

SYMBIOSES

Le magazine de l'Éducation relative à l'Environnement (ErE)

Comment changer les comportements?



Jeter des idées sur le papier p.6

Changements de comportements: une recherche plus qu'une recette p.8

Cherche animation pour engagement p.13

Changer l'école: détonateurs internes et externes p.16

Réseau
d'Information et de
Diffusion
en Éducation à
l'Environnement
association sans but lucratif

L'asbl Réseau IDée veut promouvoir l'Éducation relative à l'Environnement à tous les niveaux d'âge et dans tous les milieux socioculturels.

Elle a pour objet d'assurer la circulation optimale de l'information, la valorisation et la diffusion des réalisations ainsi que la réflexion permanente dans le domaine de l'Éducation relative à l'environnement.

Trimestriel, **SYMBIOSES** s'adresse à tous ceux et celles qui sont amenés à pratiquer ou promouvoir l'éducation à l'environnement.

Le Réseau IDée fournit l'abonnement à **SYMBIOSES** en échange de la cotisation de membre adhérent (10 € – pour l'étranger 14 €), à verser au compte n° 001-2124123-93 du Réseau IDée – 266 rue Royale – 1210 Bruxelles.

Présidente
et éditrice responsable :
• Marianne von FRENCKELL
266 rue Royale
1210 Bruxelles

Édition et diffusion :
• Réseau IDée,
266 rue Royale
1210 Bruxelles
T : 02/286 95 70
F : 02/286 95 79
e-mail :
info@reseau-idee. be
www.reseau-idee. be

Rédaction :
• Christophe DUBOIS
rédacteur en chef
• Joëlle VAN DEN BERG
directrice de publication

Ont collaboré à ce numéro :
• Marie BOGAERTS • CÉSAR
CARROCERA GIGANTO • Sandrine
Christophe DUBOIS • Sandrine
HALLET • Candice LENOBLE •
Hélène MORI • Christophe
ROUSSEAU • Joëlle VAN DEN
BERG • Dominique WILLEMSSENS

Illu couverture :
• Philippe DE KEMMETER

Mise en page :
• César CARROCERA GIGANTO

Impression :
• VAN RUYTS

* Éditorial	
• Les changements en questions	p.3
* Infos en bref	p.4
* Truc pratique	
• Jeter des idées sur le papier	p.6
* Lu et vu pour vous	p.22
* Agenda	p.24

Dossier

Comment changer les comportements?

* Matière à réflexion	
• Changer les comportements: une recherche plus qu'une recette	p.8
• Discussions au World café	p.12
* Expériences	
• Recherche animation pour engagement	p.13
• Embarquement immédiat pour Mondiapolis	p.14
• Des Bruxelloises bien dans leur assiette	p.15
• Changer l'école: détonateurs externes et internes	p.16
• Ecoles futées en énergie, annoncer la couleur!	p.17
* Activité	
• Eduquer ou communiquer sur l'empreinte écologique : une grille pour deux initiatives	p.18
* Outils	p.20
* Lu et Vu pour vous	p.22

Prochain **SYMBIOSES** ETE 2006

mer & littoral



Si vous connaissez de bonnes initiatives en la matière, des adresses ou des outils intéressants, contactez nous : T. 02 286 95 76, symbioses@reseau-idee.be



SYMBIOSES est imprimé sur papier recyclé.



Le Réseau IDée bénéficie du soutien de la Ministre de l'Environnement et du Ministre de l'Emploi en Région de Bruxelles-Capitale, du Ministre de l'Environnement de la Région wallonne et du service d'Éducation permanente de la Communauté française.

SYMBIOSES est envoyé gratuitement dans les écoles grâce aux soutiens des Ministres de l'Environnement des Régions wallonne et bruxelloise.



Les changements en questions...

Les exemples de l'actualité nous disent avec force qu'il y a urgence à changer les comportements : dégradation de l'environnement, mise en péril de ressources, menaces sur le climat, insécurité et violence, intolérances et racisme, précarité et inégalités croissantes...

Par ailleurs, la sagesse et l'histoire montrent que changer les comportements prend du temps...

Mais qu'est-ce que changer les comportements ?
Est-ce changer le monde ?
Est-ce adopter de nouveaux gestes ?
Acquérir ou renforcer de nouvelles valeurs ?
Développer des attitudes particulières ?
Est-ce changer un système de relations ?

S'agit-il d'éduquer... « autrement », ou « éduquer » plus et mieux... ?
D'éduquer aux valeurs telles que la solidarité, la tolérance, la responsabilité, l'autonomie¹... ?
D'éveiller à la critique sociale ?
S'agit-il de développer des compétences particulières ?
De concocter une bonne campagne de communication ?
De se poser autrement les questions ? Les bonnes questions...
De laisser « libre d'agir » ou de « dresser » ?

Changer les comportements...
Cela vise-t-il tout le monde ?
Ou plutôt des groupes en particulier ? Décideurs, jeunes, entreprises, familles, entités locales, écoles, médias...

S'agit-il d'être efficace ou d'être en cohérence avec ses valeurs, ses conceptions méthodologiques et éthiques ?
Peut-on concilier ces deux approches ?

Autant de représentations et de conceptions diverses - et il en existe plus encore - autour de ces deux mots associés : changements et comportements.
Autant d'espoirs ou de déceptions, de certitudes et de doutes portés par les éducateurs, et plus particulièrement les acteurs de l'éducation à l'environnement, quotidiennement au cœur du sujet.

Les mêmes questions se posent face à leurs nombreuses initiatives, mais interrogent aussi la « mesure » du changement.

S'agit-il d'amener le plus grand pourcentage de la population à adopter le tri des déchets ?
De choisir tel ou tel produit en fonction de critères environnementaux, éthiques, économiques... ?
De prendre plus ou moins, la voiture ou les transports en commun ?
De transformer les systèmes de production et de distribution ?
De changer les politiques environnementales, ou d'y correspondre ?
De mettre en place d'autres modèles de gestion des ressources et de modes de décision ?...

Y a-t-il une (bonne) réponse ?

Chacun, chacune agit à sa mesure, chaque institution se positionne et définit ses finalités et moyens au sein de la société. Il s'agit cependant de clarifier et évaluer la pertinence de son niveau d'action et de la responsabilité que l'on choisit de porter dans notre monde. Enfin, il est utile d'examiner comment est articulée notre action à l'ensemble des actions et comment faire pour qu'elles se renforcent les unes, les autres. Voilà bien un des multiples défis des acteurs de l'éducation à l'environnement et d'autres acteurs de l'éducation et des mouvements sociaux.

Ce numéro de Symbioses approfondit certains aspects des changements de comportements, plus particulièrement des changements « individuels », tentant notamment de « croiser des regards ». Il s'appuie sur des moments forts du Colloque organisé sur ce thème les 16 et 17 mars passés à Namur². Et comme le dit le psychopédagogue Jean Therer (*voir article page 8*), intervenant en clôture de l'événement, « c'est une histoire de recherche, pas de recette » !

Joëlle van den Berg,
Secrétaire générale du Réseau IDée

¹ STAR, système de valeurs proposé sous cette forme par le professeur Louis Goffin, président d'honneur du réseau IDée

² Colloque « Changements de comportements » organisé par le Réseau IDée, en collaboration avec 13 partenaires, les 16 et 17 mars 2006 à Namur. Infos sur www.reseau-idee.be ou au 02 286 95 70

En route...

pour un école en développement durable

A la recherche d'une idée originale et vivante pour contribuer, à l'école, à l'amélioration de l'environnement ? Pour la deuxième année, les projets « clé sur porte » « En route pour une école en développement durable » sont reconduits à l'attention des écoles fondamentales de Bruxelles-Capitale.

Objectif : sensibiliser à la diminution de la consommation du papier ou de l'énergie dans l'école. Au programme : 4 animations par une association spécialisée et des outils pédagogiques. Inscrivez-vous avant le 16 juin 2006.

Infos : Dominique Willemsens
dominique.willemsens@
reseau-idee.be - 02 286 95 72
www.reseau-idee.be



sommaires complets), d'émissions télé et de manifestations fourmillant d'alternatives sociales et environnementales.

Pour la recevoir, inscrivez-vous sur www.ecotheque.org

Portes Ouvertes 2006

Découvertes, rencontres, échanges dans les jardins sauvages, les éco-habitats, les entreprises et les fermes biologiques. Le programme des journées "Portes Ouvertes" de Nature & Progrès est détaillé dans un petit calendrier gratuit (joindre 3 timbres lettre pour les frais de port) ou sur le site www.natpro.be

Infos : Nature & Progrès asbl-Rosemie Morbee - 520 rue de Dave - 5100 Jambes - 081 30 36 90 - natpro@skynet.be

Illustrez les moyens d'utiliser l'énergie

Dans le cadre du projet ManagEnergy, la Commission européenne a lancé un concours en ligne pour les 7-16 ans scolarisés en Europe. À eux d'illustrer les moyens d'utiliser l'énergie en respectant l'environnement. Ce concours est ouvert : aux 7-11 ans (avec leur classe), sous forme de dessins et de peintures, aux 12-16 ans (individuellement), sous forme de photos. A gagner : des tee-shirts, des kits solaires ou une caméra digitale. Les candidatures seront closes au 30 juin 2006.

Règlement et inscriptions sur www.managenergy.net

L'Opération « Printemps vivant » est de retour !

La Fédération des clubs « Connaître et Protéger la Nature » (FCPN) relance sa campagne « Printemps vivant » adressée aux enfants de 8 à 12 ans pour enquêter sur l'arrivée du printemps au bord des ruisseaux. Pour recevoir le guide pédagogique et des livrets pour

Education à l'Environnement en vue du Développement Durable en francophonie

Un rapport rédigé à partir du dépouillement de 180 questionnaires venant de 22 pays différents dresse un état des pratiques de l'Education à l'Environnement en vue du Développement Durable (EEDD) dans la francophonie. Il dégage les principaux freins et leviers à l'essor de l'EEDD et propose les premières pistes pour une stratégie francophone.

Téléchargeable sur le site www.planetere.org > téléchargement > tous les fichiers.

Des marchés publics « verts » ?

36 communes wallonnes ont participé à l'enquête sur les marchés publics écologiques menée par Inter-Environnement Wallonie. Malgré l'intégration de critères « verts » dans les postes accessoires (papier recyclé, fournitures de bureau, produits d'entretien...), les obstacles à l'essor des achats publics écologiques perdurent.

Vous trouverez les résultats de cette étude, en résumé ou en détail sur :

www.iewonline.be (rubrique « développement durable ») ou en contactant son auteur Nicolas van de Walle au 02 646 50 06

Lille en chantier écologique

En février dernier, Lille Métropole a adopté un plan environnemental de 90 actions. Le projet le plus ambitieux réside en la création d'un éco-quartier de 10 000 habitants prompts à concilier cohésion sociale, efficacité économique et respect de l'environnement. Dans ce quartier modèle, les besoins en énergie, en déplacements et le tri sélectif seraient maîtrisés. Des expériences similaires sont déjà en cours à Stockholm, Fribourg ou Hanovre.

A quand en Belgique ?

Infos : www.lillemetropole.fr > rubrique « cadre de vie »

Au fil de l'eau pour une brochure...

La nouvelle édition du « Guide d'information et d'activités sur et autour de l'eau dans la région de Bruxelles-Capitale » est disponible en français et néerlandais. Au programme : promenades, visites, circuits à vélo, sorties scolaires...

Si vous êtes partants, vous pouvez commander des exemplaires auprès du centre de documentation et d'information de la Coordination Senne (2,50 €).

Infos : quai des Péniches 2bis - 1000 Bruxelles - www.coordinationssenne.be - 02 206 12 00

... et une enquête publique

Jusqu'au 30 juin 2006, une enquête publique sur la gestion de l'eau se tient en Région wallonne. Pour l'occasion, l'ICEDD (Institut de conseil et d'études en développement durable) organise 20 réunions d'information grand public en Wallonie. Sur le site : <http://directive-eau.wallonie.be>, cliquez sur « A vos agendas ! » pour les réunions d'information et « participez... ça coule de source » pour le formulaire.

Infos : Direction Générale des Ressources Naturelles et de l'Environnement : 081 33 63 24 - info.dce@mrw.wallonie.be

Deux nouvelles newsletters gratuites

Découvrez la newsletter d'éducation à l'environnement du Réseau Ecole et Nature (France), publiée tous les 15 jours. On y trouve les dernières publications à découvrir, des offres d'emploi et de formation, des ressources pour mener des actions, des réflexions...

Pour la recevoir gratuitement, contactez Claire Carrara via info@ecole-et-nature.org

Autre mention spéciale pour la newsletter d'Ecothèque (la médiathèque virtuelle du développement durable) dans laquelle figure un listing d'ouvrages, de livres jeunesse, de revues (avec

Quand la grippe aviaire éduque à l'environnement

La grippe aviaire : la presse, les scientifiques, les pouvoirs politiques, les citoyens, l'école ... tout le monde en parle. Le fameux virus H5N1 est au cœur des débats, tant sur la qualité de l'environnement que sur la santé publique.

Quel est notre rôle, en tant qu'acteurs l'éducation à l'environnement ? D'abord, former à l'esprit critique à l'égard des informations diffusées dans les médias, en s'appuyant notamment sur les connaissances valides (tout en sachant qu'il reste encore beaucoup d'inconnues sur le sujet). Une masse d'informations circule, malheureuse-

ment pas toujours très nuancée. A cet égard, le site Internet de l'Agence Fédérale pour la Sécurité de la Chaîne Alimentaire (www.afsca.be) et celui du commissariat interministériel www.influenza.be vous donneront une information certifiée sur la problématique.

Ensuite, notre rôle est de prévenir les comportements irréfléchis envers la faune sauvage déjà constatés : destruction des nids d'hirondelle, élimination de canards fréquentant un plan d'eau à côté d'une école, ... Afin d'éviter toute forme d'hystérie collective, totalement injustifiée, il est important de montrer que la grippe aviaire est un problè-

me réel, mais qu'il n'empêche pas d'avoir encore des contacts avec la nature, ou de vivre une animation dans une ferme pédagogique par exemple.

Enfin, aidons à la prise de conscience de notre responsabilité individuelle quand il s'agit d'enjeux collectifs. Cela ne va pas de soi. Le propos peut-être élargi, par exemple à d'autres virus, comme celui de la « simple grippe » : qui n'a jamais donné de « bisou empoisonné » alors qu'il était bien grippé ? Quel doit être le degré de (nécessaire) tolérance face aux comportements à risque ? La problématique de la grippe aviaire nous démontre à quel point il est essentiel d'aider

le public à la compréhension de la complexité du monde qui nous entoure.

