

No 15
janv. 2015

NATURE HUMAINE
La lettre

La dynamique humaine du changement au cœur de vos stratégies d'action (1ère partie)

Vos stratégies d'actions tiennent-elles vraiment compte de la dynamique humaine du changement ? Prennent-elles en compte les résistances et motivations de vos publics et partenaires ? Existe-t-il une méthode simple et applicable à toute situation pour sortir de l'ornière des résistances, parfois d'impasses qui empêchent l'action d'aboutir ? Peut-on débloquer une action au point mort à n'importe quel stade et si oui, comment ? Cette lettre ainsi que la suivante (qui sortira en avril 2015) ont pour objet de vous proposer une approche simple et applicable à l'infini, qui va du diagnostic des « éléments humains » à l'adaptation de votre stratégie d'action. Vous saurez alors proposer des stratégies qui auront plus d'impact sur le changement des comportements et qui sont mieux adaptées à vos différents publics. À vous ensuite d'être créatif, à l'écoute, adaptable et ouvert d'esprit.

SOMMAIRE

1. Le plat de spaghettis	2
2. La porte d'entrée	3
3. Le diagnostic des « éléments humains »	6
A - La piste des résistances	7
B - La piste des motivations	9
C - La piste des besoins	11



1

Le plat de spaghettis

Votre action n'a pas eu l'impact escompté. Ou bien elle est au point mort, car vos partenaires ne suivent pas ou plus. Ou bien l'action ne se passe pas comme prévu, elle n'attire pas les cibles visées à l'origine, etc. Vous commencez à râler contre vos partenaires, votre public, ou bien à râler contre vous-même, ou contre la société qui ne comprend décidément rien aux enjeux environnementaux. Que faut-il ? Plus d'argent ? Plus de conseil ? Plus d'information ? Plus de psychologie ? Plus de compréhension ? De quoi avez-vous ou ont-ils besoin pour faciliter votre travail commun ?

Et si vous lisez la lettre Nature Humaine, vous avez compris que l'élément humain, ce « Putain de Facteur Humain » (PFH pour les intimes), comme le dit poétiquement le philosophe Patrick Viveret, est un élément essentiel dont il faut non seulement tenir compte, mais qu'il faut en plus accompagner.

Mais reconnaissez qu'à ce stade vous ne savez pas comment faire, parce qu'entre les « pionniers », les « contemplatifs » et les « pré-contemplatifs »¹, ceux qui ne voient aucun intérêt à l'action, ceux qui en voient un mais qui n'arrivent pas à passer à l'action et ceux qui passent à l'action mais qui rechutent, cela devient un peu compliqué.

Et puis il y a ceux qui disent qu'ils ne sont pas assez informés parfois pour éviter de passer à l'action, ceux qui disent « c'est pas moi c'est l'autre, il a un 4x4 » pour éviter de faire face au problème écologique, ceux qui pensent qu'on va finir par devoir s'éclairer à la bougie, ceux qui ont peur du changement, ceux qui sont coincés dans leurs habitudes, ceux qui s'en foutent, ceux qui manquent de temps, ceux qui...²

Bref au bout d'un moment ça fait beaucoup. Ça fait comme un grand plat de spaghettis : chaque spaghetti représente une problématique humaine particulière, un type de résistance, et tout est bien enchevêtré, bien emmêlé, et vous, vous ne savez pas par quel bout vous allez bien pouvoir commencer pour dénouer l'écheveau et parvenir à faire avancer votre action.

Comprendre les résistances permet de prendre de la hauteur. Mais sur le terrain, pour les accompagner il faut pouvoir les diagnostiquer puis en tenir compte dans votre stratégie d'action.



Nouvelle formation ouverte à tous

Nature Humaine vous propose une formation pour mieux comprendre et surtout mieux accompagner et prendre en compte dans vos stratégies d'action les résistances et motivations à agir et à changer de vos partenaires et publics.

Montée en partenariat avec la MNEI de Grenoble, cette formation est ouverte à tous les professionnels de l'environnement et du DD qui souhaitent se former en individuel.

Information et inscription :
nature-humaine.fr/nos-interventions/formation
(onglet : sessions ouvertes)

1. Ces notions ont été développées dans la lettre n°4 de Nature Humaine.
Voir nature-humaine.fr/la-lettre.

2. Sur toutes ces notions, voir les lettres 1 à 4 de Nature Humaine.



2

La porte d'entrée

Utiliser ce qui est visible et connu

Votre premier travail consiste à identifier la ou les portes d'entrée du plat de spaghettis. Et là c'est extrêmement simple : quand vous parlez de votre problème, comment en parlez-vous ?

