans S. Olivesi (dir.), *Introduction à la recherche en SIC* (p. 259-280). Monts : PUG.
- Le BOHEC, J. (2008). Les risques de méthode liés à la monomanie technique. Dans C. Laville, L. Leveneur & A. Rouger, *Construire son parcours de thèse. Manuel réflexif et pratique* (p. 157-163). Condé-sur-Noireau : L'Harmattan.
- LEJEUNE, Y. (dir.) (2010). *TIC 2025, les grandes mutations. Comment internet et les technologies de l'information et de la communication vont redessiner les prochaines*

- années. Paris : Editions fyp.
- Le MOIGNE, J.-L. (1993). *La modélisation des systèmes complexes*. Paris : Dunod.
- Le NET, M. (1993). *Pratique des campagnes d'information, notes et études*. Paris : La documentation française.
- LECOURT, D. (1972). *Pour une critique de l'épistémologie (Bachelard, Canguilhem, Foucault)*. Paris : François Maspéro.
- LEE, W. (2001). L'intervention de l'avenir dans le présent. Dans V. Carayol & A. Boulidoires (dir.), *Discordance des temps. Rythmes, temporalités, urgence à l'ère de la globalisation et de la communication* (p. 191-210). Pessac : MSHA.
- LIBAERT, T. (2010). *Communication et environnement, le pacte impossible*. Paris : PUF.
- LIPOVETSKY, G. & CHARLES, S. (2004). *Les temps hypermodernes*. Paris : Grasset.
- LONEUX, C. & PARENT, B. (2010) (dir.) *Communication des organisations : recherches récentes*. (Tome 2). Paris : L'Harmattan.
- LONEUX, C., & HUET, R. (2010). Responsabilité sociale des entreprises, éthique et communication. Dans S. Grosjean & L. Bonneville (dir.), *La communication organisationnelle. Approches, processus et enjeux* (p. 281-309). Montréal : Chenelière Editions.
- MAYER, R., OUELLET, F., SAINT-JACQUES, M. C., & D. TURCOTTE (2000). *Méthode de recherche en intervention sociale*. Québec : Gaëtan Morin.
- MC LUHAN, M. (1977). *Pour comprendre les médias. Les prolongements technologiques de l'homme*. Paris : Seuil.
- MEGARD, D., & DELJARRIE, B. (2009). *La communication des collectivités locales*. Paris : L.G.D.J.
- MERLEAU-PONTY, M. (1964). *Le visible et l'invisible*. Paris : Gallimard.
- MESNIL, C. (2011). Temps organisationnel et temps humain. Dans V. Carayol & A. Boulidoires (dir.), *Discordance des temps. Rythmes, temporalités, urgence à l'ère de la globalisation et de la communication* (p. 253-262). Pessac: MSHA.
- MICHON, P. (2011). Des rythmes de l'individuation singulière et collective à l'ère du capitalisme flex-réticulaire. Dans V. Carayol & A. Boulidoires (dir.), *Discordance des temps. Rythmes, temporalités, urgence à l'ère de la globalisation et de la*

- communication* (p. 27-36). Pessac : MSHA.
- MIEGE, B., & PAILLART, I. (2007). La recherche en Information et communication comme praxis. Dans S. Olivesi, *Introduction à la recherche en SIC* (p. 281-300). Monts : PUG.
- MIEGE, B. (2010). *L'espace public contemporain. Approche Info-communicationnelle*. Grenoble : PUG.
- MOQUAY, P. (1996). *L'intercommunalité en 12 facteurs. Comprendre le contexte local*. Paris : Syros.
- MOSCOVICI, S., & JODELET, D. (1989). *Folies et représentations sociales*. Paris : PUF.
- MORIN, E. (2011). *La Voie pour l'avenir de l'humanité*. Paris : Fayard.
- MUCCHIELLI, A. (1999). *Théorie systémique des communications, Principes et applications*. Paris : Armand Colin.
- MUCCHIELLI, A. (dir.). (2006). Un cadre de référence pour « l'approche communicationnelle des TIC ». Dans *Étude de communication : Le dialogue avec la technologie* (p. 7-35). Paris : Armand Colin.
- NACHI, M. (2006). *Introduction à la sociologie pragmatique*. Paris : Armand Colin.
- NEVEU, E. (2005). *Sociologie des mouvements sociaux*. (4^eéd.). Paris : La Découverte.
- NEVEU, E. (2006). *Une société de communication ?* Paris : Montchrestien.
- OLIVESI, S. (2004). *Questions de méthode*. Condé-sur-Noireau : L'Harmattan.
- OLLIVIER, B. (2000). *Observer la communication. Naissance d'une interdiscipline*. Paris : CNRS Eds.
- OXIBAR, B. (2009). *Communication sociétale. Théories et pratiques*. Paris : L'Harmattan.
- PAILLART, I. (1993). *Les territoires de la communication*. Grenoble : PUG.
- PAILLE, P., & MUCCHIELLI, A. (2008). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. (2^e éd.). Paris : Armand Colin.
- PASQUIER, D., & CEFAÏ, D. (dir.) (2003). *Les sens du public. Publics politiques, publiques médiatiques*. Paris : PUF.
- PASSERON, J.-C. & REVEL, J.-C. (dir.) (2005). Penser par cas. Raisonner à partir de singularités. Dans *Penser par cas* (p. 9-44). Paris: Editions EHESS.
- PAYET, J.-P., & BATTEGAY, A. (dir.) (2008). *La reconnaissance à l'épreuve. Explorations*

- socio-anthropologiques*. Paris : PU du Septentrion.
- PERRIAULT, J. (2008). *La logique de l'usage. Essai sur les machines à communiquer*. Paris : L'Harmattan.
- POUPART, J., DESLAURIERS, J.-P., GROULX, L.-H., LAPERRIERE, A., MAYER, R., & PIRES, A. P. (1997). *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*. Montréal : Gaëtan Morin.
- PROULX, S., & VITALIS, A. (1999). *Vers une citoyenneté simulée*. Paris : Apogée.
- QUERE, L. (2003). Le public comme forme et comme modalité d'expérience. Dans D. Cefaï & D. Pasquier (dir.), *Les Sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, (p. 113-114). Paris : PUF.
- RANCIERE, J. (2008). *Le spectateur émancipé*. Paris : La Fabrique éditions.
- RICOEUR, P. (1974). *La métaphore vive*. Paris : Seuil.
- RICOEUR, P. (1994). *Éthique et responsabilité*. Neuchâtel : La Baconnière.
- RIFKIN, J. (2012). *La troisième révolution industrielle. Comment le pouvoir latéral va transformer l'énergie, l'économie et le monde*. Paris : Les liens qui libèrent Editions.
- ROBERT, P. (2009). *Une théorie sociétale des TIC. Penser les TIC, Entre approche critique et modélisation conceptuelle*. Paris : Hermès éditions.
- ROTILLON, G. (2008). *Faut-il croire au développement durable?*. Paris : L'Harmattan.
- RUBIN, E. L. (2005). Introduction. Social nostalgia. Dans *Beyond Camelot. Rethinking Politics and Law for the Modern State* (p. 2-36). Princeton : Princeton University press. Repéré le 30/10/11 à <http://press.princeton.edu/chapters/s7966.pdf>.
- SALLES, D. (2006). *Les défis de l'environnement. Démocratie et efficacité*. Paris : Syllepses.
- SFEZ, L. (2007). *La communication*. Paris : PUF.
- SFEZ, L. (1977). *L'objet local*, Paris : 1018.
- SLAMA, A.-G. (2002). *La régression démocratique*. Paris : Perrin.
- SLOTERDIJK, P. (2005). *Sphères: Tome 3, Écumes, Sphérologie plurielle*. (Traduit par O. Mannoni). Paris : Hachette Littératures.
- SOUCHARD, M., & WAHNICH, S. (1995). *La communication politique locale*. Paris : PUF.

- THEVENOT, L. (2006). *L'action au pluriel, sociologie des régimes d'engagement*. Paris : La Découverte.
- TOUATI, Z. (2008). Les limites de l'entretien semi-directif en SIC. Dans C. La ville, L. Leveneur & A. Rouger, *Construire son parcours de thèse. Manuel réflexif et pratique* (p. 124-130). Condé-sur-Noireau : L'Harmattan.
- TREMBLAY, G., & GIROUX, S. (2009). *Méthodologie des sciences humaines. La recherche en action*. (3^e éd.). Québec : ERPI.
- TOURAINÉ, A. (1984). *Le retour de l'acteur*. Paris : Fayard.
- TOURAINÉ, A. (2010). *Après la crise*. Paris : Seuil.
- VEDEL, T. (2003). L'idée de démocratie électronique en questions. Origines, visions, questions. Dans P. Perrineau (dir.), *Le Désenchantement démocratique* (p. 243-246). Paris : Editions de l'Aube.
- VIGNERON, J., & FRANCISCO, L. (1996). *La communication environnementale*. Paris : Economica.
- VIRILIO, P. (2010). *L'Administration de la peur*. Paris : Textuel.
- WEBER, M. (1971). *Economie et société*. (Traduit de l'allemand par J. Freund, P. Kaminitzer, P. Bertrand, E. de Dampierre, J. Maillard & J. Chavy). Paris : Plon.
- WIEVIORKA, M., MOSCOVICI, S., NOTAT, N., PACHET, P., & PERROT, M. (dir.) (1998). *Raison et conviction. L'engagement*. Paris : Le Seuil.
- WOLTON, D. (1997). *Penser la communication*. Paris : Flammarion.
- WOLTON, D. (2000). *Internet et après? Une théorie critique des nouveaux médias*. Paris : .
- YIN, R. K. (1994). *Case Study Research. Design and Methods*. Thousand Oaks : Sage Publications.
- ZEMOR, P. (2005). *La communication publique*. Paris : PUF.

THÈSES ET MÉMOIRES

- ASDOURIAN, B. (2010). *Communication, relation et médias sociaux. Étude du cas de la sensibilisation aux feux de forêt*. (Th. Doctorat, Aix-Marseille Université, Aix-Marseille). Repéré le 11/06/11 à <http://tel.archivesouvertes.fr/docs/00/57/39/62/>

[PDF/these_asdourian.pdf](#).

- BALESTIBAUD-MONSEIGNE, A. (2009). *La participation et l'homme politique local. Une approche interactionniste : entre communication digitale et communication analogique*. (Th. Doctorat, Université Michel de Montaigne, Pessac).
- BARRE, M.-A. (2009). *Le maintien de l'engagement militant au sein du mouvement écologiste. Le cas d'un groupe d'écologie sociale*. (Mémoire, Université de Laval, Québec). Repéré le 10/04/11 à www.theses.ulaval.ca/2009/26427/26427.pdf.
- CISHAHAYO, F. (2010). *Communication, Développement et appropriation des médias émergents en Afrique francophone subsaharienne. Approche critique*. (Th. Doctorat, Université de Montréal, Montréal). Repéré le 05/07/11 à https://papyrus.bib.umontreal.ca/jspui/bitstream/1866/4847/4/Cishahayo_Fabi_en_2010_These.pdf.
- CORDELIER, B. (2007). *Logiques de transaction en innovation organisationnelle : vers une heuristique sociotechnique du projet*. (Th. Doctorat, Université Michel de Montaigne, Pessac).
- COURBET, D. (2004). *Communication médiatique: les apports de la psychologie sociale. Pour une pluralité épistémologique, théorique et méthodologique en SIC. Notes de synthèse pour une Habilitation à diriger des recherches*. (HDR, Université de Provence-Aix-Marseille 1, Marseille). Repéré le 13/12/12 à http://tel.archives-ouvertes.fr/docs/00/14/43/58/PDF/hdr_entiere_def.pdf
- DRULLION, K. (2005). *Les ONG : nouvelles « sentinelles » de la réputation des entreprises*. (Mémoire, Université de Paris IV- Sorbonne, Paris). Repéré le 02/05/13 à <http://www.communication-sensible.com/download/MEMOIRE-Kristine-Drullion.pdf>.
- EMPRIN, C. (2012). *Les Dynamiques Communicationnelles dans la Recherche en Écologie : Projet et Programme de Recherche sur la Biodiversité*. (Th. Doctorat, Ecole Normale Supérieur de Lyon, Université de Lyon, Lyon). Repéré le 12/12/2013 à http://tel.archivesouvertes.fr/docs/00/77/01/53/PDF/EMPRIN_Clemence_2012_these.pdf
- GRAMAGLIA, C. (2006). *La mise en cause environnementale comme principe d'association*.

- Casuistique des affaires de pollution de rivières : L'exemple des actions contentieuses de l'Association nationale de protection des eaux et rivières (ANPER-TOS).* (Th. Doctorat, Ecole des mines de Paris, Paris). Repéré le 11/11/11 à <http://www.sudoc.abes.fr/DB=2.1/SRCH?IKT=12&TRM=118342789>.
- HERVE-BAZIN, C. (2010). *Femme, Eau et Développement durable: de l'invisible au visible.* (Th. Doctorat, PARIS IV Sorbonne- CELSA, Paris). Repéré le 03/11/11 à <http://celinehervebazin.files.wordpress.com/2011/07/these-celine-herve-bazin-juin-2010.pdf>.
- KANDE, B. (2011). *Les outils de mise en place à la Communauté Urbaine de Bordeaux d'une politique transversale de développement durable avec un focus sur l'eau.* (Mémoire, Université Michel de Montaigne-Bordeaux III, Bordeaux).
- LEISEROWITZ, A. A. (2003). *Global warming in the american mind : the roles of affect, imagery, and worldviews in risk perception, policy preferences and behavior.* (Th. Doctorat, University of Oregon, Oregon). Repéré le 12/05/11 à <http://decisionresearch.org/pdf/540.pdf>.
- MARTINEAU, S. (1996). *De la base de connaissance en enseignement au savoir d'action pédagogique : construction d'un objet théorique.* (Th. Doctorat, Université de Laval, Laval). Repérée le 05/09/12 à <https://sites.google.com/site/eduphilosocio/home/these-de-doctorat>.
- NDIAYE, M. P. (2010). *La communication territoriale à l'épreuve d'internet : le cas du plan climat girondin.* (Mémoire, Université Michel de Montaigne, Pessac).
- PLAMONDON, A. (2007). *Les interactions entre le « Je » et le « Nous ». L'apport des interventions sociales.* (Mémoire, Université de Laval, Québec). Repéré le 25/11/10 à www.theses.ulaval.ca/2008/25024/25024.pdf.
- RAMONJY RABEDAORO, D. (2012). *Management stratégique des organisations du commerce équitable à partir des concepts de développement durable et de responsabilité sociale.* (Th. Doctorat, Université PARIS DAUPHINE, Paris). Repéré le 10/12/12 à http://basepub.dauphine.fr/bitstream/handle/123456789/9784/TOME%201%20DOCUMENT%20PRINCIPAL_Ramonjy.pdf?sequence=1.
- ROMMA, N. (2010). *Communication de changement comportemental sur le web : comparer*

l'efficacité de la persuasion et de l'engagement pour promouvoir l'écocitoyenneté.
(Th. Doctorat, Université du Sud Toulon-Var, Toulon).

RUBENS, L. (2011). *Être engagé, informé ou hypocrite : Quels leviers pour favoriser les comportements pro-environnementaux ?* (Th. Doctorat, Université Paris Ouest Nanterre La Défense, Paris). Repéré le 12/11/12 à http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/61/00/19/PDF/These_Rubens_2011_.pdf.