Comment s'y prendre, concrètement ? C. Partoune et A. Barthélemy ont conçu un dispositif pédagogique interdisciplinaire autour du thème de la grippe aviaire. Des exemples concrets de mise en œuvre du dispositif pour des élèves du secondaire supérieur y sont développés, principalement centrés sur les apports spécifiques du cours de géographie et de sciences humaines. Ce dispositif sera présenté au Congrès des Sciences le 23/08/2006, à l'UCL.

chaque enfant adressez-vous à la FCPN. Les participants ont également jusqu'au 15 juillet pour communiquer leurs dessins, photos, reportages et témoignages sur les activités réalisées pendant l'opération, avec des guides et des outils à la clef !

Infos : Connaître et Protéger la Nature - 0033 1 64 94 13 56 - fcpn.pr@wanadoo.fr

Invitez la nature au jardin

L'Opération « Nature au Jardin » de Natagora propose, à partir

du mois d'avril, une foule d'activités grand public sur l'accueil de la nature au jardin à Bruxelles.

Natagora souhaite également étendre son réseau de jardins labellisés dans la capitale. Si l'aventure vous tente, vous pouvez compléter un dossier de candidature et signer une charte « Nature au Jardin » sur www.natagora.be/natureaujardin

Plus d'infos : Opération « Nature au Jardin » - Natagora, 02 245 55 00 - natureaujardin@natagora.be

Dossier pédagogique Média Smart: attention !

A l'initiative du conseil de la publicité qui rassemble les professionnels du secteur, la campagne de sensibilisation Media Smart défile sur nos écrans et des fiches pédagogiques atterrissent dans nos écoles. Restons clairvoyants : est-ce au secteur de la publicité de faire une éducation critique vis-à-vis de lui-même, comme l'annonce le programme ? Ce matériel est en réalité un programme de promotion de la publicité et ren-

force son image positive auprès des enfants, e.a. en présentant la pub comme un outil d'information et de sensibilisation. On n'y trouve pas de réflexion de fond sur la pub, sur les représentations sociales qu'elle véhicule, sur le fait que l'enfant semble en être une cible privilégiée, qu'elle vise avant tout à acheter. Pour aiguïser votre regard critique, lisez plutôt ce qu'en dit le CRIOC (www.crioc.be) et le n°4 du mensuel de l'enseignement catholique « Entrées libres » (www.segec.be/entrees-libres)

La Collection Education à l'Environnement de la Médiathèque offre à 5 abonnés de SYMBIOSES

une inscription gratuite à vie à La Médiathèque (valeur 15€)

La Collection Education à l'Environnement de la Médiathèque se veut un outil au service des éducateurs dans un souci d'aide pédagogique. L'objectif est de proposer un choix vaste et actualisé de médias documentaires (vidéo, cédérom et DVD), sélectionnés pour leurs qualités scientifiques et pédagogiques.

Un Comité Scientifique et Pédagogique est garant des qualités des documents présents dans la collection : il visionne tous les médias présélectionnés par notre équipe, en mettant en avant une dimension essentielle : la relation homme-milieu.

La collection Éducation à l'Environnement compte aujourd'hui plus de 220 titres. Chaque document fait l'objet d'une fiche pédagogique qui comprend : un résumé, des informations techniques et un avis pédagogique du comité. Toutes les fiches sont disponibles sur le site www.lamediathèque.be, onglet « thématiques ». Vous y trouverez également une information détaillée sur la collection et son fonctionnement.

Pour recevoir votre inscription gratuite à vie à La Médiathèque, contactez sans tarder le Réseau IDée : 02 286 95 70 - info@reseau-idee.be. Offre valable en priorité pour les abonnés en règle de cotisation (et non aux écoles, qui reçoivent Symbioses gratuitement).

Symbioses n° 70 - Printemps 2006

Jeter des idées sur le papier



C'est un compagnon de tous les jours. Nous sommes inséparables et pourtant... Les activités humaines et plus particulièrement l'industrie papetière participent à la disparition de 80% des forêts anciennes. En Belgique, la consommation de papier atteint près de 340 kg par personne par an¹... Quelques pistes pour réduire le gaspillage du papier et favoriser l'usage du papier recyclé.

Pour perdre des kilos de papiers

Plusieurs stratégies d'actions sont possibles pour limiter la consommation de papier au quotidien. En famille ou en groupe, profitez de certaines occasions pour :

- * dire halte aux gobelets, assiettes en carton et serviettes en papier lors de pique-niques, goûters d'anniversaire, mariages et autres festivités;
- * réutiliser le papier d'emballage et/ou le papier journal pour faire des papiers cadeaux, des enveloppes (les enveloppes usagées peuvent également être réutilisées), pour emballer les objets fragiles lors de déménagements ou pour faire la litière du chat;
- * refuser l'invasion publicitaire en apposant des autocollants anti-pubs sur vos portes ou boîtes à lettres;
- * remplacer l'essuie-tout ou les lingettes par un chiffon ou une éponge (ou encore le papier journal pour les carreaux) pour faire le ménage;
- * réemployer les boîtes à œufs et sacs en papier pour faire ses courses.

Le bureau et l'école sont bien sûr des endroits propices pour réduire la (sur)consommation de papier. Vous pouvez notamment :

- * instaurer le réflexe du recto-verso pour l'imprimante et le photocopieur;
- * placer le papier brouillon dans un bac commun pour le réutiliser;
- * lire les documents à l'écran de l'ordinateur sans pour autant les imprimer d'office !

Un papier qui fait le poids

Le papier recyclé comprend au moins 50% de fibres provenant de vieux papiers et implique donc moins de gaspillage en bois, en eau et en énergie. À titre d'exemple, un employé de bureau peut économiser 12 arbres, 15 000 litres d'eau, 720 litres de pétrole² et divers déchets chaque année en optant pour le papier recyclé.

Voici quelques alternatives recyclées :

- * améliorer le système de tri au préalable pour collecter et recycler le papier ;
- * choisir le « recyclé » pour le papier, les cahiers, les blocs-notes, le papier toilette, les essuies-tout, les filtres à café en papier (ou filtres lavables en nylon)...
- * privilégier des produits qui offrent une garantie relative au papier recyclé avec les labels Ange bleu, Cygne nordique, APUR (Association des Producteurs et Utilisateurs de Papiers), NAPM (National Association of Paper Merchants) ou FSC (Forest Stewardship Council ou

Conseil de bonne Gestion Forestière)³;

- * soutenir une campagne telle que « Plumes vertes » grâce à laquelle des auteurs et des éditeurs adoptent le papier recyclé pour leurs ouvrages⁴.

Activités pédagogiques

Selon une étude réalisée par l'IBGE fin 2004, les écoles primaires et secondaires bruxelloises ont une consommation particulièrement « papivore » équivalente à 250 millions de feuilles de papier par an. Le thème se prête à mille exploitations pédagogiques, dont voici quelques propositions :

- * découvrir le cycle du papier en visitant une fabrique de papier⁵ ou une usine de recyclage de vieux papiers;
- * proposer des activités manuelles aux plus jeunes pour éveiller leur curiosité et donner une seconde vie au papier en le fabriquant⁶ ou en confectionnant des objets en papier mâché ;
- * sensibiliser au lien entre le papier et les forêts avec une plongée en leur cœur pour le plaisir d'y jouer, d'y goûter, de les dessiner... et les trouver indispensables dans notre quotidien ;
- * estimer les quantités de papier utilisées en classe et calculer le nombre d'arbres que cela peut représenter⁷ ;
- * avis aux profs : prévoir un intitulé « papier recyclé admis » sur la liste de fournitures scolaires.

D'autres pistes encore

- * Les écoles primaires bruxelloises sont invitées à participer au projet « clé sur porte », sur le thème du papier. Renseignements au Réseau IDée : dominique.willemsens@reseau-idee.be - 02 286 95 72 (voir « Infos en bref » p 4).
- * Les malles « papier » du Service public fédéral Environnement (10-12 ans) sont empruntables auprès du Réseau IDée et dans une douzaine de centres : sandrine.hallet@reseau-idee.be - 02 286 95 73

Hélène MORI & Joëlle VAN DEN BERG

¹ Fiche du Réseau Eco-consommation - www.ecoconso.be :

« Le papier recyclé » - n° 46.

² Télécharger le document PDF « papier recyclé au bureau » sur www.greenpeace.fr/forestsanciennes/papier.php3

³ Pour obtenir une liste de fournisseurs de papiers recyclés, vous pouvez téléphoner au Réseau Eco-consommation - T : 071 300 301

⁴ Le site de Greenpeace France liste les auteurs et les éditeurs participant à la protection des forêts anciennes www.greenpeace.org/france/news/initiative-plumes-vertes-d

⁵ Pour préparer votre sortie et aiguïser votre esprit critique, lisez l'article « Eco-voyage sur papier » dans la rubrique « Réflexion » sur www.mondequibouge.be

⁶ Voir l'ouvrage « 300 recettes pour fabriquer son papier » par Mary et Heidi Reimer, éd. Dessain et Tolra, 2006

⁷ Plus d'infos dans le Dossier Papier recyclé du Journal Info école en ligne www.wwf.fr/lewwf/domaines/formation/ecole/infoecole/index.cfm





comment changer les comportements?

Changer les comportements, pour permettre un accès juste aux ressources, protéger l'environnement, instaurer un commerce plus équitable, préserver la santé de tous, développer la solidarité... ? La liste est longue de ce qui construirait le monde rêvé.

Cette liste, ce dossier ne la dressera pas. Miroir du colloque « changements de comportements » organisé les 16 et 17 mars dernier à Namur, il réfléchit davantage sur le « comment ». Il reflète les méthodologies qui déclenchent, organisent, bétonnent, changent un comportement. En écoutant le psy, le pédagogue ou même le prof de marketing. En suivant les pas d'animateurs et d'enseignants tâtonnant sur la route d'un monde plus sain, plus solidaire et plus responsable. Un miroir sans complaisance. Car avant de vouloir changer l'autre - enfant, adolescent ou adulte - c'est le cœur même de nos pratiques professionnelles qu'il est essentiel de revisiter.

dossier

Changer les comportements : un

Comment susciter des changements de comportements en faveur d'un monde plus sain, plus solidaire et plus responsable ? Comment s'y prendre pour être efficace ? Car malgré certaines avancées, beaucoup d'initiatives ont des résultats mitigés. Des chercheurs en marketing et un psychopédagogue posent leur constat et livrent leurs méthodes, nourries d'expérience. Des

Le psy: « Plus ma volonté de changer l'autre est importante, plus j'augmente sa résistance au changement »



Saugrenu de s'inspirer des conseils d'un psychothérapeute pour faire évoluer nos pratiques pédagogiques ou de sensibilisation ? Va-t-on étendre nos élèves ou nos animés sur un divan ? Non, mais lorsque l'on se penche sur la question des changements de comportements, l'expérience de ce professionnel de nous-mêmes s'avère particulièrement éclairante. D'autant que, psychothérapeute, Jean-Jacques Wittezaele est aussi directeur de l'Institut Grégory Bateson, représentant en Europe de la célèbre école californienne de Palo Alto. Lorsque l'on sait que cette dernière est le berceau de nombreuses théories systémiques de la communication et de la psychologie, considérant comme centrale l'interaction du patient avec son environnement, les liens entre individuel et collectif, entre curatif et préventif, entre patient et apprenant, se tissent déjà...

Vous distinguez les « clients de l'intervention », c'est-à-dire ceux qui demandent que les choses changent, des « visiteurs », qui viennent parce qu'on les envoie chez vous, sans rien avoir demandé. Cette distinction est importante pour les professionnels de l'éducation à l'environnement, à la santé, à la solidarité...

Oui, car lorsque l'on a affaire à des personnes qui elles-mêmes ne sont pas demandeuses de changement - ce qui est généralement le cas dans vos pratiques éducatives - il y a un long travail à faire pour éventuellement augmenter la motivation de la personne à entrer dans un processus de changement. Dans ma pratique, si je traite un « visiteur » - par exemple le jeune que les parents envoient chez le psy mais qui n'a rien demandé - comme un « client » en souffrance, je n'obtiens rien, sinon une augmentation de sa résistance au changement.

Vous posez aussi la question de la motivation de ces initiateurs de changements.

Même si cela apparaît sous l'angle d'un projet intéressant pour tous - un monde solidaire et responsable - je crois que le désir de faire changer les autres doit être questionné. Qui veut le changement ? Nous évidemment. Et évidemment, nous sommes sûrs de notre coup puisque nous savons que les changements que nous préconisons

sont bons pour tous. Mais tous pensent que les changements qu'ils préconisent sont bons pour tous. Même Bush. L'enfer est pavé de bonnes intentions.

Une stratégie plus indirecte et intéressante serait d'amener les autres à être intéressés par le changement qu'on leur propose. Que susciter pour que finalement les personnes deviennent clientes elles-mêmes de ce changement ? Pour y répondre, il faut partir de la vision du monde de l'autre.

« Partir de la vision du monde de l'autre », c'est-à-dire ?

Posons-nous la question de comment l'autre voit les choses. Tout le monde pense que ça irait mieux si tout le monde pensait comme soi. Le hic, c'est que plus nous allons vouloir convaincre quelqu'un de changer sa vision du monde, plus nous allons argumenter, plus il va résister. Notre vision du monde, notre liberté de penser, même si c'est une construction, nous pensons que c'est nous, nous y tenons au plus profond. Il faut donc penser la stratégie de changement en partant de la vision de l'autre, de manière indirecte, quitte à dire le contraire de ce que l'on pense. Bien souvent la prise de conscience suit le changement, et non le précède. Par exemple, si l'on veut sensibiliser les automobilistes, il faut partir de ce que la voiture représente pour eux : liberté, facilité, reconnaissance sociale, mais aussi peut-être bouchons, coût, pollution. Si nous ne parlons que de la pollution pour les faire changer de mode de transport, en niant leur sentiment de perte de liberté, il y a de grandes chances que ça ne passe pas. En situation thérapeutique, lorsqu'une personne souhaite changer, je lui demande souvent « qu'est-ce que vous avez à perdre de ce changement ? ». Il y a toujours des choses à perdre dans un changement. Il est important de (re)connaître ce que les gens pensent qu'ils pourraient perdre, ne pas le dissimuler. Enfin, pour éviter que les gens soient en échec permanent face à un objectif utopique, je préfère proposer un premier pas dont la réalisation augmente leur confiance et leur motivation à d'autres changements.



Une recherche plus qu'une recette

et plus responsable ? Que l'on s'adresse à des enfants ou à des adultes, à des citoyens ou à des décideurs, les résultats décevants en regard de l'énergie et des moyens dépensés. Un psychothérapeute, un expert en Des ponts étonnants.

