



TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Etudiants,
concrétisez
vos projets !

PARTICIPEZ AUX TROPHÉES AVANT LE 30 JUIN 2009
et bénéficiez de l'appui d'entreprises engagées.



www.planetd.fr

Guide
méthodologique →



TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

GUIDE METHODOLOGIQUE

Quelques pistes et conseils pour vous aider à réussir votre projet.

→ PORTER UN PROJET : ENJEUX ET PERSPECTIVES

Réfléchir à ses motivations et ses atouts

Avant de s'engager dans un projet, il est opportun de se poser des questions sur les causes profondes qui le motivent. Celles-ci peuvent être d'ordre socioculturel, affectif, liées à des contraintes externes (normes sociales et variables situationnelles), une récompense, éviter de se sentir coupable, gagner l'approbation, procurer un sentiment de plaisir, d'autonomie¹. Réfléchir à ce qui fait sens dans sa vie, à ce qu'on souhaite vivre lors du projet, à ce qu'on souhaite transmettre, est rarement une perte de temps mais permet de faire des choix réfléchis en cohérence avec soi-même.

Etre honnête avec soi-même, c'est savoir faire la part entre ses objectifs « individuels » et des objectifs collectifs plus nobles ; et être capable de remettre en cause les moyens d'atteindre ses objectifs « perso » pour faire primer la recherche du « bien de tous ».

Il faut cependant savoir se souvenir qu'on n'est jamais en mesure de prendre soin des autres sans prendre soin de soi également.

...mais aussi à ses faiblesses

Nous sommes tous doués de savoirs et de connaissances acquis au cours de notre existence, détenteur d'un certain nombre de choses matérielles et fort d'expériences vécues. Cet ensemble constitue une

¹ Selon la pyramide de Maslow, les motivations humaines obéissent dans l'ordre à des besoins physiologiques, de sécurité, d'appartenance, d'estime et d'accomplissement !





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

zone de confort dans laquelle on se sent en confiance. Par exemple cela peut être : « je suis capable de m'organiser ; de parler en public ; je possède un ordinateur portable.... »

Monter un projet ambitieux confronte à des expériences qui se situent hors de sa zone de confort : des connaissances nouvelles à intégrer, des défis nouveaux auxquels il faudra faire face. En approchant la frontière de sa zone de confort, il est normal d'avoir un peu peur. On sent cette résistance sous plusieurs formes : excuses qu'on se donne, prétextes supplémentaires fournis par son système de croyances, perturbations physiques (tremblement, palpitation, voire plus chez certains).

Prendre conscience de ses propres schémas de fonctionnement permet d'aller de l'avant quand on hésite. La peur peut alors agir comme les aiguilles d'une boussole qui indiquent là où on a besoin de grandir, de s'enrichir. « Et si j'étais au bord de ma zone de confort ? » Ce qui importe c'est la direction où on veut aller, et le premier pas à faire ! Le chemin à accomplir, on ne peut en juger qu'après l'avoir parcouru, pas avant. C'est comme faire du vélo, on va là où on regarde !

Métaphore du bateau:

Imaginez un bateau sur le point de partir. Ce bateau est susceptible d'aller vers votre objectif. Vous êtes sur le quai et faites un pas sur le bateau. Alors que vous avez un pied sur le quai et un pied sur le bateau, vous commencez à réfléchir : « Mais si je pars, je laisse tout ce que j'aime sur le quai, ma famille, mes soirées, ma voiture, .. », « Et finalement est-ce que je veux vraiment aller là bas ? », « et puis le bateau n'est peut être pas si sûr... », « Peut être y aura-t-il un autre bateau plus tard quand je serai plus prêt? », etc., etc. Alors que vous vous interrogez indéfiniment sur « Faut il aller sur le bateau ou rester sur le quai ? », ce même bateau largue les amarres et commence à s'éloigner du quai... voilà que vous commencez à faire le grand écart ; situation peu confortable. Cette situation vous amène à vous poser encore plus de questions ! Mais le bateau s'éloigne encore plus....

Alors quelles issues possibles à cette histoire ?

- *Vous continuez à faire fonctionner votre cerveau, encore et encore, et, vous vous retrouvez à l'eau !*
- *Vous choisissez de rester sur le quai. Vous regardez le bateau partir, un petit pincement au coeur. Vous ne savez pas ce qu'il serait advenu si vous étiez parti et vous vous confortez en pensant à tous ce que vous allez retrouver : Mais vous gardez toujours ce petit regret....*
- *Vous choisissez de sauter sur le bateau et de partir à l'aventure. Là l'histoire ne sait pas encore ce qu'il advient car ce n'est qu'à vous seul qu'il appartient de construire la suite.*





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

→ L'ORGANISATION DE L'EQUIPE

Manager l'équipe d'organisation

Définir clairement l'organisation de l'équipe et partager les responsabilités. Le projet doit être porté collectivement, par plusieurs individus rassemblés dans une structure identifiée (association, BDE, junior-entreprise, entreprise).

Pour maximiser ses chances d'aboutir, le projet doit être à la confluence des aspirations collectives et de celles, personnelles, de ses promoteurs. Il est donc nécessaire que chacun comprenne les intérêts des différents membres de l'équipe par rapport au projet.

Parvenir à répartir les tâches, en mesurant les compétences et les motivations, en évitant les frustrations et les conflits. Faire l'inventaire des compétences des différents membres dans tous les domaines et identifier les limites individuelles à repousser pour mener le projet. Ceci peut vous aider à éviter des déceptions et des échecs et à mieux répartir les rôles dans l'équipe.

Se former à la communication à la négociation, acquérir les compétences techniques nécessaires à la réalisation du projet nécessite du temps et de l'investissement personnel mais est aussi une étape nécessaire à la réussite de du projet.