SZCZEPAN, N. (2011). *La publicité peut-elle utiliser l'humour pour parler des questions de pauvreté, d'écologie ou de handicap ?* (Mémoire, HEC Paris, Paris).

WARDEKKER, J. A. (2004). *Risk Communication on Climate Change.*(Mémoire, Utrecht University, Utrecht). Repéré le 05/03/11 à <http://nws.chem.uu.nl/publica/Publicaties2004/e2004-120.pdf>.

YAO, N. (2011). *La communication de recrutement: étude des pratiques évènementielles.*
(Th. Doctorat, Université Michel de Montaigne, Pessac).

PÉRIODIQUES

AGENCE LOCALE POUR L'ENERGIE ET LE CLIMAT (ALEC) Grenoble. (2011). *Les Dossiers de l'ALEC.*

ANSART-DOURLIN, M. (2005). CASTORIADIS. Autonomie et hétéronomie individuelles et collectives. Les fonctions de la vie imaginaire. *Les Cahiers psychologique politique*, 7. Repéré le 11/10/12 à <http://lodel.irevues.inist.fr/cahierspsychologiepolitique/index.php?id=1111>.

BECK, U. (2002). The Cosmopolitan Society and its Enemies. *Theory, Culture & Society*, 19, 17-44. Repéré le 10/12/11 à http://www.veraznanjemir.bos.rs/materijal/BECK_the_cosmopolitan_society_and_its_enemies.pdf.

BENFORD, D. & SNOW, R.-D. (2000). Framing Processes and Social Movements : An Overview and Assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, 611. Repéré le 19/02/11 à <http://www.jstor.org/stable/223459>.

BERNARD, F. (1998). Communication organisationnelle et usages des sciences

- humaines et sociales. Fragments de réflexion. (Textes réunis par C. Le Moëne). *Communications d'entreprises et d'organisations*, 48-73.
- BERNARD F. (2004). Le lien communicationnel en organisation. *Sciences de la société*, 63, 25-46.
- BERNARD, F., & Joule, R.-V. (2004). Le pluralisme méthodologique en Sciences de l'Information et de la Communication à l'épreuve de la « communication engageante ». *Questions de communication*, 7, 185-205.
- BERNARD, F. (2006). Organiser la communication d'action et d'utilité sociétales. Le paradigme de la communication engageante. *Communication & organisation*, 29, 65-84.
- BERNARD, F. (2007). Communication engageante, environnement et écocitoyenneté : un exemple des « migrations conceptuelles » entre SIC et psychologie sociale. *Communication & organisation*, 31. Repéré le 2/07/12 à <http://communicationorganisation.revues.org/94>.
- BERNARD, F. (2010). Pratiques et problématiques de recherche et communication environnementale : explorer de nouvelles perspectives. *Communication & organisation*, 37, 79-92.
- BERTEN, A. (2006). Légitimité, légitimation, normativité. *Recherches en communication*, 25. Repéré le 28/03/12 à <http://sites-test.uclouvain.be/rec/index.php/rec/article/viewFile/5491/5211>.
- BESSIERES, D. (2009). La définition de la communication publique : des enjeux disciplinaires aux changements de paradigmes organisationnels. *Communication & organisation*, 35, 14-28.
- BLONDIAUX, L., & FOURNIAU, J.-M. (2011). Un bilan des recherches sur la participation du public en démocratie : beaucoup de bruit pour rien? *participations*, 1, 10-35.
- BORD, R. J., FISHER, A., & O'CONNOR, R. E. (1998). Public perceptions of global warming: United States and international perspectives. *Climate Research*, 11, 75-84. Repéré le 10/12/11 à http://www.climateaccess.org/sites/default/files/Bord_Public%20Perceptions.pdf.

- BOURDIEU, P. (2000). L'inconscient d'école. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 135, 3-5.
- BOUZON, A. (2001). Risque et communication dans les organisations contemporaines *Communication et Organisation*, 20, 27-48.
- BRUNEL, S. (2007). Qu'est-ce que la mondialisation ?. *Sciences humaines*, 180. Repéré le 22/04/13 à http://www.scienceshumaines.com/qu-est-ce-que-la-mondialisation_fr_15307.html.
- CARAYOL, V. (2005). Principe de contrôle, communication et temporalités organisationnelles. *Etudes de communication*, 28, 77-89. Repéré le 23/10/11 à <http://edc.revues.org/276>.
- CHARAUDEAU, P. (1999). La médiatisation de l'espace public comme phénomène de fragmentation. *Études de communication*, 22, 73-92. Repéré le 23/10/11 à <http://edc.revues.org/index2346.html>.
- CHAVANON, O., JOLY, O., LAFORGUE, D., RAYMOND, R., & TABOIS, S. (2011). Le scénario facteur 4 : les rhétoriques institutionnelles au regard des conduites ordinaires en matière de consommation d'énergie. *Développement durable et territoires*, 2. Repéré le 12/07/11 à <http://developpementdurable.revues.org/878>.
- CLAEYS-MEKDADE, C. (2006). La participation environnementale à la française: le citoyen, l'Etat... et le sociologue. *Vertigo*, 7. Repéré le 18/04/10 à <http://vertigo.revues.org/8446>.
- d'ALMEIDA, N., & ANDONOVA, Y. (2006). La communication des organisations. *Communication & organisation*, 29, 129-143.
- d'ALMEIDA, N., & JALENQUES-VIGOUROUX, B. (2007). Dire le développement durable. *Responsabilité & Environnement*, 48, 44-51.
- DAYAN, D., FERRY, J.-M., SEMELIN, J., VEYRAT-MASSON, I., WINKIN, Y., & WOLTON, D. (dir.). (1991). Frontières en mouvement. *Hermès*, 8-9.
- DAVALLON, J. (2004). « Objet concret, objet scientifique, objet de recherche ». *Hermès*, 38, 30-37.
- DEMERS, F. (2008). La communication publique, un concept pour repositionner le journalisme contemporain. *Les Cahiers du journalisme*, 18, 208-230. Repéré le

- 5/06/11 à http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/18/13_DEMERS.pdf.
- DIMITROVA, A. (2005). Le « jeu » entre le local et le global : dualité et dialectique de la globalisation. *Socio-anthropologie*, 16. Repéré le 16/07/2012 à <http://socio-anthropologie.revues.org/index440.html>.
- FOURDIN, M., & J.-B. POINCLOU. (2000). Le local au miroir de la communication intercommunale. *Hermès*, 26-27, 283-294.
- FREITAG-ROUANET, B. (2011). The Trilogy Spheres of Peter Sloterdijk. *The Journal of Oriental Studies*, 21, 73-84. Repéré le 10/11/12 à http://www.iop.or.jp/1121/Journal21_Rouanet.pdf.
- GAGNEBIEN, A. & NEDJAR-GUERRE, A. (2013). Le réseau comme forme de gestion de la question climatique par les établissements et entreprises publics. *Communication*, vol. 31/2. Repéré le 12/10/2013 à communication.revues.org/4389.
- GARDERE, E. & LAKEL, A. (dir.). (2009). Repenser la communication des organisations publiques. *Communication & organisations*, 35, 7-12.
- GAUDIN, J.-C. (1991). Politiques urbaines et négociations territoriales. Quelle légitimité pour les réseaux de politiques publiques ? *Revue française de science politique*, 45, 31-56.
- GRAMACCIA G., & CARAYOL, V. (dir.). (2001). La communication du risque. *Communication et organisation*, 20. Pessac : PUB.
- GRAMACCIA, G. (2012). Les stratégies performatives dans le discours environnementaliste. *Recherches en communication*, 79-90.
- HERNIAUX, G. Gérer la communication du projet. *Communication & organisation*, 13. Repéré le 18/04/12 à <http://communicationorganisation.revues.org/2022>.
- HOULLIER-GUIBERT, C.-E. (2009). Evolution de la communication territoriale : les limites de l'idéologie de la proximité. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 16. Repéré le 02/04/11 à http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux.
- HOULLIER-GUIBERT, C.-E. (2009). Quelles limites territoriales pour une promotion métropolitaine ? Le cas de Rennes. *Revue internationale Communication sociale et publique*, 1, 127-144.

- HULME, M. (2009, octobre-novembre-décembre). Le climat change, des idées prennent forme, *Courrier International Hors-Série, La vie meilleure mode d'emploi*, 69-70.
- HURON, D. & SPIETH, G. (2009). Communication intercommunale : entre construction d'image du territoire et modification du comportement des usagers. *Communication et organisation*, 35, 112-122.
- KITZINGER, J., MARKOVA, I., & KALAMPALIKIS, N. (2004). Qu'est-ce que les focus groups ? , 471 237-243. Repéré le 22/10/11 à <http://www.academia.edu/866983/Quest-ce-que-les-focus-groups> .
- LA COMMUNAUTE URBAINE DE BORDEAUX (CUB). (2012). Qui habite la Cub ? *Le journal de la Cub*, 19.
- LAFAYE, C., & THEVENOT, L. (1993). Une justification écologique ? Conflits dans l'aménagement de la nature. *Revue française de sociologie*, 34, 495-524.
- La fureur verte (2008). *Regards sur le numérique*. Repéré le 10/05/12 à <http://www.rslnmag.fr/post/2011/10/21/La-fureur-verte.aspx>.
- LAVIGNE, A. (2008). Suggestion d'une modélisation de la communication publique: principales formes discursives et exemples de pratiques. *Les Cahiers du journalisme*, 18, 232-245. Repéré le 22/07/11 à http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/18/14_LAVIGNE.pdf.
- Le CORNEC-UBERTINI, A. (2007). L'éco-citoyenneté au risque de la manipulation. *Recherches en communication*, 28, 69-80.
- LECLERC, K., & BEAUCHEMIN, J. (2002). La société civile comme sujet politique : une nouvelle représentation de l'intérêt général. *Lien Social et Politiques-RIAC*, 48, 19-33.
- LE MAREC, J. (2002). Situations de communication dans la pratique de recherche : du terrain aux composites. *Études de communication*, 25, 15-40. Repéré le 13/02/12 à <http://edc.revues.org/831?lang=en>.
- LEPLAT, J. (2002). De l'étude de cas à l'analyse de l'activité. *Pistes*, 4. Repéré le 13/02/12 à <http://www.pistes.uqam.ca/v4n2/pdf/v4n2a8.pdf>.
- MAILLEFERT, M., & SCRENCI, N. (2009). Politique publique et action collective

- territoriale. Une analyse de la politique environnement-emploi de la Région Nord-Pas de Calais. *Développement durable et territoires*. Repéré le 13/02/11 à <http://developpementdurable.revues.org/7963>.
- MATHIEU, L. (2002). Rapport au politique, dimensions cognitives et perspectives pragmatiques dans l'analyse des mouvements sociaux. *Revue française de science politique* 52, 75 - 100.
- MONNOYER-SMITH L. (2011). La participation en ligne, révélateur d'une évolution des pratiques politiques ?. *Participations*, 1, 156-185.
- MORIN E. (1976). Pour une crisologie. *Communications*, 25, 149-163. Repéré le 11/03/12 à http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_058_8-8018_1976_num_25_1_1388.
- MORIN, E. (1988). Le défi de la complexité. *Chimères*, 4. Repéré le à http://www.revue-chimeres.fr/drupal_chimeres/files/05chi05.pdf.
- MORMONT, M. (2009). Le sociologue dans l'action collective face au risque. *Développement durable et territoires*. Repéré le 19/05/10 à <http://developpementdurable.revues.org/8235>.
- NORGAARD, K. M. (2006). People Want to Protect Themselves a Little Bit: Emotions, Denial, and Social Movement Nonparticipation. *Sociological Inquiry*, 76, 372-396. Repéré le 11/04/12 à http://www.climateaccess.org/sites/default/files/Norgaard_People%20Want%20to%20Protect%20Themselves.pdf.
- PAILLE, P.(1994). L'analyse par théorisation ancrée. *Cahiers de recherche sociologique*, 23, 147-181. Repéré le 17/11/11 à <http://id.erudit.org/iderudit/1002253ar>.
- PIPONNIER, A. (2008). Le projet : un dispositif de contrôle du territoire dans une société sans risques ?. *Réfractions*, 21, 109-114. Repéré le 12/10/12 à <http://refractions.plusloin.org/IMG/pdf/2112.pdf>.
- PRUNEAU, D., DEMERS, M., & KHATTABI, A. (2008). Éduquer et communiquer en matière de changements climatiques : défis et possibilités. *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement*, 8. Repéré le 27/01/10 à <http://vertigo.r>

[evues.org/4995](http://revues.org/4995)

- RAOUL, B. (2003). Le développement des territoires au miroir de la communication : une problématique en perspective. *Etudes de Communication*, 26. Repéré le 7/01/11 à <http://edc.revues.org/101>.
- RUMPALA, Y. (2008). La quête du sens. Repenser la question de l'interprétation dans l'analyse des politiques publiques. *Articulo*, 4. Repéré le 10/04/11 à <http://articulo.revues.org/60>.
- SCHLESINGER, P. (2001). Recherche sur les médias et la culture de l'audit. *Médiation et information*, 14, 65-79.
- SNOW, D.-A., ROCHEFORD, E.-B., WORDEN, S.-K., & BENFORD, R.-D. (1986). Frame alignment processes, micromobilization and movement participation. *American Sociological Review*, 461-481. Repéré le 05/12/11 à <http://links.jstor.org/sici?sici=00031224%28198608%2951%3A4%3C464%3AFAPMAM%3E2.0.CO%3B2-2>.
- STERMAN, J. D. (2011). Communicating climate change risks in a skeptical world. *Climate change*, 108, 811-826. Repéré le 08/11/12 à <http://jsterman.scripts.mit.edu/docs/Sterman2011%20Communicating%20Climate%20Change%20Risks%20in%20a%20Skeptical%20World.pdf>.
- STEVANCE, A.-S., HOUDANT, N. & BONDUELLE, A. (2011). Facteur 4 en Nord-Pas de Calais : impacts socio-économiques. *Développement durable et territoires*, 2. Repéré le 31/03/11 à <http://developpementdurable.revues.org/8846>.
- SUCHMAN, M. C. Managing legitimacy : Strategic and Institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20, 571-610. Repéré le 17/12/12 à <http://www.jstor.org/stable/258788>.
- TOURE, E. H., (2010). Réflexions épistémologiques sur l'usage des focus groups : fondements scientifiques et problèmes de scientificité. *Recherches qualitatives*, 29, 5-27. Repéré le 23/05/11 à [http://www.recherchequalitative.qc.ca/revue/edition_reguliere/numero29\(1\)/R_Q_Toure.pdf](http://www.recherchequalitative.qc.ca/revue/edition_reguliere/numero29(1)/R_Q_Toure.pdf).
- TIERNEY, K. (2010). L'analyse des risques et leurs dimensions sociales. *Télescope*, 16,

93-114. Repéré le 27/04/11 à

http://www.telescope.enap.ca/Telescope/docs/Index/Vol_16_no_2/Telv16n2_tierney.pdf.

TREMBLAY, S. (2011). Développement durable et communication : vers un espace ouvert fondé sur la participation citoyenne, l'éthique du dialogue et de l'interinfluence. *Télescope*, 17, 239-255.

