



11<sup>ème</sup> Congrès RIODD

« Energie, environnement et mutations sociales »

7 juillet 2016

# Communication et changement de comportement : Analyse de 40 ans de campagnes de communication de l'ADEME pour la réduction de la consommation énergétique dans les logements



Aurélien ALFARÉ (M2 HPDS)  
Eric TRIQUET  
Benoit Urgelli



ISPEF  
Institut des Sciences et des Pratiques  
d'Education et de Formation

# Echec de la communication pour réduire la consommation énergétique des logements

- Ménages occupant les logements ont une influence forte sur consommation des logements
- Campagnes de communication de l'ADEME depuis 40 ans visant à faire évoluer leurs comportements n'ont pas produit les résultats escomptés (Brisepierre, 2013)

→ HYPOTHESE : les caractéristiques communicationnelles et didactiques des campagnes participeraient de cet échec

# 13 plaquettes issues de (presque) toutes les campagnes de l'ADEME



1974

1979

1982

1985

1991

1992

2000

2004

2008

2013

AEE

AFME

ADEME

La chasse  
au gaspi  
**Gaspi**

Maitrise  
de  
l'énergie,  
pas si bête  
**PasBête**

Maitrise de  
l'énergie, les  
choix sont  
entre nos  
mains  
**ChoixMains**

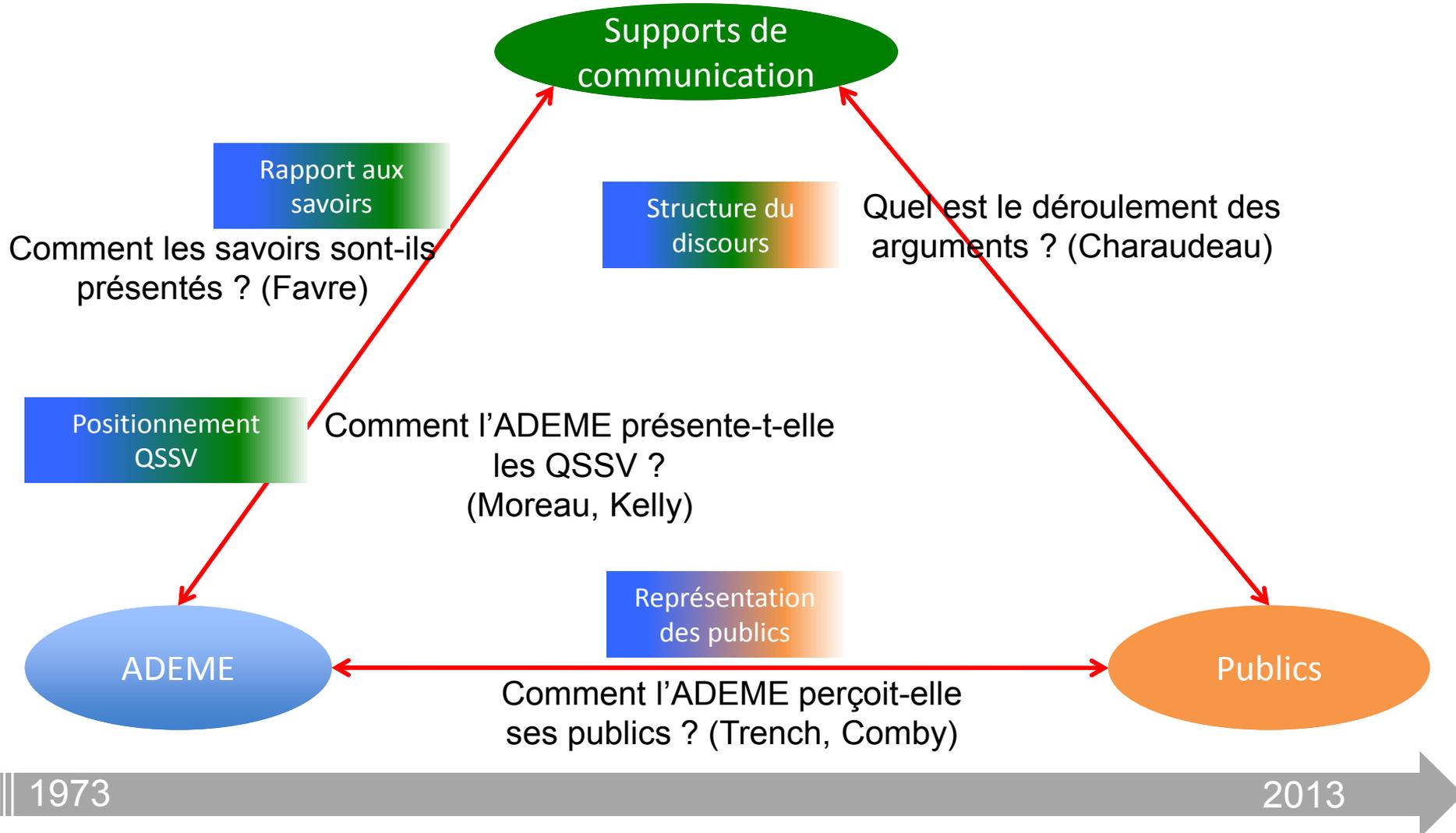
Préservez  
votre argent,  
préservez  
votre planète  
**ArgentPlanète**