La communication doit avant tout s'exercer au sein de l'équipe !

Tenir des réunions régulièrement, pour faire le point sur l'activité. Pour éviter de sombrer dans une « réunionnisme stérile », ces réunions doivent être préparées et précédées d'un ordre du jour. En faire le compte rendu évite les redites. Partager l'information. Diffuser les notes de travail de chacun des membres, afin que tous puissent mesurer les avancées ou les problèmes. Penser à utiliser des outils collaboratifs (WIKI, documents partagés sur google...).

Au fur-et-à-mesure de l'avancement du projet, mettre sur papier le résultat des réflexions et recherches. Ceci dans l'objectif de les regrouper et de les organiser dans un document qui deviendra tant un outil de référence pour l'équipe qu'un outil de communication.

Recruter des membres

Pour recruter de nouveaux membres, il est préférable de réaliser ses opérations de communication au moment de l'arrivée de la nouvelle promotion et de communiquer largement autour de la réunion de rentrée.





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

Il faut parvenir à impliquer sans effrayer, à motiver sans épuiser. Donner tout de suite des responsabilités aux nouveaux membres pour les fidéliser. Certains gagneront en motivation en entrant dans le bureau, d'autres en étant chargés d'une mission ponctuelle et moins écrasante. Le tout est de trouver, dans le partage des responsabilités, un équilibre entre anciens et nouveaux venus, pour une transition en douceur.

→ DEFINIR LES OBJECTIFS DU PROJET

Il ne se passe guère de jours sans que ne paraissent dans la presse des articles, des dossiers ou des numéros spéciaux sur le développement durable. Signe que cette préoccupation, relativement récente, s'impose aujourd'hui à tous et notamment aux établissements d'enseignement supérieur, qui sont nombreux à transformer leurs pratiques pour mieux la prendre en compte.

Dans les premiers temps, des approximations sinon des erreurs se sont manifestées, dues pour une large part à l'aspect fortement émotionnel, sinon passionnel, du sujet. Ainsi, de fausses évidences se sont parfois imposées, fondées non sur l'analyse mais sur un sentiment diffus. Par exemple : Pour préserver l'environnement, il ne suffit pas de manger bio. Mieux vaut commencer par acheter des fruits et légumes issus d'une production locale de saison sans emballage et limiter sa consommation de viande (carnée principalement). Le bio qui respecte ces critères est alors la « cerise sur le gâteau » !

Aussi, nous vous conseillons de partir d'une analyse objective du problème et non de « l'idée que vous aviez en commençant ».

- évitez les solutions déjà prêtes
- méfiez-vous des idées reçues
- faites preuve d'autonomie par rapport aux habitudes.

Etudier les interactions entre les « organes » (restauration, logement, enseignement...) et les flux (déchets, personnes, consommables...) qui transitent au sein du Campus permet d'avoir une vue claire des différents endroits où couper les vannes des flux responsables des effets nuisibles (sociaux ou environnementaux).

Faire un bilan quantitatif : environnemental (énergie, pollution de l'eau, bilan carbone...) ou bien social (quantité d'heures travaillées en statut précaire, quantité de produits provenant de pays ne respectant pas les droits élémentaires des salariés...) de la gestion du Campus permet de définir un plan d'action cohérent avec les objectifs du projet. Il existe de nombreux critères de Responsabilité Sociale et Environnementale, pouvant servir de support à cette étude préliminaire. Différents calculateurs en ligne sont répertoriés sur les sites www.avenirclimatique.org et www.refedd.org.





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

Recueillir les informations nécessaires à la préparation du projet en veillant à :

- Formuler des demandes d'information adaptées et éviter de prendre trop de temps
- Utiliser des organigrammes et des plans
- Faire des estimations, mêmes grossières, si vous ne parvenez pas à récupérer les données exactes.
- Faire preuve de professionnalisme et confidentialité totale
- Mobiliser au minimum les interlocuteurs : visites, réunions, mesures, interviews

Définir ses priorités :

- Maximiser les économies immédiates
- Minimiser le coût global de fonctionnement sur une longue période de temps
- Réduire les émissions de gaz à effet de serre
- Consommer des produits respectueux du travail des producteurs
- Favoriser l'insertion des populations fragiles

Savoir proposer des mesures à la hauteur des enjeux pour que la réalisation du projet améliore significativement et durablement le fonctionnement du Campus. A problème inédit, solutions inédites. Si les habitudes sont à l'origine du problème, la solution ira nécessairement à l'encontre des habitudes actuelles.

Cependant pour ne pas diluer son énergie, mieux vaut s'impliquer jusqu'au bout dans un « petit » projet bien préparé plutôt que de s'éparpiller et ne rien produire de neuf. La préparation pourra alors permettre de développer des outils et méthodes exportables sur d'autres Campus et avoir un impact au-delà des frontières initiales du projet.





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

→ LE CONTEXTE HUMAIN ET LOCAL DU PROJET

Outre les leviers techniques (remplacement des chaudières, diminution de la température des pièces, techniques de microcrédit, etc...), un projet à tout à gagner s'il prend en compte les enjeux humains du problème qu'il cherche à résoudre.

Le contexte sociologique

Analyser et anticiper les éléments qui peuvent rendre difficile la mise en place du projet (par exemple en essayant de comprendre pourquoi des projets similaires ont pu échouer les années précédentes sur le campus), permet d'envisager des solutions alternatives au cas où les plans doivent être modifiés en cours de route.

Identifier l'ensemble des parties prenantes² potentielles du projet et effectuer des recherches / études sur les représentations (symboliques) et connaissances des parties-prenantes grâce à des outils de sciences humaines et sociales :

- Etudes bibliographiques
- Enquêtes (sur support informatisé)
- Journal de bord par des volontaires au cours de semaines « test »
- Entretiens semi-directifs
- Micro-trottoir
- Rencontre avec des sociologues travaillant sur le sujet.

