

the good wave

RÉSEAU POUR
UNE ACTION
CLIMATIQUE
IMPACTANTE

TOUT LE MONDE À BORD



10 CONSEILS
pour impliquer tout le
monde dans votre action
climatique

An aerial photograph showing a vast number of people on surfboards scattered across a large area of turquoise ocean water. The surfboards are in various colors, including white, blue, yellow, and red. The people are mostly seen from above, some sitting on their boards, others standing or lying down. The overall scene is a dense, colorful mosaic of people and surfboards.

POURQUOI CES CONSEILS?

Dans le cadre de la transition climatique, nous devons obtenir l'adhésion de tous les individus. Il est donc essentiel de prêter attention aux différences entre les personnes: le lieu de vie, l'âge, l'éducation culturelle, la situation financière, les convictions politiques, les valeurs ou encore la langue sont autant de facteurs qui influencent la façon dont les individus perçoivent les défis climatiques et les réponses qui y sont liées. Comment gérer cette grande diversité? Grâce à ces 10 conseils scientifiquement étayés, vous découvrirez comment l'engagement et la participation peuvent vous aider à encourager l'action climatique.

1 ASSUREZ UNE RÉPARTITION JUSTE DES COÛTS DE VOTRE ACTION CLIMATIQUE

La transition climatique coûte de l'argent, mais requiert aussi de nombreux efforts, qu'il s'agisse d'améliorer l'isolation, de délaissier la voiture ou d'opter pour une cuisine végétale. Pour faire adhérer le plus grand nombre, la répartition des coûts doit être perçue comme juste. Il existe différentes façons de percevoir l'équité. Par exemple : celui qui pollue doit payer, celui qui contribue à plus de durabilité doit pouvoir en tirer un avantage, les personnes disposant de plus de moyens doivent supporter une plus grande partie des coûts, celles se trouvant dans des situations plus vulnérables ne doivent pas être en reste...

La répartition totalement équitable n'existe pas. C'est précisément pourquoi il est si important de donner la chance aux personnes concernées d'apporter leur point de vue. Si cela se fait de manière transparente et prudente, il y aura de plus grandes chances que le partage des coûts liés au climat soit perçu comme juste. Être juste et impliquer toutes les parties prenantes sont donc des actions qui, dès le départ, doivent faire expressément partie de votre action climatique.

*En savoir plus sur l'équité dans la politique et l'action climatiques ?
Lisez [le rapport](#) du Conseil scientifique néerlandais pour la politique gouvernementale.*



2 L'IMPLICATION PAR LA PARTICIPATION = AU-DELÀ DE LA SIMPLE EXPRESSION

Créez de l'engagement en permettant aux individus de participer à l'élaboration de votre action climatique. Participer se fait à différents degrés : informer, consulter, conseiller, coproduire, codécider. Toutefois, si vous voulez créer un véritable engagement, vous ne devez pas vous contenter de demander des avis et de proposer de participer. Permettez aux individus de réfléchir avec vous à la situation dans son ensemble et aux solutions possibles.

Instaurez un processus ouvert au cours duquel vous permettez l'échange de points de vue, mais où chacun peut aussi avoir des valeurs ou des visions différentes. Recherchez ensemble une histoire commune, laissez les individus participer à l'élaboration de votre action climatique et donnez-leur la possibilité de s'engager activement dans la mise en œuvre de l'action climatique. La participation se transforme en implication si toutes les parties sont prêtes à faire converger leurs intérêts vers des actions et des objectifs communs.



3 ALLEZ-Y À FOND SUR LA « VESPA »

« VESPA » est l'acronyme de : Vous n'Êtes Sûrement Pas l'Autre. La participation ne consiste pas à convaincre les autres ou à « vendre » des solutions. La base d'une participation réussie est une écoute respectueuse et un questionnement compréhensif pour découvrir les raisons sous-jacentes aux différentes façons de penser.

Intéressez-vous réellement aux participants. Qu'est-ce qui les motive ? Quelles sont leurs émotions et leurs motivations ? Pourquoi trouvent-ils difficile de prendre moins souvent l'avion ou de manger végétarien plus régulièrement ? Poser des questions sans fournir vous-même une explication des causes favorise le dialogue et permet d'identifier les besoins réels. Vous créez ainsi des solutions réalisables qui reflèteront l'identité et les valeurs de votre public cible.

4 CRÉEZ UNE IDENTITÉ PARTAGÉE

Faites en sorte que les individus se voient comme partie intégrante d'un groupe qui entreprend des actions pour apporter un changement positif. Par exemple, l'achat groupé de panneaux solaires dans le quartier renforcera le sentiment que chaque contribution individuelle fait une plus grande ou réelle différence dans la transition énergétique.

Par le dialogue et la collaboration, vous construisez une identité commune, ce qui mène à accentuer l'acceptation, le soutien et la confiance. Les actions communes renforcent le soutien mutuel et la sympathie. Impliquez également les personnes qui ne participent pas directement, créez un sentiment d'appartenance et mettez en évidence les similitudes avec le groupe qui participe déjà.