Economies  
d'énergie.  
Faisons vite,  
ça chauffe  
**FaisonsVite**

J'éco-rénove.  
J'économise  
**EcoReno**



# Dresser le « portrait communicationnel » de l'ADEME au cours du temps autour de trois pôles d'analyse



# Un portrait cohérent et stable dans le temps

- Discours :
  - Problème / Solution / Gain / Risque
  - Stable dans le temps
- Public :
  - Uniforme
  - En attente d'informations sur les solutions et incapable de les élaborer : **deficit model**
- Savoirs :
  - Savoirs présentés comme des vérités, hypothèses peu détaillées : **approche dogmatique**
  - QSSV, débat non présenté ou présenté comme tranché : **exclusion des controverses**

# Structure du discours : carotte et bâton pour le ménage-consommateur

- Un discours en 4 temps :

1. Problèmes ou améliorations dont le ménage-citoyen-consommateur responsable est

confortable et économe. Ainsi, vous pouvez améliorer votre qualité de vie en préservant la qualité de votre environnement. EcoReno1

2. Présentation des solutions que le ménage doit mettre en œuvre

Bonne isolation, systèmes performants, durables et adaptés au logement, entretien régulier, recours aux énergies renouvelables : les solutions sont multiples pour réduire la consommation d'énergie, les dépenses... et les nuisances ! FaisonsVite3

3. Gains pour le ménage-consommateur

**EQUIPER VOTRE MAISON  
POUR ECONOMISER  
L'ENERGIE,  
UNE VERITABLE EPARGNE  
QUI RAPPORTE GROS**

Gaspi1

4. Parfois : risques si solutions pas mises en œuvre

**SI VOUS NE FAITES  
RIEN MAINTENANT,  
VOTRE NOTE DE FUEL  
NE PEUT QU'AugMENTER**

Gaspi1

## QSSV : Exclusion des controverses

- Exemple des lampes basse consommation (LBC)
  - Neutralité exclusive : pas de débat sur...
    - intérêt d'interdire les ampoules à incandescence
    - risque « mercure »
  - Entre Neutralité et Partialité exclusive pas de débat ou débat a été tranché sur...
    - qualités des LBC

### La disparition des lampes les plus énergivores

Trop « énergivores », les lampes à incandescence classiques,

EcoReno3

### Pas de panique !

Si vous cassez une lampe basse consommation, vous ne courez pas de danger, car elle ne contient que 0,005% de mercure mélangé au gaz inerte contenu dans le tube.

Prenez malgré tout quelques précautions : aérez, ramassez les morceaux avec un balai et non un aspirateur, mettez-les dans un sac fermé et portez ce sac en déchèterie.