Une étude de ce type (même rapide) permet d'identifier les interactions complexes entre les aspects techniques du projet et le système de valeurs / représentations véhiculé par les comportements des individus.

Par ailleurs, comprendre les besoins génériques liés à la consommation ou à certains comportements permet de trouver des solutions de substitution :

- Une machine à nettoyer le sol sert-elle à « nettoyer le sol » ou à « avoir un sol propre » ?
- Une perceuse sert-elle à « percer un trou » ou à « accrocher un tableau au mur » ?
- Un fax sert-il à « envoyer une copie papier » ou à « transmettre 1 Go d'information » ?

² Partie prenante : tout acteur individuel ou collectif concerné directement ou indirectement par le projet.





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

Anticipez les intérêts de chacun

Identifier également, les intérêts ou au contraire désintérêts qu'auront les différentes parties-prenantes vis-à-vis du projet. Le directeur d'établissement sera peut-être intéressé principalement par l'image et la différenciation vis-à-vis de d'autres établissements, alors que les personnels d'entretien pourront être intéressés par un meilleur respect des locaux et de leur travail par les étudiants³...

Définissez des axes possibles d'action

Ces dernières années, beaucoup d'efforts se sont concentrés sur la consommation responsable, l'étude des croyances individuelles, des attitudes, sur l'information des consommateurs, la labellisation ou les économies potentielles à réaliser lors de l'utilisation de produits moins gloutons...c'est-à-dire sur des décisions réfléchies concernant la consommation de ressources non durables ou obtenues dans des conditions de production non-éthiques...

Cependant la majeure partie de la demande ordinaire réside dans les conventions, routines, dynamiques de pratiques qui font que l'individu n'a pas le choix de ce qu'il fait ou de ce qu'il consomme...ni de consommer ou pas.

Le projet vise t'il à :

- Sensibiliser : c'est-à-dire faire mieux connaître ou faire découvrir un problème aux gens.
- Changer les attitudes : c'est-à-dire changer l'opinion des gens sur un problème et la façon dont ils le perçoivent. Prépare la voie à de nouvelles initiatives des pouvoirs publics.
- Changer les comportements : c'est-à-dire influencer la manière d'agir des gens face à un problème pour supprimer le problème

C'est sur ce dernier aspect qu'il faut concentrer l'effort. En appréhendant de façon adéquate, les notions de propreté, convenances, marqueurs des statuts sociaux, confort, normalité, sécurité... vous pourrez envisager des solutions remettant en cause les mauvaises pratiques les plus tenaces, changer la définition des pratiques normales, générer de nouveaux schémas d'évolution de la demande en énergie ou des relations sociales ou culturelles actuellement insatisfaisantes...

³ Vos interlocuteurs pourront être réceptifs à ce qui est utile, ce qui est confortable, ce qui est amusant, ce qui rend jaloux le voisin...





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

Exemple d'analyse sociotechnique d'une salle de bain :

On constate une évolution des attitudes vis-à-vis de l'hygiène corporelle au cours des siècles : de l'eau, substance dangereuse, car capable de véhiculer les humeurs malignes à l'intérieur du corps (à travers une peau « poreuse ») jusqu'à un hygiénisme visant à éradiquer au moyen d'un lavage fréquent à l'eau courante le moindre germe présent sur le corps.

On observe dans les salles de bain des innovations élément par élément : Robinets, douches, enceintes de douche, baignoire, lavabo, éclairage, chauffage, sièges, rangement, bidet, toilettes, l'approvisionnement en eau, système de gestion des déchets, nettoyage, savons, gels, shampoing, des serviettes, des jouets, des miroirs. Certains designs d'éléments peuvent être à la mode ou pas. Par ailleurs, la structure des salles de bain est en relation avec ceux qui les font, les conventions de l'organisme de maintenance, le design de l'appartement dans son ensemble. La salle de bain est un système en interaction avec l'infrastructure de l'immeuble.

On peut distinguer plusieurs images et représentations liées au fait de se laver : moment de l'agenda, rush du matin ou moments de détente, de fraîcheur, de remise en forme, bien-être, soin personnel, espace privatif. Se laver de façon appropriée, la façon de gérer l'apparence, l'image, l'odorat. Design, l'esthétique, le goût, la notion de qualité...

Les connaissances acquises par les individus confrontés à des systèmes techniques forment aussi un système de compétences, savoir-faire, séquences de procédures donnant lieu à des

- rationalisations liées aux loisirs et plaisir, revigoration, relaxation*
- rationalisations liées à l'hygiène, l'efficacité, la santé*

Ainsi le futur de la consommation d'eau sera dicté par l'image de marque et les procédures (savoirs faire), et non pas seulement par le matériel. Les futures salles de bains se doivent de matérialiser, d'imaginer, et « concrétiser » des images, des procédures et des techniques en gestation aujourd'hui... La structure de l'industrie de la salle de bains dépendra notamment de l'évolution des notions de propreté, de convenances sociales, d'hygiène, d'apparence et de bien-être...et pas seulement de l'efficacité des régulateurs de débits d'eau !





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

→ UN PROJET NECESSAIREMENT MULTICRITERE

Réfléchir aux enjeux du projet

Prendre du recul et réfléchir à la nature des problèmes globaux auxquels le projet s'attaque, à leur complexité, en analyser les causes/conséquences directes et indirectes, relier ces problèmes à des enjeux de différente nature, à différentes échelles (locale, régionale, mondiale). Le Développement Durable peut parfois paraître un concept flou...et aux facettes contradictoires.

Quel lien y a-t-il entre la production de déchet sur votre Campus et l'épidémie de choléra au Zimbabwe ? Quel lien y-a-t'il entre l'arrosage à l'eau courante des pelouses de votre établissement et le conflit israélo-palestinien ?

