

le Grenelle Environnement



COMITE OPERATIONNEL 34 :

Sensibilisation, information et formation du public

aux questions d'environnement et de développement durable

Réunion du 13 janvier 2009

REMISE DU RAPPORT AU MINISTRE



Phase 4 du Grenelle ... les chantiers opérationnels, ComOp

Objectif :

Rendre opératoires les décisions et orientations prises à l'issue des tables rondes d'octobre 2007 (phase 3)

- ***Traduire en actes et textes les décisions issues du Grenelle***
- ***« Comment on fait » et non « qu'est-ce qu'on fait »***
- ***Pour mettre concrètement en œuvre chaque action, proposer la combinaison optimale dans la panoplie d'outils disponibles***



Feuille de route

Citoyens et consommateurs responsables : sensibilisation, information et formation

- **Mobilisation effective du public autour des enjeux environnementaux et de développement durable pour une modification des comportements**
- **Lier le thème de l'éducation, de la formation et de l'information à l'environnement et au développement durable aux questions de sens et de valeurs**
- **Soutenir l'implication des médias**
- **Développer l'information des citoyens et des consommateurs**
 - *rendre plus favorables les actes et achats écoresponsables*
- **Mobiliser les outils de la formation professionnelle continue**

Rappel des étapes

- **Ouverture des travaux le 4 septembre 2008, par le Ministre**
- **Méthodologie :**
 - ➔ *réunions / séminaire*
 - ➔ *appels à fiches contributives: partage des expériences déjà réalisées et mutualisables auprès des membres du Comop*
- **Planning et Calendrier des réunions :**
 - ➔ *3 réunions et un séminaire : sept/mi-octobre 2008*
 - ➔ *Rédaction du rapport octobre 2008*
 - ➔ *Validation du rapport par les membres oct/nov 2008*



COMOP 34 : Participants

- AACC
- FNE
- FCD
- Fondation FNH
- CFEEDD
- AFPA
- Ministère de la culture
- UNAF
- Gr. France Télévision
- CLCV
- ADEME
- CFDT
- LPO
- Ville de Bordeaux
- MEEDDAT
- CFE-CGC
- Fondation WWF
- La Poste
- Asso Climat-énergie-Humanité-médias
- Agence Enjeux&Hommes
- Comité 21
- Région Rhône Alpes
- Europe 1
- Mc Donald
- UDA
- Ansamble
- Groupe Radio France
- BMJ Ratings
- ARPP
- Université de Bourgogne
- Muséum d'histoire naturelle



Principales conclusions du ComOp 34 : l'état des lieux

Un constat préliminaire partagé :

- *hétérogénéité de l'information et des messages*
- *difficulté d'identification des sources*
- *information trop souvent anxiogène et insuffisamment orientée vers le passage à l'acte*
- *manque de lisibilité; cohérence mal perçue*

**Mais aussi une richesse d'initiatives, le plus souvent
partenariales**



Les propositions du ComOp 34 visent à créer les conditions de modification des comportements du public



- ***une orchestration globale des actions***
- ***des modalités opérationnelles de développement associant l'ensemble des acteurs***
- ***ainsi qu'un calendrier de mise en œuvre***



Le ComOP propose cinq lignes directrices pour une action mieux orchestrée et plus collective

- 1. Construire une information fiable et des clés de compréhension pour créer la confiance**
- 2. Délivrer des messages qui ont du sens (autour du thème «ma vie meilleure »)**
- 3. Mettre en avant l'existence et l'exemplarité de solutions**
- 4. Inviter le grand public à participer et à s'impliquer**
- 5. Mobiliser des relais spécifiques et certaines cibles-clés, et concrétiser des partenariats**



1. Construire une information fiable et des clés de compréhension pour créer la confiance

Axe : un Etat garant d'une vision et d'un engagement ; et une clarification des informations et repères (portail environnemental, labels, référentiels, etc.)

Construction d'un Plan national d'engagement pour un développement durable : proposition essentielle, structurante et mobilisatrice

Pour la mise en valeur, la cohérence et la lisibilité des messages grand public émanant des acteurs publics, des acteurs locaux, associatifs, professionnels.