Les recettes thérapeutiques, tours de passe-passe efficaces, ne font cependant pas évoluer les normes culturelles concernant les grands problèmes de société. Changer la norme est pourtant une condition nécessaire à tout changement global...

Tout à fait. C'est un combat à un autre niveau, davantage politique. On ne résoudra pas les grands problèmes de société en envoyant tous les « hors-norme » chez le thérapeute. On ne résoudra pas les problèmes d'environnement, de santé et de rapport nord-sud en envoyant les pollueurs, les fumeurs et les mangeurs de Chiquita chez le thérapeute ou en utilisant des techniques thérapeutiques individuelles.

Petite histoire chinoise

Un jardinier avait planté des petites pousses. Pour qu'elles grandissent le plus vite possible, dès qu'elles sortaient, il tirait dessus pour les aider. Et le lendemain, ses pousses étaient mortes. Pour faire pousser une plante, il ne faut pas tirer dessus - avoir une approche frontale - mais l'arroser, biner la terre, et laisser le processus naturel suivre son cours.

Le prof de marketing :

« Vous avez une guerre d'avance sur les grandes marques »

« Les grandes marques multinationales, pour vous, c'est probablement l'ennemi », pressent Arnaud Pêtre, doctorant, consultant et formateur en marketing. Il est vrai que les chiffres font peur. Procter&Gamble : 700 produits distribués dans 130 pays, environ 300 marques, un chiffre d'affaires plus élevé que tous les PIB des pays d'Afrique réunis, un budget de communication plus élevé que le PIB de la France. On connaît peut-être mieux ses « petits pairs », Nestlé, Danone, Unilever, tous ces noms qui usent et abusent du marketing. « Ces marques provoquent du changement en persuadant le consommateur d'acheter leurs produits, continue l'expert. Même si elles ne sont pas toujours rutilantes, il est cependant intéressant de connaître leurs techniques, soit pour les combattre, soit pour s'en inspirer sur certains points ».

Les raisons de la colère

« S'en inspirer » ? Education pour un développement durable et marketing commercial semblent pourtant antinomiques. Les procédés utilisés par ce dernier sont en effet loin de participer à la construction d'un monde souhaitable. A. Pêtre les passe

au scan : le procédé de tracking (suivi) du consommateur faisant penser à une société « big brother » ; le raccourcissement artificiel des cycles de vie des produits ; la logique de segmentation visant des personnes plus rentables, même en matière d'assurance ; l'illusion de l'éléphant devenu papillon. La promotion est la partie émergente de cet iceberg, la plus décriée puisqu'elle détruit le paysage urbain, manipule, crée des besoins artificiels et flatte les instincts les moins reluisants, à raison de 2000 stimulations publicitaires par jour pour le citoyen moyen.

« Voici les mauvaises pratiques du marketing. Mais à l'origine, le rôle du marketing est de comprendre et satisfaire les besoins des personnes pour créer de la valeur » (dixit Kotler, le « pape du marketing »). La valeur peut être économique, mais peut également créer un bien-être societal...», s'empresse de préciser le jeune chercheur convaincu.

Les trois piliers de la planète market

Si l'on suit la définition, le préalable pour parvenir à ce que des personnes adoptent des comportements, par exemple solidaires ou respectueux de l'environnement, serait de les faire cor-



Marketing et éducation, même combat ?

Pour Jean Therer, psychopédagogue (voir article page suivante), « Arnaud Pêtre récupère des procédés utilisés par les grandes compagnies pour nous proposer un modèle qui colle parfaitement au travail du formateur sur le terrain ». Il nous dit :

- Quelle est la cible ? communiquer à qui ? « Si le formateur ne connaît pas son public, il risque de prêcher dans le désert ».
- Communiquer quoi (le positionnement)? « En formation d'adulte, nous définissons nos objectifs généraux ! »
- Communiquer pourquoi ? Et de distinguer trois types d'objectifs: cognitifs, affectifs et comportementaux. « En formation, on dit la même chose, mais avec une terminologie un peu différente : des objectifs cognitifs qui sont de restitution, d'application ; des objectifs socio-affectifs car l'émotion est centrale dans les efforts de changements ; et enfin le comportement final qui est le transfert. Or, l'école se préoccupe peu du transfert. Après un cours de physique, vous êtes souvent incapable de comprendre comment calculer la résistance d'un appareil électroménager ».
- Evaluer son action. Jean Therer ajoute « évaluer pour évoluer ».

respondre à leurs besoins perçus. Et Arnaud Pêtre de rappeler les trois piliers de toute stratégie allant dans ce sens (voir exercice de mise en pratique pp18-19).

- *Segmenter* : mieux comprendre les différents publics, identifier différents groupes homogènes entre eux, même si ma mission est d'intérêt général.

- *Cibler* : choisir des groupes prioritaires pour mener une action selon ma mission, mes moyens et la réceptivité de la cible à mon action. « Mieux vaut être efficace chez peu de personnes qu'inefficace avec tout le monde ». Même au travers d'un média grand public, si vous visez tout le monde, vous risquez le saupoudrage, en multipliant des petites actions non cohérentes et non reliées entre elles, avec une efficacité qui tend vers zéro. C'est le cas de l'Etat belge, 3^e annonceur du pays loin devant Coca, VW, etc.

- *Positionner* : la façon de s'adresser aux cibles. La forme importe autant que le contenu. Un message positif aura plus d'impact qu'un message moralisateur.

« Dans l'associatif, le risque est d'oublier cette partie stratégique pour tout

de suite vouloir communiquer. Lors d'une campagne de prévention, une association peut dépenser jusqu'à un million d'euros en envoyant des lettres à 800 000 foyers bruxellois. Inutile, ou presque », constate l'expert.

Pour parvenir à influencer sur les comportements, une chronologie est également à respecter : travailler d'abord le cognitif (se faire connaître, expliquer) ; lorsque c'est acquis, jouer ensuite sur l'affectif (pour provoquer une association positive avec votre message) ; enfin seulement le « pied dans la porte »... Pour cette dernière étape, rien de tel que « faire faire », le plus efficace pour modifier un comportement étant le comportement lui-même.

La communication de masse agonise

« Ah si les pubs télé étaient remplacées par des messages éducatifs... » Détrompez-vous ! La pub via la télévision, la radio, l'affichage, c'est du « has been », ou presque. L'invasion publicitaire progressive fait que, depuis les années 60 et 70, l'efficacité de ce type de publicité a diminué de moitié. Le rejet va croissant. Les grandes marques abandonnent donc ces supports qui coûtent énormément et se révèlent de moins en moins efficaces. Ils leur préfèrent désormais internet, les GSM, les articles de presse, le placement de produits dans des films, le « bouche à oreille organisé » ... « Pour l'associatif, l'erreur serait de vouloir entrer maintenant dans la communication de masse », prévient Arnaud Pêtre. Les grandes marques, tentent de plus en plus d'entrer en contact direct avec les personnes à sensibiliser, par le biais du « street marketing » (en offrant des basquets à des rappers), du « bouche à oreille », de la création d'événements, en trouvant des leaders d'opinion pour porter leurs idées. « Si une nouvelle Loana se met à promouvoir des idées « vertes », cela aura plus d'impact auprès des jeunes que des campagnes d'affichage et de distribution de tracts ». Nicolas Hulot l'a bien compris.

Et l'expert de conclure positivement : « La proximité, l'interactivité, le travail sur le terrain, l'abandon de la communication de masse sont les armes des acteurs de l'éducation. Vous avez une guerre d'avance par rapport aux grandes marques, pour peu que vous ne négligiez pas de bien cibler votre public ».



Le pédagogue :

« Tout acte éducatif est un choix de société »

Changer les comportements, pour un monde plus responsable, équitable et solidaire, ce devrait être l'objet de tout acte éducatif. C'est en tout cas la conviction du véhément Jean Therer, psychopédagogue et directeur honoraire du CIFFUL (Centre Interdisciplinaire de Formation de Formateurs de l'ULg).

Quel lien faites-vous entre l'éducation et les changements de comportements ?

Changer, c'est apprendre. Comme disait Sénèque, le but de l'éducation, ce n'est pas le savoir, c'est l'action. Je suis contre la « pédagogie bancaire » qui consisterait à entasser les savoirs. Le but de l'éducation, c'est d'agir sur son environnement, c'est

modifier les comportements de façon socialement et écologiquement souhaitable. Si l'enseignant n'exprime pas en termes de comportements ce qu'il attend de ses formés, il va tomber dans un propos éolien, dans une extase didactifiante. Pour moi, changer, c'est apprendre, in utero jusque sur son lit de mort.

Mais qui décide de ce qui est « socialement souhaitable » ? C'est une norme, qui sera différente si l'on partage la philosophie de l'Organisation Mondiale du Commerce ou si l'on défend les valeurs altermondialistes. L'enseignant ne doit-il pas se prévaloir d'une certaine neutralité ?

La neutralité est un mythe. Une illusion que celle du formateur pensant et voulant ne pas influencer son apprenant. Au

contraire, vous devez l'influencer, mais pour autant qu'il y ait un consensus social sur le sens du changement et que l'enseignant précise ses choix, en notant que ce sont des choix personnels parmi toute une gamme de choix possibles.

Il n'y a pas une bonne ou une mauvaise éducation. Tout acte éducatif est un choix de société, ce que nous appelons dans notre jargon « l'axiologie ». L'axiologie, c'est l'ensemble des valeurs qui déterminent les choix éducatifs. Une éducation autoritaire comme jadis à Sparte était pertinente à l'époque, mais tout à fait impertinente dans notre société. C'est la relativité éducationnelle.

Vincent Yzerbyt et Olivier Corneille, conférenciers lors du Colloque « changements de comportements » de mars dernier, ont montré que trois facteurs influencent les comportements: la norme (est-ce bien vu ?), l'attitude (suis-je disposé à ?) et le contrôle (en ai-je la compétence, me laissera-t-on faire ?). Quel parallèle faire avec la pédagogie ?

Dans l'enseignement, on parle d'acquérir des compétences de types « savoir », « savoir-être », « savoir-faire ». Je leur préfère les termes « savoir agir » (en suis-je capable ?), « vouloir agir » (en ai-je la volonté ?) et « pouvoir agir » (me laissera-t-on faire ?). Pour ce dernier, les conférenciers Yzerbyt et Corneille parlaient eux du degré de contrôle que l'on perçoit, soit de la part de la société, soit de ses compétences propres. C'est la représentation que l'on se fait quant à l'origine de nos succès ou de nos échecs. Elle peut être interne - ce qui m'arrive est dû à mes compétences propres - ou externe - c'est à cause d'autrui, de la (mal)chance. Beaucoup de résistances aux changements sont dues à une société fataliste.

Au delà des outils spécifiques, et parfois contradictoires, de l'influence, n'existe-t-il pas des attitudes plus fondamentales et polyvalentes que les professionnels de l'éducation peuvent appliquer sur le terrain ?

J'ai relevé trois attitudes :

1) *Abeas Emotum* : que tu aies des émotions et le droit de les exprimer. Pourquoi ? Parce que trop souvent, dans notre culture, nous sommes des daltoniens ou des analphabètes de l'émotion. Or, étymologiquement, émotion et motivation ont la même racine. L'émotion fait partie de l'apprentissage, donc du changement. Comme formateur, on ne vous demande pas une autobiographie lyrique, un déferlement émotionnel, mais plutôt d'être plus vrai dans votre communication avec les autres.

2) *Le débat conceptuel* : « il faut limer sa cervelle contre celle d'autrui » disait Montaigne. Si vous n'essayez pas d'identifier les représentations que se font les personnes d'un phénomène, comment voulez-vous provoquer de vrais changements ? Il faut faire avec et aller contre. Identifier les représentations pour mieux en discuter. Si vous bousculez trop, vous construisez sur le sable.

3) *L'effet Pygmalion ou « prophétie auto-réalisante »* : le fait de prédire quelque chose tend à provoquer la chose (sauf en météorologie). En 68, Jakobson va dans une classe, annonce qu'il va mesurer « l'épanouissement personnel » et donne aux élèves un test quelconque. Il choisit quatre élèves tout à fait au hasard et affirme à l'enseignant que le test révèle que ces quatre élèves sont sur le point de s'épanouir intellectuellement de façon



incroyable. Oh! miracle, les résultats scolaires de ces élèves choisis au hasard deviennent alors meilleurs. Cette expérience a aussi été testée sur des rats : dans une classe de chercheurs, certains se voient recevoir des rats dits « exceptionnels », et d'autres reçoivent des rats annoncés comme « très moyens ». En réalité, rien ne distinguait ces rongeurs, tous issus de la même lignée. Mais oh! stupeur, les rats réputés « de l'élite » devenaient plus performants, et ceux pensés « moins bons » étaient médiocres. Nos attentes et nos croyances façonnent la réalité. Malheureusement, cela peut aller dans les deux sens : si vous n'attendez pas grand-chose des gens dont vous vous occupez, ils ne produiront pas grand-chose.

En conclusion, pour arriver à réellement provoquer des changements de comportement par nos pratiques de terrain, il nous faudra la fantaisie de la panthère rose et la ténacité du fox-terrier. Soyons éclectiques, car il n'y a pas une façon canonique ni pour changer les comportements, ni pour apprendre. Respectons la diversité des dons et la complémentarité des gens. Certains préféreront les exposés, d'autres l'auto-apprentissage. De bonne foi, nous pensons que notre façon d'apprendre est la bonne, et nous attendons cela des autres. Non, rencontrons l'autre sur son territoire, dans ses attentes et sa façon de faire. Et cela, ce n'est pas une recette, c'est une recherche.

Propos recueillis par **Christophe DUBOIS**, lors des conférences tenues pour le Colloque « Changement de comportements » des 16 et 17 mars 2006 à Namur, et d'interviews préalables.



Ecoutez ces conférences en résumé ou en intégralité sur www.reseau-idee.be/ changements-comportements



DISCUSSIONS AU

Comment adapter nos pratiques pour amener des changements de comportements ?

La technique du Worldcafé est simple. Vous rassemblez 200 personnes : éducateurs, animateurs, enseignants, chercheurs, fonctionnaires, pros de la communication... travaillant sur des questions d'environnement, de santé, de solidarité... Vous dressez 20 tables. Vous lancez une question commune à tous : « Comment adapter nos pratiques pour amener des changements de comportements ? ». Ils s'installent, discutent, griffonnent, changent de table. Puis ils repartent. Restent les nappes en papier, marquées des réflexions des uns et des autres. Aperçu des annotations qui ont rencontré le plus de succès.