Trouver des synergies avec d'autres axes du développement durable que l'axe principal retenu dans votre projet permet d'engager des partenariats avec d'autres associations (ou parties-prenantes) du Campus et développer un projet multicritère⁴ de long terme.

Par exemple, la mise en place d'une AMAP en partenariat avec des agriculteurs locaux permet de réduire les impacts environnementaux liés à l'agriculture aux alentours du Campus, d'améliorer le climat social par la création d'échanges entre les personnels et les étudiants et de faire des économies financières pour le producteur et le consommateur (pas d'intermédiaires, pas de pertes).

Discuter avec ses partenaires pour définir ensemble un résultat idéal final commun et clairement identifié, même s'il paraît totalement irréaliste. L'objectif le plus gigantesque, le plus fou, le plus audacieux est le moyen le plus efficace de clarifier un objectif d'une organisation. Il a pour principal avantage de polariser l'attention sur des objectifs à long terme en accord avec leur vocation. Un résultat idéal ne peut s'énoncer qu'avec une approche multicritère qui évite les transferts d'un problème vers un autre.

Cependant face à la hauteur des défis il est souvent complexe d'identifier quels sont les leviers les plus pertinents à actionner.

⁴ Multicritère : qui prend en compte plusieurs critères d'évaluation (environnementaux, sociaux, économiques).
Exemple de critères environnementaux : bilan carbone, déplétion des ressources en eau potable, déchets nucléaires produits ...



TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

→ LES PRISES DE DECISION

Pour définir les objectifs les plus réalisables et les plus propices à remporter l'adhésion de l'administration ou encore à choisir vos messages de communication, différents outils peuvent être utilisés.

- L'analyse SWOT (strengths/weaknesses/opportunities/threats). Traduire : forces, faiblesses, opportunités et menaces.
- Un tableau listant l'ensemble des actions potentielles et à évaluer de 1 à 5 selon chacun de différents critères chaque action possible.

Exemples de critères d'évaluation :

- Criticité : Tâche indispensable à la réalisation de l'objectif.
Ex1 : dans l'ordre réduire la consommation puis changer le système de chauffage, puis trouver un fournisseur alternatif... Ex2 : toujours faire les gros gestes avant les petits, car faire les petits permettent de se donner bonne conscience pour ne pas faire les gros.
- Accessibilité : C'est la capacité à accomplir la tâche facilement et rapidement.
- Acceptabilité : C'est la facilité à faire accepter le changement proposé par les parties-prenantes. S'appuyer sur des chiffres (neutres) pour véhiculer les concepts de dématérialisation qui ne seraient pas acceptables sinon « Un chiffre est un chiffre et pas un slogan ! ». vs « Vive la décroissance ! » (peu efficace devant la direction de l'établissement).
- homéostasie : adaptation du projet au contexte local
- Investissement : quantité de ressources nécessaire pour achever la tâche (temps, argent, « crédit » auprès des amis sollicités pour l'occasion)...Faire deux colonnes, la première pour les porteurs du projet, la deuxième pour l'administration de l'établissement.
- Retour sur investissement personnel: qu'apporte la tâche pour ses promoteurs (acquisition de compétences, amélioration de la vie sociale...ou pas) ?
- Effet : impact de la tâche dans la réalisation de l'objectif global. La réalisation améliorera-t-elle significativement et durablement le fonctionnement du Campus ?
- Reconnaissance / Lisibilité : netteté de la tâche. A-t-elle déjà été réalisée ? Les différentes étapes pour la mettre en œuvre sont-elles connues, ou bien est-ce le flou intégral ?





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

→ LA STRATEGIE POUR FEDERER AUTOUR DU PROJET

Mettre en œuvre des moyens pertinents pour mobiliser les acteurs du campus autour du projet : étudiants, personnels IATOS, professeurs...et pour convaincre / impliquer l'administration de l'établissement. Pour réussir à conduire un changement sur un Campus, on peut penser à différentes stratégies. Par exemple :

- (1) une stratégie par la motivation des acteurs impliqués afin de parvenir à modifier durablement les comportements sans qu'ils y soient contraints. Ces stratégies peuvent faire appel à différents mode d'action : stratégie par l'exemple (le Bureau des Elèves donne l'exemple et permet de franchir le "seuil psychologique"...), stratégie de persuasion de l'ensemble des acteurs parties prenantes d'un projet, ensemble d'actions visant à créer une dynamique d'établissement, valorisation des personnels, opérations de communication...
- (2) une stratégie visant à convaincre la direction de mettre en place votre projet (stratégie de lobbying)

La stratégie (1) est en fait toujours une bonne façon de réussir la stratégie (2).

Motiver l'ensemble des acteurs

Rencontrer un maximum de personnels administratifs pour évoquer avec eux la mise en place de du projet sur le Campus et en les sollicitant de façon « progressive » : informer, dialoguer en amont, expliquer le contexte, présenter les avantages qu'ils pourraient en tirer, communiquer, convaincre, diffuser, accompagner le changement pour impliquer des personnels à tous les échelons hiérarchiques et faire valoir leur accord de principe devant la direction.

Le dialogue avec les parties prenantes au stade de l'élaboration du projet leur donnera la sensation de se l'approprier et l'envie de contribuer à son succès. A l'inverse : le non dialogue risque d'entraîner des blocages de principe « je n'ai pas été consulté ! » et inciter les personnes à trouver des prétextes pour s'opposer au projet. Quoi qu'il arrive il est indispensable de toujours remercier son interlocuteur.

