

DEMARCHE GRAND PUBLIC DU PLAN CLIMAT LOCAL DE GRENOBLE-ALPES METROPOLE

CONTRIBUTION DU CONSEIL DE DEVELOPPEMENT

Sommaire

Cadre de réflexion / contexte	p.4
Rappel saisine	
Forces et faiblesses du territoire pour amener des changements de comportement favorable à la réduction des émissions de CO2	
Les obstacles au changement de comportement	
La contribution	p.7
1/ Promouvoir un plan climat local solidaire.....	p.8
• S'adresser aux populations sensibles et éloignées des réseaux traditionnels de communication	
• Développer des outils pédagogiques pour les adultes de demain	
2/ Une approche basée sur les faits et gestes du quotidien et sur la mesure du progrès accompli.....	p.12
• Privilégier les faits et gestes plutôt que les discours	
• Développer et populariser les moyens de mesure et de diagnostic	
• Expérimenter des formes innovantes de communication	
3 / Une approche à différents niveaux pour être au plus proche de chacun.....	p.18
• La valorisation et le développement du réseau associatif du territoire	
• Montrer l'exemple en agissant au niveau des institutionnels, employeurs, organisations syndicales	
4/ Vers un message positif d'espoir : imaginer la fête du climat.....	p.22
Plan d'actions	p.23
Annexes	p.24
La méthodologie	
Réponses au questionnaire : Sensibiliser le grand public aux enjeux climatiques.	
Éléments de perspectives du JPA sur la ville de l'après pétrole	

Extrait du courrier de saisine du conseil de développement adressé par Marc Baietto, Président de Grenoble-Alpes Métropole à Jean-Jacques Payan, Président du conseil de développement.

« En cohérence avec la Charte de la participation de la Métro, les conseillers communautaires ont décidé, par délibération du 2 juillet 2010, de saisir le Conseil de Développement sur l'élaboration de la démarche grand public du plan climat local.

La Métro a engagé cette année plusieurs actions de mobilisation à destination des citoyens autour des enjeux énergétiques, ouvrant ainsi un troisième volet du plan climat local, complémentaire au plan climat interne et à la dynamique institutionnelle. Citons notamment le projet Médiaterre pour sensibiliser des ménages aux écogestes en porte à porte avec l'association Unis-Cité, le « Jeudi du Projet d'Agglo » du 30 septembre 2010 sur le thème « Vivre la ville de l'après-pétrole ? », la mise en ligne en 2011 d'une plateforme internet avec des outils de calcul des émissions de CO₂ dans le cadre du projet européen « Rêves d'avenir ».

Pour construire une démarche globale de mobilisation des habitants sur le territoire, le second semestre 2010 sera consacré à identifier, avec les communes, les associations et les instances de participation, les initiatives exemplaires sur l'agglomération, ainsi que les attentes et recommandations des différents acteurs. La synthèse des travaux des différents groupes de travail permettra de construire en début d'année prochaine un dispositif cohérent pour la période 2011-2014, précisant notamment les acteurs impliqués, les outils, les moyens, un calendrier, les résultats escomptés, les méthodes d'évaluation envisagées.

[...]

Les objectifs de la démarche grand public du plan climat sont à la fois :

- quantitatifs : sensibiliser le plus grand nombre d'habitants aux enjeux climatiques afin de réduire massivement les émissions de CO₂ du territoire, pour cela évaluer et suivre l'impact des actions dans la durée, et
- qualitatifs : encourager les changements effectifs de comportements au niveau individuel, en particulier auprès de publics peu touchés par les démarches habituellement déployées.

Dans ce cadre, la Métro souhaite plus particulièrement recueillir les recommandations du Conseil de Développement sur les points suivants :

- Quels sont selon vous les publics à cibler prioritairement dans le cadre de cette démarche grand public ?
- Quels sont les relais, en contact avec les habitants, qui pourraient être mobilisés pour créer une dynamique sur le territoire ?
- Comment voyez-vous le rôle de la Métro dans cette démarche de mobilisation des citoyens de l'agglomération ?
- Comment innover en matière de communication à la fois sur le fond (comment dépasser un discours environnemental souvent alarmiste et moralisateur et donner envie au citoyen de s'engager) et sur la forme (quels outils de communication pour s'adresser aux différentes cibles identifiées) ?
- Comment faire vivre dans la durée un réseau d'acteurs sur l'agglomération autour la mobilisation des citoyens ? »

Forces et faiblesses du territoire pour amener des changements de comportement favorable à la réduction des émissions de CO2

> Approche SWOT réalisée par les étudiants du Master Techniques, Science et Démocratie de l'IEP de Grenoble

	FORCES	FAIBLESSES
HABITAT	Action importante d'isolation extérieure sur la Métropole	Encore de nombreux logements, notamment construits avant 75, qui ont une efficacité énergétique médiocre
TRANSPORT	Fréquence des tramways. De nombreuses initiatives de covoiturage et d'autopartage Augmentation de la part modale vélo sur Grenoble (voir EMD 2010)	« Le manque criant de coordination des transports entre les différentes zones géographiques de la métropole est un frein au développement de nouvelles alternatives de déplacement. La voiture représente encore 48 % des déplacements quotidiens »
CHANGEMENT DE COMPORTEMENT	Sensibilité écologique importante : ville la plus étudiante	Manque de cohérence par rapport à ces idées : cas des étudiants. Un des plus mauvais tri des déchets en France : 35% de refus à Athanor
EFFICACITE DES RELAIS POUR LE PLAN CLIMAT	Réseau important d'associations dont l'objet s'inscrit dans le plan climat	Coordination à améliorer. Mauvaise image de la Métro chez certaines associations
	OPPORTUNITES	MENACES
HABITAT	Profiter du HQE pour avoir un parc immobilier le plus neutre et le plus efficient	Hausse de la précarité énergétique
TRANSPORT	Mailler le réseau multimodal : tramway, bus, train, covoiturage, autopartage, pedibus, bateau, Attirer le grand public vers ces modes de transports par l'économie d'argent et la distraction (pouvoir se divertir dans le tramway) Conduite douce	Fragmentation accentuée du territoire
CHANGEMENT DE COMPORTEMENT	Impliquer les enfants pour responsabiliser les parents simplifier le tri Communiquer sur l'effet « précurseur »	Précarisation implique que le plan climat soit un problème de second ordre Effet de rebond
EFFICACITE DES RELAIS	Investir dans une réelle consultation globale des relais. 400 000 habitants : beaucoup d'idées à corréliser et à relier entre elles. La Métro doit montrer l'exemple.	Image controversée du politique et de la Métro viabilité du monde associatif (pérennité des structures ?)

Les obstacles aux changements de comportement

Extrait de la contribution des étudiants de l'IEP de Grenoble :

La sensibilité de « grand public »

Dans un premier temps, il nous a semblé nécessaire dans une approche « grand public » de nous pencher sur l'opinion, les sensibilités ainsi que la connaissance voire les compétences de ce grand public afin d'établir un premier « état des lieux ». Cet état des lieux nous a servi de référentiel, représentation grossière des tendances d'opinions actuelles.

Cette première lecture statistique n'apporte cependant pas un éclairage précis de la situation : nous nous considérons comme sensibles aux sujets qui traitent de réchauffement climatique que nous considérons pour la majorité comme une menace, toutefois nous sommes très peu à même de changer !

Quelques sondages :

- TNS-SOFRES (Novembre 2008) → 96% de la population française se dit inquiète à l'égard de l'environnement tandis que seulement 27% d'entre nous se déclarent prêts à changer.
- IFOP pour Le Monde (09/11/2010) → 56% de la population française considère le réchauffement climatique comme une menace.

Ainsi, lorsque l'on s'interroge sur ce que les français jugent comme inquiétant aujourd'hui, un constat s'impose : les questions du changement climatique et de la pollution des villes régressent (ainsi que celle du nucléaire), tandis que les inquiétudes concernant l'industrie et l'alimentation progressent. Ces tendances de société sont à rapporter au climat social global, peu propice aux questions de développement durable en temps de crise, ou tout au plus de sortie de crise balbutiante.

Ce constat d'une sensibilité partagée mais statique dans sa démarche de changement de comportement représente le défi central du Plan Climat Local et de son approche grand public. Suite à nos entretiens nous ferons le constat à de multiples reprises de la difficulté de passer à « l'étape suivante ». Ce constat admis est récurrent dans la majorité de nos entretiens. Celui-ci est en effet lié à de nombreux obstacles sociétaux, culturels, économiques et individuels qui seront étudiés par la suite. Dans cette analyse du réseau d'acteur, nous les avons interrogés sur leur perception individuelle du Plan Climat. De façon plus générale, nous les avons interrogés sur « comment impliquer le grand public dans le PCL ? » et quelles étaient, selon eux, les conditions d'un changement pérenne.

(...)

Par ailleurs, la préoccupation du réchauffement climatique semble secondaire. En effet, elle n'arrive qu'en 6ème place dans le baromètre des préoccupations des français, derrière le chômage, le pouvoir d'achat, la santé, la sécurité et les retraites³. Le message grand public semble donc devoir adopter une thématique alternative afin de trouver un auditoire. En effet, en lien direct avec l'individu, ces préoccupations semblent plus considérées alors que l'environnement et ses effets sont souvent peu visibles, dilués dans l'espace et le temps. Il est vrai que lorsqu'on parle du climat, on raisonne sur le long terme et à l'échelle mondiale ce qui ne facilite pas son appropriation par le grand public. L'individu n'étant pas l'expression directe de son comportement (comme pourraient l'être les conduites addictives par exemple) celui-ci adopte une position détachée de son impact personnel, dilué dans celui de ce grand public, dont pourtant il fait parti. Par ailleurs, cet impact est difficilement évaluable et donc reste discret ce qui favorise son occultation.