VOLCKRICK, E., & RIGO, S. (2006). La médiation institutionnelle: un mode de légitimation d'une action publique en mutation. *Recherches en communication*, 25, 91-110.

WILLET, G. (1996). Paradigme, théorie, modèle, schéma : qu'est-ce donc ?. *Communication & organisation*, 10. Repéré le 23/08/12 à

<http://communicationorganisation.revues.org/1873>.

ZELTAOUI, T. (2003). Critique des réseaux, Pierre Musso ou la mort annoncée de la figure du réseau. *Quaderni*, 52, 123-128.

ACTES CONGRES, COLLOQUES, COMMUNICATIONS PERSONNELLES

BONNET, J. (2013). L'intelligence du social. Communication présentée dans le cadre du Symposium célébrant les vingt ans de la revue « Communication & organisation », Bordeaux, 19 mars 2013.

BOUILLON, J.-L., BOURDIN, S. & LONEUX, C. *Penser communicationnellement les organisations*. Communication présentée au XVI^e Congrès de la SFSIC à Compiègne. Repéré le 10/10/12 à http://www.sfsic.org/congres_2008/spip.php?article70.

BOULDOIRES, A. (2011). *La participation citoyenne*. Communication présenté De la participation à l'intervention, Bordeaux.

BOZONNET, J.-P. (2011). *Inégalités environnementales et contre-récit climatique en Europe*. Communication présenté 4^e Congrès de l'Association Française de Sociologie, Grenoble.

CORMERAIS, F., & MUSSO, P. (2013). *Edito*. Livret de présentation du colloque

- « L'objet local à l'heure des réseaux. Région(s), innovation(s), industrie(s) (p. 3). Bordeaux, 4-5 avril 2013.
- GRAMACCIA, G., & CORDELIER, B.. (2012). *Esquisse d'une théorie de l'engobage performatif. Critique de la sincérité stratégique*. Communication présenté au 80e Congrès de l'Association Francophone pour le Savoir (ACFAS), 7-9 mai, Montréal, Québec. Repéré le 11/12/12 à http://www.crpcm.uqam.ca/pages/docs/Actes_colloque_ACFAS_2012.pdf.
- GAGNON, Y.-C. (2009). *L'étude cas comme méthode de recherche : comment assurer la véracité des résultats*. Communication présentée au 2^e colloque international francophone sur les méthodes qualitatives, 25-26 juin, Lille. Repéré le 21/03/11 à <http://www.trigone.univ-lille1.fr/cifmq2009/data/CIFMQ%202009%20gagnon.pdf>.
- GERINI, C. (2008). *La recherche d'une épistémologie des sciences est-elle pertinente ?*. Communication présentée au XVI^e Congrès de la SFSIC à Compiègne. Repéré le 10/10/12 à http://www.sfsic.org/congres_2008/spip.php?article46.
- HARGREAVES, S. (2003). *Conceptualising Legitimacy for New Venture Research*. Communication présentée au 16th Annual Conference de la Small Enterprise Association of Australia and New Zealand, Ballarat, Australie. Repéré le 25/03/11 à <http://www.cric.com.au/seaanz/resources/21HargreavesNewVenturesandLegitimacyfinal.pdf>.
- JOULE, R.-V. (2003). *La psychologie de l'engagement ou l'art d'obtenir sans imposer*. Communication présentée Colloque national de Paris: Pour une refondation des enseignements de communication des organisations, Paris.
- LARROCHE, V. (2008). *Reconnaissance et médiation*. Communication présentée au XVI^e Congrès de la SFSIC à Compiègne. Repéré le 25/01/13 à http://www.sfsic.org/congres_2008/spip.php?article25.
- Le MOËNNE, C. (2008). *Les sciences de l'information et de la communication et la crise de la critique : une opportunité de clarification épistémologique*. Communication présentée au XVI^e Congrès de la SFSIC à Compiègne. Repéré le 10/10/12 à http://www.sfsic.org/congres_2008/spip.php?article148.

- Le « grand récit » environnemental ou comment redéfinir un projet social (2009). *La lettre de la Nature*, 7. Repéré le 10/07/11 à http://www.nature-humaine.fr/files/docs/nh/NH_LETTRE_MD_N6.pdf.
- MARTINEAU, S. (2005). L'observation en situation, enjeux, possibilités et limites. *Recherches qualitatives*, 2, 5-17. Repéré le 13/03/11 à http://www.recherche-qualitative.qc.ca/ISSN_revis/SMartineau%20HS2-issn.pdf.
- MATTHIEU, N. (1992). L'environnement dans la géographie urbaine actuelle, diagnostic. Actes du Colloque national d'écologie urbaine de Mions, 124-131, Lyon.
- MONNOYER-SMITH, L. (2008). *Pour une épistémologie complexe des SIC*. Communication présentée au XVIe Congrès de la SFSIC à Compiègne. Repéré le 10/10/12 à http://www.sfsic.org/congres_2008/spip.php?article78.
- NDIAYE, M. P. (2012). *La casuistique de la mobilisation territoriale*. Communication présenté au 80e Congrès de l'Association Francophone pour le Savoir (ACFAS), Montréal, Québec. Repéré le 13/11/12 à http://www.crpcm.uqam.ca/pages/docs/Actes_colloque_ACFAS_2012.pdf.
- NGUYÊN-DUY, V. & LUCKERHOFF, J. (2007). *Constructivisme/positivisme : où en sommes-nous avec cette opposition ?*. Actes du colloque la Recherche : les questions de l'heure. *Recherches qualitatives – Hors Série – numéro 5 – 4-17*.
- PASCUAL-ESPUNY, C. (2008). *Développement durable : les SIC, pertinentes et sous-estimées*. Communication présenté Congrès Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication, Compiègne. Repéré 15/06/11 à http://www.sfsic.org/congres_2008/spip.php?article48.
- RIEHL, S. & BOURGET, A. (2013). Les enjeux actuels de l'objet local. Livret de présentation du colloque « L'objet local à l'heure des réseaux. Région(s), innovation(s), industrie(s) (p. 13-17). Bordeaux, 4-5 avril 2013.
- SAVOI-ZAJC, L. (2002). L'analyse de données qualitatives: pratiques traditionnelles et assistées par le logiciel NUD. IST. *Recherches qualitatives*, 21, 99-123. Repéré le 06/09/11 à http://www.recherche-qualitative.qc.ca/revue/edition_reguliere/numero21/21SavoieZajc.pdf.

UNGAR, S. (2000). *Why Climate Change is Not in the Air : Popular Culture and the Whirlwind Effect*. Communication présentée Climate change communication, Ontario, Canada. Repéré le 12/12/10 à <http://environment.uwaterloo.ca/research/climateconference/A2.pdf>.

DICTIONNAIRES ET ENC YCLOPÉDIES

ARMENGAUD, F. Aporie. Dans *Encyclopædia Universalis*. Repéré le 11/04/13 à <http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/aporie/>.

BRECHET, J.-P., & DESREUMAUX, A. (2006). Le projet dans l'action collective (*Encyclopédie des Ressources Humaines* (2^e éd., p. 1716). Paris: Vuibert.

Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales (CNRTL). <http://www.cnrtl.fr>.

CHABANET, D. (2009). Nouveaux mouvements sociaux (*Dictionnaire des mouvements sociaux* (p. 370-377). Paris: Les Presses de Sciences Po.

HAZEL, F. (2009). Mobilisation des ressources (*Dictionnaire des mouvements sociaux* (p. 365-369). Paris: Les Presses de Sciences Po

CINALLI, M. (2009). Analyser les réseaux (*Dictionnaire des mouvements sociaux* (p. 51-58). Paris: Les Presses de Sciences Po.

DICTIONNAIRE ELECTRONIQUE LE GRAND ROBERT DE LA LANGUE FRANÇAISE. (2012 ; 2013).

DOIDY, E. (2009). Courant pragmatique (*Dictionnaire des mouvements sociaux* (p. 161-167). Paris: Les Presses de Sciences Po.

FILLIEULE, M., & LILIAN, O. (2009). Structure des opportunités politiques (*Dictionnaire des mouvements sociaux* (p. 531-538). Paris: Les Presses de Sciences Po.

LE LAROUSSE. (2009).

LE ROBERT. (2006).

PAULRE, B. (1993). L'organisation entre information et communication (*Dictionnaire Critique de la Communication*, Lucien Sfez (dir.) (Vol. 1, p. 519-568). Paris: PUF.

SFEZ, L. (dir.) (1993). *Dictionnaire Critique de la Communication*, (Vol. 1). Paris : PUF.

SFEZ, L. (1993). « Le surcode dans les organisations », in *Dictionnaire Critique de la Communication*, (Vol. 1), p. 694-702. Paris : PUF.

PAGES WEB

Agenda-setting theory. Dans *Wikipédia*. Repéré le 12/05/11 à http://en.wikipedia.org/wiki/Agenda-setting_theory.

AGENCE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA MAITRISE DE L'ENERGIE (ADEME). (2010). Aujourd'hui, on peut agir chacun à son niveau. Repéré le 10/12/11 à <http://www.faisonsvite.fr>.

ASSEMBLEE DES COMMUNAUTES DE FRANCE (AdCf), & Agence EPICEUM. (2001). Quelle communication intercommunale à l'heure de la réforme des collectivités territoriales ? Repéré le 20/12/11 à http://etudesetmedias.fr/em/pdf/70_AdCF-Epiceum-enquete-comintercom-110331-BD.pdf.

BERMOND, M. (2009). Qu'est-ce que l'intercommunalité ? Repéré le 7/04/11 à <http://www.adcf.org/files/Actualite/Cahiers-Compet-SupLeMonde-interco-AdCF-01-10-09.pdf>.

BERQUE A. (2011). La Chôra chez Platon. Repéré le 6/02/12 à <http://ecoumene.blogspot.fr/2012/01/la-chora-chez-platon-augustin-berque.html>.

CARRE, D. (2002). Apports de la problématique communicationnelle à la compréhension des processus de la diffusion des techniques. Repéré le 19/04/11 à http://w3.aislf.univtlse2.fr/gtsc/DOCS_SOCIO/FINITO_PDF/Carre_rev.pdf.

CHAPEL, S. (2008). L'imaginaire selon Cornelius Castoriadis. Repéré le 12/02/13 à <http://www.laviedesidees.fr/L-imaginaire-selon-Cornelius.html>.

CHAPIGNAC, P. (2013). L'intelligence collective est-elle une idée sérieuse ?. Repéré le 23/11/13 à <http://www.zonesmutantes.com/2013/09/16/lintelligence-collective-est-elle-une-idee-serieuse/>.

- DESCHENAUX, F., & BOURDON, S. (2005). Introduction à l'analyse qualitative informatisée à l'aide du logiciel QSR Nvivo 2.0. Repéré le 12/06/12 à http://www.recherche-qualitative.qc.ca/pdf/Nvivo_2.0.pdf.
- DESCHENAUX, F. (2007). Guide d'introduction au logiciel QSR NVIVO 7. Repéré le 12/06/12 à <http://www.recherche-qualitative.qc.ca/pdf/Nvivo7.pdf>.
- DERRIDA, J. (1985) Des tours de Babel. Repéré le 10/10/12 à http://www.jacquesderrida.com.ar/frances/tours_babel.htm.
- DUMOUCHE, A. (2012). *Qu'est-ce que l'épistémologie ?*. Dans *Dailymotion*. Repéré le 06/07/12 à http://www.dailymotion.com/video/xni9di_annexe-critique-2-qu-est-ce-que-l-epistemologie-par-arnaud-dumouch_webcam.
- Face à la menace terroriste, les fausses alertes se multiplient. (2010). *Le Parisien*. Repéré à <http://www.leparisien.fr/faits-divers/face-a-la-menace-terroriste-les-fausses-alertes-se-multiplient-28-09-2010-1085704.php>
- FONDA. (2010). Lettre ouverte "Valoriser la capacité citoyenne des quartiers populaires". Repéré le 22/04/11 à <http://www.fonda.asso.fr/Lettre-ouverte-Valoriser-la.html>
- FRANQUEMAGNE, G., GOUIN, R. & RECAPPE, B. (2008). Temporaliser l'analyse des mobilisations politiques. Repéré le 14/06/11 à http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/33/28/66/PDF/6_Franquemagne_Gouin_Recappe.pdf.
- GOODPLANET. (2010). Home. Repéré le 10/12/11 à <http://www.homethemovie.org>.
- GREENPEACE. (2010). Greenpeace dénonce Nestlé, qui contribue à la déforestation en Indonésie. Repéré le 30/11/11 à <http://blog.greenpeace.fr/news/greenpeace-denonce-nestle-qui-contribue-a-la-deforestation-en-indonesie>.
- JAHNICH, M. (2011). Débile environnemental. Repéré le 22/04/11 à <http://www.sircome.fr/Debile-environne-mental>.
- JAHNICH, M. (2011). Atelier climat : une typographie des campagnes. Repéré le 8/11/11 à <http://www.sircome.fr/Atelier-climat-1-3-une-typographie>.
- JOIGNOT, F. (2005). Peter Sloterdijk, le post-pessimiste. Repéré le 12/04/13 à http://www.hypermoderne.com/sloterdijk_vu_par.htm.

- KARAYAN, R. (2011). Le cloud computing expliqué aux nuls. Repéré le 16/09/12 à http://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/le-cloud-computing-explique-aux-nuls_248693.html
- KITZINGER, J. (1995). Qualitative research : Introducing focus group. Repéré le 30/11/11 à <http://www.bmj.com/content/311/7000/299.full>.
- LE MAREC, J. (2002). Situations de communication dans la pratique de recherche : du terrain aux composites. *Études de communication*, 25, 15-40. Repéré le 30/11/11 à <http://edc.revues.org/831>.
- LE MAREC, J. (2012) & FAURY, M. (2012). Communication et réflexivité dans l'enquête par des chercheurs sur des chercheurs. Repéré le 05/04/13 à http://hal.univ-avignon.archives-ouvertes.fr/docs/00/67/12/19/PDF/111114_Faury_et_Le_Marec_Limoges_RA_flexiviteA.pdf
- LES AMIS DE LA TERRE. (2009). Copenhague : Pour une justice climatique. Repéré le 10/11/11 à http://www.amisdela-terre.org/pdfs/Position_des_Amis_de_la_Terre_sur_Copenhague_juillet_2009.pdf.
- LEVY, P. (1995). Pour l'intelligence collective. *Le Monde diplomatique*, octobre 1995. Repéré le 22/05/13 à <http://www.monde-diplomatique.fr/1995/10/LEVY/1857>.
- LHERM, D. (2013). Bordeaux : Juppé et Feltesse règlent leurs comptes par communiqués interposés. Repéré le 15/04/13 à <http://www.sudouest.fr/2013/02/14/bordeaux-feltesse-et-juppe-reglent-des-comptes-par-communiques-interposes-966739-2780.php>.
- LONEUX, C. (2009). Le management durable : vers une nouvelle forme de régulation des pratiques professionnelles ?. Repéré le 25/04/13 à <http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00631497/>.
- Le management participatif est un type de management qui tend à optimiser la collaboration du personnel. Dans *Wikipédia*, repéré le 03/05/13 à http://fr.wikipedia.org/wiki/Management_participatif.
- MINISTERE DE L'ECOLOGIE DU DEVELOPPEMENT DURABLE ET DE L'ENERGIE. (2011). Loi Grenelle 2. Repéré le 06/07/11 à <http://www.legrenelle-environnement.fr/-Loi-Grenelle-2-.html>.