La ou les portes d'entrées sont en effet les premiers termes que vous employez lorsque vous décrivez votre problématique à quelqu'un (voir aussi encadré page 4). Voici quelques exemples tirés de cas analysés lors des formations données par Nature Humaine :

Eloise³, urbaniste qui accompagne des mises en place de PLU⁴ sur des communes, témoigne d'un de ses cas : « Avec une commune, on a un vrai problème de compréhension de ce qu'est un PLU. En plus, j'ai été choisie par l'ancienne équipe municipale, politiquement opposée, donc la nouvelle équipe ne m'a pas choisie (le projet est une commande de l'ancienne équipe). Ils me disent : « on ne peut pas faire un PLU ici, on n'en veut pas ». Beaucoup sont de nouveaux élus. C'est difficile de passer d'une position de citoyen avec des intérêts privés à une position d' élu avec des intérêts publics. Enfin, comme je suis l'expert, ils ont probablement le sentiment d'une vision imposée de l'extérieur ».

Les portes d'entrée de Eloise peuvent être résumées ainsi :

- ▶ Un problème de compréhension de ce qu'est un PLU
- ▶ Ils ne m'ont pas choisi en tant qu'experte urbaniste
- ▶ On ne peut pas faire un PLU ici, on n'en veut pas
- ▶ Passer d'une posture de citoyen à une posture d' élu, d'intérêts privés à l'intérêt général
- ▶ Une vision imposée de l'extérieur

Autre exemple : Matthieu, chargé d'opération à l'Agence de l'Eau, fait face au refus d'un propriétaire d'un vieux moulin et d'un terrain qui doivent être aménagés pour restaurer un cours d'eau dans le but de favoriser la remontée des poissons et des sédiments et la qualité de l'eau (programme européen). L'eau n'atteint plus le moulin depuis longtemps mais le propriétaire veut absolument « conserver son droit sur l'eau » et « garder sa tranquillité », deux éléments qui empêchent le projet d'avancer correctement. Ces deux « portes d'entrée » sont suffisantes pour analyser de façon approfondie le blocage et adapter ensuite la stratégie (nous verrons comment dans la lettre suivante).

3. Tous les cas utilisés dans cette lettre sont des cas réels amenés par des professionnels de l'environnement lors d'une formation ou d'un accompagnement de Nature Humaine. Par contre certains prénoms ont été changés et les cas banalisés par soucis de respecter l'anonymat des autres protagonistes de ces cas.

4. PLU : plan local d'urbanisme.





Le choix de la porte d'entrée

À ce stade, vous devez choisir la ou les portes d'entrée qui vous semblent les plus importantes ou les plus emblématiques de la problématique. Chaque porte d'entrée exprime une des multiples facettes du problème. En suivant le fil rouge d'une seule porte, vous allez commencer à sérieusement démêler votre plat de spaghettis.

Par exemple, Eloïse a choisi comme « porte d'entrée » le « sentiment d'une vision imposée de l'extérieur » qui lui semblait être le principal problème sur ce projet. Très souvent, les « portes » sont reliées entre elles : dans le cas de Eloïse, « on ne peut pas faire un PLU ici » peut exprimer un manque de compréhension (autre porte) ou une résistance face à la vision imposée de l'expert (autre porte), ou encore l'existence de conflits entre intérêts privés et intérêt général (autre porte). Donc ouvrir une porte n'exclue en rien les autres, mais est une façon de simplifier votre travail de diagnostic.

Matthieu a choisi d'explorer les deux portes identifiées car elles lui semblaient toutes les deux illustratives de son cas : « conserver son droit sur l'eau » et « garder sa tranquillité ».

Précision importante

Utilisation des processus donnés dans cette lettre

Le processus de travail donné dans cette lettre n°15 est la création de Nature Humaine. Vous pouvez l'utiliser pour améliorer votre propre façon d'agir sur le terrain dans le cadre de votre métier dans l'environnement, l'écologie ou le développement durable. Par contre, en aucun cas vous ne pouvez vous servir de ce processus pour l'utiliser ou le diffuser via des conférences, ateliers, formations ou tout autre mode de transmission, de formation et d'éducation sans accord formel et écrit de la conceptrice Séverine Millet. Par ailleurs vous ne pouvez en aucun cas le vendre comme votre propre création ni en tirer aucun bénéfice financier.