Il faut étudier avec soin le ou les message(s) pour qu'il(s) suscite(nt) l'intérêt de l'audience ! Le développement durable étant une notion mal définie, des catégories différentes de personnes auront des opinions parfois diamétralement opposées. Selon les cibles, il peut être utile de mettre en avant des questions comme la santé, la richesse ou l'emploi, ou des aspirations telles que l'amélioration de l'habitation ou de la qualité de vie.

Les instincts humains de combat ou de fuite ne sont pas programmés pour faire face à des menaces vagues et incertaines (comme le changement climatique...). En conséquence ; manier la peur avec beaucoup de circonspection dans la communication sur le développement durable. L'expérience montre qu'elle provoque souvent l'apathie, le sentiment que l'on ne peut rien faire. Il est tout aussi





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

improductif de s'attaquer à la maison ou à la famille ou à la solidarité... Toute attaque contre l'intégrité de la maison est facilement interprétée émotionnellement comme une attaque indirecte contre la solidarité de la famille.

De manière générale, toute attaque suscitera rejet de la part de celui qui se sentira attaqué. Il vaut mieux aborder la personne en face de soi avec la généreuse (et sincère) intention de lui venir en aide, en se positionnant comme ami plutôt que comme agresseur. La meilleure manière d'être écouté et de commencer par écouter.

Ne pas surcharger ses messages d'informations ! Eviter le jargon. Choisir soigneusement le vocabulaire en fonction de la cible.

Tester tous les messages auprès de ses relations ; si vos amis ne comprennent pas, il y a fort à parier que peu de gens comprendront. Expérimenter d'abord vos campagnes de communication sur une audience plus restreinte peut fournir des renseignements précieux pour une campagne de grande envergure.

Erreurs courantes :

- Communiquer sans politique à l'appui (ex : faire une campagne de sensibilisation sur le recyclage, alors qu'il n'existe aucun dispositif de recyclage sur le Campus. L'unique effet sera de culpabiliser et frustrer les gens...)
- Se reposer sur le marketing classique. Ex : On estime que l'Américain moyen est exposé chaque jour à plus de 3 000 messages publicitaires. Il est donc nécessaire d'avoir une communication originale.

Afin que le projet permette aux autres acteurs du Campus (administration, professeurs, associations) d'entamer une réflexion, une démarche propre et crée les conditions d'appropriation du projet par l'établissement dans son ensemble, il est nécessaire que le plan d'actions soit co-construit et les parties prenantes soient impliquées dans la définition des objectifs.

Convaincre l'administration de son Campus

Dans le cas où l'accord et le soutien de l'administration conditionnent la mise en œuvre du projet, mettre toutes les chances de son côté pour convaincre la direction !

- Informer au plus vite l'administration des démarches entreprises afin de la mettre au courant. La première prise de contact peut être informelle : adresser un mail ou un dossier présentation de l'association et ses objectifs.
- Effectuer une demande de rendez-vous à la direction accompagnée d'un document de présentation de la « réflexion » ou « pré-projet » remise en mains propres à l'interlocuteur.
- Préparer soigneusement l'argumentaire.
- Demander conseil au préalable au secrétariat de la direction afin de cerner quels pourraient être les intérêts de la direction à s'engager dans le projet.





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Ecouter les arguments et problèmes de la direction, ne pas les rejeter, les comprendre, en tenir compte pour essayer de proposer des solutions originales qui concilient les intérêts de l'administration et les intérêts défendus dans le projet.

Par ailleurs, afin d'avoir un peu plus de poids, recruter des membres de votre association dans les instances de décision, au BDE ou comme représentants des élèves au Conseil d'Administration par exemple afin qu'ils relaient l'initiative.

→ LES SYNERGIES ET PARTENARIATS EXTERNES

Trouver les partenaires appropriés à l'objectif : financiers, associatifs, logistiques, (collectivités et entreprises) et mobiliser les compétences. Se constituer un carnet d'adresses bien rempli est incontournable. De nombreux acteurs sont susceptibles de rendre le projet plus global et plus efficace à condition de ne négliger personne a priori !

Utiliser des contacts extérieurs (journalistes, contacts à la mairie, au conseil général...) pour interroger l'administration sur ses efforts en matière de développement durable, et analyser le circuit administratif du traitement de la demande d'informations. Pour une diffusion rapide des messages, observer comment circule l'information entre les personnels du Campus et repérer les interlocuteurs-clé à impliquer en priorité.

Soignez vos contacts. Informez-les de l'avancée de votre projet. Vos partenaires seront d'autant plus à vos côtés que vous saurez les valoriser.

Sachez être curieux de ce qui se passe autour de vous, allez voir les salons, les forums, regardez les publicités qui vous entourent, qui vous concernent, lisez la presse économique locale, régionale, nationale...C'est une mine d'informations.

Pour gagner en crédibilité il est préférable de rédiger un contrat (ou convention de partenariat) pour chaque événement mené avec le partenaire en précisant à chaque fois les contreparties apportées par chacun, la durée du contrat et comprenant la signature de chaque partie.

Certaines associations sont aussi susceptibles de fournir de l'assistance à votre projet :

- <http://www.refedd.com/> (forum de discussion pour échanger avec les autres associations menant des projets Campus)
- <http://www.avenirclimatique.org/> (outil Bilan Carbone® Campus)
- <http://www.campusresponsables.com/> (guide des campus responsables, supports de présentation d'une démarche type auprès de votre administration)





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

- http://www.animafac.net/rubrique.php3?id_rubrique=15 (fiches pratiques sur tous les aspects de la vie associative, des guides pratiques, des formations qui vous aideront pour vos projets)

Partenariats avec des entreprises

De nombreuses entreprises sont prêtes à fournir un appui technique ou méthodologique pour ce type de projet. Déposer un dossier de candidature aux Trophées PLANET-D pourra peut être vous permettre de bénéficier de l'expertise et de l'appui financier de grandes entreprises.