- MEYER, V. (2004). Les communications d'action et d'utilité publiques. Repéré le 03/05/13 à http://w3.aislf.univtlse2.fr/gtsc/DOCS_SOCIO/FINITO_PDF/Meyer_rev.pdf.
- MONBIOT, G. (2009). Opinion : Changement climatique et armure psychologique. Repéré le 02/03/12 à http://contreinfo.info/prnart.php3?id_article=2871.
- NEDJAR-GUIR, A. (2005). L'environnement, une notion polysémique. Repéré le 30/11/11 à <http://sircome.fr/L-environnement-une-notion>.
- NOUBEL, J.-F. (2004). Intelligence Collective, la révolution invisible. Repéré le 12/10/2013 à http://www.noolithic.com/article.php3?id_article=54.
- ONFRAY, M. (2010). Les deux bouts de la langue. Repéré le 16/03/11 à <http://banquetonfray.over-blog.com/36-categorie-12162729.html>.
- PATCHEN, M. (2006). *Public attitudes and behaviour about climate change. What Shapes Them and How to Influence Them*. Repéré à <http://www.purdue.edu/discoverypark/climate/assets/pdfs/Patchen%20OP0601.pdf>.
- PECQUEUR, B. (2004). Ancrages théoriques autour de la notion de territoire. Repéré le 19/05/12 à <http://www.territoiresnet.org/territoryconcept/?p=49&lang=fr>.
- Power, Authority and the State. (2001). Repéré le 4/04/12 à http://www.sagepub.com/upm-data/9547_017533ch2.pdf.
- Plan climat de Paris. (2007). Repéré le 11/06/09 à http://www.paris.fr/pratique/energie-plan-climat/le-plan-climat-de-paris/qu-est-ce-qu-un-plan-climat/rub_8413_stand_20945_port_19609.
- RANGEON, F. (1999). L'intercommunalité en questions. Repéré le 13/04/11 à http://www.u-picardie.fr/labo/curapp/revues/root/39/francois_rangeon.pdf_4a092efa6c7e9/francois_rangeon.pdf.
- RICOEUR, P. (2005). Devenir capable, être reconnu. Repéré le 12/12/12 à http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Revue_des_revues_200_1152AB.pdf.
- ROSATI, M. V. (2008). La virtualité d'Internet. Une tentative d'éclaircissement terminologique. Repéré le 02/23/09 <http://www.senspublic.org/spip.php?article669>.

SANDMAN, P. (2009). Climate Change Risk Communication: The Problem of Psychological Denial. Repéré le 11/02/11 à <http://www.psandman.com/col/climate.htm>.

Tour de Babel. Dans *Wikipédia*. Repéré le 11/11/12 à http://fr.wikipedia.org/wiki/Tour_de_Babel.

WORMSER, G. (2008). Les métamorphoses de la légitimité. Entretien avec Pierre Rosavallon. Repéré le 07/04/12 à http://www.canalu.tv/video/ecole_normale_superieure_de_lyon/les_metamorphoses_de_la_legitimite_pierre_rosavallon.6770.

Web 2.0. Dans *Wikipédia*. Repéré le 16/09/12 à http://fr.wikipedia.org/wiki/web_2.0.

RAPPORTS, ENQUÊTES ET PUBLICATIONS GOUVERNEMENTALES

ADEME. (2011). *Rapport d'enquête sur les représentations sociales de l'effet de serre*. Repéré le 09/09/11 à <http://www2.ademe.fr/servlet/getDoc?cid=96&m=3&id=80204&ref=24691&p1=B>.

AMERICAN ASSOCIATION OF PSYCHOLOGY (APA). (2009). *Psychology and global climate change. Addressing a multifaceted phenomenon and set of challenge*. Repéré le 10/01/12 à <http://www.apa.org/science/about/publications/climate-change.aspx>.

ASSOCIATION NATIONALE POUR L'AMÉLIORATION DES CONDITIONS DE TRAVAIL (ANACT). (2006). *L'organisation et le management de projet*. Repéré le 02/12/12 à <http://www.anact.fr/portal/pls/portal/docs/1/298337.PDF>.



ETHICITY. (2011). *Les français et le développement durable. Typologie des consommateurs*. Repéré le 02/10/11 à <http://www.blogethicity.net/share/File/Presentation%20Typologie%20Ethicity%202011.pdf>.




INSTITUT DE RADIOPROTECTION ET DE SURETE NUCLEAIRE (IRSN). (2013). *La perception des risques et de la sécurité par les Français*. Repéré le 22/12/13 à http://www.irsn.fr/FR/IRSN/Publications/barometre/Documents/IRSN_Barometre_2013.pdf.

- INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE (IPCC). (2007). *Climate Change 2007: Synthesis*. Report. Repéré à http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar4/syr/ar4_syr_fr.pdf.
- IPSOS. (2012). *Les français et la science: les principaux enseignements*. Repéré le 12/05/12 à http://www.ipsos.fr/sites/default/files/attachments/les_francais_et_la_sciences.pdf.
- La Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) (2011). *Plan climat. Agir durablement. Document cadre*.
- MINISTERE DE L'ECOLOGIE ET DE L'ENERGIE. (2011). Chiffres clés du climat. France et Monde. Repéré le 3/03/12 à <http://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/publications/p/1942/966/chiffres-cles-climat-france-monde-edition-2011.htm>
- MINISTERE DE L'INTERIEUR. (2011). *La réforme des collectivités territoriales*. Repéré le 06/06/12 à <http://www.interieur.gouv.fr/sections/reforme-collectivites/en-quoi-va-t-elle-consister>.
- Réseau Québécois en Innovation Sociale (RQIS). (2011). Favoriser l'émergence et la pérennisation des innovations sociales au Québec. Repéré le 19/11/13 à http://ptc.uquebec.ca/rqis/system/files/documents/membres/Sophie%20Duchaine/Favoriser_l'emergence_et_la_perennisation_des_IS_au_Qc_0.pdf.
- TNS Opinion & Social, & Commission européenne (Eurobaromètre). (2011). *Le changement climatique*. Repéré le 07/06/11 à http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_372_fr.pdf.

QUATRIÈME PARTIE.
ANNEXES

Annexe 1. Tableau récapitulatif de quelques initiatives existantes en matière de mobilisation citoyenne

CONCEPT	AVANTAGES	LIMITES
 <p>Atelier climat. Un échantillon représentatif de 150 familles nantaises a été constitué dans le cadre d'un projet expérimental qui vise à « mesurer les freins et les facteurs favorisant les changements d'habitude en faveur de l'environnement »</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Un bilan carbone individuel est réalisé par l'Ademe pour chaque famille au début et à la fin de l'atelier - Un numéro téléphone « climat » est mis en place pour « orienter les habitants vers les dispositifs de soutien de l'agglomération » - Il existe un dispositif de suivi du projet avec la tenue de réunions ponctuelles 	<ul style="list-style-type: none"> - Le domaine d'intervention est limité à trois axes : habitat, déplacement et consommation - C'est un dispositif plaqué qui ne tient pas compte des initiatives locales - Les résultats ne sont pas à la hauteur de l'énorme investissement financier et humain consenti
 <p>20 familles climat et 20 entreprises climat. L'opération consiste à accompagner 20 familles témoins de l'agglomération angevine dans la mise en place d'actions de réduction de leur facture énergétique et des émissions de gaz à effet de serre. Une vingtaine d'entreprises sont aussi invitées à réaliser une « approche carbone » de leurs activités.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Partenariat avec Unis-cités (jeunes en service civil volontaire). - réaliser une « approche carbone » de leur - implication des acteurs économiques 	<ul style="list-style-type: none"> - Pas de représentativité des acteurs économiques car seuls les PME sont ciblés - Ne tient pas compte des initiatives locales

 <p>Rennes Métropole au projet européen ENGAGE. Initié et coordonné par l'association de collectivités locales européennes Energy-Cities, le projet ENGAGE vise à mettre en œuvre une campagne de mobilisation publique participative à partir de la réalisation de posters.</p>	<p>« Je change, ça change tout ! ». La campagne s'appuie sur la participation de</p>	<p>-Les citoyens sont impliqués dans la campagne de communication, ils jouent le rôle de relai en prêtant leur image (présence sur les affiches)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plateforme collaborative dédiée à l'opération présente de multiples potentialités (liens vers les réseaux sociaux, forum, numéro vert disponible, liens vers les sites des communes de l'agglomération, etc.) 	<p>Le site internet dédié à l'opération est très dense</p>
 <p>de 145 familles avec pour objectif est de leur proposer des actions et des outils de façon à leur permettre de réduire de 10 % leurs émissions de gaz à effet de serre, leurs dépenses et consommations d'énergie</p>	<p>Familles actives pour le climat. Il s'agit d'un recrutement par volontariat</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Profils divers de partenaires adhérant à l'opération (musée, Ademe, atmo, direction des transports et gestion des déchets...) - Outils mis à disposition des familles pour assurer un accompagnement optimal : sessions de formation, participation à des manifestations de sensibilisations... - Lettre d'information bimestrielle 	<ul style="list-style-type: none"> - Problème de représentativité des partenaires - Dispositif plaqué qui ne tient pas compte des initiatives locales
 <p>estimation des émissions de gaz à effet de serre de son foyer sur différents postes (logement, transport, alimentation, équipement) et de construire un plan d'action pour les réduire. En parallèle des actions de soutien sont amorcées.</p>	<p>Familles témoins pour l'énergie et le climat. Un coach carbone a été initié. C'est un outil gratuit qui permet de réaliser une</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en place d'un site internet spécifique - Création de compte avec identifiant et mot de passe - Précision sur la durée de navigation - Exposition itinérante sur le changement climatique - Collaboration avec l'Ademe - Suivi de 10 foyers tests par un conseiller en énergie pendant 1 an - Un rapport est remis à chaque famille à la fin de l'expérience avec un plan d'actions à suivre 	<ul style="list-style-type: none"> - 10 familles témoins ont participé à l'opération Econ'Home ou « familles témoins pour l'énergie et le climat » - Les non-internautes sont exclus du projet car ne pouvant pas accéder au site

Sources

« *L'Atelier Climat, une expérimentation inédite par sa méthode et son ampleur* ». Repéré le 09/04/11 à http://www.nantesmetropole.fr/la-communaute-urbaine/competences/l-atelier-climat-28794.kjsp?RH=COMPETENCE_ENERGIE

« *Familles actives pour le climat* ». Repéré le 08/04/11 à <http://www.besancon.fr>
Montauban, Entretien téléphonique avec la responsable du développement durable réalisé le 14/04/11.

« *Rennes métropole se mobilise : Je change, ça change tout !* ». Repéré le 12/12/11 à www.ca-change-tout.fr/.

« *Angers : le plan climat-énergie, une élaboration participative* ». Repéré le 14/04/11 à <http://cdurable.info/Territoires-Durables-Plan-Climat-Energie-Parc-Eolien-Public-PDE,2295.html>

Annexe 2. Grille « Focus group »

PRISE DE CONTACT AVEC LES CANDIDATS POTENTIELS

Lors de nos entretiens semi directifs, nous proposerons aux personnes rencontrées de prendre part à notre focus group. Un courriel personnalisé sera par la suite envoyé aux personnes pressenties pour prendre part au débat ; puis, ceux qui fourniront une réponse favorable, se verront proposer des plages horaires via *doodle*, un outil gratuit disponible sur le web qui permet de planifier des réunions. Dans ce message, il sera précisé les objectifs de l'expérience et un rappel des raisons qui ont orienté notre choix vers eux.

COMPOSITION DU GROUPE

La formation du groupe répond à des critères spécifiques définis dans le but d'obtenir un Verbatim riche à exploiter. Ainsi, les modalités suivantes traduisent notre volonté de révéler les multiples facettes des motivations dans une action favorable à l'environnement :

Scientifique : la participation des citoyens à la vie politique locale fait l'objet de nombreux travaux scientifiques. Partant de là, certains chercheurs s'engagent dans des projets lancés par les collectivités locales ou les gouvernements dans le cadre de leur recherche. Cet engagement en faveur de l'écologie si le projet est à visé environnementale peut évoluer en un engagement à long terme pour la cause observée. D'où l'intérêt pour nous d'accueillir dans le focus group une personne issue de ce milieu.

Associatif : comment les associations travaillent sur le terrain pour sensibiliser la population ? Qu'est-ce qui conduit une personne à s'investir dans une association ?

Institutionnel : comment se construit l'engagement des institutions en amont des actions réalisées sur le terrain ? S'agit-il d'un « engagement de conformité » pour reprendre Gino Gramaccia (2010) ou la politique d'actions est beaucoup plus complexe.

Amateur : pourquoi cette conduite quotidienne citoyenne ?

Religieux : le performatif religieux peut-il conduire les gens à se mobiliser en faveur de l'environnement. Face aux difficultés rencontrées par les politiques pour stimuler les pratiques écologiques quotidiennes, l'autorité incarné par le prêtre participe-t-il à favoriser l'engagement des citoyens ? Ce qui fait écho à la classification de Hulme (2009) évoquée dans la première partie du volume, selon laquelle les catastrophes climatiques seraient le signe d'une justice divine.

Professionnel : comment les professionnels de la communication pensent leurs stratégies pour rallier la population aux dispositifs locaux ?

Pédagogique : comment les enseignants (au sens large du terme) s'y prennent t-ils pour inculquer des changements de comportements à leurs apprenants ?

ÉLABORATION DU GUIDE D'ENTRETIEN

Le débat se déroulera en quatre temps et chaque dimension correspond à des questions qui vont rythmées l'entretien collectif semi-directif. Le guide d'entretien, qui suit, a pour but de nous aiguiller dans nos échanges avec les participants en mentionnant les principaux aspects à traiter lors des échanges. Il fait écho également à nos hypothèses initiales qui seront

soumises à l'évaluation du terrain. Nous adopterons une structure dite « en entonnoir » parce que nous partirons de généralités pour glisser vers l'objet central de notre étude. Par ailleurs, les questions posées seront exclusivement ouvertes, car nous souhaitons que les interrogés s'expriment librement.

Première étape

Cette première partie constitue une introduction au débat puisqu'il s'agit de cerner l'état des connaissances des interviewés sur l'objet de la recherche. En outre, l'occasion d'aborder des aspects définitionnels pour éviter tout malentendu discursif. Par exemple, il sera certainement appréciable de savoir ce que les participants mettent derrière les termes d'« écocitoyen » et de « participation citoyenne » parce qu'une différence de conception peut influencer sur la portée des actes.

- a) Dites-moi, c'est quoi pour vous être écocitoyen ?
- b) Comment définiriez-vous la mobilisation citoyenne ?

Ces premières questions tendent principalement à imprégner petit à petit les participants dans le thème de la recherche.

Deuxième étape

Dans un second temps, nous entrerons dans le vif du sujet en questionnant les participants sur leurs pratiques écologiques quotidiennes et les difficultés rencontrées qui peuvent constituer un frein au passage à l'acte. Amorçant ainsi les questions à venir sur les situations d'engagements.

- a) Décrivez-moi les actions que vous effectuez en faveur de la protection de l'environnement ?

Il s'agit en quelque sorte de mesurer le degré d'implication des personnes en présence, dans la cause environnementale.