Conseils pour lutter contre la résistance au changement :

- ⊕ Partir de la vision du monde de l'autre.
- ⊕ Fixer un objectif minimal réaliste et accessible.
- ⊕ Ne pas essayer de convaincre ou d'utiliser des moyens comme la moralisation, le reproche, etc. Ils augmentent la résistance.
- ⊕ Anticiper les résistances et si les changements entraînent des inconvénients, ne pas les minimiser, mais les annoncer ou les laisser s'exprimer. Afficher les inconvénients est un bon moyen de les dépasser.

Ne pas être convaincu de détenir la vérité. Laisser mes certitudes à la maison et me laisser changer par l'autre.

Autisme du monde associatif, diabolisation des « autres »



S'ouvrir, se remettre en question, prendre ses responsabilités, être conscient de la manipulation que l'on exerce

Partir des véritables besoins du public cible, de ses centres d'intérêt

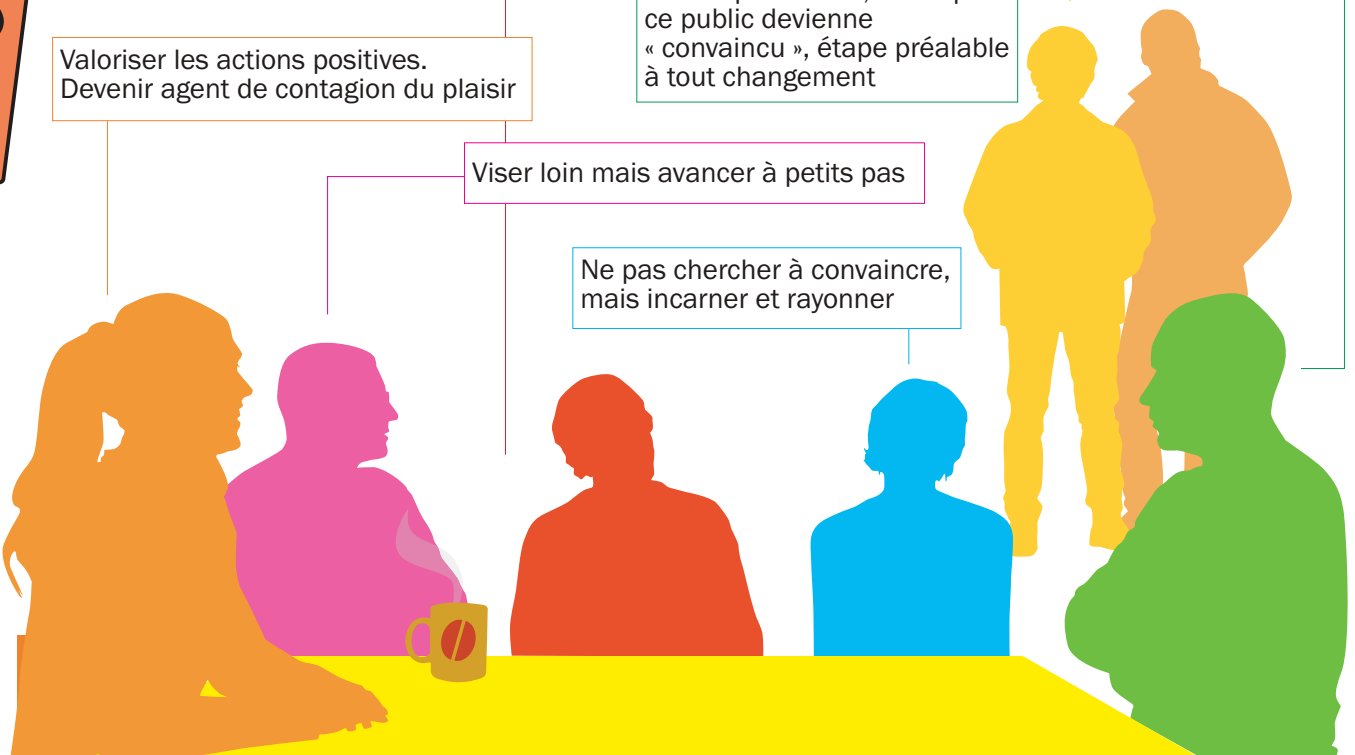
Valoriser les actions positives.
Devenir agent de contagion du plaisir

Viser loin mais avancer à petits pas

Ne pas chercher à convaincre, mais incarner et rayonner

A partir du moment où l'on travaille avec un public de « non-convaincus », notre objectif n'est sans doute pas d'atteindre un changement de comportement, mais que ce public devienne « convaincu », étape préalable à tout changement

dossier



Cherche animation pour engagement

Comment « éduquer et modifier les comportements durablement » chez les plus jeunes ? Méthode concluante avec la campagne « Je m'engage pour ma planète » conduite par le CRIE de Villers-la-Ville auprès de 10 classes relais du Brabant wallon.

7 mars. Ecole communale de Jandrain, un bâtiment préfabriqué où siège une classe relais regroupant trois niveaux (4^e à 6^e primaire). Maximo Foncêa, animateur au CRIE (Centre Régional d'Initiation à l'Environnement) de Villers, dispose d'une petite heure pour évaluer l'impact de la campagne « Je m'engage pour ma planète ». Verdict ? Même s'il « *évalue le projet plus que les élèves* », la grande majorité d'entre eux ont respecté ce qu'ils avaient promis : « *moins de bonbons avec beaucoup d'emballages* » pour Jennifer. Anthony, lui, mange des fruits et légumes « *en allant dormir chez sa mamie qui lui demande toujours s'il en veut* ». « *On constate que les enfants justifient leur engagement seulement maintenant*, souligne Maximo. *D'abord ils s'engagent, ensuite seulement ils rationalisent. On pense que ce sont nos convictions qui nous poussent à agir. C'est pourtant souvent l'inverse : on agit, puis on justifie notre comportement* ». Autre bonne surprise : de



Moment studieux pour évaluer la campagne

nouveaux projets naissent de celui-ci, et les profs s'en sont servis pour ancrer leur cours de morale, de français ou de musique dans la réalité. Comme cette chansonnette « Fais un geste pour ta planète », concoctée dans le cadre du projet et réservée à la fête de fin d'année, mais chantée en exclusivité par les élèves pour finir cette heure d'(auto)évaluation.

4 étapes et 1 engagement

Cinq mois plus tôt. Les mêmes élèves remplissent l'Arbre de l'Engagement, ultime étape de la campagne. Pas uniquement un arbre ornemental pour embellir l'établissement scolaire. Non, l'Arbre de l'Engagement est avant tout l'outil pédagogique utilisé par l'animateur pour « *rendre l'acte visible et l'engagement plus ferme* ». Au total 15 engagements, du type « *utiliser un gobelet pour me laver les dents* », « *mettre mes déchets dans la bonne poubelle* », ont été proposés. « *Vous êtes vraiment libre de ne pas vous engager. Mais si vous décidez d'adopter un geste, vous l'inscrivez dans votre carnet, puis vous signez et là c'est irrévocable* », annonce Maximo. « *Je suis toujours très soulagé lorsqu'un élève me dit qu'il préfère ne pas s'engager, nous confie-t-il, cela m'indique qu'ils se sont réellement sentis libres. C'est très important pour qu'ils se sentent responsabilisés. La signature, elle, fait office de premier comportement minimal, qui enclenchera ensuite plus facilement le comportement désiré, le geste pour la planète. C'est tout bête, mais c'est prouvé.* »

Scientifiquement prouvé même, puisque la méthodologie du projet

s'appuie sur les pistes tracées par le scientifique Robert-Vincent Joule¹, expert de la « théorie de l'engagement », particulièrement intéressante pour viser des changements de comportements. Ainsi, au cours de cette journée, les élèves sont passés du « *on pourrait* » à l'acte, avant de partir porter le projet dans tout le reste de l'école, tels des ambassadeurs.

De l'engouement à l'engagement

Avant cette phase dite « comportementale », trois journées et une succession impressionnante d'animations avaient été prévues pour « préparer le terrain ». Ainsi, après avoir rencontré instituteurs et direction, Maximo est venu une journée dans l'école pour sensibiliser les élèves de la classe relais aux déchets et à l'éco-consommation. Ensuite, une excursion au CRIE de Villers-la-Ville, en pleine forêt, a provoqué un « *flash affectif* » ainsi qu'« *un enracinement dans la nature* » pour donner envie de la protéger. « *Le moment le plus marquant* » révèle l'évaluation.

Pendant cette campagne, les élèves ont ainsi trouvé des justifications internes pour asseoir leur engagement au quotidien. Dans le brouhaha de la cour, entre des lacets à refaire et des écharpes à nouer, l'instinct évoque l'Arbre de l'Engagement avec satisfaction dans la mesure où « *il responsabilise par un engagement écrit et concret* ». Jusqu'à la directrice, Brigitte Wauters, qui a aussi apporté sa feuille à l'Arbre, en promettant d'éteindre les lumières quand elle n'en avait plus besoin.

Peut-on manipuler éthiquement ?

Même si cette méthode fonctionne manifestement, une question turlupine cependant certains professionnels de l'éducation : « *Il s'agit clairement de manipulation. L'élève est libre mais ressent la pression des pairs et de l'arbre. Ce peut être culpabilisant. L'éthique reposera probablement sur la qualité de l'animateur, garantie ici. Mais n'est-ce pas dangereux ?* ». Watzlawick, le père des théories de la communication les plus influentes, après avoir dit « on ne peut pas ne pas communiquer », avait ajouté : « on ne peut pas ne pas manipuler ». Le débat est ouvert, mais les résultats sont là.

Hélène MORI

Pour en savoir plus :

CRIE de Villers-la-Ville, 24 av Speeckaert à 1495 Villers-la-Ville.

T. 071 87 98 78 – info@crievillers.be

Service de l'environnement de la Province du Brabant wallon

T. 010 23 63 24 – environnement@brabantwallon.be

¹ Robert-Vincent Joule, spécialiste de la « théorie de l'engagement » est Directeur de la formation doctorale de psychologie à l'Université de Provence et a publié entre autres le « Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens » et « La soumission librement consentie », (voir page 20).

Il tiendra une conférence sur « La psychologie de l'engagement ou l'art d'obtenir sans imposer », le 28 juin à 20h à Louvain-La-Neuve. Cette conférence est organisée par le réseau CRIE de la Région wallonne. Inscription obligatoire : 071 879 878 - maximo@crievillers.be. Prix 5€ et 3€ étudiants.



Embarquement immédiat pour Mondiapolis

Comment rendre compte des « effets pervers de la mondialisation économique et des alternatives possibles » par une approche pédagogique percutante? Tentative de réponse avec un atelier d'immersion initié par Oxfam-Solidarité.

Le temps n'est pas particulièrement clément en cet après-midi de février aux « Etangs noirs » à Molenbeek. Si les participants s'attendaient à trouver un peu de chaleur et de douceur dans les locaux des Carrefours du Monde, c'est loupé ! Les voilà plongés au cœur des mécanismes froids et implacables de la mondialisation économique, pour 3 heures non-stop.

Un groupe remuant composé d'élèves du secondaire supérieur technique de l'Institut de la Providence de Woluwe-Saint-Lambert prend place. Ils participent à l'atelier Mondiapolis, halte dans un voyage thématique et interdisciplinaire d'une semaine sur l'océan de la consommation. L'embarquement pour « Mondiapolis » est imminent. Au préalable, une phase d'échauffement permet de savoir si les participants sont « mondialisés ». Pas de doute en la matière, la majeure partie du groupe répond oui à plus de 10 des 15 questions posées : ils ont déjà mangé des kiwis, connaissent l'anglais, regardent des émissions sur des chaînes étrangères... Une façon de **connaître leurs représentations et attitudes initiales**.

C'est quoi une multinationale ?

Première escale « cognitive » dans un centre commercial. Les élèves sont invités à piocher des informations sur les firmes multinationales. Une fois ces informations collectées, courte récapitulation en cercle. « Période d'approvisionnement pour responsabiliser et non culpabiliser les participants » pour l'animatrice qui ne se laisse pas abattre par la fronde des dissidents dissipés et renchérit à coups de chiffres et de questions rhétoriques : « Saviez-vous que Mac Donald's est présent dans 121 pays ? » « Quelles stratégies ont les firmes multinationales pour augmenter leurs bénéfices ? » Réponses en ordre dispersé : « Euh des vendeurs gentils ça peut faire augmenter leurs bénéfices, non ? » Mais encore ? La définition se construit ensuite progressivement grâce aux apports et questions de chacun. L'intérêt peut jaillir inopinément : « À un moment donné y a pas un stop à la croissance des entreprises ? » L'exaspération pointe aussi le bout de son nez face à la complexité et aux bouleversements induits par un système mondialisé : « On n'a qu'à dire merde aux règles de l'OMC et à tout ça ! ».

Une excursion déroutante

Changement de pièce et de décor. La seconde escale veut davantage emmener les élèves sur le terrain « affectif », avec à la clé une arme incontournable : le jeu de rôle. Immersion. Nous sommes soudain au Nicaragua. Les ouvrières de Fortex sont en grève : « Chacun d'entre vous aura un rôle à jouer face à cette grève,



vous serez les représentants des différents mouvements qui prendront part aux négociations ». Une fois leur « carte d'identité » en main, les élèves sont invités à « trouver des informations sur leurs personnes ». « Non, mais c'est un truc de malade ! » s'exclame une élève déconcertée et dépaysée en pénétrant dans les maquiladoras (usines implantées en zone franche) et les ateliers reconstitués pour l'occasion.

L'heure tourne. Quand il s'agit de **conclure sur un petit geste à faire** pour mieux consommer, la motivation n'est pas palpable. Des idées éparses fusent, proposant « un salaire égal pour tous » tandis que d'autres rétorquent « ça ne serait pas forcément plus juste pour ceux qui travaillent plus ».

Contre la politique de l'autruche

Dans cet atelier d'immersion, il s'agit avant tout de montrer l'importance d'agir et que chacun a la capacité de le faire. Même si nous ne sommes qu'une goutte d'eau... Dans cette optique, l'animatrice (dé)montre les mécanismes qui lient le Nord et le Sud, tout en mettant l'apprenant au centre de son apprentissage. La « conscientisation » y est vue comme un préalable à toute action transformatrice ou « aux changements de mentalités et de politiques dans le Nord qui contribuent à favoriser des changements structurels profonds dans le Sud ».