Introduction

La démarche grand public du plan climat local de la Métro interroge plusieurs notions complexes : celles de l'engagement et de la responsabilité de chacun face à un risque climatique qui impactera la vie de tous, celle d'une communication destinée à toucher le maximum d'individus sans transmettre un message alarmiste, celle de mobiliser dans la durée un réseau d'acteurs sans l'essouffler, etc.

Le grand public est un terme qui ne recouvre pas de réalité, le plan climat concerne tous les citoyens, et s'il fallait identifier le public destinataire d'une large sensibilisation aux enjeux climatiques, le conseil de développement répondrait que chaque individu est concerné. C'est donc de façon solidaire qu'il faudra agir pour pouvoir constater des impacts à cette démarche collective, et c'est individuellement que chaque personne prendra la décision de s'engager à modifier ses comportements.

En s'adressant à tous, il faudra prendre garde à ne pas exclure les populations les plus fragiles, qui risquent de pâtir en premier des effets de la crise énergétique. Il faudra imaginer un plan d'action spécifique s'adressant aux adultes de demain, peut-être les plus à même de prendre conscience de l'intérêt de préserver l'environnement pour l'avenir.

L'engagement de tout un chacun sera certainement favorisé par le rapprochement entre un diagnostic local de la situation, compréhensible et partagé, des actions simples et mesurables à mettre en œuvre, un intérêt pécuniaire parallèle à un intérêt écologique et un impact localisé améliorant le cadre de vie des habitants (qualité de l'air, santé, ...).

Permettre aux habitants de l'agglomération d'agir en citoyens éclairés nécessite un effort considérable de communication sur les éléments chiffrés concernant le climat. Si tout un chacun ne pourra pas avoir un comportement parfait, cette démarche grand public du plan climat confiera à tous la possibilité d'essaimer autour d'eux quelques gestes, qui, au fur et à mesure de son déploiement dans le temps, réduiront les impacts négatifs de l'activité humaine sur notre territoire.

Enfin, dans l'objectif de valoriser les démarches initiées sur le territoire de l'agglomération et de donner un caractère positif et festif aux actions en faveur du plan climat, une fête du climat pourrait être inventée.

Une telle réflexion pourra être renouvelée tous les deux ans, afin d'évaluer l'ampleur des changements de comportement et d'agir pour améliorer les pistes d'actions envisagées.

1/ Promouvoir un plan climat local solidaire

S'adresser à tous et particulièrement aux populations sensibles et éloignées des réseaux traditionnels de communication

Anticiper l'arrivée d'une rupture et/ou d'une situation coercitive : la raréfaction des ressources énergétiques ou l'intégration des émissions de carbone dans le coût de l'énergie conduiront à une augmentation du prix de l'énergie qui touchera en premier les populations à faibles ressources. Les personnes les plus éduquées et ayant un certain niveau de vie pourront certainement s'adapter sans trop de problèmes, en revanche les populations plus fragiles risquent de ne pas savoir comment faire. La Métro a donc un rôle à jouer dans l'accompagnement et la préparation des populations à la raréfaction des ressources énergétiques. Il s'agit d'éviter que se creuse une fracture énergétique qui accentue les inégalités économiques.

Public visé : les personnes en difficultés, en marge de la société : les personnes précaires, les personnes âgées, les handicapés, les malades, ... aller vers ceux qui ne sont pas dans le système, et qui n'ont pas pour première préoccupation de réduire leurs émissions de CO2. Ces populations sont déjà exclues de nombre de politiques publiques, elles ne doivent pas à nouveau rester spectatrices et en dehors d'actions anticipatrices du changement qui concernent l'ensemble de la population. Le développement durable ne peut qu'être solidaire, un effort de communication et d'intégration des personnes en difficulté doit être une priorité. Cela permettrait de valoriser des initiatives de jeunes en quartier défavorisés comme le fait Unis-Cité. A chaque fois que cela est possible, un lien entre les objectifs du plan climat et les solidarités devrait être fait, à travers notamment l'aide à la réduction de la facture énergétique.

Quelques actions recensées :

- Unis-Cité : service civique et projet Médiaterre
- ADTC : remise en selle des adultes précaires : le vélo devient outil d'insertion
- Station Mobile : plateforme de mobilité /emploi , valorisation des transports doux, auto école solidaire
- Un toit pour tous : lutte contre la précarité énergétique
- EDF : Observatoire de la précarité énergétique

Les problématiques liées à ce public :

- > traiter la question de la précarité énergétique
- > inciter les élus à travailler sur les publics handicapés et malades
- > reconstituer la relation jeune à adulte par le développement durable

Les relais : Unis-Cité , ADTC et Station Mobile, CCAS, copropriétés, Un toit pour tous, Alertes, centres de loisirs, bibliothèques, les institutionnels du logement social, GEG, EDF...

Le message :

Mettre à disposition des familles en difficultés des outils pour leur montrer que des changements de comportement sont à leur portée. Cette démarche nécessite un contact individuel avec les familles comme dans la démarche Médiaterre.

Faire le lien entre économie d'énergie et économie pécuniaire : « *Mon geste permet une économie pécuniaire mais en plus c'est bien pour le climat* »

Le développement d'outils pédagogiques pour les adultes de demain

L'éducation au développement durable est indispensable pour faire évoluer les comportements des individus et des groupes sociaux. Cette évolution concerne un spectre large d'actions : de l'écogeste quotidien auquel la répétition donne de l'importance, à l'évolution des formes de consommation en passant par les formes de solidarité.

Cette éducation tient une place importante dans le milieu scolaire, à travers son introduction dans les programmes de l'école primaire, du collège et du lycée. Son ambition est vaste puisqu'elle a pour objectif d'apporter les connaissances et compétences, mais également les attitudes intellectuelles, qui vont permettre aux jeunes d'agir et de réagir face aux grands enjeux planétaires à travers leur action sur le terrain.

Par ailleurs, l'éducation des jeunes contribue à travers les échanges et les débats qui animent les cellules familiales à faire évoluer les comportements d'une part plus large de la société. Toutefois, il convient d'être vigilant à ne pas inverser les rôles, les enfants n'ont pas à devenir les éducateurs de leurs parents.

La communauté éducative est déjà bien sensibilisée à travers les actions de formation académiques ou départementales à ces questions. Mais le renforcement des partenariats peut permettre de mettre en synergie les forces éducatives autour de ces questions, et en particulier pour ce qui nous concerne ici, du climat.

Les relais :

L'école, le collège, le lycée, associations d'éducation populaire, associations nature et environnement ...

École élémentaire ...

Sur de nombreux points, le plan climat de la Métro recoupe les programmes et les objectifs de l'école élémentaire. Il peut donc intéresser les enseignants.

Ainsi, **le préambule des programmes de sciences du cycle 3 énonce que :**

« 1. Les sciences expérimentales et les technologies visent à **comprendre** et à **décrire le monde réel**, celui de la nature et celui construit par l'homme, en vue d'**agir sur lui** et de **maîtriser les changements induits par l'activité humaine**. Leur étude contribue à **faire saisir aux élèves la distinction entre faits et hypothèses vérifiables** d'une part, **opinions et croyances** d'autre part.

2. Observation, questionnement, expérimentation et argumentation pratiqués, par exemple, selon l'esprit de la Main à la pâte sont essentiels pour atteindre ces buts ; c'est pourquoi **les connaissances et les compétences sont acquises dans le cadre d'une démarche d'investigation** qui développe la curiosité, la créativité, l'esprit critique et l'intérêt pour le progrès scientifique et technique.

3. Familiarisés avec une approche sensible de la nature, **les élèves apprennent à être responsables face à l'environnement, au monde vivant, à la santé**. Ils comprennent que le développement durable correspond aux besoins des générations actuelles et futures. En relation avec les enseignements de la culture humaniste et d'instruction civique, **ils apprennent à agir dans cette perspective.** »

Au collège...

Le plan climat de la métro recoupe les contenus des programmes de plusieurs disciplines, de façon directe ou indirecte comme le montre le tableau ci-dessous.

	Histoire-Géographie Education civique	Sciences de la Vie et de la Terre	Sciences Physiques et Chimiques	Technologie
6ème	Mon espace proche L'habitant	Environnement proche: peuplement du milieu et production et recyclage de la matière		Les moyens de transport
5ème	Le développement durable Une action solidaire	Respiration des êtres vivants. Evolution des paysages Influence de l'homme	L'eau dans notre environnement	Habitat et ouvrages
4ème	-	Reproduction sexuée et maintien des espèces dans les milieux	De l'air qui nous entoure à la molécule	Confort et domotique
3ème	De la ville à l'espace rural, un territoire sous influence urbaine	Responsabilité humaine en matière de santé et d'environnement	Utilisation des métaux dans la vie quotidienne	Mise en oeuvre d'un projet

Au lycée, et au lycée professionnel...

L'EDD se retrouve également dans les programmes de plusieurs disciplines. Elle est au cœur des programmes de géographie de seconde. Ces programmes permettent d'acquérir des savoirs disciplinaires dont les synergies se mettent progressivement en place sur l'ensemble du cursus de l'élève. La construction de projets par les équipes éducatives permet de consolider le sens de ce qui est enseigné en lui donnant corps et chair. Mais ces projets ne prennent toute leur dimension que lorsqu'ils s'appuient sur des partenariats avec les acteurs de terrain qui apportent leur connaissance de ce terrain, lequel peut devenir alors support des projets et des études. En tant qu'acteur de ce territoire local, les jeunes sont responsabilisés, ils peuvent mesurer les effets de leurs actions, à différentes échelles de temps. Ainsi, ils **passent de la connaissance à la conscience, du geste appris à l'action choisie et argumentée.**

Les objectifs des partenariats

Pour que les équipes éducatives puissent relayer le plan climat - la Métro compte 144 écoles, 42 collèges, 27 lycées – il serait nécessaire de travailler ensemble, en amont, dans trois directions :

- La mise à disposition des enseignants - peut-être sous forme numérique – d'une information scientifique vulgarisée, organisée, régulièrement mises à jour, sur le périmètre de la Métro et répondant aux programmes de l'éducation nationale (école primaire, collège, lycée, lycée professionnel).
- La conception, le partage et la diffusion d'outils à destination des élèves, (par exemple mallettes pédagogiques permettant la manipulation, les mesures, l'investigation ; jeux de rôle ancré sur le territoire, etc...)
- La proposition de projets éducatifs en partenariat, permettant aux élèves des établissements de s'engager, aux côtés d'autres acteurs, pour améliorer la qualité de vie sur le territoire où ils grandissent.