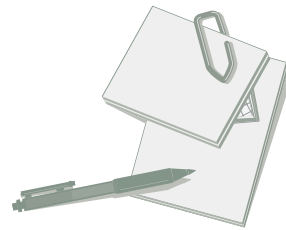
EN SAVOIR PLUS

Attention à nos réflexes habituels contre-productifs !!

Souvent, nous avons le réflexe soit de ne pas tenir compte des résistances exprimées dès le départ, soit d'en tenir compte au sens littéral :

- **Ne pas en tenir compte** car on se sent impuissant face à elles, ou qu'on ne la comprend pas : «vous n'avez pas le temps? Mais cette action n'en prend pas!», «vous n'êtes pas concerné? Mais tout le monde l'est!», «mais l'eau ne coule plus dans votre moulin», «vous ne comprenez pas? Mais je vous ai donné la plaquette qui explique bien le projet!». Cette stratégie renforce en général les freins.
- **En tenir compte au sens littéral** : on vous a dit «je n'ai pas assez d'information»? Ou «pas le temps»? Ou «je ne suis pas concernée»? Et hop, vous redoublez d'information, de conseils, ajoutez des slides à votre présentation, présentez plus d'études et de rapports, rappelez la loi (sur les PLU, sur l'eau) et les pénalités et délais légaux. Bref, vous proposez un peu plus de technique pour dépasser des problèmes purement humains. Cette stratégie aussi renforce en général les freins.

EN PRATIQUE



Comment reconnaître les portes d'entrées ?

Elles proviennent de plusieurs sources, toutes accessibles :

- En premier lieu, les portes d'entrée les plus visibles sont simplement **les propos tenus par vos partenaires** : «je manque de temps», «je ne suis pas concerné», «je ne comprends pas le projet», «je veux être tranquille, moi», «nous ne voulons pas de PLU», etc.
 - Les portes d'entrée peuvent aussi être **des propos tenus par vous-même, en réaction** : «ils ne me comprennent pas, ne m'écoutent pas», «ils ne veulent pas changer», «c'est toujours comme ça que cela se passe», «c'est la faute de ...», etc.
 - Elles viennent **de vos propres observations** des premiers contacts avec vos partenaires sur le projet – ou d'autres partenaires, d'un collègue, d'un supérieur, présent sur le terrain ou à un
- RDV : un climat tendu ou détendu, des réactions vives de rejet ou plutôt des réactions molles mais peu intéressées ou peu impliquées, plusieurs malentendus, la difficulté à mener une réunion constructive, des partenaires peu engagés, etc.
- Enfin, elles viennent **de votre expérience du terrain**, d'actions similaires passées ou d'enquêtes menées au préalable au déclenchement d'une action : par exemple les problèmes de conflits d'intérêt peuvent être suspectés sur les petites communes où les membres du conseil municipal sont souvent aussi propriétaires terriens ou forestiers.
- Ce sont des informations, des données brutes, sans ou avec très peu d'analyse.