Alors, tenté(e) ? Sachez que depuis janvier 2006, un projet pilote propose également aux professeurs et élèves des activités de suivi (scolaires et extrascolaires) afin de sonder leurs aspirations aux changements à la suite de cette excursion alternative. Alors, que restera-t-il de cet atelier d'immersion pour les élèves de l'Institut de la Providence ? Difficile à vérifier. Pour sa part, l'animatrice concède que « 3 heures d'animation ne vont pas permettre le changement puisque celui-ci n'est pas urgent pour les élèves. C'est vraiment un travail de longue haleine ». Le lendemain de cet atelier, une partie du groupe va déguster un petit-déjeuner « équitable », dans le cadre de cette semaine scolaire consacrée à la consommation et intitulée « Le changement en douceur ». Espérons que les élèves resteront sur leur faim avec l'envie d'aller plus loin...

Hélène MORI

Contact : Oxfam-Solidarité - Carrefours du Monde - 56, Rue de la Colonne - 1080 Bruxelles - T: 02 501 67 12 - www.oxfamsol.be - sarah.turine@oxfamsol.be

Basta : le site des Carrefours du Monde d'Oxfam-Solidarité avec « de l'info et des idées pour agir » www.oxfamsol.be/basta



Plongée dans une maquiladora au Nicaragua...

Des Bruxelloises bien dans leur assiette?

Pour réduire l'impact environnemental de leur alimentation, des ménages pilotes se sont lancés dans la campagne « Ecoteam Alimentation » organisée par Inter-Environnement Bruxelles. Nous avons suivi pour vous les remous d'un écotéam Ucclois.

« **V**ous allez quand même faire des enfants ?! » demande en préambule une participante alarmée et alerte aux jeunes générations, au milieu d'une kyrielle d'interrogations sur les pots de yaourt, le CO₂, les Inuits... Nous sommes à la première séance d'information de la campagne « Ecoteam Alimentation » menée par Inter-Environnement Bruxelles dans le cadre d'une convention avec l'Institut Bruxellois de Gestion de l'Environnement. Le décor est planté dans les locaux de l'association bruxelloise : les participantes de ce 3^{ème} écotéam (sur 8) ont de multiples interrogations et attentes sur le bout des lèvres.

Au goût du jour...

En cette première séance d'information sur des notions de base telles que l'empreinte écologique ou encore les grands principes d'une alimentation plus respectueuse de la planète, passage aux aveux : une mère de famille, inconditionnelle du Delhaize, confesse faire ses courses en voiture tout en sélectionnant quelques produits bios. Tandis qu'une fan du potager avoue être « toute neuve dans ce domaine » et « prendre le label bio du bout des doigts ! ». Tant



A l'assaut des rayons, pour inventaire...

mieux puisque Sabine Vanderlinden, chargée de mission et animatrice pour cette campagne, espère ne pas « prêcher que des convaincus. Un des défis de la campagne *Ecoteams Alimentation* est de trouver les moyens concrets et adaptés à chacun pour diminuer ses 30 % d'empreinte écologique liée à l'alimentation. ». Après un calcul fastidieux de la part alimentaire de leur empreinte respective, chaque participante reçoit un manuel explicatif et incitatif.

Survol à l'étalage !

Deuxième séance : visite d'un supermarché. L'écotéam n'est malheureusement pas au complet. Dur de rameuter les troupes en ce samedi matin de février. Dès l'ouverture du magasin, l'équipe s'engouffre pour s'attarder devant les étalages. Ensemble, ils décorquent les rayons et auscultent les étiquettes des produits proposés, qu'il ne fait pas toujours bon acheter : des fraises hivernales et tomates bio du Maroc, des poires suremballées d'Argentine, des produits végétariens à l'origine mystérieuse, des poissons frais sans label MSC (Marine Stewardship Council), des verres non consignés... Le mardi soir qui suit, réunion de « débriefing » dans les locaux d'IEB. L'écotéam dresse alors un listing de suggestions destiné au gérant du supermarché et au Service Clientèle du groupe. Sans oublier qu'à la fin de la campagne, toutes les deman-

des des écotéams seront envoyées à l'imposante FEDIS (Fédération belge des entreprises de distribution).

Et maintenant qu'est-ce qu'on fait?

Même si d'autres écotéams ont fait boule de neige, cette équipe-ci a hélas fondu au fil des désertions. Deux participantes « rescapées » témoignent : « J'ai l'impression d'avoir pris part à un projet s'adressant à des personnes déjà sensibilisées et ne proposant pas de réelles solutions ». Pour ces personnes, l'explication des grands principes d'une alimentation durable n'était manifestement pas suffisante. « Une solution toute faite n'existe pas et le consommateur doit poser des choix en fonction de ses propres possibilités » leur répond Sabine Vanderlinden. Les « déjà actifs alternatifs », eux, sont par contre satisfaits : ce ralliement a pu déboucher sur des échanges de bons procédés et d'adresses afin de constituer des Groupes d'Achats Communs ou de dénicher des cours de cuisine végétarienne, des restaurants bio, des magasins d'alimentation naturelle... La suite des événements repose dès lors sur la manière dont chacun concrétisera et communiquera les informations récoltées, pour aller plus loin et toucher davantage de personnes. Résultats des courses dans les rayons et paniers...

Hélène MORI

Pour en savoir plus :
IEB - Sabine Vanderlinden - 02 548 39 42 -
sabine.vanderlinden@ieb.be
Sur l'éco-shopping : www.ibgebim.be

Et si c'était à refaire ?

La campagne est maintenant terminée. Certains écotéams ont fonctionné mieux que d'autres, mais en termes de participation, le bilan global pour ce projet pilote est plutôt bon : en tout, 8 écotéams ont été formés, 45 ménages étaient présents à la 1^{ère} réunion, 40 à la 2^{ème} et 38 à la 3^{ème}.

A posteriori, il apparaît que l'annonce de la campagne était déjà en soi une sélection : les personnes qui y ont répondu étaient pour la plupart déjà ouvertes voire sensibilisées. L'espoir est qu'elles prennent le relais pour informer leur entourage. Cet objectif aurait peut-être pu être davantage formalisé, en s'inspirant des méthodes des maîtres composteurs par exemple.

Il pourrait être aussi intéressant de débiter la formation par un relevé des représentations et des attentes initiales des participants. Par ailleurs, dans les mois qui viennent, IEB songe à organiser des activités comme la visite du centre de tri, des cours de cuisine spéciale « restes »... Puisque rien de tel que le « faire-faire » pour agir sur les comportements !



Changer l'école : détonateurs externes et internes

Un peu partout, des idées germent, fragiles mais volontaires, pour tenter d'insuffler le développement durable au monde scolaire, non seulement dans les messages pédagogiques mais aussi dans le fonctionnement même de l'établissement. Une question revient alors : comment amorcer un réel changement de comportements à l'institution scolaire elle-même ?

Zoom sur deux initiatives très différentes.

Une impulsion de l'extérieur

1996. Suite au constat de la mauvaise qualité des repas scolaires et du peu de préoccupations pour ce qui se passe pendant le temps de midi - temps vaguement extra-scolaire, plus ou moins éducatif - le programme « En route pour des midis à l'école plus agréables » naît (ensuite appelé « les Midis à l'école »). Comme l'explique Claire Berthet, coordinatrice du programme à Coordination Education Santé (Cordes), « l'accent est mis sur la démarche plus que sur les résultats, l'idée de départ est en effet que les écoles se mettent en route vers le changement, qu'elles se posent des questions ».

Un questionnaire sur les temps de midi est donc envoyé à toutes les écoles primaires et secondaires de la Communauté française. La proposition faite aux écoles est la suivante : les adultes concernés (enseignants, direction, éducateurs, cuisiniers, pouvoir organisateur) réalisent un bilan de la situation en complétant le questionnaire. Le projet démarre avec un travail d'expression des élèves sur la vie à midi et les propositions d'amélioration. Ensuite, concertation et échange de points de vue. Ces trois étapes débouchent en général sur la mise sur pied de projets de classe ou d'école sur les repas de midi ou sur les aspects socio-environnementaux qui y sont liés. La stratégie du programme se veut donc participative et intégrée dans les apprentissages. Pour aider les écoles dans leurs initiatives, le programme offre un accompagnement méthodologique, sur le terrain ou via le journal « Midis à l'école ».

Garantie de motivation du public cible : seules les écoles volontaires participent. Et elles se bousculent au portillon. Depuis mars 99, près de 500 écoles ont joué le jeu en répondant au questionnaire et près de 1500 ont pris contact avec l'asbl Cordes. Autant de signes qui témoignent d'une préoccupation pour la question des temps de midi et d'un intérêt pour les méthodes participatives, pour une démarche non prescriptive de promotion de la santé.

Une implosion interne et globale

A l'Institut Robert Schuman d'Eupen (IRS), le changement ne vient pas de l'extérieur mais de l'intérieur. « C'est le meilleur moyen pour faire entrer l'école en développement durable et durablement en développement » affirme Jean-Michel Lex, coordinateur environnemental de l'école. Entamé il y a vingt ans, suite à un projet très concret autour de la fête de l'arbre, le chemin de l'IRS vers le développement durable crapahute depuis entre des phases d'innovation et de créativité portées par de petits groupes de profs et des phases de transformations institutionnelles. « Le projet vise les comportements individuels, mais surtout les modèles organisationnels », explique J-M Lex.

L'idée est de transformer l'établissement en « éco-socio-structure ». Pour y parvenir, il s'agit, d'une part, d'impliquer toute la collectivité scolaire dans la gestion durable des ressources - via notamment un système de management environnemental (ISO 14001 ou EMAS) - et d'autre part, de créer un projet pédagogique global qui tienne compte de quatre grands domaines : l'éducation à l'environnement, à la santé, aux relations Nord-Sud et à la citoyenneté.

Pour ce faire, il est nécessaire de mettre en place des outils d'évaluation des projets à différents niveaux, qui auront une influence permanente sur l'institution scolaire et vont réellement la transformer. Outre la mesure des résultats, ils serviront de traces pour capitaliser l'expérience de l'école, histoire de ne pas oublier son histoire.

Résultats (parmi d'autres !) : « variables d'un domaine à l'autre, d'une complexité à l'autre. Si le tri des déchets est aujourd'hui assuré à 100% (42 types de déchets sont triés à l'école et chaque section dispose de sa structure de tri), d'autres éléments de comportement individuel et collectif sont plus difficiles à obtenir. Des tableaux d'indicateurs ont été réalisés et commencent à être exploités ». Aujourd'hui, le nouveau défi que s'est fixé Jean-Michel Lex : « redonner la place aux innovations de terrain et introduire des formations spécifiques liées au projet pédagogique global dans le secondaire. »

Candice LENOBLE

Contacts:

Cristine Deliens, coordinatrice Cordes asbl (02 538 23 73)

Jean-Michel Lex, Institut Robert Schuman (087 59 12 70)



Ecoles futées en énergie, annoncer la couleur !

Quels liens entre une campagne qui vise des changements de comportements en énergie et une campagne de sensibilisation autour de la démocratie et des relations Nord-Sud ?

Deux campagnes. L'une s'adresse aux écoliers de 5^e et 6^e primaire, l'autre aux jeunes dès douze ans. La première vise des gestes en matière d'énergie, la deuxième de faire évoluer des attitudes de respect, de compréhension, d'esprit critique... Regards croisés lors d'un atelier du Colloque « Changements de comportements » de mars dernier.

La démocratie, c'est pas que des mots !

Terme galvaudé, la démocratie mérite de retrouver ses lettres de noblesse, de résonner dans la tête des jeunes avec du sens. Pour ce faire, Annoncer la Couleur, programme public de sensibilisation aux relations Nord-Sud, a lancé pour l'année 2005-2006 la campagne « La démocratie, c'est pas que des mots ! [Au Nord comme au Sud] » et propose un soutien méthodologique, logistique et financier.

A partir de l'exploration de mouvements sociaux de pays du Sud, l'objectif de cette campagne est d'amener les jeunes à percevoir comment la démocratie se vit et se construit au fil du temps, à questionner leurs propres réalités et se positionner comme acteurs critiques de changement.

Cette année, 17 groupes se sont penchés sur le sujet. Pièces de théâtre, expositions, courts-métrages, rencontres interculturelles dans le Sud, la forme de la réalisation a été laissée à la créativité, à l'envie et aux compétences spécifiques de chacun. Comme cette 5^e secondaire de l'Institut Cardijn-Lorraine d'Arlon qui a concrétisé les thèmes débattus en classe en invitant une troupe d'Indiens « Tobas » (Argentine) à venir présenter leur spectacle théâtral au sein même de l'école. Une rencontre choc pour ces jeunes belges, suscitant des interrogations sur leurs propres réalités. Un débat qui se poursuivra avec comme support de réflexion un dossier pédagogique abordant différentes facettes comme le bien commun, la justice, les relations hommes-femmes, la souveraineté alimentaire¹...

Ecoles - futées en énergie

A Bruxelles, quinze écoles se sont lancées dans l'aventure FEEDU, projet européen qui vise la sensibilisation des jeunes et de leur entourage aux économies d'énergies, l'utilisation d'énergies renouvelables et la mobilité. L'enseignant reçoit une formation et une série d'outils qu'il utilisera tels quels ou en les adaptant. Un carnet de bord lui propose les étapes du projet à respecter et une série de démarches qu'il organisera comme il l'entend. En gros, dans un premier temps les enfants vont être amenés à découvrir les enjeux de l'énergie. Dans un deuxième temps, la classe va choisir

un thème à développer à travers une série d'activités et d'expériences et chaque enfant optera pour un acte engageant à mettre en place à l'école ou à la maison. Enfin, un travail de valorisation du travail et des progrès accomplis sera communiqué au sein de l'école et à l'extérieur.

Un processus à la loupe

A l'analyse rapide des deux processus fructueux, quelques éléments se dégagent pour identifier les leviers de changement utilisés. Premièrement, les enseignants ou animateurs « sont libres de s'engager » ou non dans le projet et de le mener comme bon leur semble. C'est eux qui sont « porteurs », il n'y a pas une tierce personne pour les « aider », ce qui équivaldrait à les « désengager »... Ils sont par contre soutenus au niveau de leurs « compétences » : outils pédagogiques de qualité et formations sont mis à leur disposition.

L'accroche avec les jeunes, ce qui fait qu'ils ont « envie » de s'intéresser à la question, vient de la connexion avec leur vécu (par exemple un quizz sur leur relation quotidienne à l'énergie), avec leur émotion (rencontre avec des Indiens, spectacle, débats...), et enfin via leur implication dans un projet dans lequel ils vont toucher, expérimenter et transformer l'air de rien certaines de leurs représentations. On agit là sur leurs attitudes, sur leur « vouloir agir ».