Se faire aider à titre gracieux par un cabinet de consultants permet par exemple de gagner en crédibilité auprès de l'administration. Solliciter les entreprises finançant des chaires d'enseignement en lien avec le Développement Durable sur votre Campus et interroger les entreprises susceptibles de concrétiser votre projet sur le Campus est indispensable. Cependant, il faut veiller à le faire dans le respect du code des marchés publics et ne pas laisser les partenaires financiers dénaturer le projet initial.

Contactez des chefs d'entreprises, des personnalités connues afin qu'ils parrainent votre association ou pour organiser un déjeuner-rencontre avec la direction de votre établissement. Ce peut être l'occasion de faire se rencontrer les responsables de votre établissement et les représentants d'entreprises...qu'ils cherchent à attirer depuis des mois.

Pour éviter les partenariats de type « greenwashing », on peut plutôt créer une approche permettant également à l'entreprise partenaire d'améliorer sa responsabilité sociale et environnementale lors du projet.

→ VIABILITE ET EFFICIENCE ECONOMIQUE

Avoir une trésorerie équilibrée ainsi qu'un plan de financement sur le long terme permet d'envisager l'avenir sereinement. Il est indispensable de suivre ses finances dans les règles de l'art, et de dégager un compte de résultat.

Tous les projets menés doivent être accompagnés d'un calcul en coût global qui inclut le capital de départ (financier mais aussi, temps-hommes, matériel, etc...) et les gains prévisionnels d'années en années et ce en prenant des hypothèses réalistes !

Cette étude du coût global est à faire séparément pour la structure portant le projet et pour le « client » sur Campus.

Toutefois peu de moyens sont nécessaires pour accomplir de grandes choses...l'absence de budget d'investissement initial ne doit pas entraver le projet ! Il faut savoir repenser son projet pour nécessiter un minimum d'apports financiers externes. Pour ne pas faire appel au mécénat, il est possible de proposer aux parties prenantes d'investir avec un retour sur investissement potentiellement intéressant dans le projet, de réfléchir aux différents moyens d'autofinancement... Ne pas avoir d'argent permet souvent d'être créatif...





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

→ LE PLANNING

Planifier

Planifier le projet dès le départ pour optimiser l'organisation. Le respect des engagements et d'un calendrier permet de fidéliser l'équipe étudiante et d'attirer des membres sérieux. Le planning prévisionnel n'est pas définitif, il est ce vers quoi on souhaite tendre. Une fois le planning prévisionnel établi vient l'heure des choix. Il faut dégager les priorités. Aller du « à ne pas manquer » au « si on a les moyens », pour finir au « irréalisable ou peu d'intérêt ». (Afin d'évaluer les priorités cf les outils de prise de décision présenté plus haut). Ce planning permettra d'avoir une vision globale de chaque pôle d'activité de l'association et des moments de l'année où l'investissement personnel des membres sera intense.

Gagnez du temps

Utiliser dès que possible les exposés, ou travaux personnels demandés dans le cadre de la scolarité dans un sens pouvant contribuer à la réalisation du projet associatif. Ne pas hésiter à négocier avec les professeurs dès les premiers cours pour obtenir des aménagements sur les travaux initialement demandés (qui doivent bien-sûr rester cohérents avec le cadre du cours) ou mieux : demander à valider des ECTS grâce à une formation ou un stage sur les méthodes d'audit. Ceci permet de gagner du temps et d'impliquer vos professeurs.

De même, il est plus efficace d'utiliser des outils de structuration de la pensée⁵ qui permettent d'envisager les tâches de façon synergique et de réaliser plusieurs actions en même temps.

S'incruster dans le paysage

Faire changer en profondeur la gouvernance d'un Campus demande du temps. Ne pas perdre de vue l'objectif de faire exister l'association sur le long terme et de mettre en place un système permettant de formaliser les relations entre le corps étudiant et l'administration : si vous avez légitimité à être acteur du projet en vertu de votre statut d'initiateur, il n'en sera pas forcément de même pour vos successeurs. Il est donc utile de prévoir des comités paritaires, associant administration, élèves, professeurs et services techniques, pour discuter régulièrement des actions à mener.

Un archivage clair et lisible

Informatiser ses bases de données et réaliser des fiches de suivi afin de garder une trace de toutes les démarches réalisées (appels, courriers envoyés, propositions échangées...). Si la mémoire de ces actions disparaît avec les porteurs du projet, les responsables suivant devront refaire tout le travail

⁵ Les logiciels libres Freemind et Cmap pourront être utilisés : <http://fr.wikipedia.org/wiki/FreeMind> et <http://cmap.ihmc.us/>





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

préparatoire déjà effectué cette année... Il est donc indispensable de capitaliser tant sur les succès que sur les échecs !

Regrouper toutes les informations, tous les contacts établis. Cela peut prendre la forme d'un dossier, plus épais que le précédent, qui sera le témoin de l'activité de cette année. Un tel travail de mémoire vous sera utile à plus d'un titre. Afin que le travail ne soit pas perdu d'ici quelques années, réalisez plusieurs copies sur CD que vous passerez à différents membres de la promotion d'après et dont vous garderez une pour vous-même. Synthétiser et transmettre sa connaissance est la meilleure façon d'apprendre !

Pérenniser et effectuer la passation du projet

Vos successeurs doivent être connus avant les vacances universitaires afin de permettre à la nouvelle équipe d'être opérationnelle dès la rentrée. Le successeur doit être intégralement dévoué à la cause. Mieux vaut quelqu'un qui a l'air moins compétent mais "super-motivé", qu'un beau parleur qui ne réalisera pas de projets concrets et ne sera pas capable de faire face à la gestion de crise en période d'examens. Les lacunes de votre successeur seront vite comblées si vous faites bien votre travail de passation. Un membre intéressé ne va pas forcément se manifester de lui-même. C'est à vous d'aller à la pêche aux volontaires. A l'inverse, quelqu'un qui se manifeste avec trop d'insistance pour « présider » n'est généralement pas la bonne personne...

