

GUIDE DE L'ANIMATION ECO-RESPONSABLE DÉCRYPTAGE



CONTENU

2.2 - Agir sur les représentations

2.2 AGIR SUR LES REPRÉSENTATIONS

Pourquoi ?

Etude menée par l'université de Yale montre que les films abordant les **questions environnementales** influencent directement les **comportements** du public.



Par exemple après la sortie du documentaire "Une vérité qui dérange" en 2006, ils ont observé une augmentation de 50 % des recherches Google sur le changement climatique. (source action-climatique.com)



2.2 AGIR SUR LES REPRÉSENTATIONS

Pourquoi ?

Cyril Dion - Petit manuel de résistance contemporaine

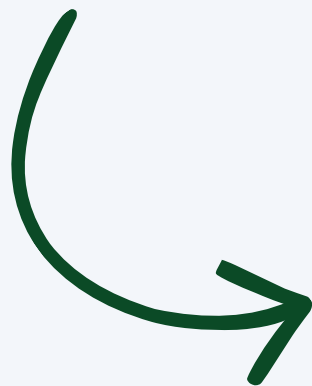
“Les récits ont un rôle fondamental pour l’être humain puisqu’ils permettent au cerveau émotionnel de donner du sens aux informations recueillies par le cerveau rationnel”



2.2 AGIR SUR LES REPRÉSENTATIONS

Comment ?

S'inspirer de la thèse "Comment faire évoluer nos imaginaires ?" de l'ADEME



2.2 AGIR SUR LES REPRÉSENTATIONS

Comment ?

Consulter le guide de l'EPE (Entreprises pour l'Environnement) sur les représentations des modes de vie et transition écologique

Exemple de fiche action :

Guide à l'usage des communicants - Représentations des modes de vie et transition écologique

2 / La mobilité fossile

Les modes de transport représentés sont-ils particulièrement polluants ?

Description du stéréotype

La grande fréquence des publicités mettant en scène les transports les plus polluants (voitures de grand gabarit, voyages en avion, en ferry...) contribue à banaliser ces modes de transport et limite la place offerte au développement des alternatives existantes utiles à la transition écologique.

Levers de transformation

De nombreuses alternatives à la mise en avant des transports les plus polluants existent :

- les déplacements à pied ou à vélo ;
- les transports en commun (bus, tram, train...) ou le covoiturage ;
- les véhicules légers et électriques ;
- le transport multimodal.

Enjeux

Les impacts environnementaux liés à nos déplacements sont nombreux et particulièrement importants. La mobilité est la première source d'émissions de gaz à effet de serre en France (30 % du total) et la seule qui ne diminue pas, en décalage avec les objectifs nationaux. Lorsque nous déplaçons, notamment avec des véhicules à moteur thermique (voiture diesel et essence, avion...), nous rejetons des gaz à effet de serre et d'autres types de pollutions, et impactons à la fois le climat, la qualité de l'air, la biodiversité et nos cadres de vie (bruit, odeur, sécurité...).

L'augmentation de la demande en mobilité annule ainsi les gains permis par les améliorations technologiques. L'augmentation de l'usage du véhicule personnel dans le monde (+ 19 % entre 1990 et 2015) explique une part significative de cette tendance.

Exemple :

Si un départ en vacances ou un déplacement professionnel est mis en scène dans la publicité, il est préférable d'associer celui-ci à un mode de déplacement peu polluant tel le train, en France.



Classement des représentations

● À SYSTÉMATISER	Un usage raisonné et des transports adaptés aux déplacements
● À PROMOUVOIR	La représentation de transports doux (marche, vélo, transports en commun...) et de covoiturage
● À LIMITER	Véhicules non citadins en ville
● À ÉVITER	Banalisation des modes de transport très polluants

Quelques illustrations

● À SYSTÉMATISER

La représentation positive de déplacements conviviaux en transports en commun (train, bus...) contribue à instaurer une nouvelle normalité en alternative aux transports les plus polluants (voiture individuelle, avion, bateau...).



● À LIMITER

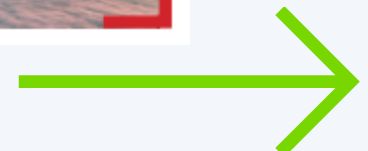
Véhicules non citadins présentés dans un contexte urbain.



● À ÉVITER

Banalisation des modes de transport les plus polluants (avion, véhicules lourds, bateau de croisière...) en les utilisant pour promouvoir un produit de consommation qui n'est pas l'objet de la publicité.

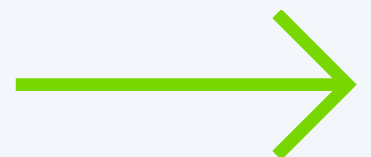




2.2 AGIR SUR LES REPRÉSENTATIONS

Comment ?

Proposer une "Fresque des nouveaux récits" au sein de sa structure ou entre professionnels



**ET VOUS,
QUELLE ACTION ÉCO-
RESPONSABLE AVEZ
VOUS MIS EN PLACE ?**

DITES LE NOUS CI-DESSOUS