Les Francas, les conseils municipaux des enfants, centres de loisirs, les petits débrouillards, LPO, la Frapna, la main à la pâte, MJC, centres sociaux, colonies de vacances,

Quelques actions recensées :

- Adayg : promeut les circuits courts notamment dans les cantines scolaires
- ADTC : met en place des pédibus
- Les Agenda 21 scolaires cf. l'action du Conseil Général de l'Isère dans les collèges du département en partenariat avec le Rectorat de Grenoble, l'action du Conseil Régional sur les lycées écoresponsables en partenariat avec le Rectorat, ou le projet « Les Juniors du Développement Durable » de la Communauté Urbaine de Bordeaux.
- Le CCSTI : la Casemate propose des expositions adaptées aux enfants des différentes tranches d'âges (les 3-7 ans qui ne savent pas lire : pour les sensibiliser il est nécessaire de se mettre à leur hauteur de vision et de communiquer à partir d'illustrations ; les 8-12ans et les 15-18 ans).
- « *Mon village au grand air* » : site internet éducatif sur les répercussions environnementales , économiques et sociales de choix d'implantations d'habitat. PNR Vercors et Chartreuse/CAUE38/Rectorat.
- Passion du bois : la maison des collines permet aux enfants d'observer concrètement le changement climatique grâce à l'étude des arbres.
- « *Prenons soin de la planète* » rédaction d'une charte internationale des jeunes, organisation de débats locaux ou nationaux. MondePluriel / Rectorat
- « *Climat et société. Climats passés, passage de l'homme, climats futurs: repères essentiels* ». Un ouvrage, subventionné en partie par la Metro, publié aux éditions Scéren (CRDP de l'Académie de Grenoble). Destiné aux enseignants et aux étudiants, ce livre s'adresse aussi à un plus large public puisqu'il répond de manière précise aux questions les plus souvent exprimées dans la presse et le débat public



Le message :

Il faut être attentif à **ne pas diffuser une vision catastrophiste** du présent ou de l'avenir : le public est constitué d'enfants et d'adolescents, il convient de ne pas leur véhiculer l'idée d'un avenir non viable mais, au contraire, de leur montrer qu'il existe un certain nombre d'enjeux qui sont autant de défis à relever.

Il est également indispensable de **ne pas tomber dans un dogmatisme** qui n'a rien d'éducatif. Il convient d'aider les jeunes à se construire leur propre opinion en prenant en compte les enjeux environnementaux, mais également sociaux et économiques, et non de leur apprendre ce que l'on pense être les bons choix.

Il paraît nécessaire de **donner concrètement les moyens d'observer les changements. S'appuyer sur des faits, concernant des territoires que les enfants côtoient quotidiennement ou fréquemment** : démontrer, étayer, construire des raisonnements pour éclairer. Par exemple, la mesure des consommations énergétiques d'une école, d'un collège ou d'un lycée avant et après la mise en place d'actions permet de faire émerger l'impact que peut avoir tout un chacun, ou inversement, l'inutilité de certaines actions mal ciblées. Mais également de **confronter** ces faits à ceux observés dans d'autres écoles/collèges/lycées d'autres régions, d'autres pays, afin de mieux prendre conscience de la spécificité du territoire, de partager les expériences, de profiter de celles des autres.

Dans le cas d'une école, la ville pourrait reverser 50% des économies réalisées à l'école pour conduire de nouveaux projets, et engager les 50% restant dans des mesures collectives permettant de préserver le climat.

2/ Une approche basée sur les faits et gestes du quotidien et sur la mesure du progrès accompli

Privilégier les faits et gestes plutôt que les discours

Public visé : chaque individu dans son quotidien à travers les gestes faciles pour protéger la planète et les engagements que la collectivité l'invite à prendre. Les personnes sensibles aux enjeux de gouvernance, aux enjeux économiques et aux problématiques de santé pourraient être visées en premier lieu.

L'action recensée :

Le projet Engage d'énergie Cités

« l'objectif est de développer une campagne de communication participative efficace et de créer un outil en ligne innovant et prêt à l'emploi faisant de la participation de la société civile un enjeu non seulement réalisable mais souhaitable. ENGAGE vise à mobiliser au minimum 3 300 acteurs et citoyens et à diffuser chaque engagement tangible par l'affichage public de posters créés grâce à l'outil en ligne. Une partie des engagements sera également évaluée au moyen d'un calculateur bilan carbone et d'économies d'énergie. »



Les relais : Tous les lieux de vie ou de passage des habitants (Les marchés de l'agglomération, les grandes surfaces, les files d'attente et administrations , ex : Préfecture, CAF, Sécurité Sociale)

Le message :

Mettre les personnes en situation de témoignage (leur difficulté et la dimension collective) et le faire de la même manière pour la collectivité.

« La Métro s'est engagée sur ... , elle a dépensé ... et voilà le résultat : / moi, je m'engage sur ... , j'investis ... et voilà le résultat ... »

Mettre en scène les gestes de la personne et de la collectivité pour les valoriser.

Par exemple, faire le lien entre les réductions de GES et les déplacements : cela permettrait d'illustrer le lien entre le comportement individuel et l'engagement de la collectivité .

Ne pas être alarmiste : personne n'est parfait, « on n'aura jamais un comportement parfait vis-à-vis de l'environnement ». Partir de nos propres représentations et interroger les représentations des autres : prendre en considération l'environnement et le rythme de chacun.

Offrir au grand public un joli classeur à alimenter progressivement avec des fiches très simples. Les fiches pourraient être détachables de chaque Métroscope et par thématique, donner une explication scientifique vulgarisée et une action correspondante à mettre en place par chacun. Un concours d'idées pourrait être lancé, les meilleurs étant publiées dans le Métroscope.

Soutenir le projet de revalorisation de la marche à pieds et du vélo par l'installation d'un jalonnement urbain et l'aménagement de cheminements ouvrant des secteurs à la marche à pied et au vélo. Les relais identifiés pourraient informer la Métro sur la façon dont on traite à un niveau local les pratiques de déplacements. Les points de blocage des parcours piétons et vélos seraient mieux identifiés.

Développer et populariser les moyens de mesures, de diagnostic et de prévision

Public visé : chaque individu

Un travail significatif est à mener concernant les indicateurs d'évaluation de la situation climatique de l'agglomération. La Métro doit communiquer simplement, et notamment utiliser des indicateurs permettant des comparaisons.

Aujourd'hui, le diagnostic proposé par l'observatoire du plan climat utilise des indicateurs différents selon les diagrammes empêchant les lecteurs d'avoir des points de comparaison et de comprendre simplement de quoi il est question. De même, une attention devrait être accordée à trouver des indicateurs simples et compréhensibles qui établissent les ponts avec les indicateurs communiqués au public par les collectivités présentes sur le territoire de la Métro.

La simplification des indicateurs proposés au grand public ne doit cependant pas occulter les contradictions qui peuvent exister entre d'une part le souhait de réduire les émissions de CO2 et d'autre part la nécessité de diminuer la pollution de l'air. Ainsi l'indicateur Atmo¹ sur la qualité de l'air semble tout aussi pertinent, à l'échelle du territoire qu'un indicateur mesurant les émissions de CO2.

Le métroscope pourrait présenter plus fréquemment des articles didactiques permettant de donner une information de base à chacun.

Il pourrait combiner :

- des informations sur la climatologie : la région de Grenoble est marquée tantôt par les influences océaniques (circulation synoptique d'ouest en est : temps plutôt doux et pluvieux), tantôt par les influences continentales (avancées vers l'ouest de l'anticyclone russo-sibérien : vent d'est, temps froid et sec) ;
- des informations sur la météorologie, notamment les longues périodes de stabilité, qui peuvent se produire en n'importe quelle saison et entraînent l'accumulation dans l'atmosphère des polluants.

Grenoble a innové en matière de mesure de la pollution atmosphérique, il serait bon que l'agglomération innove en matière de communication sur cette question.

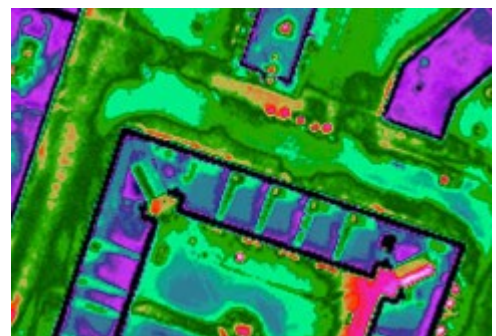
Un travail sur les indicateurs, sur leur valorisation et sur leur communication est à entreprendre par l'observatoire du plan climat.

Action recensée :

Thermographie aérienne de l'agglomération d'Orléans, dans le cadre de l'opération « j'isol'ou ».

Cette opération, proposée par la Jeune Chambre Economique du Loiret, a bénéficié d'un partenariat public privé, pour lequel 21 communes de l'agglomération orléanaise ont participé financièrement à hauteur de 0,35€/ habitant.