FaisonsVite2

### Choisir des lampes de qualité

FaisonsVite2

## UN portrait de l'ADEME

- Un **aspect** de la communication de l'ADEME
  - Savoir et discours : conseillers ADEME **mettent en perspective**, débattent, etc.
  - Publics : actions ciblées vers des **publics divers** / sensibilisation **de moins en moins descendante**
- Cependant : plaquettes sont un **levier important** : donnent le « la » à la communication nationale sur les économies d'énergie

## Perspectives

- Passer à l'action : création de ACCTEES
  - Poursuivre analyse, interroger les modèles utilisés pour d'autres grandes campagnes (santé : thèse sur l'utilisation des médicaments dans le rhume)
  - Développement d'ateliers fondés sur un autre modèle de communication (participatif)



ACCompagnements vers des Transitions Ecologiques Economiques et Sociales

[www.acctees.fr](http://www.acctees.fr)

contact@acctees.fr

# COMPLÉMENTS

# QSSV : Exclusion des controverses

## Positionnement en cas de QSSV (Moreau, 2014)

Positionnement de l'instance de médiation	Nature des savoirs	Prise en charge des savoirs	
		Expression de la vivacité	Expression d'un point de vue
Neutralité exclusive	Savoirs stabilisés exclusivement		
Impartialité neutre	Savoirs stabilisés et savoirs non stabilisés	Expression de la vivacité (présence d'indicateurs de doute et de controverse)	Non
Impartialité engagée	Savoirs stabilisés et savoirs non stabilisés	Expression de la vivacité (présence d'indicateurs de doute et de controverse)	Oui
Partialité exclusive	Savoirs stabilisés et savoirs non stabilisés	Absence de vivacité (présence d'indicateurs de certitude et de consensus)	Oui

# Quelques sources qui ont cadré notre approche

- Le cadre
  - BRISEPIERRE, G. (2013). Analyse sociologique de la consommation d'énergie dans les bâtiments résidentiels et tertiaires : Bilan et perspectives. Rapport pour le compte de l'ADEME.
- Les publics
  - COMBY, J.B. (2013). Faire du bruit sans faire de vagues. *Communication, Vol. 31/2, pp. 1-26*
  - TRENCH, B. (2008). Towards an analytical Framework of science communication models. In D. CHENG, M. CLAESSENS, T. GASCOIGNE, J. METCALFE, B. SCHIELE, S. SHI (Eds), *Communicating science in social context (pp. 119-135). Amsterdam : Springer Netherlands.*
- Le discours
  - CHARAUDEAU, P. (2008). *La médiatisation de la science. Clonage, OGM, manipulations génétiques. Bruxelles : De Boeck.*
- Le rapport aux savoirs
  - FAVRE, D. (1997). Des Neurosciences aux Sciences de l'Éducation : contribution à une épistémologie de la variance. Thèse de Doctorat en Sciences de l'Éducation, 433 pages, Université Lyon 2, Presses Universitaires du Septentrion (1998), pp. 13-38.
- Le positionnement par rapport aux QSSV
  - MOREAU, A. (2014). Vivacité de la question du déclin des abeilles sauvages : étude de la médiation par l'exposition et analyse des contributions d'acteurs lors de sa conception. Thèse de doctorat. Université Claude Bernard Lyon 1. Soutenue le 19 juin 2014.