3

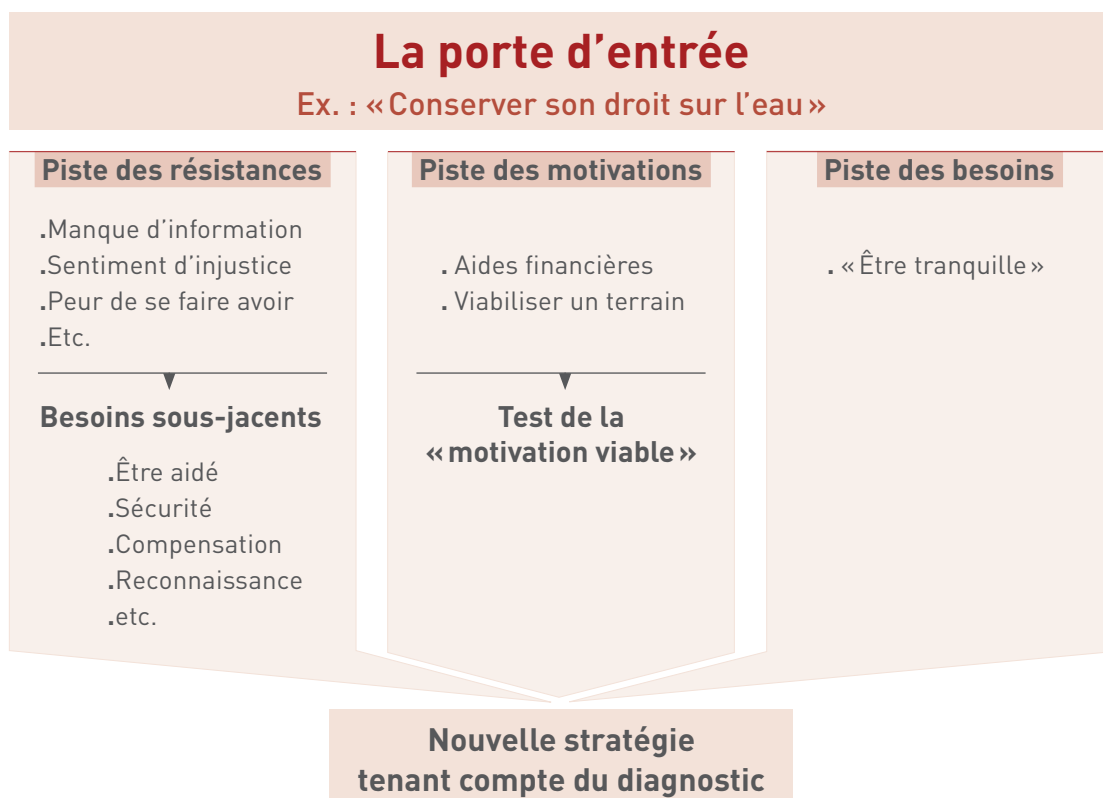
Le diagnostic des « éléments humains »

5. On parle aussi des raisons psycho-socio-culturelles qui empêchent ou favorisent le changement des comportements face aux enjeux écologiques.

Vous avez choisi votre « porte d'entrée » ? À ce stade, vous devez décider ce que vous souhaitez creuser, approfondir : il s'agit ici de faire un véritable diagnostic des « éléments humains »⁵ (résistances, motivations et besoins) qui empêchent votre projet d'aboutir de façon satisfaisante.

Pour faire ce diagnostic, vous allez jouer aux poupées russes, les ouvrir les unes après les autres, afin d'identifier les éléments importants de votre problématique. Plusieurs axes de travail sont possibles : on peut explorer au choix les résistances, les motivations ou encore ses propres réactions aux résistances et motivations de vos partenaires. Et enfin, si nécessaire, on peut remonter aux besoins sous-jacents de vos partenaires. Et lorsque ces éléments ont été identifiés, il est alors possible de ré-envisager votre stratégie d'action afin qu'elle tienne compte du diagnostic.

SCHÉMA DU PROCESSUS





A - La piste des résistances

Eloïse a choisi en premier lieu la piste des résistances, car au stade de son projet qui débute, un certain nombre d'entre elles sont déjà bien visibles.

En partant de la porte « le sentiment d'une vision imposée de l'extérieur », Eloïse a identifié les résistances qui lui semblaient sous-jacentes en répondant à la question : « qu'est-ce qui peut expliquer que les membres du conseil municipal aient le sentiment d'une vision imposée de l'extérieur ? »

Ici le contexte est déterminant : choisie par l'ancienne équipe municipale d'un autre bord politique, l'urbaniste fait face au rejet et à l'incompréhension. De nombreuses résistances se cachent sous la « porte » choisie par Eloïse :

- la volonté pour la nouvelle équipe municipale de s'affirmer en tant qu'élus vis-à-vis des habitants et de l'ancienne équipe
- le besoin de cacher son inexpérience d'élue et son manque de connaissance concernant les PLU
- la peur de changer
- la peur de perdre des acquis, des habitudes
- la peur de perdre la face vis-à-vis des habitants
- la peur de perdre le pouvoir
- des conflits d'intérêt et d'appartenance

N.B. : si Eloïse avait choisi la porte « On ne peut pas faire de PLU ici », elle aurait trouvé les mêmes résistances sous-jacentes.

À ce stade deux possibilités pour continuer :

- 1 - Évaluer si la stratégie existante tient compte des résistances et, si non, voir comment la faire évoluer.
- 2 - Réfléchir d'abord aux besoins que les résistances sous-tendent : cela permet d'affiner la compréhension des résistances et donc d'être plus précis ensuite sur l'adaptation de la stratégie.