- b) Dans ces pratiques, quels sont les freins que vous rencontrez ?

Nous espérons ici, que les interrogés échangeront autour des difficultés qui se sont hissées face à eux lors de leurs passages à l'acte.

Troisième partie

Nous allons nous pencher dans cette troisième partie sur la « pluralité des régimes d'engagement » (Thévenot, 2006 ; Nachi, 2010) autrement dit sur l'impact des embrayeurs situationnels lors du passage à l'acte de l'individu.

- a) Décrivez-moi une situation qui vous a conduit à vous engager dans une action en faveur de l'environnement ?

L'objectif de cette question est d'évaluer les facteurs endogènes et exogènes qui contribuent à la construction de l'engagement dans une action en faveur de l'environnement.

Quatrième partie

Pour terminer, nous allons questionner les intervenants sur les dispositifs de mobilisation mis en place par la communauté urbaine de Bordeaux pour sensibiliser la population à la cause écologique. Nous allons explorer ici, la perception des opérations communicationnelles pilotées par la collectivité pour conduire les citoyens à adopter les

gestes écocitoyens. De même, il est question de déceler l'efficacité de la médiation institutionnelle.

Evoquer le projet « Pionniers du climat » avant de soumettre les questions suivantes.

- a) Quel est à votre avis l'utilité des mécanismes participatifs initiés par la Cub? Les trouvez-vous efficaces ? Justifiez.
- b) Selon vous quelle est le rôle des réseaux de professionnels, associatifs ou autres dans ce processus ?

Ces questions tendent à mesurer la notoriété des campagnes de communication de la Cub et à explorer les croyances que les participants entretiennent à propos de la médiation institutionnelle.

LE LIEU

S'agissant du lieu, nous avons pensé à un lieu symbolique comme la MSHA (Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine) pour sa localisation sur le domaine universitaire et parce que notre laboratoire d'accueil le Mica s'y trouve. L'idée est de fixer un cadre neutre pour notre expérience afin de bien mettre en avant l'aspect scientifique de notre travail. L'endroit est relativement facile d'accès (par bus, tramway, en voiture). Nous penserons à fournir un plan d'accès aux participants et à réserver une salle pour la réalisation de l'expérience.

PROCEDURE

Après l'accueil des interviewés, nous rappellerons les objectifs de la recherche et nous leur ferons signer le formulaire d'engagement éthique ; sans oublier de les remercier de leur présence. L'entrevue de groupe pourra alors débuter par un tour de table, l'occasion de détendre l'atmosphère. Lors de cette phase introductive, nous veillerons à mettre en marche le magnétophone pour une restitution fidèle ultérieure de l'entretien. L'entrevue proprement dit pourra alors débuter. En tant qu'animatrice du groupe, il nous incombe de gérer les prises de paroles tout en veillant à instaurer une dynamique dans les échanges. L'objectif affiché sera également de canaliser les personnalités fortes ne prennent le dessus. La durée ne devra pas excéder deux heures pour ne pas lasser l'assemblée. Une collation clora le débat, un moment convivial pour recueillir les premières impressions sur le déroulé de l'expérience.

Annexe 3. Pistes méthodologiques envisagés dans le cadre d'une recherche expérimentale

Du point de vue de la recherche méthodologique, 3 niveaux d'observation sont envisagés pour analyser les différents niveaux d'engagements :

- *Echantillon autonome* : amener les participants à tenir un carnet de bord de leurs actions menées en faveur de l'environnement.
- *Echantillon collaboratif* : c'est un dispositif d'intermédiation avec la présence d'un médiateur qui recueille régulièrement les impressions des participants en évaluant à chaque fois le degré d'engagement. Nous pouvons envisager aussi un travail avec les partenaires comme Cap sciences, au niveau d'anticipation. Il s'agirait par exemple de réunir dans des ateliers, les volontaires (à différents moments clés du projet), et de susciter une réflexion sur leur engagement. L'occasion de mesurer leur investissement et de souligner les difficultés rencontrées afin de prévenir toute démobilitation.
- *Echantillon militant* : faire des « familles pionnières » des militantes actives en les conviant à intervenir dans des séminaires organisés par la CUB. Il est question de faire d'elles, des ambassadrices à part entière du projet.

Annexe 4. Grilles d'entretiens

GRILLE D'ENTREVUE DESTINEE AUX COMMUNES

PHASE 1. MISE EN CONTEXTE DE L'ETUDE

Lieu de la rencontre :

Statut du répondant :

Date de l'entrevue :

Durée :

Décrivez-moi votre fonction :

PHASE 2. PRATIQUES DE COMMUNICATION

- a) **À qui s'adressent vos actions de communication ?**
- b) **Décrivez-moi ces actions. Comment sont-elles conçues ?**
- c) **Parmi ces actions, lesquelles vous donnent le plus de satisfaction ? À l'inverse, quelles sont les plus difficiles à mettre en œuvre ?**
- d) **Quelles sont les améliorations à apporter selon vous ?**
- e) **Quel serait, selon vous, le moyen de communication privilégié pour sensibiliser la population à la lutte climatique ? Pourquoi ?**
- f) **Quel est le rôle de la communication, selon vous, dans la lutte contre le changement climatique ?**
- g) **Comment expliquez-vous la difficulté de mettre en œuvre une mobilisation territoriale autour des questions environnementales ?**
- h) **Quand vous mettez en place vos actions de communication, pensez-vous à leur articulation en amont avec les actions déployés par la CUB ?**
- i) **Utilisez-vous le numérique (internet, application smartphone, etc.) dans le cadre de vos actions de mobilisation ? Comment ?**
- j) **Quelle place accordez-vous au numérique dans la mise en œuvre de vos actions communicationnelles ?**
- k) **Pensez-vous réellement que les dispositifs numériques peuvent contribuer à la mobilisation citoyenne autour de la lutte climatique ? Justifiez.**

PHASE 3. CADRES

- a) **Comment décrivez-vous, la Communauté Urbaine de Bordeaux au niveau de la structure, de la mission, des objectifs généraux et des champs d'action ?**
- b) **Avez-vous l'impression que les actions de la CUB répondent à votre vision de la lutte**

climatique territoriale et à vos aspirations ? Si oui, de quelle façon ? Sinon, justifiez.

- c) Quels sont les activités de la CUB en faveur de l'environnement dans lequel vous êtes impliqué qui vous inspirent le plus, qui vous donnent envie de vous engager pour le plan climat communautaire ?**
- d) Qu'attendez-vous de votre engagement au sein du projet « pionniers du climat » de la CUB ?**
- e) Avez-vous l'habitude de travailler avec la CUB pour coordonner vos actions en faveur de l'environnement ?**
- f) Que pensez-vous de la communication de l'institution CUB autour du projet « pionniers du climat » ?**
- g) Comment la CUB, s'y est-elle pris pour vous impliquer dans ce projet ?**
- h) Avez-vous constaté des difficultés ? Si oui. Précisez. Si non. Justifiez également.**
- i) Avez-vous des préconisations à faire pour améliorer la communication entre la CUB et les communes ?**

PHASE 4 . RESEAUX SOCIAUX

- a) Êtes-vous engagé au sein du Club climat de la CUB ? Si non, pourquoi ?**
- b) Quelle est votre implication dans le Club climat de la Communauté urbaine de Bordeaux ?**
- c) Est-ce que votre implication au sein du Club climat vous permet de développer votre réseau social? Si oui, comment ?**
- d) Quel est pour vous, l'importance des réseaux sociaux dans la lutte communautaire contre le changement climatique ?**
- e) Les réseaux peuvent-ils selon vous favoriser la mobilisation territoriale ? Comment ?**
- f) Faites-vous partie de réseaux sur internet qui échangent autour des questions environnementales ? Quelle que soit la réponse. Justifiez.**

Clôture de l'entrevue.

GRILLE D'ENTREVUE DESTINEE A L'EQUIPE DE PILOTAGE
« PIONNIERS DU CLIMAT »

PHASE 1. MISE EN CONTEXTE DE L'ETUDE

Idem à celle des communes.

PHASE 2. PRATIQUES DE COMMUNICATION

- a) **Quels sont les objectifs du projet « pionniers du climat » ?**
- b) **Quelle place accordez-vous aux communes dans ce projet ?**
- c) **Comment a été conçue la mobilisation des communes autour de la démarche notamment au niveau de la communication ? de la mise en place du dispositif ?**
- d) **Avez-vous rencontré des difficultés dans cette entreprise ? Si oui, précisez.**
- e) **Quelles sont les améliorations à apporter selon vous ?**
- f) **Comment expliquez-vous la difficulté une action collective l'échelle communautaire ?**
- g) **Quel est le rôle de la communication, selon vous, dans la lutte contre le changement climatique ?**
- h) **Quel serait, selon vous, le canal de communication privilégié pour fédérer les communes autour de la CUB ? Justifiez.**
- i) **Pensez-vous que les dispositifs numériques peuvent réellement contribuer à la mobilisation territoriale autour du plan climat ? Justifiez.**
- j) **Quelle place accordez-vous au numérique dans la mise en œuvre de vos actions communicationnelles ?**

PHASE 3. CADRES

- a) **Comment décriez-vous, la Communauté Urbaine de Bordeaux au niveau de la structure, de la mission, des objectifs généraux et des champs d'action ?**
- b) **Quelle est votre implication dans le projet « pionniers du climat » ?**
- c) **Quand vous regardez le projet dans son ensemble, quelle est votre opinion ?**
- d) **Rencontrez-vous des contraintes dans la démarche ? Si oui, de quel ordre sont-elles ?**

PHASE 4. RESEAUX SOCIAUX

- a) **Comment qualifiez-vous le rôle du Club climat dans le déploiement du projet ?**

b) **Quel est pour vous, l'importance des réseaux sociaux dans la lutte communautaire contre le changement climatique ?**

c) **Les réseaux peuvent-ils selon vous favoriser la mobilisation territoriale ? Comment ?**

Clôture de l'entrevue.

Annexe 5. Courriel de prise de contact.

Bonjour,

Je suis actuellement doctorante en sciences de l'information et de la communication à l'Université Michel de Montaigne (Bordeaux III), et dans le cadre de ma thèse, je m'intéresse à la communication territoriale sur le changement climatique notamment à la mobilisation autour des « pionniers du climat » de la Communauté Urbaine de Bordeaux. Je souhaiterais donc vous rencontrer afin d'évoquer votre implication dans la démarche, mais aussi pour appréhender le regard que vous portez sur le projet de manière générale. L'entretien individuel auquel vous accepterez de prendre part sera d'une durée de 30 à 45 minutes.

Je reste disponible pour répondre à vos éventuelles questions sur mon projet de recherche. N'hésitez pas à me contacter par courriel au mpollete@gmail.com ou par téléphone au 06----

Sincères salutations.

Annexe 6. Tableau récapitulatif des pratiques de communication communales.

COMMUNES	NOMBRE D'HABITANTS (RECENSEMENT PUBLIE EN 2012)	AXE DE COMMUNICATION	CIBLES	PRINCIPAUX SUPPORTSET ACTIONS	RESEAUX LOCAUX	USAGES DU NUMERIQUE
Ambarès-Lagrave	13 412	Pragmatique	<i>Cœur de cible</i> : le grand public	Campagne sur les décharges sauvages	CDA 21, CUB	Pas développé.
Bassens	6953	Pragmatique	<i>Cœur de cible</i> : les scolaires <i>Cible principale</i> : le grand public	Projections de films, Atlas de la biodiversité, formations auprès des entreprises, comité de veille	Entreprises, scolaires	Pas très développé.
Bègles	25087	Ludique	<i>Cœur de cible</i> : les scolaires <i>Cible principale</i> : le grand public	Expositions, week-end sur le vélo, concertation, flyers	Associations,	Pas encore d'outils mis en place par contre intention affirmée de recourir à des applications pour <i>smartphones</i> et tablettes tactiles
Bruges	15 082	Bien-être	<i>Cœur de cible</i> : le grand public	Réunions, rencontres, ateliers participatifs	Acteurs locaux, conseils de quartier, citoyens 21	Pas développés
Carbon-Blanc	6973	Pragmatique	<i>Cœur de cible</i> : le grand public	Boîtage, « troc aux plantes », newsletter, mise en place d'une aire de jeux, « une semaine de sens »,	Ligue de l'enseignement, Ademe, permanence Info-énergie,	Réticence politique dans l'utilisation des réseaux sociaux

				rencontre débats	associations de cultures et de loisirs	
Cenon	22 550	Ludique	<i>Cœur de cible</i> : le grand public. <i>Cible principale</i> : les scolaires			Pas très développé.
Eysines	19 382	Bien-être	<i>Cœur de cible</i> : le grand public <i>Cible principale</i> : les scolaires, les seniors	Opération « jardin partagé », cartes postales	Bailleurs sociaux, centres sociaux, association « Bruit du frigo »	Pas très développé.
Floirac	16 130	Ludique	<i>Cœur de cible</i> : les jeunes <i>Cible principale</i> : le grand public	Les rendez-vous durables, flyers, marque-pages, cartes postales, affiches, relations presse, jeux vidéos	Cap sciences, centres sociaux, centres de loisirs, médathèques	Pas très développé.
Le Haillan	8778	Bien-être	<i>Cœur de cible</i> : les haillanais <i>Cible principale</i> : les crèches	Cafés débats, concertations, réunions publiques, familles pilotes du Haillan, site internet	Associations des parents d'élèves, crèches, annexes mairies	Pas très développé hormis le site internet dont l'utilisation reste pour l'instant anecdotique

Le Taillan-Médoc	9034	Pas encore d'axe défini. La communication n'a pas réellement débuté même si des actions ont été amorcées	Pour l'instant pas encore bien définis.	Site de la ville, newsletter, boîtage, des événementiels : semaine du DD ; concours des jardins et balcons fleuris et opération « nettoignons la nature », collecte porte-à-porte des déchets verts	Club DD au niveau des conseils de quartier à relancer	Pas encore d'outils mis en place par contre intention affirmée de recourir à <i>facebook</i>
Lormont	20 375	La ruralité dans la ville	<i>Cœur de cible</i> : les enfants, les collégiens <i>Cible principale</i> : le grand public	Ferme urbaine, opération de nettoyage de la ville, la ressourcerie, flyers	Syndicat intercommunal, conseil municipal des enfants, conseil municipal des sages	Réticence dans l'utilisation des réseaux sociaux
Mérignac	67 410	Le ludique	<i>Cœur de cible</i> : le grand public	Théâtre forum, les aiguilleurs, affichage, ateliers, un blog spécifique	Associations, institutions, panels citoyens, Ademe	Pas très développés par contre la ville relaie les informations sur ses comptes facebook, twitter, etc.
Pessac	58 504	Pragmatique	<i>Cœur de cible</i> : le grand public <i>Cible principale</i> : les scolaires	Concertations, soutien aux A 21 scolaires, ateliers économes, soutien aux plans de déplacements entreprises	Syndicats de quartiers, commune riveraine, associations, Ademe, ALE, entreprises	Très prisés d'ailleurs mise en place d'un mur d'expression virtuel, facebook, twitter
St-Aubin de Médoc	6153	Le ludique	<i>Cœur de cible</i> : les scolaires	Page internet sur le DD, bulletin	Collèges, lycées, partenaires	Pas très développé hormis le site

			<i>Cible principale</i> : le grand public	municipal, un jeu : l'Esquiraou, du boîtage, flyers ; mailing personnalisée ; radio, affichage dynamique, site mairie, fête de la nature, semaine du DD	institutionnels, EDRF, DREAL , centres de loisirs	internet
St-Medard-en-Jalles	27 971	Bien-être	<i>Cœur de cible</i> : le grand public <i>Cible principale</i> : les écoles	Mailing, site internet, balades urbaines, « jardinons la ville ensemble »	Centre sociale, écoles, associations, communes riveraines (Le Haillan et St-Aubin)	Idem
Talence	42 179	Pragmatisme	<i>Cœur de cible</i> : le grand public <i>Cible principale</i> : les scolaires	Jardin potager, internet, prévention tri des déchets, animations sur la biodiversité, projections de film, stand sur marchés fermiers,	Les associations étudiantes, conseil local du développement durable	Réticence dans l'utilisation des réseaux sociaux
Villeneuve d'Ornon	28 897	La ruralité dans la ville	<i>Cœur de cible</i> : le grand public <i>Cible principale</i> : les enfants	Enquête, concertation, Transhumance urbaine, rendez-vous durables, fête des foins, conférences, miellerie	Conseil de quartier, établissements de formation, conseil de développement durable, associations	Pas très développé hormis une page dynamique sur le site internet de la ville

Annexe 7. Exemples d'entretiens retranscrits

EXEMPLE COMMUNE

Lieu de la rencontre : Hôtel de ville

Statut du répondant : responsable développement durable

Date de l'entrevue : 3/12/12 à 15h

Durée : 35 mn

Début de l'enregistrement numérique

Question (Q) : Pour commencer, pouvez-vous me parler de vous.