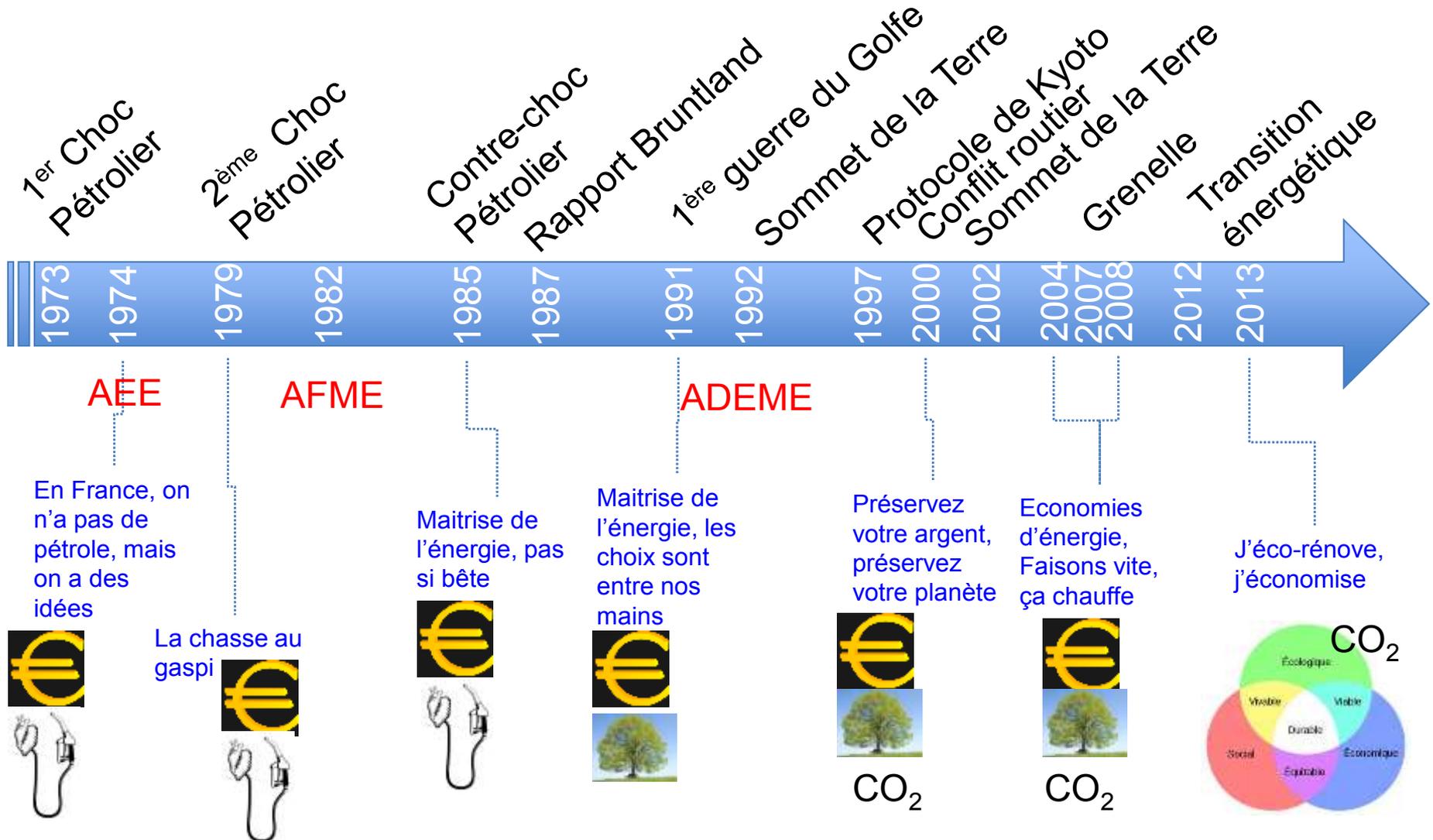
## Des explications à la difficulté des changements de comportements

- Approche **dogmatique** / savoirs **complexes**
  - Critères de choix se complexifient (ACV), apprendre à penser la complexité ?
- **Exclusion** des QSSV / **alimentation** des QSSV
  - LBC : controverse entretenue par manque de concertation et non par le « fond »
- Approche **dogmatique** et vision des **publics** / **obstacles** à l'appropriation des savoirs
  - Conflit sur confort 19° C