Eloïse a choisi de creuser la piste des besoins pour les résistances qu'elle estimait les plus importantes (voir page 11).

EN SAVOIR PLUS

La piste de mes réactions aux résistances

6. Voir la lettre n°12 page 2 sur nature-humaine.fr/la-lettre

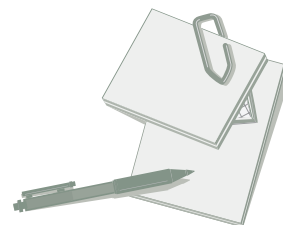
Eloïse a aussi choisi en second lieu d'explorer cette piste car elle reconnaît que lors du premier RDV avec le conseil municipal, elle a mal réagi aux réactions de rejet : prise sur le vif, elle s'est tendue et son discours est devenu autoritaire, directif, voire arrogant et méprisant, ne faisant qu'envenimer la tension existante. Nous avons déjà parlé de cette stratégie qui consiste à apprendre à mieux réagir aux résistances⁶ : la résistance est une énergie contraire, y résister peut avoir un effet de renforcement des freins. Mieux y réagir s'est déjà accompagner. Cela permet de choisir une façon d'intervenir adaptée à un contexte défavorable.

Dans le feu de l'action, il est souvent difficile de se départir de son habituelle réactivité : fermeture, fuite, agressivité, posture de conviction renforcée, incompréhension, etc. Personne n'est à l'abri de réactions inappropriées face à des situations où l'on se sent piégé et impuissant.

EN PRATIQUE

Comment faire ?

Prendre le risque de l'authenticité



Objectif

Il vous faut :

- 1 Désamorcer la tension pour éviter de dire des choses irréparables ou d'avoir besoin de quitter la pièce pour se calmer,
- 2 Partir sur de nouvelles bases émotionnelles,
- 3 Proposer une nouvelle direction pour favoriser une réflexion collective.

En pratique

- 1 Analysez : quelle est votre réaction habituelle aux résistances et notamment les plus virulentes ? Pensez à un cas vécu par le passé que vous auriez aimé mieux gérer.
- 2 Comment pourriez-vous faire autrement dans une situation comparable ?
- 3 Qu'est-ce qui pourrait vous aider dans le feu de l'action ? Certaines personnes savent respirer, prendre le temps pour prendre du recul avant de réagir. Si ce n'est pas votre cas, créez-vous une « prise de terre » : Eloïse peut par exemple avoir un petit objet dans sa poche ou sa trousse qui, lorsqu'elle le touche, la ramène sur terre quand elle se sent être poussée hors-d'elle-même. Respirer profondément lui a été aussi suggéré, mais elle n'a pas trouvé cela suffisamment simple pour elle.

Quelques pistes en tenant compte de ces 3 étapes

- « Je sens que nous ne sommes plus en train de communiquer (désamorçage). Pouvons-nous reprendre notre souffle un instant (nouvelles bases émotionnelles) et chercher une autre façon de procéder qui soit plus satisfaisante pour tous ? (proposition d'une nouvelle direction collective) » ;
- « J'ai l'impression que ce que je vous dis vous met mal à l'aise ou en difficulté. Je pense qu'un vrai échange devient nécessaire. Pouvez-vous me dire ce qui pourrait vraiment vous aider à ce stade à être plus à l'aise ? » ;
- « J'entends bien que vous ne désirez pas vraiment ce PLU. Je peux tout à fait comprendre que c'est un choix difficile, délicat, car cela va amener du changement. Pouvons-nous néanmoins essayer de faire un point sur les raisons pour lesquelles cela serait intéressant pour la commune de faire un PLU ? » ;
- « Je suis en difficulté, car je vois bien que ce que je propose vous fait réagir fortement. Je me sens dans l'impasse car je suis mandatée par la commune pour mettre en place ce PLU que la loi impose, je suis vraiment là pour vous aider, et manifestement vous n'êtes pas satisfait et ne voulez pas de ce PLU. Pourrions-nous prendre un vrai temps pour trouver comment concilier ces éléments à première vue contradictoires ? ».



3

B - La piste des motivations

Ici la question est la suivante : « qu'est-ce qui motive les personnes à aller sur ce projet ? ». La motivation est ce qui met en mouvement et va servir de moteur dans l'action, idéalement sur le long terme.