Réponse (R) : Je suis Julie, responsable du service développement durable de la ville de Bègles. Mais, ça fait pas longtemps que je suis là, ça fait un peu plus d'un an. Quand Bègles a décidé d'adopter son Agenda21 les élus n'étaient pas forcément pour, parce que comme quand on met en place une démarche A21 on met aussi en place une démarche développement durable en même temps en général, alors qu'à Bègles, ça fait plus de 20 ans que la démarche est engagée. Les élus ne souhaitaient donc pas mettre en place une démarche Agenda 21 parce qu'ils disaient que s'ils mettaient en place l'Agenda 21, les habitants allaient l'associer au commencement d'une démarche développement durable. Mais finalement par un souci de lisibilité pour les citoyens qui voient partout des A21, etc. pour pas qu'ils pensent qu'à Bègles il n'y a pas de développement durable justement, pour le coup donc on a mis en place un A21 que je vais vous montrer. C'est un outil à destination des béglais. On a mis en même temps en place un plan climat et un agenda 21. Donc voilà, l'agenda 21 de Bègles est accès principalement sur l'homme, c'est l'homme au centre des projets pas l'environnement le premier, là c'est le plus important et quand on traite de l'environnement, c'est l'environnement aussi pour l'homme. Donc c'est vraiment l'homme au centre du projet.

Q : et quand vous mettez en place vos actions de communication à qui s'adressent-elles?

R : on s'adresse au grand public. On a publié un document grand public mis à disposition sur internet après quand on communique des actions selon justement la cible à qui on s'adresse, le dispositif mise en place ne sera pas le même ça dépend un peu des actions mises en place.

Q : pouvez vous me donner un exemple précis d'actions que vous déployez ?

R : moi, c'est pas moi qui met en place les actions évidemment, c'est un projet de ville donc, c'est l'ensemble des services. Moi j'accompagne à la mise en place des actions quand on a besoin de moi de temps en temps. On a pas forcément besoin de moi et j'aide aussi pour pouvoir mettre en réseau différents collègues qui pourraient travailler sur les mêmes sujets et qu'en fait sans ma présence, travaillerait chacun de leur côté. Et comme je suis un peu partout, je suis au courant de tous les projets du coup, je peux les mettre en relation.

Q : pour en revenir à vos actions de communication, pouvez-vous me donner un exemple précis?

R : une action phare, comme je vous disais c'est la personne la priorité de notre axe, la personne au cœur du projet. On va offrir un maximum de services, ça va être les services d'animations de la vie béglaise en soutenant par exemple quelques commerces de proximité, favoriser l'accès au sport et à la culture, pérenniser les pratiques de concertation, mais vous citez une action de sensibilisation, d'éducation...après c'est compliqué de vous citer une action-phare.

Q : vous mettez peut-être des événementiels marquants en place pour attirer le grand public...

R : ah ouais bien sûr alors ça dépend des axes alors je ne sais pas alors attendez par exemple vous avez là des activités en direction des tous petits on fait des actions développement durable pour les scolaires, etc., et en fait on s'est rendu compte que nos collègues des toutes petites sections, des crèches souhaitent mettre en place des activités mais pas forcément pour ces enfants là donc on essaye de les mettre en place à l'intérieur et pas forcément à base de communication mais par exemple là on a une promotion sur l'utilisation du vélo pourquoi se déplacer en ville à vélo, etc., comment etc. donc là on va faire un week-end sur le vélo, on avait distribuer des kits mobilités à direction des habitants, on va offrir aux habitants le matériel nécessaire pour les inciter à faire du vélo. On a aussi la semaine du développement durable, chaque année c'est sur une nouvelle thématique.

Q : très bien. Pour le week-end sur le vélo, comment cela s'est-il passé exactement ?

R : par exemple, on a fait la semaine de la mobilité en septembre, par exemple vous aviez un appareil de réparation de vélos, un atelier où vous aviez une documentation sur le vélo, une balade à vélo, l'atelier de marquage de vélo contre le vol, qu'est-ce qu'on avait aussi ? des vélos rigolos, on a fait des animations photographies des bébés à vélos pour pouvoir en faire une expo pour faire la promotion du vélo assez ludique, essayer de sensibiliser les gens, leur donner envie de découvrir autre chose et peut-être en découvrant ce type d'activité les sensibiliser à la protection de l'environnement.

Q : et parmi les actions que vous mettez en place lesquelles vous donnent le plus de satisfaction, lesquelles fonctionnent le plus ?

R : alors là donc toutes les actions, comme je vous le disais, ne sont pas forcément à destination de tous les habitants, par exemple vous avez promouvoir l'éco conduite des agents. Après, on ne peut pas, il faut un certain temps pour avoir du recul des actions. Ces actions ça fait moins d'1 an qu'elles sont mises en place, et c'est pas maintenant qu'on voit... en ayant réfléchi, on met l'action en place en un an et là je peux pas vous dire.

Q : d'accord. Sinon à l'inverse y a en qui sont plus difficile à mettre en œuvre ?

R : après ça dépend des partenaires quand vous avez d'autres collectivités, et vous êtes sur les mêmes créneaux. Par exemple, qu'est-ce que je pourrais vous dire, par exemple des choses, après c'est pas à destination forcément du public.

Q : un exemple de collaboration avec des collectivités ?

R : ben avec la CUB, on a des collaborations par exemple, les habitants nous disent il nous faudrait de vélos, ben ok, c'est pas nous, les vélos, c'est la CUB. Il faut faire la demande auprès de la CUB. Voilà, c'est pas de mon ressort c'est avec la Cub que je dois voir où les mettre car le trottoir c'est la CUB, propriété CUB, vous voyez...on est constamment, pour les travaux du tram on est en relation avec la CUB et différents partenaires.

Q : sinon, de manière générale, quel est le moyen de communication le plus adapté pour sensibiliser la population aux questions environnementales ?

R : il n'y a pas un moyen de communication, alors les moyens de communication, internet, bulletin municipal, les flyers, il n'y pas un moyen privilégié. Il y a le bulletin municipal, mais ce ne sont pas les plus âgés qui vont aller sur internet. Vous voyez, enfin, il y a moyen de développer ce moyen de communication.

Q : et par rapport à internet, votre présence est assez régulière sur le réseau, quel usage vous en faites ?

R : on un espace donné sur le site de la mairie, dès qu'on une nouvelle information on essaye de la donner. Là, on est en pleine refonte du site mais dès qu'on a une information, on essaye de la communiquer.

Q : êtes vous présents sur les réseaux sociaux types *facebook*, *twitter* ?

R : non. Ça dépend de certaines actions par exemple les actions avec la CUB, I es ambassadeurs du vélo, c'est encore sur le vélo, voilà. Ces des jeunes en service civique qui sont là pour promouvoir le vélo sur la commune, c'est CUB qui a mis ça en place pour plusieurs villes partantes sur ce projet. Et là, il y a un compte *facebook* des ambassadeurs du vélo.

Q : D'accord, donc c'est pas un compte spécifique destiné à la valorisation des actions développement durable ?

R : Non.

Q : d'accord, mais dans l'avenir est ce que vous comptez vous appuyez sur les outils numériques ?

R : on compte pas par rapport vraiment aux réseaux sociaux mais plus par rapport au *smartphones*, tablettes tactiles.

Q : vous avez déjà une idée sur un projet en cours, un exemple précis ?

R : oui. Une idée, sur le parc, les gens pourront avec leur téléphone, ils ne savent pas forcément que là il y des orchidées rares, des arbres remarquables, etc. et avec leur téléphone, ils pourront dans le parc, ils pourront voir, cet arbre, machin, les espèces qu'on trouve ici sont protégés, voilà.

Q : d'accord. Et de manière générale comment expliquer vous la difficulté de mobiliser les personnes autour des questions écologiques ?

R : c'est une question pas forcément. La difficulté de mobiliser les gens sur les questions écologiques, de mobiliser les gens sur autres choses. Les problèmes de participation, c'est qu'on a pas les meilleures formules de concertation à proposer quand on fait des réunions de concertation, des réunions publiques sur tel ou tel projet. C'est souvent des réunions à 18h30 à 19h, ben voilà, des jeunes avec enfants en bas âges ils ne peuvent pas venir. Ben voilà, il y a aussi, un problème d'attractivité du citoyen parce que s'il y a un peu un ral bos de la politique, il faut pouvoir les faire participer d'une façon plus attractive de façon ludique et non pas avec 2 heures de réunion.

Q : et pour dépasser ce frein comment vous vous y prenez ?

R : ben, en effet, on réfléchit à des idées qu'on pourrait mettre en place pour, voilà faire des réunions plus ludiques.

Q : c'est-à-dire plus ludique ?

R : plus attractif, que les gens participent plus qu'ils ne s'ennuient pas. Faire vraiment en sorte que leur contribution puisse avoir un impact pas qui soit qu'ils écoutent lors des réunions.

Q : mais quel genre d'action ludique mettez-vous en place concrètement ?

R : on est en pleine réflexion.

Q : c'est projet en cours alors ?

R : oui.

Q : Très bien, on va maintenant parler de vos relations avec la CUB par rapport au projet pionnier du climat, comment la CUB s'y est t-elle prise pour vous impliquer dans ce projet ?

R : alors les « pionniers du climat » nous ne l'avons pas bien très bien perçue. Après si vous voulez la CUB a plusieurs projets, après les noms sont modifiables. Bon on va revenir sur les pionniers du climat puisque, c'est le sujet. Bon, elle s'est dit voilà, on va mettre en place ça mais sauf que le problème comme avant elle ne pose pas la question si les communes ont déjà mis en place ce type d'action dans leur communes. Vous voyez ? Donc il y a des communes telles que Blanquefort où il y avait les guides mégawatt qui sont vraiment les pionniers du climat, c'est même formule donc l'habitant de Blanquefort, il va s'y perdre complètement, il ne sait plus où il en est. Tout le problème qu'on a avec la CUB, c'est qu'il ne nous consulte pas, nous ne sommes pas concerter en amont pour savoir tel ou tel projet aura l'impact ou non. Ensuite, c'est nous qui sommes en premiers, les premiers contacts avec les habitants, les habitants vont pas aller voir la CUB, ils vont venir nous voir nous (elle accentue sur le nous) donc si nous on a déjà un problème avec le projet; on a un problème, on est pas assez consulté assez en amont dans leur démarche.

Q : d'accord. Et que faudrait-il faire pour y remédier ?

R : eh ben, qu'il nous consulte en amont et, par exemple, ils ont fait pour les pionniers du climat une réunion concertation, la réunion concertation a été de nous présenter les

prestataires du marché. Donc, le choix des candidats était déjà fait, le projet déjà monter. Donc nous nous ne pouvions rien modifier.

Q : d'accord. Sinon au-delà de ça qu'est ce que vous pensez de sa communication autour des pionniers climat?

R : alors, des pionniers du climat?

Q : la démarche, le concept ?

R : (rires), je ne vais pas être objective parce que...

Q : justement, c'est intéressant d'avoir votre point de vue parce que aussi avoir un regard critique c'est enrichissant.

R : la communication...

Q : quelle a été la procédure pour vous associer à la démarche pionniers du climat?

R : on a eu des réunions, des mails et puis voilà. On a eu une réunion, la 2e je n'ai pas pu y aller. Après, c'est par mail

Q : qu'est ce qu'il y avait de marqué dans les mails pour vous inciter ?

R : attendez, je viens d'en recevoir un à l'instant. Voilà les pionniers au niveau communication, il n'y a pas vraiment eu de dispositif particulier pour nous associer. Je vous dis, on a pas été concerté du tout.

Q : d'accord. alors quel est rôle de la CUB selon vous ?

R : c'est une collectivité qui a des compétences à part que nous n'avons pas après certaines de nos compétences se chevauchent comme vous voyez, les pionniers du climat. Là cette action nous pose problème, car comme je le disais si on n'est pas concerté en amont, ça va pas. Et puis, ils font des actions qui sont à destination des habitants comme par exemple leur distribution de composteurs. C'est à destination des habitants mais des habitants c'est nous qu'ils appellent voilà. Donc si le projet n'est pas bien remonté, on a des problèmes. On a eu des problèmes de communication par exemple sur le projet des composteurs. Si nous, on est le relais et si nous on a pas de bonnes informations enfin voilà.

Q : est ce que vous faites partie du Club climat de la CUB ?

R : oui mais je n'ai jamais été à une réunion. Je n'ai pas les invitations en tout cas.

Q : quelle est pour vous l'importance des réseaux sociaux dans la lutte territoriale contre le changement climatique ? Je veux dire les clubs communes par exemple.

R : ça par contre je trouve ça très bien. Nous voilà, le problème qu'on a avec la CUB encore une fois, c'est que la CUB a mis en place aussi un réseau CUB communes mais nous on a déjà un réseau départemental, du coup ça met un truc en plus, des réunions en plus. Du coup, c'est pas possible, moi je passe mon temps en réunion. Sans compter les réunions qu'on a déjà, moi je vois pas l'intérêt. Par contre le retour d'expérience qu'on peut avoir entre chargés de mission A21 c'est vraiment pas mal car ça permet d'avoir un échange, un retour d'expérience. C'est pas mal du tout.

Q : et on sein de réseau, est ce qu'il y a des projets qui naissent entre communes ?

R : non, c'est difficile d'avoir des projets.

Q : difficile comment ?

R : c'est pas du tout envisagé pour le moment.

Clôture de l'entrevue.

EXEMPLE MEMBRE CLUB CLIMAT

Lieu de la rencontre : Locaux de l'ADEME

Statut du répondant : chargé de mission Approches Territoriales énergie-climat

Date de l'entrevue : 22/03/13 à 14h

Durée : 30 mn

Début de l'enregistrement numérique

Q : pour commencer, parlez-moi de votre organisation.