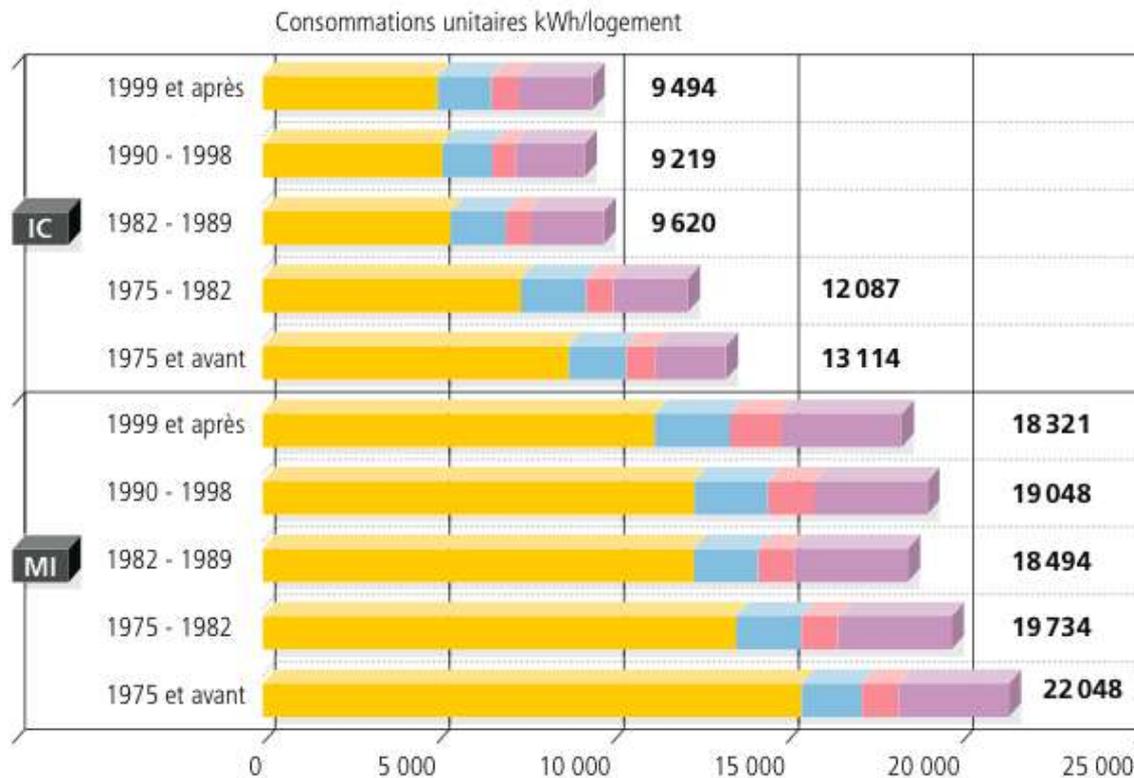
# Des pistes de recherche

- L'approche didactique alimente l'analyse des discours : poursuivre la démarche dans un **cadre hybride** et renforcer l'aspect **didactique**
- Etudier **l'écologie** des **plaquettes** de communication et des grandes **campagnes** de communication
- Exploiter les résultats et les cadres théoriques de la **santé publique**