L'étude des motivations est intéressante à plusieurs niveaux :

1 - Une entrée en matière fédératrice : vous vous rendez compte que vous ne connaissez pas ou très mal les motivations de vos partenaires ou publics. Il vous manque donc un élément essentiel pour les comprendre et les accompagner dans l'action. Les motivations de vos partenaires ont autant de valeur que les vôtres et doivent être prises en compte pour construire la stratégie de mise en œuvre du projet. Elles doivent en constituer la base.

Éloïse ne connaît pas pour l'instant ce qui pourrait motiver le conseil municipal à adopter un PLU.

Sa stratégie d'action doit donc comporter un ou plusieurs temps pour mettre à plat les motivations de chacun et essayer de trouver une ou plusieurs motivations qui portent le groupe dans l'action. Poser d'emblée la question peut être un vrai démarrage de projet et créer un esprit fédérateur même quand le projet a mal démarré : « j'entends que le PLU n'est pas pour l'instant un projet motivant et fédérateur pour vous. Mais réfléchissons ensemble juste un instant à ce qui pourrait dans l'absolu vous motiver à le mettre en place ». Le travail sur les motivations invite alors à un changement de perspective : de détracteur, la personne se positionne désormais en contributeur d'une vision individuelle puis collective. Son énergie de résistance est utilisée pour construire, créer, chercher, s'impliquer.

Par expérience, Éloïse connaît certaines des motivations des habitants/élus à vivre sur une petite commune de campagne : le confort, la tranquillité et être proche de la nature. Mais la stratégie choisie pour combler ce type de besoins est en général de construire des maisons individuelles (confort) sur de grands terrains (calme, tranquillité). Or le PLU réduit cette possibilité. La motivation première des habitants à vivre à la campagne vient donc plutôt faire obstruction au projet de PLU.

« Avec les élections municipales », témoigne Éloïse, « j'ai été confrontée en tant qu'urbaniste à un fort renouvellement des élus. Beaucoup sont sans velléités politiques ; ils se positionnent plutôt comme des habitants qui veulent améliorer la vie dans leur village. Ils n'ont pas une vision d'intérêt général, mais plutôt une vision d'intérêts privés à satisfaire au niveau de la commune. Le point bloquant concerne la consommation d'espace, limitée par le Plan Local d'Urbanisme. Or sur un village, beaucoup sont des propriétaires fonciers et certains de ces terrains ne seront plus constructibles avec les nouvelles règles. Et la plupart aspire à vivre



dans une maison individuelle entourée d'un grand terrain suffisamment grand pour leur assurer la tranquillité. L'intérêt général fait parfois peu de poids par rapport à ce type d'intérêts privés ».

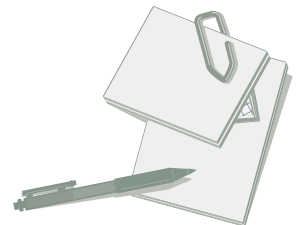
« J'ai donc décidé d'imaginer un outil pour aider à construire une motivation collective autour du PLU tout en aidant ces nouveaux élus à passer d'une vision individuelle à une vision d'intérêt général », poursuit Éloïse. « Cet outil fait travailler sur l'imaginaire, celui de l'utilisation de l'espace d'un point de vue privé (comme la vente ou l'achat de terrains pour construire des maisons individuelles pour un mieux vivre individuel) ou collectif (partage de l'espace de nature pour un mieux vivre commun). Par exemple, je vais les faire redessiner leur village et implanter sur le cadastre de la commune les futures constructions attendues pour l'imaginer dans le futur. Ce faisant, je les implique, ils montent en compétence et en confiance, et cela les aide à s'engager d'une façon plus citoyenne ».

2 - L'occasion d'un approfondissement des racines de l'engagement : vous connaissez leurs motivations mais vous pouvez réaliser que vous les accompagnez insuffisamment : par exemple, ces motivations sont-elles suffisantes ? Pérennes ? Réalistes ? Adaptées au projet ? (voir encadrés ci-après).

EN PRATIQUE

Une motivation viable

Qu'est-ce qui fait qu'une motivation est réaliste et assure la pérennité de l'engagement ?