Bien au-delà d'une simple déclinaison de campagnes nationales publiques d'information, et au-delà également de la communication « Grenelle ».

Proposé pour avril 2009 à l'occasion de la Semaine du développement durable.



2. Délivrer des messages qui ont du sens autour du thème «ma vie meilleure »

Axe : rendre le développement durable désirable par la mise en valeur de ce qui touche concrètement les personnes, en soulignant les apports positifs de la prise en compte du développement durable.



Deux thèmes majeurs :

- **les liens positifs DD-économie ;**
- **la notion d'héritage immatériel à transmettre à nos enfants, incluant l'émerveillement lié à la nature.**

- **L'association et la formation des médias**
- **Les contenus à développer et mis en valeur dans le cadre du Plan national**
- **Le renforcement de la mobilisation de la communauté scientifique autour de la communication sur la richesse et la préservation de notre héritage collectif.**



3. Mettre en avant l'existence et l'exemplarité de solutions

Axe : diffuser l'information sur les solutions, démontrer qu'elles sont concrètes, accessibles et le plus souvent reproductibles.



- **Développer les moyens de repérer et de mutualiser les initiatives**
- **Favoriser les conditions d'échanges entres pairs**
- **Renforcer l'information de proximité**



4. Inviter le grand public à participer et à s'impliquer

Axe : inciter à l'engagement individuel pour favoriser l'évolution des comportements collectifs.

- **organisation d'un grand événement festif et fédérateur**

qui serait à la fois le cadre du lancement du Plan national d'engagement pour un développement durable

et un appel à participation pour mettre en valeur la multitude d'initiatives locales et thématiques.

- **Utilisation d'Internet**
- **favoriser les opérations orientées**
 - **vers le consommateur**
 - **vers les publics d'évènements sportifs ou culturels**



5. Mobiliser des relais spécifiques et certaines cibles-clés, et concrétiser des partenariats

Axe : s'appuyer sur 3 acteurs-relais : entreprises, médias, acteurs publics, qui agissent souvent en lien avec les associations,

pour :

- démultiplier l'information

- accroître ainsi la portée des actions au sein du corps social.

- **Via la formation professionnelle – notamment continue,**
- **Via la mise à profit des contacts quotidiens entre acteurs publics et privés et le public,**
- **Via les plans d'actions et démarches collectives (professionnelles ou locales),**
- **Via l'implication renforcée des médias grâce à la création d'un centre de ressources pour les médias au sein du ministère,**
- **Via les actions vers les jeunes.**

Avant l'été 2009 : lancer le plan national d'engagement pour un développement durable

A l'occasion d'un événement festif national, relayé par les médias locaux et nationaux

- **Appel à initiatives** *auprès des acteurs privés, associatifs, publics,*
 - *à lancer dans le cadre de la Semaine du développement durable*
 - *qui concrétisera et alimentera un observatoire à disposition des acteurs (veille, suivi et partage des initiatives)*
- *Mise en place d'un **centre de ressources média** au MEEDDAT (initiatives innovantes, indicateurs d'avancement, ...)*
- **Portail environnemental** : *ouverture du site (étape 1)*
 - Co-construire le cahier des charges des conditions de rattachement d'actions au plan national
 - Organiser l'action : développement du Portail, centre de ressources, préparation de l'événement, mobilisation médias, ...



Construire et agir dans la durée, ensemble

- **Dès 2009, développer et valoriser les bonnes pratiques :**
 - *Moyens de mutualisation, information de proximité (via les acteurs publics et en appui aux démarches partenariales locales), appui à la visibilité des engagements volontaires*
 - *Indicateurs : identification et diffusion*
- **Engager la concertation opérationnelle pour construire et expérimenter (2009/2010) :**
 - *Implication de la communauté scientifique*
 - *Actions participatives d'observation; mobilisation des musées et lieux d'exposition du savoir*
 - *Appuis à la mobilisation des médias (formation, missions et actions de l'audiovisuel public)*
 - *Formation professionnelle (salariés du public et du privé)*