Les cartes ont été mises exclusivement à disposition des collectivités ayant participé à l'opération afin qu'elles assurent la diffusion auprès de leurs habitants. Chaque habitant de la commune étudiée, peut donc connaître le niveau de déperditions de chaleur de son habitation (au niveau de la toiture)



¹ indice multipolluant destiné à fournir une information synthétique sur la qualité de l'air des agglomérations de plus de 100 000 habitants. Il repose sur une échelle allant de 1 (très bon) à 10 (très mauvais). Il est calculé chaque jour par les associations agréées de surveillance de la qualité de l'air (AASQA), à partir des concentrations dans l'air de quatre polluants : dioxyde de soufre (SO₂), dioxyde d'azote (NO₂), ozone (O₃) et particules en suspension (PM₁₀). Cet indice est assez connu et peut être affiné car, « pour chacun de ces polluants, un sous-indice est calculé à partir des concentrations et d'une échelle spécifique. L'indice Atmo du jour est égal au plus élevé des 4 sous-indices » (INSEE)

Les relais : Les collectivités locales , les médias locaux, les écoles, lieux publics, ... pour une large diffusion. Les associations et leurs supports de communication (internet, journaux, ...)

Le message :

Unité du message entre les collectivités :

Le sentiment d'incompréhension de certains habitants se comprend aisément face au flot d'informations qui leur sont communiquées entre le facteur 4 de la ville de Grenoble, les différents agenda 21 des communes de la Métro, le plan climat du conseil général, et le 3X20 de la Métro. Sans un diagnostic commun et lisible des émissions de CO2 et consommations d'énergie sur le territoire de la Métro, les citoyens ne pourront accorder de la crédibilité aux acteurs publics sur cette thématique.

S'efforcer d'utiliser des termes appropriés et juste au niveau scientifique, par exemple, comparer les émissions de CO2 émises et celles que la planète peut absorber.

Viser en premier lieu le local, ne pas forcément intégrer les actions à une démarche globale :

L'une des problématiques explicitées par les étudiants de l'IEP est la sensation d'impuissance que les individus peuvent rencontrer vu l'ampleur des changements à opérer pour agir sur les émissions de CO2 au niveau mondial et la durée dans laquelle les actions doivent s'inscrire pour qu'on en sente les effets. C'est pourquoi, la démarche grand public pourrait s'appuyer sur des problématiques très locales, liées à la santé, aux matières premières, et à la relation de la société au travail par exemple. La thermographie de l'agglomération montre les îlots de chaleur, l'analyse de la qualité de l'air montre des axes problématiques. L'argumentaire pourrait être développé sur « ma vie et ma santé vont être meilleures » plutôt que de proposer une entrée globale. La conscience collective commence par la conscience individuelle.

Travailler sur les économies d'énergie à effectuer dans le domaine de l'habitat, expérimenter des compteurs au service des usagers : les consommations énergétiques dues aux logements et principalement aux maisons individuelles sont une problématique importante. En prenant garde aux questions de précarité énergétique, une sensibilisation est à imaginer concernant les économies d'énergie. Apprendre aux habitants à interpréter un diagnostic énergétique d'un bâtiment pourrait être une étape, une autre serait de proposer une expérimentation de nouveaux compteurs (avec GEG) qui seraient conditionnés pour favoriser des économies d'énergie de leurs utilisateurs.

Proposer une offre en matière de compteurs individuels (éventuellement possible d'afficher en € ou en CO2...) pour l'habitat, en portant une attention aux délibérations de la CNIL sur les compteurs intelligents et la protection des données personnelles

Travailler sur les économies d'énergie à effectuer dans le domaine des déplacements : comme pour l'habitat, des compteurs pourraient évaluer en euros le coût global d'un déplacement en voiture (intégrant l'assurance, l'entretien, ...) . Des exemples d'équivalences entre une distance et son coût en voiture ou en transport en commun souligneraient l'impact économique d'un changement de comportement.

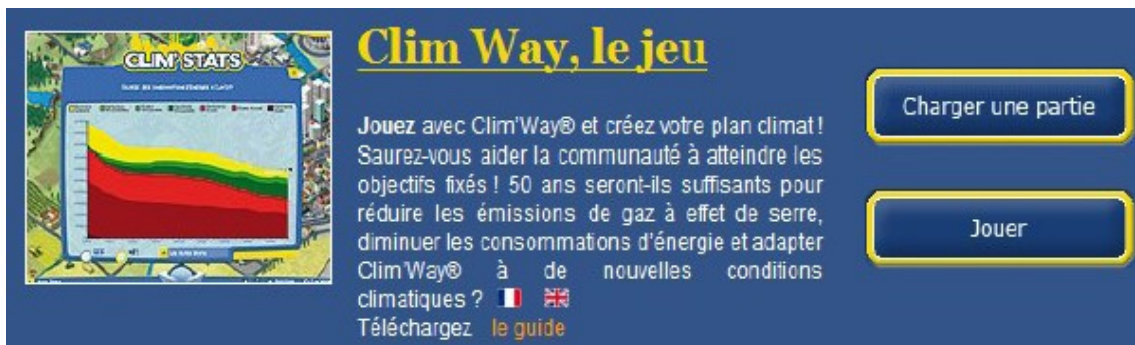
Un plan de Grenoble identifiant des parcours clés et évaluant leur coût en fonction du mode de déplacement pourrait être réalisé.

Demander aux villes jumelles du territoire leurs initiatives sur ce sujet, sur un recto / verso en français à mettre sur le site de la Métro.

Expérimenter des formes innovantes d'implication

Serious Game : ils sont de plus en plus utilisés pour la formation à des situations complexes (gestion des risques, management etc...) car mieux compris surtout par la génération Y (ceux qui sont nés entre 1980 et 1990)

Un "serious game", c'est un jeu vidéo qui propose une expérience aussi distrayante qu'un jeu classique mais avec un fond et une intention sérieuse dans le but d'éduquer ou de sensibiliser à un sujet aussi bien les jeunes que les adultes. Aujourd'hui, le serious game est un outil de communication et de marketing (s'appuyant sur les réseaux sociaux) sur Internet pour les entreprises, municipalités, gouvernements et même parfois l'armée!



Voir le site http://www.consoglobe.com/ac-actus-developpement-durable_2609_serious-game-jeux-video-engages-ecolo.html (en particulier Turn It All Off)

ou <http://climcity.cap-sciences.net/>

ou http://www.durable.com/actualite/article_un-serious-game-ecolo-nomme-greenlife-office_1007

Un "serious game" existant pourrait être réutilisé ou un nouveau développé par des étudiants en croisant des compétences d'informatiques, de design, de développement territorial etc....

La population qui serait touchée est celle des jeunes et des étudiants, mais aussi celle des séniors (de 55 à 70 ans)

Ces jeux sérieux pourraient être implantés dans les espaces publics numériques lorsqu'ils existent, ou mis à la disposition des associations.

Famille à énergie positive / réunion tupperware par l'ALEC:

Cette opération consiste en un concours lancé entre des familles durant les 6 mois de l'hiver.

Les familles volontaires mettent en pratique les gestes permettant d'économiser de l'énergie et un relevé de leurs consommations est effectué régulièrement. Un logiciel permet aux familles de rentrer chaque semaine leur relevé de compteur. L'objectif est que chaque famille réalise une réduction de 8% de ses consommations d'énergie. Cette démarche pourrait être transposée au niveau des entreprises, collectivités territoriales, ...



Le théâtre forum

« Le théâtre forum est une technique de théâtre mise au point dans les années 1960 par l'homme de théâtre brésilien Augusto Boal, dans les favelas de São Paulo.

Le principe en est que les comédiens improvisent puis fixent une fable de 15 à 20 minutes sur des thèmes illustrant des situations d'oppression ou des problématiques de la réalité sociale, économique, sanitaire d'une communauté. Ils vont ensuite la jouer sur les lieux de vie de la communauté à qui est destiné le message. À la fin de la scène, - dont la conclusion est en général catastrophique - le meneur de jeu propose de rejouer le tout et convie les membres du public à intervenir à des moments clé où il pense pouvoir dire ou faire quelque chose qui infléchirait le cours des événements.

Il s'agit d'une technique de théâtre participative qui vise à la conscientisation et à l'information des populations opprimées d'une façon ou d'une autre. Le théâtre forum s'utilise ainsi beaucoup auprès des populations non alphabétisées dans les projets de développement en pays du Sud (par exemple en Inde, au Rajasthan, au Bengale et au Maharashtra), mais est aussi en usage dans les pays développés pour soulever des problèmes de société. »²

Civic Declic

Civic Declic est un jeu de plateau qu'à créé l'association « citoyen en herbe ». Il permet aux participants d'acquérir des connaissances sur les principales institutions et de mieux comprendre le fonctionnement de la cité. Une nouvelle version de civic dé clic pourrait à la fois répondre à la demande de la charte de la participation pour expliquer de manière ludique ce qu'est la Métro et à l'objectif d'une sensibilisation des enfants et des jeunes

- Un plateau de jeu où figurent les différentes communes de la Métro et les principaux équipements qu'elle gère
- Des cartes missions qui motivent le déplacement sur le plateau de jeu vers les lieux évoqués ci-dessus et concernant les différentes compétences de la métro
- Rassembler de la documentation par exemple aux assises de l'énergie sur la protection de l'environnement et les préconisations des plans climat
- Demander à des jeunes d'Unis-Cités éventuellement épaulés par des étudiants de l'IEP de préparer des cartes questions à choix multiples (3 choix) ou des vrai/faux (2 choix)
- Lancer un concours de questions dans les collèges et les lycées de l'agglomération et sélectionner les meilleures
- Diffusion du plateau de jeu plié dans métroscope accompagné d'un dé à plat à coller
- Diffusion des questions en plaques à découper dans métroscope ou à distribuer gratuitement dans les mairies ou à vendre pour un prix symbolique. Les cartes chance/malchance peuvent être reprises dans Civic Dé clic

Ce jeu pourrait être utilisé aussi bien dans les familles, dans les écoles, pour les fêtes de quartier, les animations. Des tables de jeu peuvent être animées par des enfants ou des jeunes qui ont l'habitude de jouer.