Voici quelques pistes :

- Elle dépend de nous et non uniquement des autres
- Elle résiste au temps et aux aléas du projet
- Elle est engageante, communicative pour les autres
- Elle est puissante : fait envie, plaisir, donne des ailes, fait bouger les montagnes
- Elle est réaliste : accessible et dans nos capacités
- Elle respecte autrui et nous-même

Exemples de motivations insuffisamment viables sur un projet environnemental :

- 1 Pour un professionnel de l'environnement : changer le monde et les autres ; obtenir de la reconnaissance ou de l'amour pour le travail fait ; vouloir que les autres aient les mêmes motivations désintéressées que nous ; etc. Pour information, ces motivations sont pourtant les plus plébiscitées sur le terrain.
- 2 Pour un partenaire ou public : vouloir faire comme son voisin ; vouloir se sentir moins coupable ; vouloir être exemplaire ; etc.



3

C - La piste des besoins

Concernant ce dernier point, il faut savoir qu'il est plus facile de déterminer les besoins de vos partenaires si vous avez au préalable identifié leurs résistances ou leurs motivations.

Pour Eloïse, la peur du changement et la peur de perdre (les acquis, les habitudes, etc.) lui semblaient les résistances les plus prégnantes. Nous sommes partis de là pour imaginer les besoins que ces peurs pouvaient exprimer⁷.

Voici les besoins identifiés par Eloïse derrière la peur du changement et la peur de perdre : le besoin de reconnaissance, de légitimité, d'affirmation de soi, de tranquillité et de stabilité, d'indépendance, d'intégrité, d'être écouté et entendu, de confiance (dans l'urbaniste et en eux-mêmes), de maîtrise (et donc de comprendre), de sécurité/être rassuré, et enfin le besoin de garder le lien (avec les habitants du village).

Il est étonnant de voir tout ce que la simple expression « je ne veux pas de PLU » peut cacher comme besoins mal satisfaits. Votre projet n'est pas forcément visé directement : il peut être la goutte d'eau qui fait déborder le vase, ou servir de bouc émissaire providentiel (l'environnement sert malheureusement souvent à ça), ou encore arriver au mauvais moment compte tenu du contexte. Mais vous êtes obligé de faire avec ce contexte-là, cette réactivité-là.

En creusant les besoins vous savez de quoi précisément votre stratégie doit tenir compte.

7. Sur la notion de besoins, je vous invite à lire la lettre n°13, entièrement dédiée à cette thématique. Ici on peut rappeler brièvement qu'une résistance ou une réaction/émotion « négative » face à votre projet exprime un besoin non satisfait ou mis à mal par votre proposition. À l'inverse, une motivation ou réaction/émotion positive face à votre projet exprime un besoin satisfait par votre proposition.

À suivre....

Dans la prochaine lettre, à paraître fin mars/début avril, nous aborderons dans une 2^e partie la question de l'adaptation de nos stratégies d'action et d'accompagnement aux éléments humains identifiés. En d'autres termes, ce que l'on peut appeler une « stratégie Nature Humaine ». Mais comme mise en bouche vous trouverez en page suivante deux exemples illustratifs du contenu qui y sera développé.



EN PRATIQUE

Quand le besoin de compensation bloque un projet approuvé par tous

Un contexte défavorable

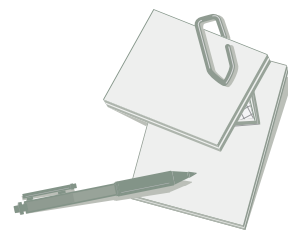
Dans une vallée, il est projeté de fermer deux déchetteries afin de rénover une troisième installée en moyenne vallée. Le projet est approuvé par tous les élus, mais soudainement un village de haute vallée se dédit et fait front. Le projet est bloqué. Raison invoquée : les habitants de ce village vont devoir faire 10 km pour atteindre la déchetterie rénovée. Or c'est à peine plus qu'avant ! Par ailleurs, ces personnes vont seulement 6 à 7 fois par an à la déchetterie et beaucoup passent devant régulièrement pour aller faire leurs courses habituelles. Le problème n'est donc pas insurmontable.

Que se passe-t-il vraiment ? Les villages sont éloignés en fond de vallée. Ils ont l'impression d'être toujours les derniers servis, les premiers à devoir faire des efforts. L'éloignement de la déchetterie est la goutte d'eau en trop. Quand des frustrations se sont accumulées au fil du temps, un projet environnemental risque de devenir un bouc émissaire parfait.

Quelle stratégie adopter ?