Un autre moteur de ces campagnes est la valorisation des actions auprès des autres, à l'occasion d'une journée festive, d'une exposition, d'un spectacle... Les jeunes vont ainsi communiquer leurs nouveaux savoirs, leurs nouvelles manières de voir les choses, et à travers l'événement se sentir renforcés. En matière d'énergie, le « on a toujours fait comme cela » devient progressivement « nous pouvons diminuer nos consommations d'énergie ». Côté démocratie, la compréhension et la tolérance envers d'autres cultures, la recherche d'autres modes de fonctionnement, par exemple, viennent titiller les esprits. Subtilement, on a travaillé sur la « norme ».

Joëlle VAN DEN BERG

Contacts :

Annoncer la couleur, 147 rue Haute, 1000 Bruxelles -

02 505 18 22/23 - www.annoncerlacouleur.be

Feedu c/o Centre Urbain, 59 Bd Anspach, 1000 Bruxelles -

02 219 40 60 - www.curbain.be

¹ Tous les projets des jeunes sont à découvrir sur le site de la campagne www.democouleur.be



« **L**es techniques utilisées par les professionnels de la communication s'appuient sur des modèles éprouvés, qui pourraient inspirer les acteurs de l'éducation », nous explique l'expert en marketing Arnaud Pêtre (lire article p 9). « Il ne s'agit que d'un modèle, c'est-à-dire "un réducteur de complexité", qui n'est ni vrai ni faux, lui répond le psychopédagogue Jean Therer (lire article p 12). Il sera supplanté demain. Mais d'ici là, nous aurons fait un peu de chemin. Car dans notre travail de terrain, nous avons besoin de modèles, pour mettre de l'ordre ».

La grille qui suit tente de livrer les fondements de ce modèle. Nous vous proposons de l'adapter à toute initiative visant un changement de comportement, par une série de questions à poser et à se poser, seul ou entre collègues. Pas comme un livre de recettes pédagogiques à respecter au gramme prêt, mais comme une suggestion gustative pour penser votre projet éducatif ou communicationnel, à assaisonner à votre goût. Un exercice périlleux, mais utile, avant, pendant et après tout projet.

Eduquer ou commu

1 gr

Illustration par deux types d'initiatives sur le thème de l'empreinte écologique :

- 1) Communication-sensibilisation de masse : la campagne « empreinte écologique » menée par le WWF en partenariat avec Le Soir.
- 2) Education de terrain : animation d'une demi-journée sur « l'empreinte écologique » menée par l'asbl Tournesol dans l'enseignement secondaire

1. Communication-sensibilisation de masse : la campagne « Empreinte écologique » d'envergure menée par le WWF en partenariat avec Le Soir

1. Communiquer à qui ?

Aux lecteurs du Soir : 500 000 lecteurs. La cible prioritaire n'a pas été définie.

2. Communiquer quoi ?

Expliquer ce qu'est l'empreinte écologique, un instrument de mesure qui permet aux gens de voir concrètement où ils peuvent agir. Conscientiser à la surconsommation, sans moraliser.

3. Quels objectifs ?

3.1 Faire connaître. C'est l'objectif principal de la campagne : savoir ce qu'est l'empreinte écologique et où l'on se situe. **Comment ?** Explication et test dans la Une du Soir et les pages 2-3. Sur le site Internet de l'opération (<http://lesoir.ecolife.be>), vous tombez sur un logiciel qui vous permet de calculer de façon interactive votre empreinte écologique. Au fur et à mesure que vous remplissez le questionnaire, l'image de la feuille d'érable illustrant les questions se dégrade. La semaine d'après, les résultats sont publiés dans Le Soir. Les partenaires ont davantage misé sur la forme que sur le fond, pour éviter les abandons.

Marketing viral : vous pouviez inviter (par e-mail) des amis à calculer leur empreinte écologique.

3.2 Faire préférer. L'objectif est clairement de rendre le message concret et positif. **Comment ?** Site agréable et interactif, message non moralisant. Effet porteur de l'union d'organisations (Le Soir et le WWF) reconnues dans leur domaine respectif.

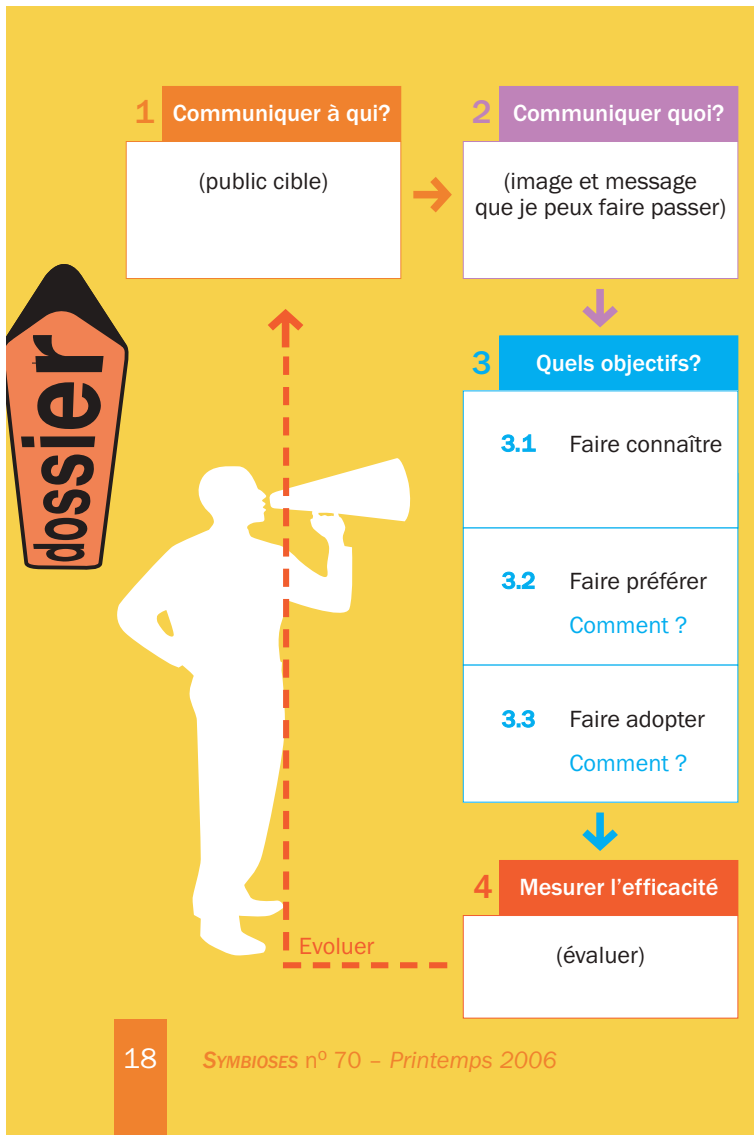
3.3 Faire adopter. Autre objectif affiché. **Comment ?** Suite au questionnaire, une série d'engagements, proportionnels au nombre d'hectares gagnés, vous est proposée.

4. Mesure de l'efficacité

- 15 000 personnes ont calculé leur empreinte écologique sur le site.
- Parmi ces 15 000 personnes, 1500 ont laissé leur adresse (un fichier de cibles potentielles, appelées « prospects »).

- Coût total, avec les salaires des personnes engagées pour la campagne... : 13 000 €. Coût par contact (calculé par les marketeurs): 1 cent/personne (contre habituellement 1 à 2 €/pers.). Coût par adresse obtenue : 3€/personne (souvent 50 à 150 €).

- A. Pêtre ne pense pas que la campagne WWF/Le Soir ait été utile pour modifier les comportements puisqu'elle n'a pas suivi une logique de ciblage mais s'adressait à un public général. Les partenaires envisagent une continuation de cette opération, en créant un nou-



Communiquer sur l'empreinte écologique : grille pour 2 initiatives

vel instrument qui serait une sorte de balise dans le domaine. Cet instrument permettrait de suivre les engagements que les lecteurs ont pris, mais également de répéter l'opération pour toucher encore plus de monde et surtout de mieux cibler lors des prochaines actions le public effectivement prêt à passer à l'acte.

C'est chronologiquement logique : il est conseillé de d'abord faire connaître, ensuite faire préférer, enfin faire adopter.

En savoir plus : interview de Christophe Schoune, journaliste du Soir, sur www.mondequibouge.be



2. Education de terrain : animation d'une demi-journée sur « l'empreinte écologique » menée par l'asbl Tournesol dans l'enseignement secondaire

1. Communiquer à qui ?

Classes de l'enseignement secondaire de Bruxelles. L'animation qui vise actuellement tous les niveaux et types d'enseignement confondus, est encore en phase de test.

2. Communiquer quoi ?

L'état de la planète devient critique à différents niveaux (environnemental, social...). Les jeunes y sont réceptifs. Montrer que notre mode de vie influence l'état de la planète, qu'il est possible d'agir en modifiant notre comportement, en posant certains choix, et que cela est positif et non synonyme de régression ou de contrainte.

3. Quels objectifs ?

3.1 Faire connaître. Comprendre ce qu'est l'empreinte écologique et notre capacité d'action. C'est l'objectif premier de l'animation, si l'on veut pouvoir ensuite susciter une motivation à être acteur pour un monde juste et respectueux de l'environnement.

Comment ? Animations d'une demi-journée dans des classes secondaires de la Région bruxelloise comprenant :

- 1 Evocation de grands problèmes sociaux et environnementaux à partir d'un clip et discussion avec les élèves. Cela permet de mesurer l'état de leurs connaissances et leur degré de sensibilité.
- 1 Estimation de l'empreinte écologique de chacun via un petit module
- 1 Recherche de gestes et de pistes d'action, discussion sur la faisabilité, les freins, l'efficacité...

3.2 Faire préférer. C'est l'autre objectif majeur de l'animation.

L'objectif est que le jeune développe une attitude positive qui facilitera ultérieurement le passage à l'acte.

Comment ? Après avoir brièvement comparé leur empreinte écologique avec celle d'autres pays (du Nord comme du Sud), ainsi qu'avec la biocapacité de la Terre, les jeunes arrivent d'eux-mêmes à la conclusion qu'il faut agir. Tournesol propose alors une cinquantaine de gestes, parmi lesquels les jeunes peuvent choisir ceux qui leur parlent le plus et éventuellement en refuser certains. Cette liberté de choix est essentielle dans la phase « faire préférer ». Le choix

s'opère d'abord individuellement, puis en groupes (pour arriver à un consensus), ce qui génère des discussions entre élèves et les amène à trouver et formuler eux-mêmes les arguments positifs de leur choix. Pour chaque geste existe une fiche sur laquelle sont explicités les avantages qu'il apporte, et ce à différents niveaux (bien-être, santé, environnement, droits de l'Homme...). Les jeunes peuvent alors confronter leurs arguments à ceux qui sont repris sur la fiche. Finalement, chaque équipe fait part de ses choix à toute la classe.

3.3 Faire adopter. Ce n'était pas l'objectif prioritaire, dans le cadre de cette animation. Les jeunes ne se comporteront probablement pas fort différemment après cette demi-journée, mais ils devraient par contre en ressortir plus réceptifs.

Toutefois, certains gestes leur semblent tellement simples et évidents à mettre en œuvre, que l'on peut espérer un changement de comportement, même minime, du moins chez une partie d'entre eux.

4. Mesure de l'efficacité

L'animation étant encore en phase de test auprès d'une vingtaine de classes, l'évaluation finale n'a pas encore été faite. Mais Tournesol témoigne de la participation active des élèves pendant l'animation, de discussions autour de la nécessité et de la faisabilité de changer les comportements ainsi que de leur pertinence. Certaines animations se sont concrétisées par des projets de classe.

- Suite envisagée : après cette première phase, l'asbl souhaite réfléchir à comment, grâce à cette animation, encourager le passage à l'acte et créer une dynamique plus globale et à plus long terme au sein des écoles. Ceci pourrait se faire, éventuellement, uniquement avec les élèves les plus motivés et les plus réceptifs, détectés au cours de l'animation, ce qui permettrait de concilier information de tous et efficacité.

- Pour A. Pêtre, cette animation - dans sa phase de test - n'a pas de cible, mais bien un public (le secondaire). Dans la seconde phase, il serait intéressant de mieux cibler (même si la sensibilisation du public scolaire au sens large est une mission de l'asbl) : âge précis, type d'enseignement, élèves déjà sensibilisés ou non, ... On pourrait même envisager pour certains exercices de diviser la classe en sous-groupes plus homogènes (ex : ceux qui ferment l'eau du robinet en se brossant les dents et ceux qui ne le font pas), tout en prenant soin de mettre en place une dynamique d'échanges plus large par la suite.





changements de comportements

16-17 mars
2006 2 jours pour les comprendre et croiser nos regards

Traces du colloque
« Changements de comportements »

[www.reseau-idee.be/
changements-comportements](http://www.reseau-idee.be/changements-comportements)

Sur le site du colloque « Changements de comportements », téléchargez les extraits audio des conférences (en résumé ou en intégralité), les traces écrites laissées par les intervenants, les documents de référence, les grilles d'analyse, les retours d'ateliers, ainsi que les coordonnées des 13 associations partenaires ainsi que d'une trentaine d'organisations qui ont présenté une initiative visant des changements de comportements. Exemples : « Le grand défi de l'énergie » auprès de 200 ménages bruxellois ; approche interculturelle de la propreté de l'espace public ; campagne « Buy positive »...

www.mondequibouge.be

Le webzine de l'éducation vers un développement durable. Vous y retrouverez les versions presque intégrales des interviews publiées dans ce Symbioses, les reportages complets, et bien d'autres initiatives et réflexions en lien avec le développement durable. Sans oublier une mine de liens utiles.

Ils l'ont fait

Comment changer le monde

Les entrepreneurs sociaux et le pouvoir des idées nouvelles

se convaincre « qu'un autre monde est possible ». 7,40 €

(www.monde-diplomatique.fr/mav - 0033 1 57 28 29 85)

« Alternatives, l'espoir », de la revue l'Écologiste, n° 17, février 2006. En finir avec l'argent sale du développement. Une vie sans achats ? Appel pour des villages sans voiture. Vivre sans frigo ? Voici un aperçu des thématiques abordées par ce dossier suggestif. 6,20 € (www.ecologiste.org - 0033 1 46 28 70 32)

L'entrepreneur social serait une personne ordinaire qui par ses innovations, son charisme et sa ténacité refuse le statu quo et transforme de manière fondamentale la société. Cet ouvrage analyse le parcours et les recettes d'une dizaine de ces personnes engagées dans des changements sociaux significatifs. Optimiste et léger.

D. Bornstein, Ed. La Découverte, Paris, 2005. Environ 24,35 €

80 hommes pour changer le monde

80 reportages à travers le globe, à la rencontre de 80 personnes exceptionnelles. Architectes, chirurgiens, agriculteurs, banquiers, chimistes... tous ont réinventé leur métier, pour construire le monde durable auquel ils rêvent au lieu de subir celui qui existe.