2 http://fr.wikipedia.org/wiki/Th%C3%A9%C3%A2tre_forum

Les héros ordinaires

L'étude du comportement de héros ordinaires sur le grand Lyon a permis de démontrer que les motivations environnementales sont rarement le premier facteur de changement de comportements ... Développer l'image du héros ordinaire permet d'élever à un niveau héroïque les petits gestes simples et tous les comportements éco-responsables

Au Grand Lyon on invite les citoyens à devenir des "héros ordinaires"



The screenshot shows the website 'Le climat entre nos mains' with a navigation menu on the left. The main content area features a map of the Grand Lyon region with red dots indicating the locations of 'héros ordinaires'. Text on the page includes: 'Le Grand Lyon s'engage', 'Nombre de héros ordinaires au Grand Lyon: 322', '322 engagés', '108 Kyoto-compétitifs', '85 Kyoto+', and 'Emissions moyennes par an: 8000 de CO2pers'. There are buttons for 'Calculer vos émissions' and 'Consultez votre engagement'. A sidebar on the left lists various categories like 'Le projet', 'Nous rejoindre', and 'Le Grand Lyon s'engage'.

- Un Film et un outil en ligne (développé avec la revue durable) incitent les citoyens à réaliser leur bilan carbone et à devenir des "héros ordinaires" >>> www.leclimatentrenosmains.org
- Une œuvre d'art d'interpellation citoyenne a été réalisée par les étudiants de l'école des Beaux-arts. Le cadre théorique du projet artistique était élaboré par le groupe-ressource plan climat du Conseil de développement.

Un forum ouvert sur le plan climat

Le forum ouvert est une technique d'animation qui permet à ses participants, autour d'une problématique définie, d'élaborer un ordre du jour à partir des propositions de chacun, et d'élaborer un plan d'action permettant de répondre aux principaux enjeux identifiés.

S'il nécessite l'organisation de plusieurs journées de travail, il peut s'avérer très fructueux en termes de propositions.

La ville de Rennes a été la première à organiser un forum ouvert aboutissant à la rédaction par des étudiants d'un livre blanc du Plan Climat Energie.



The poster is titled 'La ville de Rennes organise le Forum Ouvert Rennes post-carbone'. It is held at 'Halle Martenot, Rennes' on '7 et 8 décembre 2009'. The text explains that after international negotiations on climate change in Copenhagen, the mobilization of citizens is crucial. The poster lists the objectives: 'Fabriquer ensemble des pistes de réflexion et d'actions concrètes afin de participer à l'élaboration du nouveau Plan Climat-Energie rennais.' It also mentions that the event is free and open to all, and that the results will be used to inform the city's climate plan.

3 / Une approche à différents niveaux pour être au plus proche de chacun

Aborder la question du climat au plus près de chacun, par relations interindividuelles

La valorisation et le développement du réseau associatif du territoire

La force du réseau associatif grenoblois réside dans son potentiel à toucher différents types de publics. Donner des ressources et des outils aux acteurs organisés démultipliera la transmission des informations et des initiatives et favorisera une prise de conscience collective par un essaimage progressif.

Public visé : les habitants engagés dans des actions associatives

Les publics sensibles aux questions citoyennes ou écologiques doivent être associés activement à la démarche du plan climat. Cela encouragera les personnes déjà sensibilisées à aller jusqu'au changement de comportement et à inscrire dans le temps leurs engagements.

Quelques actions recensées :

- Frapna : site internet www.ecocitoyen-grenoble.org
- Alpesolidaires : site internet
- Les Antennes : journal
- LAHgglo et Cluq : assemblées générales, réunions publiques, journaux de quartier...
- Unis-Cité : volontaires du service civique

« Carte OuVerte » sur le territoire de Rennes Métropole

<http://www.carte-ouverte.org/>



Les relais : les associations du conseil de développement et leurs réseaux

Utiliser les outils de communication existants dans les associations : site internet, assemblées générales des associations avec des démonstrations, journaux de quartier, journaux mis dans les boîtes aux lettres (par exemple les publications trimestriels consom'Agir de l'UFC Que Choisir) et à la Métro (utiliser par exemple l'initiative mobiloweb pour favoriser l'usage d'internet par les associations).

Utiliser **les différentes échelles du territoire** (notamment les unions de quartier) pour construire des synergies entre les acteurs

Mutualiser les actions des associations et les informations : ne pas répéter sans cesse la même chose : faire un inventaire des actions, **proposer une plate-forme permettant de partager informations et bonnes pratiques, et de mutualiser les actions.**

Accompagner et faire connaître les initiatives qui fonctionnent

Par exemple...

- Identifier les différents acteurs de la mobilité douce et valoriser leurs expériences (utiliser la station mobile à cet effet).
- Favoriser l'organisation d'évènements comme Ekiden qui, dans son organisation valorise les gestes de protection de l'environnement (gobelets consignés, utilisation de vélos et véhicules électriques pour la course, communication sur papier recyclé, tri sélectif, tram offert aux bénévoles...). Soucieux des enjeux environnementaux, les organisateurs ont dressé, avec l'aide de leur partenaire leur premier bilan carbone. Le rapport présentant les résultats de cette quantification des émissions de gaz à effet de serre générés par l'évènement vient d'être publié, révélant la pertinence des actions menées ainsi que des perspectives d'amélioration. Retrouvez le bilan complet sur www.grenoble-ekiden.fr
- Faire la promotion du service civique dans le cadre environnement et climat, proposer une formation et un accompagnement aux volontaires intéressés.



Message : un message clair, chiffré et mesuré

Le questionnement des partenaires du conseil de développement souligne l'existence d'une information de qualité sur les façons de réduire ses émissions de CO2, de consommer moins d'énergie ou de l'énergie plus verte. La plupart du temps, l'information est considérée comme trop importante, touffue et oblige à sélectionner ses sources d'information.

« Les informations devraient être plus claires, proposer des changements de comportements simples mais efficaces. Valoriser. Communiquer sur les résultats. »

Lier trois types d'arguments : arguments écologiques : parler avec des chiffres concrets + argument économique + argument pratique / simplicité .

Agir au niveau des institutions , employeurs et organisations syndicales pour montrer l'exemple

Public visé : les élus, les services, les publics professionnels, employeurs et représentants de salariés, les partenaires, les salariés et leurs familles, les clients , les sous traitants,...

Les actions recensées : actions des partenaires du plan climat et des collectivités locales

Les relais : réseaux intranet des entreprises, indicateurs de suivi de la consommation en interne ou des émissions de CO2 ou de l'utilisation de sources d'énergie vertes, fiche d'information qui accompagne la paie, plan de déplacement, sessions de formation sur les éco gestes, pour les établissements de santé : forum avec les établissements de santé de l'arc alpin

Réseau des 170 entreprises conventionnées avec la Semitag : ces 170 entreprises ont en principe une personne référente sur leur Plan des déplacements d'entreprise qui pourrait impulser une sensibilisation des salariés.

Message: Introspection de l'entreprise et de ses salariés : Sur l'exemple du CCSTI, chaque entreprise pourrait s'interroger en interne sur ses pratiques et inviter ses salariés à s'interroger sur leurs pratiques, cela pourrait aboutir à des chartes et plans d'actions proposés à l'ensemble des salariés sans obligation et diffusés auprès des prestataires de l'entreprise.

Privilégier les échanges et concours au sein des entreprises : ceux-ci permettent, par exemple en matière de déplacement, d'échanger sur les astuces au quotidien qui permettent de réduire les consommations d'énergie de chacun, sans que cela soit un message direct de l'institution.



L'exemplarité nécessaire de la Métro

- **Donner l'exemple et communiquer sur les résultats de ses propres démarches concluantes**

Afficher les engagements de la Métro en matière de réduction de consommation d'énergie et communiquer sur les résultats en toute transparence. (exemple : bilan carbone du bâtiment Le Forum)

Continuer les actions de la Métro existantes, les prolonger dans le long terme : utiliser les outils institutionnels de communication de la Métro (Métroscope, site internet , newsletter économie et conseil de développement, ...) et étendre cette communication aux revues municipales

Organiser les réunions dans des lieux et horaires accessibles en transports en commun

Entreprendre des expérimentations sur les domaines prometteurs en économie d'énergie comme le télétravail et devenir pionnière en la matière.

- **Être prescripteur de nouveaux comportements notamment par le biais des élus**

Casser l'image de la voiture ou de la villa comme symbole de la réussite sociale : dans certains milieux, la voiture et la maison individuelle restent un symbole de réussite sociale.

Concernant la voiture, c'est certainement par des petits gestes quotidiens et renouvelés que ces personnes arriveront à changer leurs habitudes. La Métro devrait encourager toutes les initiatives qui permettent de distancier le lien de propriété d'une personne à sa voiture. Dans l'idéal, cela devrait passer par un changement législatif, mais la Métro pourrait agir sur ce levier notamment dans son projet d'expérimentation d'une flotte de véhicules électriques. Le péage urbain pourrait également être une solution envisageable, à condition de dispenser certaines catégories de son paiement. Pour inciter les personnes à prendre les transports en commun, un travail est à mener sur leur fiabilité.

Les élus pourraient donner l'exemple en matière de déplacements et d'habitat, en évitant par exemple de venir à chaque réunion en voiture .