# 40 ans de campagnes de communication de l'ADEME vers le grand public



# Rôle des ménages dans la consommation

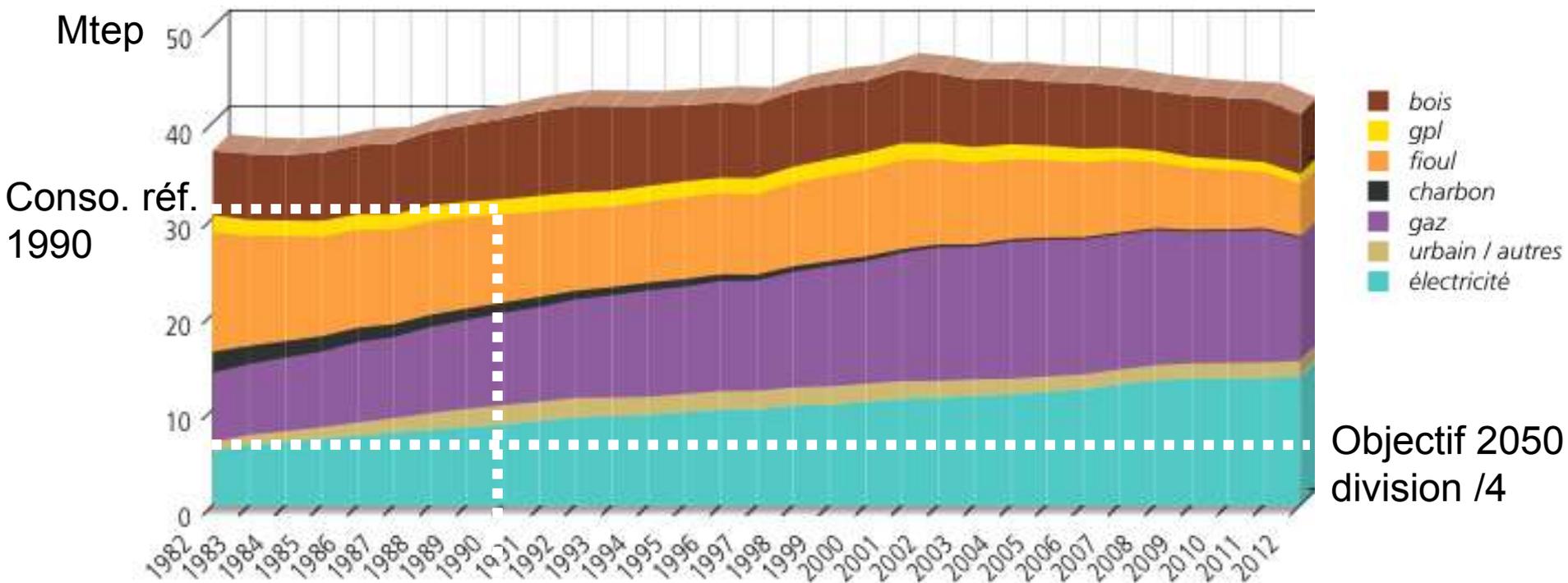


chauffage ■  
 eau chaude ■  
 cuisson ■  
 usages spécifiques ■

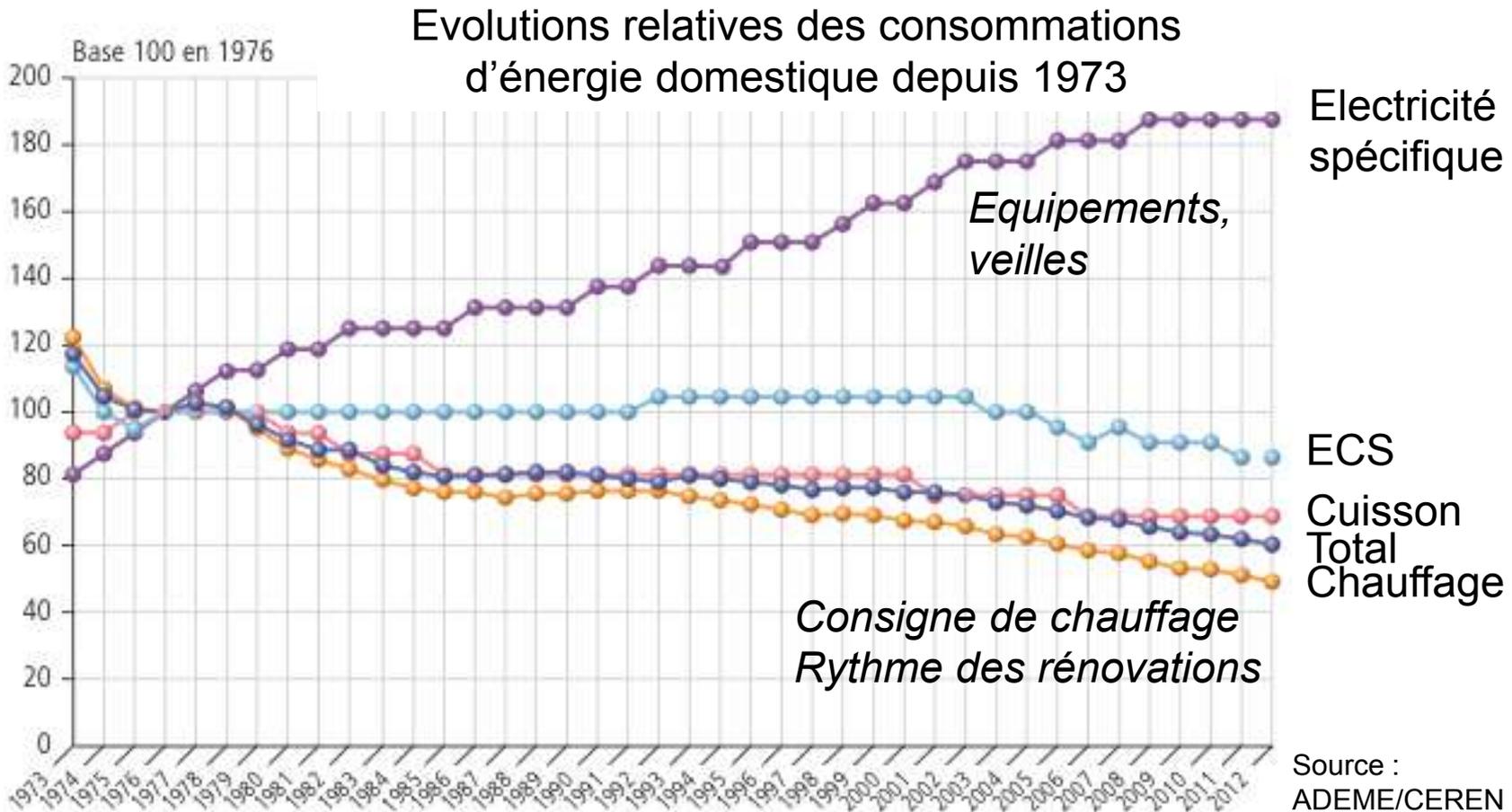
SOURCE CEREN

# Des campagnes de sensibilisations qui n'ont pas produit tous les effets escomptés (1)

Evolution de la consommation énergétique finale totale des logements à climat normal



# Des campagnes de sensibilisations qui n'ont pas produit tous les effets escomptés (2)



Les évolutions réglementaires permettent de réduire les consommations, mais le comportement limite en partie ces effets et le rythme des rénovations est faible

# 4 séries de questions de recherche (1)

- STRUCTURE DU DISCOURS

- Q 1: La **structure du discours** à l'œuvre dans les plaquettes repose-t-elle sur la mise en avant **d'enjeux** liés au développement durable et d'un **enchaînement** induisant la prise en charge par les publics de ces enjeux en contrepartie de bénéfices pour eux ?

- SAVOIRS

- Q 2.1 : La communication de l'ADEME est-elle plus proche d'une **pensée dogmatique**, fermée, ou d'une pensée ouverte, qui permet aux publics de prendre part aux débats et aux décisions, notamment dans un secteur de plus en plus complexe comme celui des économies d'énergie dans les logements ?
- Q 2.2 : Les plaquettes de l'ADEME renferment-elles effectivement des **QSSV locales** ? Quels sont les **positionnements** adoptés par l'ADEME vis-à-vis de ces QSSV ?
- Q 2.3 : Les **savoirs de sciences physiques** en jeu dans les plaquettes sont-ils porteurs de **difficultés cognitives** ?

# 4 séries de questions de recherche (2)

- PUBLICS

- Q 3 : La **représentation des publics** exposée par l'ADEME dans ses plaquettes relève-t-elle du deficit model ou d'autres types de modèles de communication scientifique ? Comment l'ADEME considère-t-elle les publics auxquels elle s'adresse dans ses plaquettes ?