Autant d'exemples dont s'inspirer. Un livre accrocheur contre le fatalisme.

S. Dranil et M. Le Roux, Ed. JC Lattès, 282 p., 2005, 18 €

Revue

« Pour changer le monde », revue Manière de voir n° 83, novembre 2005. Les articles denses et interpellant sont regroupés sous trois chapitres : « À la conquête des pouvoirs » ; « Un contrat social inédit » ; « Premières victoires ». Une lecture progressive allant du rêve à la pratique. Idéal pour ouvrir le débat sur la propriété privée, le système électoral, l'aide humanitaire, la croissance... et

Mieux comprendre

Palo Alto

On ne compte plus les ouvrages et les théories sur la manière de changer les gens, sur la manière dont les changements apparaissent et comment ils peuvent être provoqués. Dans le rayon des « psycho-socios... », la contribution de l'école de Palo Alto est essentielle. Quelques-uns de ses « pères » font office de référence : Watzlawick, Bateson, Fish, Weakland... Les premiers, ils ont lié communication interpersonnelle, réalité et psychosé. Leurs propos dépassent ainsi de loin les problèmes individuels, pour s'appliquer à des organisations (écoles, entreprises, associations,...) voire même à certains égards à un système social. Mot d'ordre : pour faire changer, changeons de communication.



Citons l'incontournable :

« Changements - paradoxes et psychothérapie », Fisch, Watzlawick et Wat, Le Seuil, 1975, 6 €. Il se lit comme on se regarde dans un miroir. Ou encore « Vers une écologie de l'esprit », Bateson, Le Seuil, 1997, 7,80 €.

Du désir au plaisir de changer

Egalement spécialiste de Palo Alto, F. Kourilsky a publié récemment « Du désir au plaisir de changer ». Qu'il s'agisse d'un changement concernant une vaste organisation, une entreprise, une famille ou une personne, l'auteur montre comment innover dans nos modes de communication et prendre en compte l'écologie de tout système humain et social, si l'on veut éviter les résistances au changement et ses effets pervers. Un manuel de réflexion et d'action pour la conduite du changement. Riche d'exemples et de démonstrations, il montre comment nous parvenons

inconsciemment à paralyser notre esprit en nous piégeant dans des cercles vicieux.

F. Kourilsky, Ed. Dunod, 2004, 28€

Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens



Watzlawick disait « on ne peut pas ne pas manipuler ». Dans ce registre, ce très concret et perturbant « petit traité » apprend notamment comment mettre le « pied dans la porte » ou « Comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire ? ».

L'auteur tiendra par ailleurs une conférence sur « La psychologie

de l'engagement ou l'art d'obtenir sans imposer », le 28 juin 2006 à 20h à Louvain-La-Neuve (*lire article p. 13*)

R-V Joule, Presses Universitaires de Grenoble, 2002, 20 €.

Les comportements de santé et leurs changements

Rapide aperçu (16 pages) des différentes théories sur les changements de comportements (pas seulement en santé)

téléchargeable sur : www.uicc.org/fileadmin/manuel/comportements.pdf

Mais encore...

N'hésitez pas non plus à contacter les équipes de recherche de la plupart des Facultés universitaires de psychologie, sciences sociales ou de l'éducation, histoire de faire davantage collaborer travailleurs de terrains et chercheurs, et ainsi construire scientifiquement les actions éducatives visant les comportements.

Communication: user sans abuser

Ados, comment on vous manipule



Les stratégies visant les changements de comportements sont évidemment aussi (sur-tout) utilisées à des fins commerciales. Et doivent alors être dénoncées et démontées. C'est le pari de cet ouvrage qui, à force d'exemples, montre aux ados qu'ils sont « cernés » de partout.

V. Malher, Albin Michel, 2004, 14,45 €.

Communiquer sur le développement durable

Comment produire des campagnes publiques efficaces. Ce guide montre comment exploiter les outils de communication pour promouvoir des styles de vie plus durables. Orienté « conseils », bien structuré, il s'appuie sur de nombreux exemples concrets à travers le monde. Pour tous ceux qui souhaitent lancer des campagnes de sensibilisation sur ce thème.

PNUE, 2005. Téléchargeable sur www.unep.fr/sustain/



Publicitor

Ouvrage généraliste français sur la communication publicitaire et son évolution. Tous les aspects sont abordés: annonceurs, destinataires, médias, création publicitaire, acteurs et métiers de la publicité, influence sur l'économie, la société, etc. Pour mieux comprendre les armes utilisées. A décortiquer et à débattre.

J. Lendrevie, A. De Baynast et Nicolas Riou, Ed. Dalloz, 47 €.

Pédagogique

Jeunes en santé

Guide à l'intention des élèves et du personnel scolaire leur présentant une multitude de techniques et d'activités concrètes de gestion de classe pour susciter les changements de comportements (pas seulement en santé), la créativité et la confiance des élèves, la réflexion sur son comportement... Incontournable.

www.mels.gouv.qc.ca/dgfi/csc/viescolaire/viescolaire.html

Les médias en jeux

Les médias (écrits, audiovisuels, informatifs, publicitaires...) nous influencent sans cesse. Voici une septantaine de fiches d'animation pour apprendre à les consommer, les décoder, y résister. En jouant avec vos jeunes.

FESC, Ampli Junior et Media Animation
1993, 6€ + 2€ port.
02 242 57 93

Enquêtes de changements

Logiques d'attitudes et de comportements à l'égard de la consommation d'énergie

Toute nouvelle étude d'envergure réalisée sur trois ans par le CRIOC, avec l'ULB et l'ICEDD. On y apprend notamment que l'adoption de comportements économes en énergie est rarement l'expression de motivations d'abord environnementales ou d'économie financière, bien que ce soit ce sur quoi les campagnes de sensibilisation argumentent principalement. Motivation principale : la recherche du confort et du bien-être. Avoir bien chaud et circuler en tenue légère en hiver, par exemple. Autre constat de cette étude surprenante : le consommateur surévalue son comportement économe en énergie. Dans l'étude quantitative, il annonce « bien faire », mais les interviews qualitatives révèlent pourtant une distorsion entre ce qu'il pense (faire) et ce qu'il fait réellement. Il n'éteint pas toujours la lumière, sa maison n'est pas si « bien isolée », comme 50% des personnes interrogées il chauffe son logement à plus de 22 C° en hiver (loin des 19 C° conseillés). Plus de la moitié du millier de personnes interrogées est incapable de citer le moindre montant concernant sa consommation énergétique. La température est une source de conflit dans un ménage sur deux, qui généralement se résout par la satisfaction des besoins de la personne la plus frileuse (plus souvent les femmes et les personnes âgées). 70 % des personnes désirant faire des travaux de chauffage demandent conseil principalement à leur chauffagiste, or l'étude montre aussi qu'il n'y a pas encore de culture de l'énergie dans le secteur de la construction. Elle souligne aussi la méconnaissance de l'existence de primes, particulièrement dans les ménages les plus pauvres (qui en ont donc le plus besoin), aux formalités d'octroi considérées comme très complexes. Méconnaissance donc, mais intérêt : nous sommes prêts à réduire ce que nous percevons comme du gaspillage. Autre signe encourageant : l'étude qualitative souligne l'influence de l'éducation sur ce type de comportements.

Vous trouverez un résumé de cette recherche, et les solutions proposées, auprès de Catherine Rousseau (CRIOC) : 02 547 06 89 - catherine.rousseau@crioc.be et sur le site www.crioc.be

Les actions d'éducation relative à l'environnement et à la nature : étude des publics et des stratégies d'actions



© Natagora

Nouvelle étude de Natagora, avec l'UCL, qui vise à identifier les perceptions qu'ont les publics des problématiques environnementales, les contraintes qui freinent la modification des comportements et la pertinence des processus et des moyens actuellement mis en œuvre en éducation à l'environnement. L'un des constats : il faut tenir compte des avantages concrets (matériels comme symboliques) de l'engagement, et non proposer des actes purement altruistes. Notons que la santé individuelle est une de leurs préoccupations majeures. « Agir si les autres font de même » semble également primordial pour l'ensemble des interviewés. Et de suggérer aux organisations de proposer des activités festives, à la carte et ponctuelles à proximité des citoyens, histoire de créer des liens...

Pour recevoir cette étude, contactez Paul Gailly (Natagora) :
04 250 95 93 - paul.gailly@aves.be

Citons également les enquêtes successives sur l'éco-consommation en Wallonie disponibles auprès du Réseau Eco-consommation :
071 300 301 - www.ecoconso.be/publications

dossier

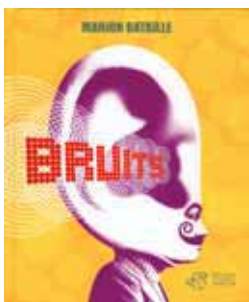
Copain de la Terre



Le petit dernier des toujours très efficaces « copain de... » propose aux enfants (dès 8 ans) de mieux comprendre la vie sur Terre et les menaces qui pèsent sur elle, en faisant « le tri » entre les peurs irrationnelles et les inquiétudes justifiées. Outre les relations étroites qui lient tous les êtres vivants, le futur « jardinier planétaire » y découvrira les façons d'agir, pour une écologie qui ne lutte pas seulement pour l'environnement mais aussi pour l'émancipation des femmes ou encore la promotion de la démocratie et de la liberté. Une quantité d'informations à traduire en réflexions et en actions.

Hélène & Robert Pince, Milan jeunesse, 256 p., nov. 2005. 22,60 €

Bruits



Ici, par la magie de la créativité, de l'image et des couleurs, le bruit nous explose... aux yeux ! L'auteur nous fait suivre le douloureux voyage de Louis (l'ouïe) - personnage hybride - du lit à la ville, de la mer à la campagne. En guise de texte : un enchaînement de lettres et d'onomatopées, style Batman version 70's. Le lecteur prête sa voix pour relier des sons savamment organisés. Un album très pop pour parler des bruits qui nous entourent, théma-

tique souvent délaissée par les éditeurs. A mettre dans toutes les mains et toutes les bibliothèques.

Marion Bataille, Ed. Thierry Magnier, 40 p., mars 2005. 13,50 €

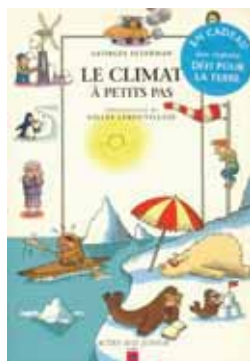
Ma boîte à graines concentré de vie, trésor d'activités



Cette boîte à trésors vous fera décortiquer les graines : qui sont-elles, comment voyagent-elles, comment grandissent-elles, que faire avec elles ? En découvrant la centaine d'activités proposées, impossible de ne pas voir ses doigts tourner au vert, de ne pas s'improviser chef coq, petit botaniste, meilleur ami des oiseaux ou encore super parent, animateur(trice), enseignant(e)... Coup de cœur !

Mathilde Fournier & Frédéric Lisak, Ed. Plume de carotte, nov. 2005. 16,50 €

« La géologie à petits pas » et « Le climat à petits pas »



Après l'eau, l'énergie, la ville... la collection « à petits pas » s'agrandit encore et toujours par la découverte des roches (et des ressources naturelles de la terre) et par les phénomènes, courants ou non, du climat. Les textes et les illustrations nous offrent le plaisir de découvrir deux sujets pourtant pas toujours faciles à comprendre !

Ed. Actes Sud Junior, déc. 2005. 12,50€

Kit pédagogique sur la lutte contre la désertification

Ce coffret utile, pratique, concret et aéré, réalisé pour les enseignants et élèves de 10-14 ans, répond aux « comment - quand - où - qui - pourquoi » de la désertification, alors que ce thème fait l'objet d'une « année internationale » en 2006. Par une BD, une carte, des informations, 12 études de cas dans le monde et le tout accompagné de plus de 120 activités proposées aux élèves (à mettre en œuvre plutôt dans les zones où la désertification avance).

Ed. UNESCO (0033 1 45 68 57 37 - upo.vente@unesco.org), 30 €

Le grand livre de la biodiversité

Sur le principe de grandes doubles pages illustrées, l'ouvrage propose une approche en double lecture enfants/ adulte - du b.a.-ba de la biodiversité et de son évolution.

Gérard Lacroix & Luc Abbadie, CNRS Editions, 64 p., 2005, 18€ www.cnrseditions.fr

Éducation à l'environnement : de soi au monde

La revue « Pour » du groupe de recherche pour l'éducation et la prospective consacre un dossier à « l'éducation à l'environnement : de soi au monde » et donne parole ainsi à plusieurs ténors de l'éducation relative à l'environnement (ErE), de l'éducation, de la philosophie. Ces auteurs invitent à « reconstruire le rapport au monde » en analysant sous divers angles les contributions de l'ErE : ErE et globalisation, nouvelle éthique, responsabilité des éducateurs, partenariats, réseaux d'innovation, expériences réussies... Matières à réflexion assurées.

« Pour », n° 187, septembre 2005, 226 pages, 20 € (0033 - 1 55 33 10 40) - www.grep.fr

L'eau à la maison ... et au jardin

Terre vivante, le spécialiste

français de l'écoconstruction et du jardinage biologique, vient d'éditer coup sur coup deux ouvrages sur la gestion écologique de l'eau. Le premier de ces deux guides permet de comprendre comment l'eau est gérée en France et quels en sont les enjeux. Il fournit surtout les informations permettant d'agir : des astuces simples (pour réduire sa consommation, accéder à de l'eau de qualité...) aux installations élaborées (récupération d'eau de pluie, toilettes sèches, phyto-épuration...). Le second donne tous les renseignements et trucs utiles pour économiser l'eau dans son jardin tout en prenant soin de ses plantes.

« Le guide malin de l'eau au jardin. Ecologie et économie », Jean-Paul Thorez, Ed. Terre vivante, 160 p., 2005. 22 €

« L'eau à la maison, mode d'emploi écologique », Sandrine Cabrit-Leclerc, Ed. Terre vivante, 192 p., 2005. 25 €,

Nouvelles vertes

Neuf auteurs français de littérature jeunesse, neuf courtes nouvelles, souvent futuristes et plutôt pessimistes. Déforestation, hyperpollution de l'air, accident nucléaire... Une vision assez noire du futur, mais dans le but d'inciter les ados (dès 12 ans) à prendre conscience de la fragilité de la Terre. Et à agir dès maintenant ? On pointera néanmoins « Chasse aux gorilles », qui propose une analyse plus fine et optimiste de l'interaction complexe entre protection de la biodiversité et droits des populations locales.