R : Nous à l'ADEME, on est ce qu'on appelle un établissement public, industriel et commercial. Pour faire court, on dépend du Ministère de l'écologie, mais on n'est pas ce qu'on appelle un service de l'Etat. C'est-à-dire, on a nos propres outils avec le logo de l'ADEME donc on a une grande indépendance en matière de communication. Les actions que l'on mène en grande partie participent à la lutte contre le changement climatique. Notre action, c'est de faire du conseil aux collectivités locales, aux entreprises, au grand public. Essentiellement du conseil et du soutien financier sur des investissements, des programmes avec des études. Voilà, que ce soit en matière d'économies de déchets, de recyclage de promotion de mobilité douce, ou encore en matière de valorisation des énergies renouvelables. On mène beaucoup d'actions à direction du grand public notamment sur le volet habitat et transport. Et pour mener à bien ces actions, on travaille avec un réseau de conseillers-Infos énergies disponibles partout en France et qui sont la porte d'entrée pour le conseil au grand public. Ces questions autour du changement climatique sont très techniques, on essaye de plus en plus de les faire entrer dans le discours grand public, puisqu'il y a une forte demande de vulgarisation de questions scientifiques qui doivent après être digérées par le grand public pour qu'il fasse des travaux chez lui, des pratiques de mobilités plus douce, etc.

Q : et comment vous vous y prenez pour appliquer ce changement de discours ?

R : on va dire que tous les moyens sont bons. Nous, on agit beaucoup par cible. Les messages en termes de com, ils sont différents en fonction des cibles clairement. Par exemple, le grand public, on va plutôt commencer par travailler les gestes qu'il peut faire lui directement, ils ont un bienfait pour la planète. On va pas tout de suite lui parler de changement climatique avec le phénomène de l'effet de serre avec les accords internationaux pour lutter contre ce changement climatique. On va pas le bassiner de chiffres assez compliqués, on va plutôt mettre l'accent sur des choses assez concrètes qu'il

peut mettre en place chez lui ; plutôt positiver le message par rapport à un message catastrophique en matière de changement climatique. Nous, on refuse de communiquer sur le message catastrophique. Il y a plutôt un constat, qu'il y a un dérèglement climatique, il y a des chiffres, des croquis par rapport à ça. On essaye d'aller vers des actes individuels et collectifs qui limiteraient l'impact de ce phénomène. Après les outils sont divers, c'est soit des actions type présence à des salons, soit des expositions qu'on a aidé à monter. On essaye de valoriser le conseil et vulgarisation scientifique, je pense à une exposition qu'on a aidé à monter à Cap sciences Bordeaux, « *Clim'way* », sur les effets du changement climatique en Aquitaine. On est convaincu aujourd'hui qu'en matière de changement climatique, il faut faire de la pédagogie sur des choses assez compliquées. On des sites spécifiques, notamment pour les jeunes qui s'appelle M-ta-terre, c'est vraiment un document accessible à un public de collégiens. Bon ça va le barder de lire le papier, mais on va le renvoyer sur le site M-ta-terre ou il peut trouver des informations avec un discours adapté à lui, c'est pas du langage SMS mais on n'en est pas loin. Le collégien peut y trouver une meilleure façon de comprendre ces phénomènes, de voir lui, par rapport à ses centres d'intérêt, comment il peut se positionner par rapport à ça. Ce qui marche bien, c'est montrer l'impact environnemental de la fabrication du jean. Ça c'est une recette qui marche bien. On essaye de développer des applications spécifiques, on a de la pédagogie, on a une chaîne sur *youtube* qui permet de développer des petits films.

Q : concrètement quelle est votre stratégie de communication, c'est-à-dire comment diffusez vous votre message ?

R : ici, on essaye de travailler sur des fondamentaux. Si possible au lieu d'avoir un discours ADEME uniquement, on essaye de faire en sorte que nos discours se retrouvent dans le discours des collectivités et des entreprises. C'est-à-dire qu'on intègre le message de l'ADEME dans les messages portés par les collectivités au niveau local. Ça s'est plus pertinent. Généralement, les collectivités viennent nous voir, au lieu de réinventer la roue, elles s'approprient les messages qu'on véhicule dans le cadre de leurs plans de communication locaux. Ça permet de toucher au plus près les citoyens.

Q : que pensez-vous de l'usage des outils numériques pour sensibiliser les différents publics aux questions climatiques ?

R : je suis assez partagé. Je trouve qu'il faut savoir utiliser tous les outils qui sont disponibles pour communiquer sur ces questions d'environnements. Néanmoins, je me demande si tous les nouveaux outils, les réseaux sociaux, c'est une bonne idée de les utiliser. Parce que, je me rends compte que c'est des outils qui sont utilisés pour un but assez précis quand même : échanges d'informations, de contenus, ça reste quand même des outils assez futiles, je dois le reconnaître. Donc même si y a un engouement pour véhiculer des messages un peu sérieux, je ne sais pas si c'est totalement adapté. C'est important pour faire passer les messages, mais on a tellement d'informations à faire passer avec ces nouveaux outils que généralement, c'est une information parmi d'autres. Moi, je trouve plus intéressant d'utiliser éventuellement ces outils-là, dans le cadre d'actions précises, ciblées, par exemple dans le cadre du marketing viral, ça marche assez bien. Mais utiliser les réseaux sociaux pour

mobiliser des équipes sur un territoire, je pense qu'il y a un aspect un peu gadget au début, ça peut être intéressant, motivant. Mais sur le long terme, est ce que ces outils seront encore utilisés ? Je ne suis pas persuadé, je me dis que ces outils pour partager l'information, la véhiculer très vite, c'est très bien. Mais faut pas qu'on se trompe en matière d'outils, ce qui compte c'est le message, après on voit quels sont les outils les plus adaptés pour faire passer un message.

Q : très bien. Et concernant un autre type de réseaux, je pense aux réseaux d'acteurs locaux, type club climat, que pensez-vous de ce type d'instance ?

R : ça a une très bonne utilité, c'est intéressant parce que c'est là, qu'on essaye de partager une stratégie locale climat énergie avec l'ensemble des acteurs qui sont sur le territoire. Donc l'utilité, elle est là-dessus, sur le partage d'informations, l'avancée des démarches et aussi sur les connections qui sont possibles. La CUB, c'est clair que toute seule elle ne peut pas lutter contre le changement climatique, il faut qu'elle travaille avec les habitants du territoire, les entreprises du territoire. Elle a des compétences, des moyens, mais toute seule c'est pas possible. Voilà, ce sont des instances de concertation utiles, de partage d'informations, si possible de connections sur des actions concrètes. On est très friand de ce type de démarches plutôt positives.

Q : et à votre échelle, avez-vous créé vos propres réseaux ?

R : oui, ça c'est un peu la marque de fabrique de l'ADEME pour diffuser nos messages, on travaille beaucoup avec des relais, des hommes et des femmes qui portent les messages de l'ADEME. On travaille ensemble sur des programmes d'actions spécifiques. On essaye de mettre en réseau des gens qui travaillent sur des mêmes thématiques, là sur l'aspect climat, on a monté il y a deux ans un réseau régional de plan climat, c'était une demande pour récupérer les bonnes idées, être au courant de ce que faisaient les autres et donc ça marche assez bien. On essayait vraiment de partager l'information, de valoriser les expériences qu'on trouve innovantes ici en région, mais aussi dans d'autres régions sur les sujets communes. Le thème, c'est changement climatique, après on essaye d'avoir des coups de zoom sur des actions thématiques spécifiques, sur l'agriculture, l'urbanisme, etc. donc le travail en réseau, c'est quelque chose qu'on fait de manière assez facile.

Q : par rapport au projet pionniers du climat de la CUB, comment avez-vous été approché pour prendre part à ce projet ?

R : c'est un projet qu'on connaît de longue date comme on avait participé à l'élaboration du plan climat de la CUB en 2010. C'est une action qui s'est retrouvée dans le plan d'action du plan climat, y avait une centaine d'actions dont celle-ci. Pour des raisons divers, elle n'a pas pu être lancée en 2012 donc on connaissait l'action. On connaissait l'action un peu similaire qui avait été montée à Nantes en 2008-2009, à Grenoble aussi. Il y avait une action un peu similaire mais la CUB s'est inspirée de ce qui c'était fait à Nantes, donc mobilisation de familles sur différentes thématiques et puis valorisation de ces familles là. Donc voilà, on connaissait un peu l'action et dès que la CUB a souhaité lancer l'action, ils sont venus nous voir pour qu'on participe aussi dans le cadre d'un petit comité de pilotage qu'ils avaient monter. Ce qui était un peu dommage, c'est que nous aussi on souhaitait lancer le concours

« familles à énergie positive ». Donc les opérations ce sont un peu télescopés c'est pour ça qu'on s'est mis d'accord tout de suite sur une chose, c'est que nous on lancerait « familles à énergies positive » dans la région mais hors CUB de façon à laisser le soin à la CUB d'avoir sa propre action à direction des collectivités de la CUB. Sauf que après pour des raisons diverses et variés, une des communes de la CUB, Bordeaux a souhaité intégrer le concours « familles à énergie positives et pas les pionniers du climat » mais bon, ça c'est pas forcément gênant car c'est des opérations un peu similaire dans l'esprit mais la forme c'est pas tout à fait pareil et puis ça reste des actions de mobilisation grand public, voilà. Avec la CUB on se voit régulièrement, on s'invite à nos réunions d'avancement de façon à voir l'an prochain comment on pourrait avoir une action commune sur ces questions de mobilisation des citoyens par rapport au climat.

Q : concrètement par rapport aux pionniers du climat, quel rôle jouez vous dans ce projet ?

R : au départ, la CUB ce qu'ils souhaitaient c'est avoir un outil qui permettrait de faire le bilan pour ces familles qui s'engageaient dans le défi pionniers du climat, notamment une plate-forme internet qui leur permettrait de faire leur bilan à eux, chaque famille pourrait faire son bilan en matière de transport, d'énergie, etc. et avoir un outil de suivi sur une année en fonction des projets qu'elle ferait. Ils sont venus nous chercher par rapport à un outil ADEME qui existait qui s'appelait « Coach carbone ». Ils nous ont demandé concrètement à utiliser cet outil là, comme outil de base pour les « pionniers du climat », pour des raisons diverses et variées, il s'est avéré qu'ils n'ont pas choisi l'outil coach carbone. Mais ce qu'ils sont venus chercher aussi, c'est de l'information, quel type d'information, on donne déjà en matière de grand public. Pareil, plutôt que de réinventer la roue, leur donner tous les informations grand public. On est plutôt là aujourd'hui, moi je trouve qu'on a pas un rôle hyperactif parce que c'est une action de la CUB, on est invité au réunion d'avancement, c'est très bien et voilà ça nous suffit, on s'informe mutuellement des opérations, on communique aussi sur l'opération.

Q : Comment ?

R : ce qu'on a fait dans le cadre de l'opération « familles à énergie positive », on a fait un communiqué de presse pour lancer l'opération, on a fait un appel à projets pour trouver des collectivités qui diffuseraient le concours « familles à énergie positive » sur leur territoire. C'est pour ça que la ville de Bordeaux c'est porter candidate, la condition pour porter le concours familles à énergie positive, c'est que la collectivité associe les espaces info-énergie et soit dans une logique de démarche plan climat. C'était les deux impératifs pour nous.

Sur cette première année on voulait aussi limiter le nombre de collectivités qu'on accompagnerait cette année. Il y a 7 territoires en Aquitaine dont la ville de Bordeaux, il y a la ville de Gujan-Mestras sur le bassin d'Arcachon, il y a deux agglomérations. L'agglomération de Périgeux et l'agglomération de Dax et puis le département du Lot-et-Garonne qui après travaille avec différents territoires. Après toutes ces collectivités se sont associées aux « Espaces infos énergie » de leur territoire pour diffuser le concours donc on leur a donné des outils de com. Donc on a un comité de pilotage de suivi régional qu'on réunit régulièrement sur l'avancée de la démarche à laquelle on invite la CUB. L'idée, c'est

toujours d'avoir des messages pédagogiques et répétés. Répéter ces initiatives concours pour le climat plutôt convivial, voilà mobilisatrice, innovante qui permet de travailler dans un cadre collectif.

Q : comment expliquez-vous aujourd'hui la difficulté qu'on a traité les questions climatiques et surtout à mobiliser les gens ?

R : on a eu énormément de messages depuis le Grenelle en matière de changement climatique, des messages qui soit catastrophiques, soit culpabilisateurs donc à un moment, le grand public dit stop, moi j'en peux plus, tous les jours on me dit. Il faut manger des fruits et légumes, faut sauver la planète, à un moment c'est logique et humain, on dit stop quoi, on n'en peut plus. D'où l'idée, de travailler la pédagogie différemment. Le fond, il est là : c'est grave, mais on va vous aider à adopter des actions qui permettront de limiter l'impact des émissions de gaz à effet de serre.

Clôture de l'entretien.

EXEMPLE CHEF DE PROJET « PIONNIERS DU CLIMAT »

Lieu de la rencontre : Communauté Urbaine de Bordeaux

Statut du répondant : chef de projet « pionniers du climat »

Date de l'entrevue : 4/02/13

Durée : 35 mn

Début de l'enregistrement.

Q: Quels sont les objectifs du projet « pionniers du climat »?

R: la particularité des pionniers du climat, je n'ai pas initié la démarche comme tu le sais. moi, je suis intervenue par la suite, j'ai pris la main sur le projet à partir de l'été 2012. On s'est rencontrées à ce moment là.

Q: Comment tu t'y es prise pour essayer de mobiliser les communes?

R: D'abord, elles ont été informées via le Club climat, une réunion du Club climat s'est tenue pour les informer sur le travail qui a été fait avant de retenir un AMO (Aide à la Maîtrise d'Ouvrage), et définir de manière précise le dispositif ; c'était un premier contact très en amont. Ensuite, on a repris contact avec les communes à la rentrée de septembre en organisant une première réunion de présentation du dispositif. Donc à ce moment-là, on avait déjà passé le marché, choisi notre AMO et commencer à travailler sur la définition du dispositif d'accompagnement, et on a soumis aux communes cette première version provisoire du dispositif pour avoir justement leurs avis et puis éventuellement, faire des ajustements et surtout voir comment on pouvait collaborer avec les communes sur ce projet.

Q: et quel a été le retour des communes suite à cette initiative?

R: plutôt mitigé, on va dire, ça dépend, c'est du cas par cas puisqu'il y a certaines communes qui ont déjà lancé des initiatives, des démarches un peu similaire et du coup avaient quelques inquiétudes.

Q: et comment tu as fait pour essayer de calmer ces inquiétudes?

R: du coup, on leur a proposé de nous faire part des initiatives existantes, des projets en cours, à venir et puis d'essayer de voir comment on pourrait construire ensemble quelque chose de supplémentaire. Mais, là c'était pas évident, on a eu peu de retour de leur part, puisqu'elles n'ont pas forcément le temps de s'investir dans ce projet. Les chargés de mission mènent plusieurs missions de front, on les sollicite surtout pour l'appel à candidatures et la mobilisation des « pionniers du climat », la première étape de l'étude. Donc on a envoyé à l'ensemble des communes, un kit de communication avec les flyers, les affiches pour l'appel à candidatures. Toutes les communes ce sont mobilisées en fait pour diffuser le message, elles ont utilisé leurs réseaux justement.