- **Intégrer la démarche du plan climat à un projet de territoire**, sortir d'une société qui valorise l'hyper consommation , sortir du paradoxe de la réussite sociale. Assurer la cohérence entre les différents documents d'orientation : Plan climat, SCOT, PDU, Plan très haut débit ...
- **Rendre le citoyen acteur**, en soutenant toute initiative relative à des formes d'éducation à l'environnement et à l'économie de la planète en mobilisant notamment le fonds de la participation intercommunale
- **Changer nos modes de consommation et poser la question du fondement de nos déplacements** : les choix effectués par les uns et les autres correspondent aux niveaux de confort que l'on accepte ou pas. Tant au niveau de la consommation que des déplacements, un travail est à effectuer avec les habitants notamment sur la mise en valeur des circuits courts et la réduction des déplacements (réinventer la ville de proximité), qui irait dans le sens des travaux entrepris sur le SCOT.
 Pourquoi ne pas organiser une votation sur le territoire de la Métro, permettant de consulter les citoyens sur leur volonté d'adopter des changements de comportements : par exemple pour alerter au niveau national sur des sujets comme l'utilisation en France de nombreuses sortes de plastiques qui rendent son recyclage difficile.
 Enfin, une enquête auprès d'un échantillon de la population pourrait permettre de savoir ce que la population est prête à faire comme effort pour réduire ses consommations énergétiques.

4/ Vers un message positif et d'espoir : imaginer une fête du climat

Avant d'espérer convaincre le public, il faut retenir son attention sur le changement climatique. Attirer son attention directe sur un problème peut modifier son attitude. Une large part du public commence à percevoir que le changement climatique est important, mais « pourquoi » et « comment » agir peut paraître nébuleux. Le vrai défi consiste à faire du changement climatique un enjeu qui touche les gens au plus près de leur foyer.

Public visé : chaque individu, les personnes éloignées dans leurs préoccupations de la question climatique

L'action recensée :

2ème fête du plan climat du Grand Angoulême :

Extrait du journal Sud-Ouest du 2 juin 2010 :

« Vite, un nouveau Clic (Contrat local d'initiative climat) va être signé pour les années 2011 à 2014. Son but : réduire encore les émissions de gaz à effet de serre et promouvoir toutes les initiatives qui vont dans ce sens. Cela passe par des conférences, des rencontres, des engagements. Et cela passe aussi par la fête. Celle-ci aura lieu dimanche autour du plan d'eau de Saint-Yrieix.

Un site que l'on est invité à rejoindre à vélo. L'association Vélocité propose un grand nombre de rendez-vous qui, tous, convergent vers le plan d'eau. [...] Là, tous les cyclistes, venus de toutes les communes du Grand Angoulême, partiront soit par la coulée verte, soit par la route, pour rejoindre le plan d'eau et faire la fête, autour d'un pique-nique géant sorti de la sacoche ou acheté auprès des producteurs locaux rassemblés par la Chambre d'agriculture. Dès 14 heures, place aux animations avec un fond musical assuré par les élèves du conservatoire. Cette journée s'articulera autour de plusieurs villages. Le village déplacement, par exemple, où l'on pourra essayer des vélos électriques ou faire le tour du plan d'eau à poney avec l'Étrier charentais. La STGA, La Poste, Vélocité seront aussi présents... »



Les relais : Un événement annuel pourrait mettre en lumière les résultats et rapprocher les points de vue des différentes initiatives des acteurs de l'agglomération . Ce pourrait être un événement distribué sur les quartiers avec une consolidation d'ensemble.

Message : Formuler des messages ludiques et clairs. Donner une dimension festive et sociétale aux messages et actions. Le conseil préconise de réfléchir à la création d'un jeu concours type QCM ou quiz à mettre à disposition des relais (exemple : lancer le jeu dans le cadre des assemblées générales des associations, les écoles, les administrations), ou de créer une exposition itinérante dans l'agglomération pour accompagner les publics dans leurs réflexions et nouveaux comportements. Des vidéos ludiques pourraient être diffusées dans le tram ...

Un événement grand public pourrait être adossé aux assises de l'énergie du climat et de l'air. Dans une démarche de remontée d'informations du terrain et de co-organisation, il pourrait inviter, sur le modèle de l'évènement YESS, les associations et partenaires du plan climat local à présenter leurs actions.

PLAN D'ACTIONS

Promouvoir un plan climat local solidaire
Accompagner les populations fragiles dans un changement progressif de comportement <ul style="list-style-type: none">• mettre à leur disposition des outils pédagogiques sur les changements de comportements possibles par un contact individuel• mettre l'accent sur le lien entre économie d'énergie et économie pécuniaire
Développer des outils pédagogiques pour les adultes de demain <ul style="list-style-type: none">• Soutenir les actions de l'éducation nationale en mobilisant des ressources humaines et en créant des outils adaptés à son rôle et à ses besoins particuliers• Être porteur d'espoir dans le message adressé aux enfants
Une approche basée sur les faits et gestes du quotidien et sur la mesure du progrès accompli
Privilégier les faits et gestes plutôt que les discours <ul style="list-style-type: none">• Mettre les personnes en situation de témoignage• Mettre en scène les gestes de la personne et de la collectivité pour les valoriser• Créer un classeur du plan climat alimenté par des fiches éditées dans chaque Métroscope• Soutenir les projets de revalorisation de la marche à pied et du vélo
Développer et populariser les moyens de mesures et de diagnostic <ul style="list-style-type: none">• Assurer une unité de message entre les différentes collectivités locales• Viser en premier lieu des indicateurs locaux• Travailler sur les économies d'énergie à effectuer dans le domaine de l'habitat et des déplacements, expérimenter des compteurs au service des usagers
Expérimenter des formes innovantes de communication <ul style="list-style-type: none">• Serious Game / Famille à énergie positive / réunion tupperware de l'ALEC / le jeu Civit Déclic• Théâtre Forum / Les héros ordinaires / Un forum ouvert sur le plan climat
Une approche à différents niveaux pour être au plus proche de chacun
La valorisation et le développement du réseau associatif du territoire <ul style="list-style-type: none">• Utiliser les outils de communication existants à l'échelle d'un territoire• Mettre en place un forum des bonnes pratiques , mutualiser les actions et informations des associations• Accompagner et faire connaître les initiatives qui fonctionnent
Agir au niveau des institutions , employeurs et organisations syndicales pour montrer l'exemple <ul style="list-style-type: none">• Exemplarité nécessaire de la Métro
Vers un message positif et d'espoir : imaginer une fête du climat
<ul style="list-style-type: none">• Adosser aux assises de l'énergie un événement grand public invitant les associations et partenaires à présenter leurs actions

Méthodologie d'élaboration de la contribution

Mise à niveau et information des membres du conseil de développement en séance plénière, le 19 octobre 2010.

Présentation du plan climat local de la Métro et des enjeux de la saisine par Jean-Marc Uhry, Vice Président de la Métro en charge du développement durable.

Mise en place d'un groupe de travail piloté par la commission innovation et emploi.

Ont participé à ce groupe de travail :

Animateur : Dominique Grand (CEA)

Société civile :

ADTC : Antoine JAMMES

Alpes Auto Partage : Stéphanie PESENTI

Alpes Sud Isère : Micheline HAUSS

CCSTI : Alexandre FORAY

Chambre du commerce et de l'industrie : Jean-Paul BASSALER

CHU : Ludivine SAAS

Conservatoire, Observatoire, Laboratoire des Jeux Olympiques de Grenoble : Bernard CHAPITEAU

Francas : Jean-Paul VIAL

Frapna : Jean-François MICHEL

Inspection Académique et Rectorat : Nathalie CARENCO, Martine KONE, Nathalie RENCUREL

Les associations d'habitants du Grand Grenoble Lien et Ouverture : Marie-Christine SIMIAND, Jean-Paul LAMAGNA, Janig MOURO

Passion du Bois : Jacques JULLIARD

Unis-Cité : Bernard FAURE, Myriam ZAGHOUANE

Personnalités qualifiées :

Daniel BLOCH

Claudine CHASSAGNE

Jean-Jacques PAYAN (Président du C2D)

Catherine POUYET

Invités :

Bernadette AUBREE

Jean-Jérôme CALVIER (SOLENI / ULISSE)

Simone CHAPITEAU

Jean-Pierre CHARRE

Amélie DIDIER

Julien GALVAING

Daniel THOULOZE

Réunion 1 26 octobre 2010

Partage d'expérience avec les conseils de développement du Grand Lyon et de Chambéry

Quelle méthode a été utilisée par ces conseils de développement pour apporter un conseil sur la manière de toucher le grand public dans le plan climat ?

Quels relais ont été identifiés comme pertinents ?

Comment pensent-ils inscrire leur démarche dans le temps ?

Réunion 2 18 novembre 2010

Les membres du conseil de développement et leurs réseaux : des relais intéressants vers la population ?

Restitution des résultats du questionnaire adressé à l'ensemble des membres du conseil de développement et interrogation de divers acteurs sur trois questions :

- Quels sont selon vous les publics à cibler prioritairement dans cette démarche grand public du plan climat ?
- Quels sont les relais, en contact avec les habitants, qui pourraient être mobilisés pour créer une dynamique de territoire ?
- Quels moyens de communication pourraient être utilisés pour toucher ces publics prioritaires ?

Réunion 3 9 décembre 2010

Comment construire un discours mobilisateur / quel devrait être le rôle de la Métro ?

Présentation des travaux des étudiants de l'IEP

Réunion 4 : Commission Innovation et Emploi 10 janvier 2011

Finalisation d'une proposition d'avis

Travail avec les étudiants du Master Techniques, Sciences et Démocratie de l'IEP

D'octobre à décembre, des étudiants de l'Institut d'Etudes Politiques de Grenoble ont travaillé aux côtés du conseil de développement sur les questions de la saisine.

Pour aller plus loin : télécharger leur rapport sur le site de la Métro

Contribution des deux commissions du conseil de développement : commission Cultures, Solidarités et Démocratie et la commission Aménagement du territoire, Temps et Mobilité .

Discussion et adoption de l'avis : séance plénière du 18 janvier 2011

Réponses au questionnaire : Sensibiliser le grand public aux enjeux climatiques.

En tant que représentant au conseil de développement, d'une entreprise, d'un syndicat, d'une association, d'un territoire,...