5 DÉVELOPPEZ LA CONFIANCE

L'incertitude et l'anxiété peuvent dissuader les individus de participer. Examinez la situation du point de vue des participants : à qui font-ils confiance, qui considèrent-ils comme une figure d'autorité et de quelles informations ont-ils besoin pour prendre confiance en eux ? Choisissez un messenger qui partage les mêmes valeurs pour plus de crédibilité et de confiance.

Communiquez de façon transparente, écoutez les attentes et créez ensemble le déroulement du processus : cela facilite la participation.

6 IMPLIQUEZ DES AMBASSADEURS QUI DONNENT DÉJÀ L'EXEMPLE

L'homme est un animal social. Nous nous laissons fortement influencer par les autres personnes dans notre environnement direct. Nous alignons notre comportement sur celui de personnes partageant les mêmes idées, telles que la famille, les amis, les voisins et les collègues. Lorsque ces personnes influentes soutiennent le comportement souhaité à travers un processus de participation, elles apportent alors un soutien ferme.

Identifiez les personnes qui soutiennent déjà le comportement souhaité. Impliquez-les dans la prise de décision, apportez-leur votre soutien à travers des récits que l'on peut partager et établissez ainsi un puissant réseau d'ambassadeurs.

7 EXPLOITEZ LE POUVOIR DE L'ENGAGEMENT

Une personne qui réfléchit avec vous à des actions sera plus disposée à les exécuter. Si vous voulez que les participants passent de "réfléchir ensemble" à "agir ensemble", établissez ensemble des promesses. Les engagements publics, en particulier vis-à-vis d'une personne que l'on respecte, augmentent la probabilité de les respecter. Le timing est essentiel lorsqu'il est question de demander un engagement. Rendez l'engagement explicite et tangible en indiquant où et quand l'action aura lieu.

8 IMPLIQUEZ LES PARTIES PRENANTES CLÉS DANS VOTRE PROCESSUS

Pour continuer à prendre la température, il importe d'intégrer les parties prenantes clés dans votre structure décisionnelle, surtout si le sujet est pertinent et urgent à leurs yeux, et si elles peuvent exercer une influence. Identifiez-les à l'aide d'une bonne cartographie et d'une analyse des parties prenantes.

En les impliquant dans la conception du processus, vous identifiez à l'avance les angles morts. Leur connaissance de leurs groupes d'intérêt vous aide à communiquer de façon plus inclusive. Elles offrent une vision directe des défis auxquels sont confrontées les personnes qu'elles représentent et vous aident à mieux vous rapprocher de leur univers, tant en termes de langage que d'images. Souvent, elles seront aussi disposées à participer activement, ainsi qu'à stimuler l'engagement.

9 RENFORCEZ L'ENGAGEMENT GRÂCE AU CONTEXTE ET AU TIMING

La capacité à impliquer les individus dans la participation climatique varie d'une personne à l'autre. Certains veulent faire entendre leur voix lors d'un atelier de réflexion sur une rue à faible trafic, tandis que d'autres veulent prendre des mesures concrètes, telles que la mise en place d'un système de covoiturage. Cela dépend de la motivation, de la confiance en soi et du temps disponible.

Il est essentiel de leur faciliter la tâche au maximum, car le contexte joue un rôle majeur dans la formation et l'influence de notre comportement. Pensez à des facteurs comme la facilité, le coût, la disponibilité, la visibilité des options, les normes sociales et les réseaux.

10 LA FORME SUIT LA FONCTION

Il existe différentes méthodes telles que les groupes de réflexion, la « deep democracy », le tirage au sort lors des réunions de citoyens, les panels de citoyens en ligne, les budgets de quartier, les enquêtes, les comités consultatifs... Quelle que soit la méthode, le principe est le suivant : la forme suit la fonction. Quels sont vos objectifs ? À quel point le sujet est-il complexe ou controversé ? Combien de participants, de ressources et de temps sont disponibles ? Tous ces facteurs influencent le choix de la méthode la plus adaptée. À la page 21 de la [cette publication](#) vous trouverez un tableau récapitulatif et comparatif très pratique.



ENVIE D'EN SAVOIR PLUS

Découvrez également
les conseils sur les autres thèmes:

[storytelling](#)

[polarisation](#)

[création de contexte](#)

[éco-émotion](#)

[fake news](#)

[impact](#)

www.thegoodwave.be

**the
good
wave**

Voulez-vous faire réellement la différence en matière d'action climatique ? Dans ce cas, vous n'êtes pas seul. The Good Wave – une initiative de la Fondation Roi Baudouin – est un réseau de professionnels ayant en commun la volonté de mettre en mouvement les personnes, de manière positive. The Good Wave souhaite inspirer et rassembler les différents acteurs de l'action climatique pour les mettre en réseau et assurer ainsi un échange de connaissances. Et si vous nous rejoigniez ?