Certains postes ou dossiers nécessitent des compétences particulières. Ici encore, les informations transmises oralement doivent s'accompagner d'un support écrit auquel pourront se référer vos successeurs.

Afin que vos opérations de communication puissent servir au mieux vos ambitions globales sur le Campus, mieux vaut ne pas oublier les gens que vous avez abordés et qui vous ont aidé. Faites parler de vous, en réalisant un dossier-bilan que vous enverrez avec un mot de remerciement à chacun des partenaires.

Par ailleurs, en ce qui concerne les partenaires de l'association, tout du moins les plus importants, une présentation des nouveaux responsables lors d'un rendez-vous (ou au cours d'un entretien téléphonique) est bienvenue. La prise de contact est plus directe et la continuité des relations plus facile. Le changement d'équipe est le moment idéal pour mettre aux oubliettes les éventuels conflits passés !

Les nouveaux responsables doivent s'approprier leurs fonctions, trouver leurs repères pour assumer leur rôle. Impossible quand toutes les semaines, ils voient apparaître leur prédécesseur, inquisiteur sinon simplement curieux ou inquiet. Cependant, vous devez faire comprendre que, si vous êtes moins présent, vous restez disponible.





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

→ L'ENTREPREUNARIAT ETHIQUE

Se donner les moyens d'avoir une attitude « professionnelle », prendre des risques, des initiatives, se saisir des opportunités, avoir une attitude constructive, être enthousiaste, ambitieux, courageux, dynamique, sortir de sa zone de confort et entreprendre de réaliser ce que l'on a jamais fait...fait partie du lot quotidien d'un porteur de projet responsable. Ce n'est pas au professeur éventuel qui encadre le travail de piloter l'ensemble des activités de l'association.

Afin d'accroître l'envergure de l'action, on peut utiliser des méthodes économiques au service d'un projet éthique : Business model et business plan, Junior entreprise, Filière Formation Entreprendre...

Ne pas se décourager. Ce n'est pas ce qui nous arrive qui compte mais ce qu'on fait avec ce qui nous arrive qui a de l'importance... A tout événement, changement, jugement qui vient interférer le cours de la vie, on a le choix entre plusieurs réponses, plusieurs réactions. On peut toujours choisir de "diriger", de canaliser, d'orienter les changements inévitables dans un sens positif pour l'Humain.

Si on vous retourne une fin de non recevoir, persévérez ! Prenez le temps d'analyser les éléments qui vous ont été opposés et revenez plus tard « à la charge » avec de nouveaux éléments.

Avoir un comportement éthique et exemplaire c'est d'abord :

- prendre soin de soi afin de prendre soin des autres ;
- ne pas se blesser et ne pas blesser autrui. Cela intègre aussi la notion de respect de soi et de l'autre ;
- se débarrasser de tout préjugé à l'égard d'autrui ;
- accepter ;
- voir le positif en chaque personne et chaque chose (sans toutefois être complètement naïf);
- comprendre ;
- se pardonner et pardonner à autrui ; capitaliser sur ses échecs
- Faire preuve de gratitude, se détacher de la frustration de ne pas obtenir ce que l'on veut.

Se remémorer ces quelques points permet de mieux appréhender certaines situations particulièrement difficiles à gérer :

- un membre de l'équipe fait une erreur : N'est-ce pas l'équipe qui a fait cette erreur ? N'est ce pas un dysfonctionnement de l'équipe de ne pas avoir su prévenir/détecter/rectifier cette erreur ? Pourquoi l'erreur a-t-elle été commise ? Aurait-elle pu être prévenue ? La personne fautive n'a-t-elle pas manqué de conseil/soutien/suivi de la part des autres ?





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

- vous êtes mêlé à une discussion où certaines personnes en critiquent d'autres : ne pas colporter les ragots avec les autres membres de l'équipe et encore moins entre les services administratifs
- vous êtes amené à évaluer quelqu'un : émettez des « avis étayés » qu'il vaut mieux baser sur des faits objectifs. Il faut bannir les jugements de la forme « Ca c'est mal, ca c'est bien ».
- vous êtes témoin d'un conflit, vous êtes vous-même en conflit,
- vous prenez une décision vous concernant, concernant votre avenir professionnel, votre santé, la santé des autres

→ L'ÉVALUATION DES RESULTATS

Ne jamais oublier d'analyser ses erreurs, ses réussites, ses points faibles et forts ; être critiques envers soi-même, mais en restant toujours enthousiaste. Pour cela, il est possible de lancer un petit questionnaire sur la Campus, afin d'évaluer l'"aura" de votre association dans l'établissement. L'évaluation est une étape essentielle dans une démarche de projet. C'est le moment d'étudier son fonctionnement, de voir ce qui a marché, ce qui reste à faire.

Mesurer l'efficacité de l'action, c'est-à-dire le rapport entre vos résultats et l'objectif initial. Mettre en place des indicateurs ou une méthodologie d'évaluation des résultats. Pour faire un tableau de bord, il peut être intéressant de rapporter les impacts environnementaux ou sociaux à l'utilité qu'ils ont pour le Campus, aux usages (se nourrir, se loger, acquérir des connaissances, produire des connaissances...).

Exemples originaux :

- Réduction de la facture énergétique par étudiant / confort de des étudiant (via enquête de satisfaction)
- Nombre de voyages en avion des chercheurs / reconnaissance internationale des laboratoires
- Kg de CO2 émis pour les transports des étudiants / ouverture à d'autres cultures et intégration des étrangers sur place.
- Renommée de l'établissement / GINI de la population étudiante.