Ed. Thierry Magnier, 139 p., 2005, env. 7€

Ecoles en route vers la gestion environnementale



On connaissait l'asbl Coren pour les audits environnementaux qu'elle fait percoler dans de nombreuses écoles. Trois d'entre elles allant même jusqu'à adopter un « SME » (Système de Management Environnemental) et se voir certifier internationalement « ISO 14001 ». Un « machin environnemental technique » qu'elles ont exploité pédagogiquement. L'objet de ce joli guide et de son CD-Rom est de vous livrer les témoignages de ces 3 écoles pilotes et les étapes qu'elles ont suivies dans cette route vers plus de cohérence. Cohérence entre le discours et les actes, entre les missions éducatives et les exigences de « bonne gestion », entre l'enthousiasme des enseignants pour un monde solidaire et responsable et le fonctionnement de la structure scolaire. Les enseignants et directions y trouveront les principaux éléments à intégrer, des outils utiles, des

témoignages, des expériences à mener en classe...

Diffusé gratuitement, sur demande, par Coren asbl : 02 640 53 23. Avec le soutien de la Région wallonne.

La Fête des Arbres



Benjamin Stassen nous offre ici un nouvel ouvrage sur les arbres. Dans cet « album du Centenaire : 100 ans de protection des arbres et des paysages à Esneux et en Wallonie (1905 - 2005) », l'écrivain-photographe retrace un siècle de protection du patrimoine dendrologique en Wallonie, un siècle d'actions qui sont à la base des premières lois de

protection des arbres, mais aussi de sites remarquables. Un album luxueux, parsemé de quelques magnifiques photos « stassenoises ».

Benjamin Stassen, Ed. Antoine Degive, 224 p., 2005. 30 €

Spectacle "Chut ! que de bruit"

Après "Africalou" et "Aria", le Théâtre Zanni nous propose son nouveau spectacle axé sur notre environnement sonore : "Chut ! que de bruit". Face à la conteuse « qui porte ses histoires dans sa robe », les petits de 3 à 8 ans sont invités à rentrer dans le monde des sons emprisonnés, d'un homme aux tiroirs et d'un musicien qui fait danser les silences... et les notes de musique ! Quarante minutes pour parler d'une autre manière d'environnement, pour apprendre à écouter. A vivre !

Un dossier pédagogique accompagne le spectacle. Zanni se déplace dans les éco-

les pour un contact réel avec les enfants et leurs enseignants.

T : 010 65 77 72, zanni@swing.be

Un petit cadeau de rien du tout

Mooch, le chat, se creuse la tête pour trouver un cadeau à son meilleur ami, Earl le chien. Mais que peut-on offrir à quelqu'un qui a tout? Rien. Mais où achète-t-on rien? Une petite fable philosophique et tendre sur la surconsommation, où l'on apprendra que le plus beau des cadeaux est l'amitié. Un ouvrage alliant de si belle manière dessin, texte et message est rare!

De 3 à 133 ans.

Patrick McDonnell, Editions du Panama, 2005. 14 €



- ◆ n° 26 : Alimentation ◆ n° 27 : Publicité verte, Pub à l'école ◆ n° 28 : Énergie
- ◆ n° 29 : Art et Environnement ◆ n° 30 : Éco-tourisme ◆ n° 31 : Patrimoine
- ◆ n° 32 : Propreté publique ◆ n° 33 : Internet ◆ n° 34 : Opération Sources
- ◆ n° 35 : Audit environnemental
- ◆ n° 36 : Mobilité ◆ n° 37 : Forêt
- ◆ n° 38 : Animation ◆ n° 40 : Développement durable ◆ n° 42 : Parcs et Jardins
- ◆ n° 43 : Patrimoine ◆ n° 44 : Cadre de vie et participation ◆ n° 45 : Environnement et Santé ◆ n° 46 : Habitat écologique ◆ n° 47 : Migrations
- ◆ n° 48 : Mesurons les pollutions
- ◆ n° 49 : De l'ErE au Musée ◆ n° 50 : Paysages ◆ n° 51 : L'ErE à l'école ◆ n° 52 : Consommation responsable ◆ n° 53 : Émois... et moi dans la nature ◆ n° 54 : Touristes or not touristes? ◆ n° 55 : Vous avez dit développement durable? ◆ n° 56 : Air & climat ◆ n° 57 : CréActivités
- ◆ n° 58 : Aux fils de l'eau ◆ n° 59 : Pour tout l'ErE du monde ◆ n° 60 : Silence, on écoute ◆ n° 61 : Déchets : ras-la-planète
- ◆ n° 62 : L'environnement au programme des écoles ◆ n° 63 : La planète dans son assiette. ◆ n° 64 : Biodiversité ◆ n° 65 : Énergie ◆ n° 66 : Santé et environnement ◆ n° 67 : Mobilité ◆ n° 68 : Milieu rural ◆ n° 69 : Environnement urbain ◆ n° 70 : Comment changer les comportements ?

À paraître - n° 71 : Mer et littoral

Déjà 70 numéros parus

Pour vous procurer un numéro de SYMBIOSES ou un abonnement, deux possibilités :

✎ Verser directement le montant sur notre compte avec les numéros choisis de « SYMBIOSES » (3 € + frais de port). Pour recevoir régulièrement SYMBIOSES (trimestriel, un an) : verser 10 € avec la mention « Cotisation SYMBIOSES ». (14 € pour l'étranger)

✎ Renvoyer ce bon par courrier ou par fax en cochant les mentions utiles et en indiquant :

Nom et prénom : _____

Fonction : _____

École/organisation : _____

Adresse : _____

Localité : _____

Code postal : _____ Téléphone : _____

E-mail : _____

Je verse à ce jour la somme de _____ € sur le compte du Réseau IDée

Je souhaite une facture oui non

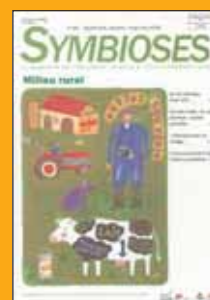
Date _____ Signature : _____

Compte n° 001-2124123-93

La commande sera expédiée dès réception du paiement.

Bon de commande également disponible séparément au Réseau IDée, 266 rue Royale, 1210 Bruxelles (Tél. : 02/286 95 70 - Fax : 02/286 95 79 - symbioses@reseau-idee.be).

Commandez SYMBIOSES depuis notre site web : www.reseau-idee.be.



Surtout n'oubliez pas de donner un petit coup de fil avant toute activité. Les horaires, les dates et les lieux peuvent changer en dernière minute...

Activités pour tous

Dring Dring



Du 14 au 19/5, l'occasion de se (re)mettre en selle pour les bruxellois.

Fête du Vélo : le Di 14/5 au Cinquantenaire (véloparade, circuit vélo « culturel », activités variées...) A vélo à l'École : le Me 17/5. A Vélo au Travail : le Ve 19/5, dès 7h points petits déjeuners dans la ville...

Nouveau : A vélo au ciné : Ve 19/5 dès 20h au Parc de Bruxelles. Infos et programme : Pro Vélo (02 502 73 55) - www.provelo.be

Land Art à la traversée des chemins

Les samedis 13 mai et 10 juin de 9h30 à 17h30 à Buzenol. Cet atelier vous propose de créer ou d'aménager un chemin à travers une pratique artistique « Land Art ». Assemblage, sculpture, peinture, installation en milieu naturel dans le cadre de balades randonnées (6 km).

Infos/réservations : Tribal Souk 063 45 65 21 ou 0473 49 28 50 Paf: 6€/jour

Ces ateliers seront animés par Anneke LAUWAERT (sculpteur) et Jean-Claude BERGUET (guide et accompagnateur nature)

Grenouilles dans la Nuit

Sa 20/5 à 20h, à la veille de l'événement « La Nature en Fête », Grenouilles dans la Nuit regroupe toutes les balades nocturnes (gratuites) qui partiront à la découverte des batraciens de nos régions. A Seraing par exemple, vous pourrez découvrir le site du Bois de la Vecquée via le sentier illuminé tout en participant à des animations, en regardant un film, une expo photos nature, en écoutant un conte, ...

Bienvenue aux enfants et personnes à mobilité réduite accompagnés. Vêtements et chaussures adaptés, lampe de poche conseillée. Retrouvez toutes les infos en téléchargeant le programme complet de la Nature en Fête sur www.natagora.be - 081 830 570

Fête de l'Environnement

Di 4/6, la veille de la journée mondiale de l'environnement, le Parc du Cinquantenaire accueillera tous ceux qui œuvrent pour l'environnement. L'occasion pour le public de mieux connaître les associations actives en



Région bruxelloise, de participer à des animations, de repartir avec des idées, des projets plein la tête, un carnet d'adresses rempli de nouveaux contacts, ... Di 4 juin dès midi. Le Réseau IDée sera présent !

Plantes à Sons

Di 11/6, de 10h à 18h, dans le cadre de l'événement « Village ouvert et fleuri », le Centre de Recherche en Education et en Environnement (Cree Asbl) vous invite à découvrir le jardin des Plantes à Sons, qui ouvre exceptionnellement ses portes au public. Comment faire résonner des coquilles de noix ?

Comment souffler dans une cupule de gland ou frotter un brin de jonc afin que le son soit audible à 5 kilomètres à la ronde ? Comment aussi réaliser des décors sonores et diriger des polyrythmies de sons issus d'objets sonores réalisés en matières naturelles, ... ?

Cette journée pourra se vivre à pied ou à vélo : deux circuits pédestres (inscription au 081/ 58 28 91) et un circuit cyclo vous ont été concoctés. Jardin des Plantes à Sons, Chaussée de Gramptinne 70 à 5340 Faulx-les-Tombes. Infos : 083 670 342 - 345

La Forêt de Soignes, un peu, beaucoup, ...

Les Amis de la Forêt de Soignes proposent au public, environ tous les trois jours, des balades thématiques : chants d'oiseaux, annonce du printemps, vélotours guidés, ... Retrouvez tous les programmes de balades sur: www.soignes-zonien.net/events T. 0479 78 24 54

Le carnet de l'explorateur

Ce carnet recense les animations proposées de mars à octobre par l'Espace Naturel Lille Métropole, sur les sites qu'il gère. 110 rendez-vous, dans une quarantaine de communes de la métropole lilloise. Téléchargeable sur:

www.lillemetropole.fr > onglet « Espace Naturel Lille Métropole »

Conférences, colloques, rencontres

Colloque sur l'éducation vers le développement durable, en Suisse

Me 10/5, à Neuchâtel (Suisse). Cette rencontre, organisée par la Fondation Education et Développement (FED) et la Fondation Suisse d'Education pour l'Environnement (FEE) portera sur la thématique des Agendas 21 scolaires. Elle aura lieu le mercredi 10 mai 2006, 13h30 - 17h00, dans les bureaux d'Ecoparc à Neuchâtel (Suisse). Plus d'infos : www.educ-envir.ch/agendascolaire

Mercedis durables

Me 24/05/2006. « Alicaments, pour faire passer quelle pilule ? » Abus et pertinence des compléments alimentaires. Nos aliments (produits dans des conditions trop intensives ?) ne seraient plus complets. Il leur faut des compléments. Vrai ou faux ?

Me 21/6. « Du GSM- congélateur à la brosse à dents de 6 Mios de pixels, le Aie tech dans tous ses états ». Enfer pavé de bonnes intentions ? Faut-il sacrifier à l'emballage des technologies, et se laisser emballer par les offres alléchantes du marché du Hi-Tech ?

Dans les locaux de l'asbl «Barricade» rue Pierreuse, 19-21 à 4000 Liège de 19h45 à 22h. 1 € la séance.

Infos : CRIE de Liège (04 250 75 00) - crie.liege@education-environnement.be

Colloque EDD en France

Le Comité français de la Décennie des Nations Unies de l'Education pour le Développement durable organise du 14 au 16/6, à Paris, un colloque intitulé « Avancées et propositions en matière d'éducation pour le développement durable ». Ce colloque doit permettre de dresser un panorama des principales avancées en matière d'éducation au développement durable (EDD), d'échanger des informations et de présenter des expériences de bonnes pratiques afin d'élaborer des recommandations pour des développements futurs.

Plus d'infos : www.ecologie.gouv.fr/agenda et www.planetere.org

Engagez-vous

Me 28/6 à 20h. « La psychologie de l'engagement ou l'art d'obtenir sans imposer » par Robert-Vincent Joule, psycho-sociologue français auteur du « Petit traité de manipulation à l'attention des honnêtes gens » et de « La soumission librement consentie ».

Conférence organisée par le réseau des CRIE de la Région wallonne à Louvain-La-Neuve. Inscription

obligatoire. Prix 5 € et 3 € étudiants. Infos : Maximo Foncea (071 879 878) - maximo@crivillers.be

Ateliers, stages, formations

Stages d'Eté

Consultez vite le catalogue des stages d'été inséré dans ce Symbioses !! Vous pouvez également obtenir gratuitement des exemplaires en appelant le Réseau IDée au 02 286 95 70. D'autres stages sont également recensés sur le site www.reseau-idee.be, à la page agenda !

Formation aux techniques d'animation en ErE

Formation de 4 jours (dont 3 jours en résidentiel) à Liège, les 19, 20 et 21/5 et 2/6. Des outils et des techniques d'animation en Education relative à l'Environnement (ErE). Un apport pédagogique et méthodologique. Pour toute personne ayant une expérience de "terrain" dans l'animation, la sensibilisation et la formation. 100 €. Organisée par l'Institut d'Eco-Pédagogie. Cette formation aura également lieu les 29, 30 septembre, 1er et 6 octobre à Liège.

Infos et inscription IEP (04 366 38 18) - www.institut-eco-pedagogie.be

Développement durable et mobilité

Du 23 au 25/5 (en résidentiel), à Liège. Le CRIE de Liège et l'Institut d'Eco-Pédagogie vous proposent une formation « Développement durable et mobilité » combinant pédagogie et approche globale.

Infos et inscription : Crie de Liège (04 250 95 83) - crie.liege@education-environnement.be

Concours

« Biennale 2006 de l'Etrange » : appel aux artistes

Envie d'exposer vos sculptures et interventions dans la nature, de les rendre visibles aux visiteurs du Sentier de l'Etrange ? La biennale est accessible à tous les artistes, amateurs comme professionnels. Le règlement et le dossier de candidature de la biennale peuvent être obtenus sur le site www.watkynne.be et au +32(0)68 54 42 17. Date limite de dépôt des dossiers: le 20 mai 2006. Les œuvres retenues sont récompensées par des prix. Lieu : commune d'Ellezelles - Pays des Collines

Recevez ces infos par e-mail...

Pour recevoir par courriel les stages, activités, formations, expositions organisées ici et là, toute l'année, inscrivez-vous à notre newsletter périodique Infor'ErE. Il suffit d'envoyer votre demande à infor.ere@reseau-idee.be