**Votre structure est-elle sensibilisée aux enjeux environnementaux, notamment climatique ?
Comment ?**

CAF : Oui : action sociale : soutien aux allocataires par rapport à l'amélioration de logement / clause environnement lors des appels d'offres.

Banque alimentaire : Oui: Notre local est très énergivore (ancien dépôt de cantinerie). La BAI n'ayant pas d'argent, l'isolation n'est pas concevable par nos propres moyens.

EDF : Oui par son domaine d'activité. EDF producteur et fournisseur d'électricité veut être l'électricien bas carbone de référence.

UFC Que Choisir : Oui statutairement.

Passion du bois : Oui, nous contribuons à travers des réseaux de la Passion du Bois à la sensibilisation du public, et lors du salon du bois à Alpexpo.

Un toit pour tous : Traitement de la précarité énergétique

Alpes Sud Isère : Agenda 21 dans le Trièves, Projet de territoire assorti d'une charte environnementale dans le sud Grenoblois.

CEA : Dans sa mission de recherche publique sur les énergies décarbonées et l'efficacité énergétique. Dans son plan de développement lors de la construction de nouvelles infrastructures de recherche et l'accroissement d'effectifs correspondants : efficacité énergétique des bâtiments, mobilité interne.

GUC-EAG : L'EAG (entente athlétique de Grenoble) organise en novembre un Ekiden (marathon par équipes de 6) qui se veut un événement sportif, participatif et éco citoyen. A cet effet, il s'insère dans une démarche environnementale, notamment en réalisant un bilan carbone.

COLJOG : Non

ATD Quart Monde : Non

Unis-Cité : Oui, dans le cadre du Service Civique, le développement durable est proposé à tous les volontaires dans leur engagement

IGA : Oui, nous les enseignons

Votre structure met-elle en place des actions pour sensibiliser ses membres / salariés à la réduction des émissions de CO2?

Banque alimentaire : Notre activité est « économe » d'énergie : nous redistribuons des denrées vouées sans nous aux déchets.

EDF : Suivi des consommations des sites (énergie, papier, eau,...) chaque fois que possible... et Bilan carbone de chaque grande réunion ou manifestation organisée.

UFC Que Choisir : Sensibilisation ponctuelle par des publications trimestrielles consom'Agir (envoyée aux adhérents).

La Passion du Bois : Par des propositions d'énergies alternatives et conceptions de bâtiment

Un toit pour tous : Réhabilitation / Groupe de travail des responsables associatifs / fiches d'information / travaux dans les logements gérés par l'association

CEA : A travers les Plan de Déplacement Entreprise / les démonstrations pour mobilité interne

GUC : Exemple de l'organisation de l'Ekiden : un relais développement durable avec dans la plaquette de

communication une présentation des actions responsables de l'évènement (gobelets consignés, utilisation de vélos et véhicules électriques pour l'encadrement de la course, communication sur papiers recyclés, tri sélectif)

COLJOG : Non

ATD Quart Monde : Non

Unis-Cité : oui au niveau des jeunes. Elle pourrait faire plus de promotion du service civique dans le cadre environnement, climat.

CLUQ : Mise en place d'abris à vélos

Pensez-vous que votre structure pourrait assurer un rôle de relai sur les enjeux climatiques ? Vers quelle population ? De quels outils auriez-vous besoin ?

CAF : Oui vers les allocataires des prestations sociales.

EDF : Elle essaie de jouer ce rôle auprès de ses clients en favorisant le développement des énergies renouvelables.

UFC Que Choisir : Possibilité de remettre des documents aux personnes qui viennent dans les permanences (pour régler des litiges).

Passion du Bois : Oui, elle le fait déjà.

CEA : Oui, vers ses salariés, et dans le cadre du projet Giant avec les autres partenaires du projet (INP, UJF, FSRF, ILL, CNRS, EHL) vers les salariés ou vers les étudiants.

GUC : Oui, la conception et la réalisation de l'Ekiden assure ce rôle de relais, avec par exemple : tram offert à tous les bénévoles et sensibilisation de 3000 participants (newsletter, logo, flyers,...)

COLJOG : Je ne crois pas

ATD Quart Monde : Non

Unis-Cité : Oui, vers les jeunes. Auprès des territoires politique de la ville, une formation et un accompagnement des volontaires pourrait être proposé.

CLUQ : Le Cluq pourrait organiser une séance sur l'état des savoirs sur les mutations climatiques, en relation avec l'IGA

En tant qu'individu :

Estimez-vous disposer de suffisamment d'informations concernant les moyens de réduire vos émissions de CO2 ?

Bernadette Aubrée : D'informations oui, mais quel moyen pour les utiliser et les prioriser ??

JJ Payan : J'en ai eu plusieurs mais c'est insuffisant

Rahim Bah (CAF) : Non

Georges Clo (EDF) : Oui

Michèle Ragache (UFC Que Choisir) : Impression d'être informée mais on ne l'est jamais suffisamment.

Catherine Pouyet : Non. Les informations devraient être plus claires. Proposer des changements de comportements simples mais efficaces. Valoriser. Communiquer sur les résultats.

Jacques Julliard (Passion du Bois) : Oui

Micheline Hauss (Alpes Sud Isère) : Oui (je sais où les prendre)

Dominique Grand (CEA) : Jamais assez, notamment par rapport aux produits de consommation : CO2 nécessaire à leur production.

Pierre Arnaud (GUC) : Non

Bernard Chapiteau (COLJOG) : Oui

Yves Jeronne (ATD Quart Monde) : Oui

Bernard Faure (Unis-Cités) : Oui mais les rendre plus adaptées pour des populations en difficultés sociales et économiques.

Alain Nemoz (GUC) : Oui, mais il me faut les exploiter

A quel type de communication (presses , vidéos, ...) êtes-vous sensible concernant les enjeux climatiques ? Quelle campagne vous a récemment marquée ?

Bernadette Aubrée : Presse : articles de fond, Cinéma : documentaires sur les déchets

JJ Payan : radio, télévision, journaux, livres

Rahim Bah (CAF) : brochures, vidéos, émissions télé

Georges Clo (EDF) : Tous types de supports. Messages clairs et simples et sans reproches.

Michèle Ragache (UFC Que Choisir) : Presse : documents ALE par exemple

Catherine Pouyet : Importance de l'affichage public, des spots télé mais aussi imaginer des outils ludiques.

Jacques Julliard (Passion du Bois) : Internet

Micheline Hauss (Alpes Sud Isère) : Presse, à titre d'exemple cf les éditions spéciales sur le SCOT du Dauphiné Libéré.

Bernard Chapiteau (COLJOG) : Conférences

Bernard Faure (Unis-Cité) : débat sur la Presse avec les acteurs et élus.

Alain Nemoz (GUC) : Sos-Pôles, exposition du CCSTI / la littérature scientifique

Vos propositions pour sensibiliser le grand public aux enjeux climatiques:

Bernadette Aubrée : Qui est le « grand public » ? Sortir du catastrophisme finalement peu mobilisateur pour aller vers des actions même modestes. Valoriser les gestes quotidiens.

JJ Payan : Présenter des objectifs et évaluer régulièrement les résultats.

Rahim Bah (CAF) : Encarts dans les revues municipales / communication pédagogique dans les médias / interventions ludiques dans les écoles.

Georges Clo (EDF) : Créer des sortes de challenges interquartiers, interimmeubles en suivant des données simples (consommation d'électricité,...)

Michèle Ragache (UFC Que Choisir) : Possibilités d'économies (problème pécuniaire)

Catherine Pouyet : Diversifier les moyens selon les problèmes ciblés : âge, situation sociale et familiale,... Diversifier les lieux, les outils : cafés citoyens, , BD, jeux,... Travailler avec les jeunes publics et leurs familles. Solliciter les associations comme « les petits débrouillards ». Suivre des personnages symboles. Associer les bibliothèques municipales présentes dans tous les quartiers de l'agglomération et la plupart des quartiers sensibles.

Jacques Julliard (Passion du Bois) : Sensibiliser les plus jeunes, actions en milieu scolaire, manifestations diverses, forum, etc...

Micheline Hauss (Alpes Sud Isère) : Imaginer quelques conséquences prévisibles, touchant la vie quotidienne et les présenter de façon percutante.

Dominique Grand (CEA) : Etre clair, s'en tenir à quelques questions et définitions clés et y répondre.

Bernard Chapiteau (COLJOG) : Par les enfants : Ecoles.

Bernard Faure (Unis-Cité) : Participer aux rencontres avec les individus en donnant une dimension collective

Jean-Pierre Charre (CLUQ) : L'informer sur les évolutions récentes du climat / lui donner les éléments nécessaires pour se faire une opinion dans la querelle actuelle sur le « climato scepticisme » / lui donner les scénarios possibles d'évolution spatiale et altitudinale des zones bio climatiques.

Alain Nemoz (GUC) : Actions du CCST, Culture Scientifiques et Techniques, à intégrer dans le débat Sciences-Société

Trois récits sortis de l'imaginaire de groupes de travail préparatoires à l'organisation du Jeudi du Projet d'Agglomération sur la ville de l'après pétrole ...

Votre vie dans un monde sans pétrole, elle ressemblerait à ...

Rose est née en 2009, elle fêtera cette année ses 31 ans...

Elle a grandi dans le Trièves : ses parents, citadins historiques, ont suivi les grands mouvements de retour à la campagne des années 2015-2020, guidés par la nécessité de trouver davantage d'espaces cultivables pour se nourrir. Ces années de transition ont permis aux villages autrefois dortoirs de retrouver une activité économique et sociale réellement attractive.

Rose, elle, a fait le choix de vivre en ville pour profiter d'une offre culturelle plus variée. Mais c'est une ville bien différente de celle qu'ont fuit ses parents : une « ville jardin », une « ville végétale », qui n'est finalement pas si éloignée de cadre de vie de son enfance. On s'y sent bien, on y respire bien, c'est une ville apaisée qui présente des quartiers et des zones plus mixtes en termes d'activités : commerces, services, agriculture vivrière.