Instituer un reporting avec l'administration sur l'évolution de ses consommations. Identifier les causes de réductions. Surveiller les apports liés à divers projets de réhabilitation.

La création d'outils exportables vecteurs de valeurs en adéquation avec les principes du développement durable au cours de votre projet fait aussi partie de vos résultats...





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

→ LA COMMUNICATION ET LA DIFFUSION

Pour mener à bien le projet, il faut veiller en permanence à bien soigner la communication. Mettre en forme l'information de façon à ce qu'elle puisse être exploitée par un tiers. Diffuser ses outils et bonnes pratiques via les réseaux et des plateformes d'échange.

Site web ou blog

Afin de développer sa visibilité vis à vis de partenaires, tenir à jour un site Internet comprenant :

- Les mentions de l'association dans des articles de presse, interview télé ou radio, sur le site de l'établissement, sur les sites des partenaires.
- Les opérations de communication/sensibilisation déjà réalisées
- L'actualité et l'avancement des projets
- Des comptes-rendus des actions
- Quelques numéros d'un journal ou d'une Newsletter ?
- D'éventuels supports (plaquette, cd-rom, photos...)
- Lettres de soutien d'institutions ou de personnalités, documents préparatoires, plan, photos, vidéo etc...

La communication devra s'efforcer d'être professionnelle, tout en restant enthousiaste.

Comment médiatiser une action ?

Définissez au plus près, dès le départ, l'écho que peut ou doit avoir votre initiative.

Profitez de chaque occasion, de chaque événement auquel vous participez, pour apparaître dans les médias locaux et mentionner votre projet. Les journaux locaux et régionaux sont souvent assez accessibles. Ne négligez pas non plus les journaux de quartier ou les bulletins municipaux. Visez les médias alternatifs, qui touchent un public plus défini. Les possibilités sont nombreuses : radios associatives (les Radio-Campus, par exemple), télévisions câblées, web magazines, journaux étudiants... La couverture médiatique est un élément clef à mettre en avant lors du démarchage d'éventuels partenaires financiers.

Monter une opération de communication

Mettre en place des actions ludiques et happening qui permettent de capter l'attention des étudiants et de leur fournir des éléments d'information sur l'avancée de votre sans avoir l'air de « faire la morale » est souvent un passage obligé pour susciter un élan mobilisateur...





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

Trouvez un axe de communication original... Les opérations de communication les plus absurdes en apparence sont parfois les plus efficaces...

Mobilisez vos amis pour créer un effet de masse lors des opérations de communication. Même si vous êtes peu nombreux dans l'organigramme réel, il est important que l'administration et vos partenaires comprennent qu'une majorité d'étudiants soutient votre action.

Enfin, vérifiez que les événements que vous programmez ne vont pas être parasités par une finale de Coupe du Monde !

Communiqués/Conférences de presse :

Un communiqué doit être court (de préférence une page recto) et répondre aux questions : Qui ? Quand ? Quoi ? Où ? Pourquoi ?

Le communiqué de presse est envoyé de quinze à huit jours avant le coup d'envoi ou la présentation des résultats d'un projet. Il peut être suivi d'un coup de fil pour « s'assurer de la bonne réception » et savoir s'il aura un écho.

Pour obtenir les coordonnées d'un journaliste, appelez le standard de la rédaction et posez la question. Faites également des recherches sur internet : vous trouverez fréquemment des informations utiles (noms de journalistes, mails, coordonnées téléphoniques) en effectuant des recherches sur le site du média, en consultant les articles publiés en ligne, ou tout simplement en effectuant une recherche dans un moteur de recherche.

Une fois ce travail fastidieux effectué, profitez-en pour vous constituer un fichier « journalistes » que vous pourrez par la suite réutiliser.

Ne négligez aucun média (presse écrite locale et nationale, radio, télévision...), et tenez compte de l'« effet circulaire » : un journaliste fera plus facilement un papier sur le sujet dont a parlé le journal voisin, et ainsi de suite.

La conférence de presse en elle-même gagnera à être préparée : rappel rapide de l'objet de votre association, introduction et présentation du projet, essayez d'être clair, concis (dix minutes doivent suffire, dans la plupart des cas), et surtout enthousiaste.

Attention : Il est absurde de communiquer pour communiquer ! Il est toujours préférable de communiquer sur des résultats que sur de vagues promesses d'action.





TROPHÉES PLANET-D

POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

→ LE « ALLER VOIR AILLEURS »

Débuter le projet par une analyse approfondie du contexte, des besoins, de projets similaires/concurrents ou de projets ayant pu échouer dans le passé permet de tirer parti des erreurs des autres avant de commettre les siennes.

A tout moment, contactez le relai du REFEDD dans votre ville animationreseau@refedd.org ainsi que les lauréats des Trophées 2008 pour qu'ils vous donnent des conseils !

Pensez également à d'autres acteurs ayant pu rencontrer le même type de difficultés que vous.

Cet effort de documentation pourra être mis en avant auprès des partenaires que vous solliciterez, leur donnant un gage de votre sérieux et des repères pour évaluer la viabilité et les évolutions de votre projet.

→ LA CREATIVITE

Utilisez des outils pour stimuler votre créativité ou résoudre des problèmes précis et pour vous permettre de trouver des moyens qui ne sont pas contraires à la finalité du projet et sont en cohérence avec les enjeux éthiques du développement durable.

Ayez une réflexion originale ou décalée, mais pragmatique, démontrant une capacité à innover pour résoudre des problèmes tenaces.

Les Trophées PLANET-D 2009 sont organisés en partenariat avec :

PARTICIPEZ AUX TROPHEES PLANET-D !
RENDEZ-VOUS SUR www.planetd.fr



www.planetd.fr