Q: et toutes les vingt-sept, ont accepté de relayer l'information ?

R: oui. Alors certaines ont même utilisé leur journal municipal pour faire un article, d'autres ont utilisé les supports qu'on avait mis à leur disposition, les messages sur le site internet aussi des communes, je sais que Pessac, Mérignac, Floirac, les chargés de mission sont très actifs pour diffuser l'information dans leur journal municipal, sur leur site internet.

Q: comment expliques-tu que certains chargés de mission s'impliquent plus que d'autres dans le projet?

R: Comme tu le sais, toutes les communes ne disposent pas d'un chargé de mission « Agenda 21 » et n'ont pas les mêmes moyens humains et techniques, et donc forcément quand il y a pas de personnel et pas de chargé de mission « Agenda 21 », c'est beaucoup plus difficile. Ensuite, il y a certaines communes où il y avait un changement, un recrutement de personnel, la personne était partie. Donc, on a du faire face à différents situations et on a pris en compte au cas par cas, la situation de chaque commune.

Q: un exemple, concrètement?

R: par exemple en rive droite, les communes de Carbon-Blanc, Lormont, Cenon aussi, il n'y pas de chargés de mission agendas 21 donc, il a fallut que moi et Laure Curvale qu'on contacte l'élu développement durable, pour qu'il nous renvoie vers la personne la plus appropriée donc on a eu affaire au directeur de la communication, au directeur du service développement durable et pas forcément affaire au chargé de mission agenda 21 quand il n'existe pas.

Q: quelles seraient selon toi les améliorations à apporter pour mieux sensibiliser les communes?

R: Les communes auraient souhaité être associé, j'ai l'impression plus en amont du projet mais en même temps quand on les sollicite pour donner leur avis sur des documents, participer aux réunions etc., elles ne sont pas toujours disponibles. C'est difficile de trouver le juste milieu pour les impliquer, les mobiliser. Je pense quand même les associer plus en

amont avec des réunions un peu plus fréquentes s'aurait peut-être été la solution, mais là on est toujours en train de travailler avec les communes sur la deuxième phase, le volet un peu communication sur la démarche parce que maintenant que le dispositif a été lancé, on leur a communiqué à chacune justement les foyers qui représentaient leurs communes. On leur a indiqué dans quels tribus ils figuraient, là j'ai diffusé les dates des ateliers par exemple de sensibilisation sur la première thématique, l'eau et l'énergie, je les ai incité à participer, à rencontrer les pionniers.

Q: tu as des retours par rapport à ça?

R: Non peu de retours. Donc l'objectif, c'est que maintenant les communes puissent s'emparer du sujet et puis valoriser les foyers qui se sont engagés et qui représentent les communes et qu'elles fassent de la communication sur ces foyers. Puisque on veut quand même sensibiliser le plus de personnes et pas seulement les cent foyers qui se sont engagés dans la démarche pour qu'elles nous mettent à disposition une salle. St-Médard-en-Jalles par exemple, Blanquefort. Je pense qu'on va essayer aussi d'organiser des animations avec la ville de Pessac.

Q: lors de la première phase par rapport au recrutement des familles, comment ça s'est déroulée?

R: En fait, on a d'abord lancé une campagne de communication qui s'adressaient au grand public donc c'est la CUB via son site internet, son journal, les réseaux sociaux et puis une campagne d'affichage qui a lancé cet appel à candidature de communication aux communes. On a fait après justement une petite réunion pour faire le point sur le recrutement et étudier le profil sociologique des candidats, on s'est rendu compte qu'il fallait sensibiliser les catégories socioprofessionnelles inférieurs, cibler certains territoires qui étaient sous représentés, toutes les communes périphériques en fait. Le nord, l'ouest, la rive droite. On a contacté en priorité ces communes là, en leur donnant des consignes pour essayer de réorienter le panel de candidats. Elles ont toutes été justement assez attentives à nos recommandations et justement, elles trouvaient que c'était plus intéressant de s'adresser à un public de personnes non sensibilisées.

Q : Au final vous avez pu atteindre vos objectifs ?

R : On a eu 200 candidatures pour 100 familles ensuite donc ça nous a permis de faire une sélection assez représentatives. Mais ça, je pense que c'est notamment grâce aux communes car nous on n'a pas le contact direct avec les citoyens donc on ne pouvait pas orienter justement les recrutements vers ce type de public.

Q : d'accord. Dans ce cas là, comment tu définirais le rôle de la CUB ?

R : c'est par rapport aux centres sociaux, ils peuvent toucher un public en précarité énergétique alors que la CUB n'a pas de contact du tout avec ce public. Puis, c'est pareil en mairie, simplement, il y a le contact en mairie, il touche tous les citoyens alors que la CUB, on accueille pas de citoyens dans nos locaux comme peuvent le faire les mairies. On n'a pas ce contact direct avec les citoyens, nous c'est plutôt les usagers vis-à-vis du service rendu comme la collecte des déchets, les transports en communs...

Q : quand tu regardes le projet dans son ensemble, quel est ton opinion ?

R : c'est plutôt un projet ambitieux compte tenu de son champ d'action, des différentes thématiques qui sont abordées donc l'énergie, l'eau dans le logement, les déplacements, la consommation de biens et de services, l'alimentation, les déchets donc y a vraiment un champ d'action très large, du coup, c'est particulièrement intéressant pour les personnes qui participent à cette démarche et la durée aussi, c'est une expérimentation sur 12 mois qui demandent un engagement assez important de la part des volontaires, pour moi, c'est projet qui est assez ambitieux de par le nombre de personnes accompagnés, 100 foyers, on s'aperçoit au quotidien que du coup, il y a une charge de travail très importante, on est souvent sollicité par mail, par téléphone. Toute l'équipe d'accompagnement, aussi bien la CUB que l'AMO. Et puis, par rapport à notre plan climat d'avoir ce volet qui concerne directement les citoyens, je trouve que c'est très important puisque on s'aperçoit que chacun a un rôle à jouer au regard des enjeux climatiques de la transition énergétique. Effectivement, il y a des actions à mettre en place par la collectivité sur les aménagements durables, les énergies renouvelables, la réduction des émissions de gaz à effet de serre, etc. mais on doit également impliquer les citoyens, chacun est acteur. Et là, cette démarche en fait, des pionniers du climat, on est au cœur de ce sujet.

Q : lors, de la mise en place du projet, de quels soutiens avez-vous bénéficié au niveau interne ? Y a-t-il eu beaucoup de personnes impliquées ?

R : oui, et ça, ça rend difficile justement la mise en œuvre d'un tel projet, c'est qu'il y a énormément d'acteurs impliqués aussi bien en interne qu'en externe et du coup en interne, il y a pas mal de directions différents qui travaillent dans le projet. Il y a la direction du numérique, la direction de la communication avec dans la direction de la communication, l'aspect développement durable et la cellule web également, ça fait 2 services. il y a la communication interne, ça fait beaucoup de monde.

Q : et quel est le rôle des différentes directions ?

R : la direction du numérique s'occupe des outils numériques et justement des tablettes puisqu'on a mis à disposition des pionniers des tablettes, la direction de la communication s'occupe du plan de communication, du développement de la plate-forme web donc chaque direction a un rôle très important. Nous, au développement durable on s'occupe de l'animation du projet, du pilotage de la démarche.

Q : et par rapport au pilotage de la démarche comment fais-tu pour essayer d'articuler tout ce petit monde ? pour coordonner toutes ces actions ?

R : il faut organiser régulièrement des réunions de travail, essayer de tenir tout le monde informé de l'avancement de la démarche, faire remonter assez rapidement tous les problèmes qui sont rencontrés pour être assez réactifs, mettre en place des solutions, c'est un gros travail de coordination des différents acteurs à faire au quotidien.

Q : d'accord. Quand tu parlais de problème, peux-tu me citer un exemple ?

R : ça peut être beaucoup d'ordres différents. Il y a la direction de la logistique aussi qui s'est occupée de toute l'organisation de la réunion plénière de lancement, l'organisation des

ateliers. Ça fait beaucoup de monde, la direction des services informatiques, tout le monde participe au projet « pionniers du climat », tout le monde est au courant. Et du coup, les problèmes peuvent être multiples et toucher tous ces domaines.

Q : et y a-t-il un souci en particulier qui t'a marqué, un problème technique ?

R : au lancement de la démarche, on a eu des dysfonctionnements techniques avec la plateforme mais bon, ça été résolu assez rapidement.

Q : par rapport au soutien financier autour du projet, vous n'avez pas rencontré de difficultés particulières ?

R : non, justement, on fait appel à nos partenaires pour organiser des animations, des événements, mettre en place des ateliers, etc. et du coup, ces animations, elles sont réalisées gratuitement. Donc, on sollicite les espaces infos-énergies, la maison de la promotion sociale pour faire des ateliers sur les isolations, le chauffage. On va réaliser des visites avec nos partenaires, la Lyonnaise des eaux, le délégataire pour les transports keolis, on va solliciter un autre service de la CUB, le service des déchets en fait pour la dernière thématique sur la consommation responsable. Les ambassadeurs de la prévention des déchets, les composteurs du conseil général, on sollicite beaucoup nos partenaires justement parce que le budget est très serré.

Q : est ce que le projet a bénéficié d'une promotion spécifique au niveau des agents ?

R : déjà, il y a parmi les pionniers du climat, dix agents de la communauté urbaine de Bordeaux. En fait, il y a une tribu qui représente la collectivité et qui doit montrer l'exemple donc c'est la tribu « Autan ». Donc, oui en interne on a mis une communication spécifique pour recruter ces agents donc c'était la première phase, c'est la communication interne qui nous a accompagné là-dessus, sur intranet. Il y a eu des affiches sur les sites communautaires, il y a sur le petit journal qu'on reçoit en interne justement un article, l'appel à candidatures qui a été diffusée et puis tout au long de la démarche, on va faire des portraits des reportages sur les agents de la CUB pour qu'ils puissent témoigner et partager leurs expériences pour sensibiliser tous les agents communautaires, on va s'appuyer sur la tribu des agents pour sensibiliser les agents de la CUB.

Q : sinon, de manière large, quel est le rôle de la communication dans la lutte contre le changement climatique ?

R : la communication seule n'est pas suffisante. Sur le projet des pionniers du climat, c'est quand même un élément important pour toucher, informer et sensibiliser le grand public, en s'appuyant sur l'expérience et le témoignage des cent familles. Donc, on va dire que c'est un moyen de toucher un public plus large mais derrière il faut avoir un message à leur communiquer.

Q : tantôt tu me parlais, des tablettes numériques, du rôle, de l'implication de la direction du numérique. Et quelle est la place de ces outils numériques dans la stratégie « pionniers du climat »?

R : en fait, il y a deux aspects par rapport aux tablettes numériques, d'une part, lors de l'appel à candidatures, on ne savait pas si toutes les personnes volontaires bénéficiaient d'un ordinateur, d'un accès personnel à internet. Donc on souhaitait mettre à disposition un certain nombre d'informations sur cette plate-forme collaborative web. Donc on a décidé de leur mettre à disposition, une tablette avec un abonnement internet ou 3G dans un souci d'équité pour que chacun puisse participer à la démarche, qu'il n'y ait pas d'exclusion à cause de ces outils numériques. D'autre part, la CUB a lancé un projet pour favoriser l'accès aux usages numériques et la participation citoyenne via ce service numérique. Et dans ce cadre, la CUB va mettre à disposition d'un panel de citoyens sur le territoire de la CUB, des tablettes numériques, donc en fait les deux projets ce sont rejoint, on a décidé d'utiliser le panel des pionniers du climat pour tester les tablettes numériques dans un premier temps. Dans un deuxième temps, un nouveau panel de citoyen sera désigné pour tester des applications en lien avec la participation citoyenne.

Q : le projet pionniers du climat sera-t-il intégré à cette deuxième phase ?

R : non, le projet pionniers du climat est indépendant, on s'est appuyé sur le panel des pionniers du climat pour distribuer ces cent premières tablettes.

Q : pour parler des réseaux. Quel est le rôle du Club climat ?

R : c'était le moyen le plus simple pour solliciter les acteurs du territoire et tous nos partenaires sur cette même thématique puisque le Club climat, il a été créé suite à la mise en œuvre de notre plan climat. Et puis, il fonctionne plutôt bien. Donc on s'est appuyé sur ce Club climat.

Q : hormis, ce Club climat vous êtes vous appuyer sur d'autres réseaux locaux ?

R : oui, on avait contacté d'autres associations, notamment toutes les associations de consommateurs, d'usagers. On a aussi utilisé le réseau des juniors du développement durable, donc là ça touchait tous les établissements scolaires et les écoliers qui participent aux projets des JDD et puis les communes ont sollicité toutes leurs réseaux en fait.

Q : selon toi, est ce que ces réseaux locaux peuvent vraiment favoriser une mobilisation territoriale autour de ces questions ? Comment ?

R : oui, en fait on s'est plutôt appuyé sur les réseaux et ça a plutôt bien fonctionné. Puisqu'on niveau communication, il y a simplement eu la campagne d'affichage, des affichages, des affiches sur le réseau de tram mais il y a pas eu d'encart presse. Y a pas eu de spots voilà. Donc, on a eu plus de 200 candidatures alors qu'on ne souhaitait sélectionner que 100 foyers.

Q : comment décris tu la CUB ? Quand je dis CUB, tu penses à quoi ?

R : c'est très vaste comme sujet. Je pense surtout aux compétences de la communauté urbaine de Bordeaux, aux services qui sont offerts aux usagers, principalement l'eau potable, les déchets, les aménagements, le transport, les infrastructures, tous les grands projets de rénovation urbaines.

Q : par rapport au dispositif numérique, pense tu vraiment qu'il peut contribuer à favoriser l'engagement, la mobilisation autour des questions écologiques.

R : ça permet peut être d'intéresser un public plus jeune qui maîtrise parfaitement, les outils numériques aujourd'hui.

Q : dernière question, pour en revenir à la relation CUB/communes. Quel moyen as-tu utilisé pour communiquer avec elles ?

R : c'est varié, il y a eu des rencontres physiques avec les réunions, qu'on a organisé. Il y a eu 3 réunions au total et beaucoup d'échanges par mail, des échanges téléphones, il n'y a pas une solution plutôt qu'une autre qui se dégage. Mais en général quand on organise des réunions on sollicite toutes les communes et sur les 27 communes de la CUB, il y a moins d'une dizaine qui sont présentes en général lors de ces rencontres.

Q : et globalement pour finir, par rapport au soutien que les communes ont apporté à ce projet, comment qualifieriez tu ce soutien à cette phase présente du projet ?

R : on a va dire que l'accueil était plutôt mitigé lors de la première réunion et que l'ensemble des communes en fonction de leurs moyens techniques humains se sont mobilisés pour l'appel à candidature, mobiliser les citoyens, faire passer le message, pour l'organisation des ateliers. Pour la prochaine phase de communication, je vais revenir vers elles. Donc, d'une manière générale, elles ont adhéré au projet même si au départ, elles avaient quelques inquiétudes ou réticences.

Clôture de l'entretien.

Annexe 8. Rennais posant pour la campagne ENGAGE



Source. Rennes Métropole. La figure de l'individu a été volontairement floutée pour respecter la législation concernant le droit à l'image.