En 2013, toutes les surfaces agricoles disponibles de l'agglomération ont été interdites à l'urbanisation pour permettre de réagir à la hausse brutale du prix du pétrole, et des produits alimentaires issus de l'agriculture intensive et massivement importés. Peu à peu, l'autosuffisance alimentaire de l'agglomération s'est organisée, les cultures vivrières ont conquis du terrain sur l'espace libéré par les voitures : parkings vides, voies rapides ... se sont recouverts de terre végétale et de plantations.

Dans l'immeuble de Rose, le moindre espace a été utilisé pour produire des légumes, jusqu'aux parois verticales, ce qui assure également une isolation confortable pendant les six mois de saison chaude. C'est un immeuble à biodiversité et à énergie positive, « tout comme moi » aime bien plaisanter Rose toujours prête à s'impliquer dans les projets collectifs de son quartier.

Cette semaine, elle participe au ramassage des noix de Grenoble avec ses voisins. La transformation des noix sera ensuite confiée à une association qui permet de créer des emplois saisonniers pour des migrants du climat réfugiés à Grenoble cette saison.

Côté professionnel, Rose est maître compostière et s'est spécialisée dans la fabrication de la terre végétale en ville pour permettre de transformer chaque espace en espace agricole utile.

Quand elle a trouvé cet emploi à 20 km de son domicile l'an dernier, elle a pu facilement déménager pour se rapprocher de son lieu de travail et elle est « usufruitière » du logement qu'elle occupe actuellement. Difficile de comprendre certains de ses voisins qui restent propriétaires et entretiennent avec un appartement ancien une relation affective, presque passionnelle au prix d'heures perdues dans les transports à certaines périodes de leur vie professionnelle et de factures énergétiques qui représentent jusqu'à un tiers de leurs revenus. Son logement est fonctionnel, autonome en énergie, et la qualité de l'air intérieur y est naturellement régulée par la présence de végétaux.

«La ville de l'après-pétrole»



Le monde de Juliet...

Juliet a 40 ans. Elle est infirmière et travaille de nuit. Elle a deux enfants, une fille de 8 ans et un garçon de 12 ans. Elle habite un habitat groupé et intergénérationnel (et est propriétaire de son espace familial). Elle fait des permanences dans un centre de santé et intervient aussi dans le quartier auprès des personnes âgées.

Son immeuble est producteur d'énergie. Juliet habite un bourg à plusieurs kilomètres de la ville-centre qui est encore peu desservi pour les transports en commun lourds, mais qui connaît, comme l'ensemble du territoire, le développement de transports à la demande, le co-voiturage et le « véhicule partage ».

Justement, elle partage un scooter électrique avec un voisin qui, lui, travaille de jour. Son scooter est une sorte de bulle entourée de panneaux solaires qui se recharge très rapidement. Des prises sont installées en bas de son immeuble ainsi que dans la cours du centre de santé dans lequel elle travaille.

Juliette continue à se déplacer. L'après pétrole n'est pas la fin de la mobilité. Mais il faut optimiser les déplacements.

Elle utilise le scooter, mais aussi grâce à son *Smartphone68* utilise les informations transmises en temps réel sur les possibilités de partage de véhicules, sur les transports à la demande, sur le temps d'attente restant pour attraper une navette. Avec comme indicateurs : le temps, le plaisir, le circuit, les rencontres...

Mais elle sait bien qu'elle est privilégiée, car elle a pu se payer cet outil... elle sait que d'autres personnes ne peuvent pas accéder à l'information, qu'ils n'ont pas de véhicule et ont du mal à accéder aux informations de mobilité. D'ailleurs, le scooter a été plusieurs fois volé et détruit par des personnes qui rodent pour récupérer tout véhicule utilisable....

Ce soir, elle vient de recevoir l'information lui disant qu'un mini bus pour 5 personnes est déjà prévu, il la rapprochera de son lieu de travail. Elle s'ajoute aux passagers et transportera son vélo pliant pour faire le dernier kilomètre. Elle réserve aussi le retour.

Son fils, lui, dispose d'une carte mobilité qui lui permet d'utiliser tout mode de transports pour aller au centre éducatif, participer au groupe de musique et faire du sport dans le bourg voisin (car voici quelques années, les équipements ont été recentrés par bourgs). Il partage un vélo avec un voisin et le transporte dans le bus, le taxi collectif ou dans le train quand il va voir ses copains de la ville-centre. Mais il aime surtout trouver des chemins de traverse quand sa mère lui laisse le scooter, pour se faufiler entre les routes à moitié en friche et les voies de chemin de fer...

La mère du voisin qui est venue le voir, repart le lendemain à l'autre bout de la France : elle est venue chez Juliet trouver le moyen d'optimiser son circuit entre taxi collectif, train, bus avec un service de transport de ses bagages qui la suivront.

Juliet et sa famille va donc moins vite, elle adapte son mode de déplacements au parcours, à ses besoins. La vitesse n'est plus l'unique valeur centrale des déplacements. La voiture individuelle a disparu dans les classes moyennes (a-t-elle été interdite ? Est-elle devenue un objet de luxe que seuls les plus riches peuvent utiliser ?)

Juliet cultive un potager familial et est donc productrice d'une partie de l'alimentation familiale. Pour se vêtir, elle apprend - sous forme d'échanges de savoirs - à tricoter des pulls, mais n'est pas très douée ! C'est une grand-mère qui habite l'immeuble qui lui apprend.

Les supermarchés que nous connaissons n'existent plus. Ils ont été transformés en supermarchés « noirs »

pour acheter des matériaux rares et lointains. Le fils de Juliette recycle aussi d'anciens éléments d'ordinateurs pour améliorer les fins de mois. Il fait une partie de ses études par internet. Il joue toujours au foot avec les copains dans le quartier.

Comme ils ne sont pas partis en vacances depuis 3 ans, ils partent bientôt en voyage pour six mois. Ce sera un périple dans plusieurs villes et peut-être pays, où ils logeront et resteront quelques temps chez des personnes et donneront un coup de main.

La famille Cassandre face aux défis de la ville de l'après pétrole...

2010 - 2015 : La famille Cassandre, Hélène et Homère, tous deux trentenaires et leurs deux enfants, Pâris, 4 ans et Delphine, 15 mois vivent dans une maison individuelle au centre de Grenoble dont Homère a hérité. Ils disposent de deux véhicules dont un véhicule d'entreprise.

Homère est commercial, il se déplace beaucoup en auto-soliste dans toute la région. Hélène travaille à Crolles en tant que technicienne salle blanche. Elle se rend également à son travail en auto-soliste malgré le Plan de déplacements entreprise en vigueur dans son entreprise. Leur fils, Pâris est scolarisé et Delphine va à la crèche.

Leur réseau social est peu développé, qu'il soit réel ou virtuel. Ils vivent essentiellement en famille. Ils voyagent beaucoup, sont très mobiles lors des week-end et vacances même si les deux actifs du ménage ont des revenus plutôt faibles.

Delphine et Homère hésitent à concevoir un troisième enfant.

2015 – 2020 : le 21 avril 2015 marque un tournant majeur dans l'histoire énergétique du monde moderne : le défaut d'offre mondiale d'énergie face à la demande. C'est que l'on appelle depuis le « Peak Oil », une augmentation du prix des énergies se répercutant sur l'habitat, les transports, l'alimentation et un ensemble de bien de consommation courante tel que les stylos.

Cette période est très dure socialement. Les phénomènes de ségrégation et d'inégalité sociale s'exacerbent. Une recrudescence des vols et des violences est fortement réprimée par des pouvoirs publics qui n'avaient pas su anticiper sur la crise énergétique et qui de ce double fait se décrédibilisent vis-à-vis de la population.

Pour conserver son emploi, Hélène doit trouver d'autres modes de déplacements (auto-partage, pack mobilité) mais auxquels elle a du mal à s'adapter. Elle est toujours en retard et stressée. Après lui avoir changé son véhicule diesel par un véhicule électrique, la société d'Homère provoque un chômage technique de quelques mois (le coût de revient de ce type de véhicule est encore beaucoup trop élevé) avant de lui confier une mission renouvelée de vente à distance avec les outils numériques.

Les Cassandre peinent à abandonner leur mode de vie, notamment les week-end et les vacances mais ils ont de plus en plus de mal à joindre les 2 bouts. Facture de chauffage, plein d'essence, prix de l'alimentation les plongent toujours plus significativement vers un niveau d'endettement préoccupant. Ils essaient de glaner ici et là des produits de subsistance (récupération d'un poêle à bois et ramassage de combustible dans les piémonts environnants).

Heureusement qu'ils n'ont pas eu de 3ème enfant.

2020 – 2030 : Après la période d'adaptation à la marge de leur mode de vie, la nouvelle décennie qui s'ouvre a été le déclencheur d'une prise de conscience que rien ne serait plus comme avant.

Première mesure phare, les Cassandre décident de bâtir un projet d'habitat groupé collectif sur le tènement de leur maison individuelle pour mutualiser les coûts de construction et d'exploitation d'un habitat beaucoup moins énergivore. Mais ils ont du forcer leur nature, eux qui étaient plutôt replié sur eux-mêmes. A noter, les pouvoirs publics soutiennent fortement ce type de démarche et regagnent ainsi peu à peu la confiance des populations.

Le résultat n'est pas si mauvais et les projets collectifs fleurissent. Jardins partagés, garde d'enfants mutualisée. De nombreuses structures d'organisation collectives voient le jour.

Mais alors que la situation économique de la famille s'améliorait, Hélène perd son travail. La société qui l'employait n'a pas réussi à renouveler son business modèle dans un monde radicalement différent.