Ce qui a été identifié ici est un besoin d'équité, de justice et de compensation, d'une façon générale et donc sur ce projet aussi. Or, il existe sur ces villages un réel besoin d'être débarrassés régulièrement de leurs déchets verts. La solution ici est, à titre de compensation, de mettre en place un service régulier de récupération des déchets verts pour les villages les plus éloignés (déchetterie mobile)⁸. Sur des territoires où les distances sont plus importantes, on aurait aussi pu envisager d'aider les villageois à s'organiser pour minimiser le nombre de trajets annuels vers la déchetterie, voire même envisager la mise en place d'un service ponctuel de ramassage de certains gros déchets.

8. Pour information, cette solution, jugée comme idéale par l'agence environnementale locale, n'a pas encore été approuvée par les élus et donc n'a pu être testée.



Quand le besoin de sécurité empêche toute évolution vers le bio

Un mauvais calcul

Proposer à un public en précarité financière une formation de deux jours pour apprendre que manger bio est bon pour la santé et pour le portefeuille peut s'avérer un bien mauvais calcul. Pourtant ces personnes ont les mêmes objectifs que la formation : faire des économies financières et prendre soin d'elles. Mais il se trouve que :

1 - Les personnes en précarité financière ont en général déjà mis en place des stratégies pour pallier au risque de manquer (d'argent, d'aliments) et au sentiment d'insécurité profond que cela peut générer : habitudes alimentaires et dans certains magasins, gros contenants, surgelés à bas prix, etc. Autant de stratégies qui viennent résister à toute autre proposition même plus rationnelle.

2 - Souvent fragilisées socialement (au niveau familial et affectif) et attachées à leur quartier et/ou aux personnes qui les aident habituellement (centre social, personnes ressources), ces personnes peuvent se sentir en milieu trop étranger voir hostile au sein d'une formation de type classique.

Quelle stratégie adopter ?

Face à un public fragilisé à plusieurs niveaux, la stratégie doit tenir compte de l'ensemble du contexte de la personne pour ne pas être vouée à l'échec. Ce contexte peut être défini en termes de besoins : besoin de sécurité, besoin d'appartenance sociale (lien avec leur milieu de vie habituel), besoin d'intégrité, d'écoute, de respect (ce sont des adultes libres et autonomes capables de gérer leur vie), etc.

Pour un tel projet on peut envisager de l'initier et de l'enraciner dans un centre social de quartier par exemple, d'impliquer les professionnels et les familles dès le départ, et de rendre les familles totalement actrices du projet, des étapes, des modalités de mise en œuvre et des changements que cela va générer. Le projet est alors porteur de bien autre chose : lien, autonomie, solidarité, partage, respect, écoute, etc.



« *Écrire, c'est inspirer autrui, le pousser vers sa ressemblance, vers sa préférence.* »

Jean Cayrol - Extrait d'*Écrire*

Présentation de Nature Humaine

Nature Humaine est une association à but non lucratif dont l'objectif est d'explorer les aspects psycho-socio-culturels et les représentations du monde qui freinent ou au contraire facilitent le changement des comportements en matière environnementale et dans le développement durable. Nature Humaine est un creuset où les sciences humaines peuvent se rencontrer autour de l'écologie et des questions humaines pour faire émerger une réflexion originale sur notre relation à la nature et à notre propre nature. Par sa Lettre, elle explore le processus du changement et la meilleure façon de l'accompagner pour en dépasser les écueils et lui permettre d'être effectif et pérenne.

www.nature-humaine.fr



Les contributeurs de la Lettre

Pilote et auteure (passionnée) : Séverine Millet

Correcteur (attentif) :

Thierry Thouvenot

Agnès Rambaud (Des Enjeux et des Hommes)

Mise en page et graphisme (inspirée) :

Blandine Reynard – www.blandinereynard.com

Comité éditorial (débordé mais soutenant) :

liste sur le site de Nature Humaine

Abonnement

La Lettre est gratuite. Il est possible de s'abonner et de se désabonner sur le site de Nature Humaine.

www.nature-humaine.fr/abonnement

Soutien de Nature Humaine

L'association finance cette Lettre par les dons de ses membres et les subventions. Il est possible de soutenir l'association, et même d'en devenir membre, en se rendant sur son site Internet :

www.nature-humaine.fr/membresetbenevoles



La Lettre est sous licence Creative commons garantissant une diffusion large, car permettant aux lecteurs de l'utiliser, de la reproduire, de la distribuer, de mettre un lien internet vers elle, sous la condition de citation de la Lettre, de l'auteur des propos cités ou de l'écrit, et du site Internet de Nature Humaine.

Cette œuvre ne peut pas être modifiée, ni commercialisée.