- PORTRAIT

- Q 4 : Lorsque l'on regroupe ces trois pôles d'analyse, quel est le **portrait de la communication de l'ADEME** qui se dessine ? Semble-t-il **cohérent** ? **Evolue-t-il** au cours du temps ?

# Corpus

- Supports de communication de l'ADEME (et partenaires ?)
  - Thème : économies d'énergie
  - Sous-thème : gestes d'économie d'énergie dans le logement
    - modifications de comportement, EnR, rénovations
  - Public cible : particuliers (ménages et « jeunes ») en France
  - Types de support :
    - Plaquettes
    - D'autres supports existent et sont très importants MAIS plaquettes persistent
  - Période : 1974-2014 (en cours de validation)
    - 7 grandes campagnes de l'ADEME
- Programmes scolaires et ressources primaire et secondaire
  - Bulletins officiels
  - Ressources ADEME recommandées pour l'enseignement sur les sites officiels
  - Site ADEME pour l'enseignement

# Un sous-corpus généraliste et deux sous-corpus spécialisés

## Plaquettes généralistes



## Plaquettes Eclairage



## Plaquettes 19° C



# Savoirs – Une approche dogmatique

Aucun terme expert défini

Quelques termes experts définis

	<i>Gaspi2-1979</i>	<i>Gaspi3-1981</i>	<i>PasBête-1986</i>	<i>ChoixMajns-1991</i>	<i>ArgentPlaniète-2001</i>	<i>FaisonsVitetP-2009</i>	<i>EcoReno1-2014</i>	<i>EcoReno2-2014</i>
Mode de formulation								
Attitude face aux connaissances								
Mode d'administration de la preuve								
Attitude face à la subjectivité								

- Pensée ouverte
- Faiblement dogmatique
- Fortement dogmatique

Généralisation par des moyennes et minoration des inconvénients

Utilisation de « cas réel » pour calculer les gains, mais peu de détails sur le logement

# Savoirs – Une approche dogmatique qui perdure

<b>Pensée dogmatique</b>	Posture cognitive (avec possibilité de déplacements entre les 2 pôles)	<b>Pensée ouverte</b>
Registre de l'implicite	 Mode de formulation	Explicitation, définitions, classification...
Énoncés sous forme de vérités immuables ou de certitudes définitives	 Attitude face aux connaissances	Énoncés sous forme de questionnements, d'hypothèses ou de modèles approximatifs et provisoires
Généralisation abusives, seuls sont retenus les éléments qui confirment l'énoncé	 Mode d'administration de la preuve	Recherche critique de <b>c o n t r e - e x e m p l e s</b> et recontextualisation des énoncés et de leur domaine de validité
La subjectivité est ignorée mais les émotions sont <b>projetées</b> monde extérieur	 Attitude face à la subjectivité	La subjectivité, les désirs, les peurs, sont pris en compte pour tenter de se représenter <b>réflexivement</b> la réalité

Postures cognitives (Favre, 1997)

# Publics – Les grands modèles de communication

Modèles de base des sciences de la communication	Liens idéologiques et philosophiques	Principaux modèles de communication de la CST	Variantes	Vision du public du point de vue de la science
Diffusion	Scientisme Technocratie	Déficit	Défense  Marketing	Ils <sup>21</sup> sont hostiles  Ils sont ignorants  Ils peuvent être convaincus
Dialogue	Pragmatisme  Constructivisme	Dialogue	Contexte  Consultation  Engagement	Nous voyons leurs différents besoins  Nous découvrons leurs points de vues  Ils répondent  Ils prennent en charge le problème
Conversation	Démocratie participative  Relativisme	Participation	Délibération   Critique	Eux et nous cadrons le problème  Eux et nous définissons le programme   Eux et nous négocions le sens

(Alfaré, d'après Trench, 2014)