

Acteurs relais et rôle dans la diffusion du changement

≡? Définition

On désigne comme « acteur relais » les structures institutionnelles ou associatives qui sont déjà en contact avec le public que l'on souhaite toucher/mobiliser et qui, à ce titre, peuvent nous servir de relais vers ce public.

Par exemple pour un public de jeunes parents d'une commune, la PMI (centre de Protection maternelle et infantile) et la CAF sont des acteurs relais ; pour les habitants d'un quartier populaire, le centre socio-culturel, le CCAS, le bailleur de l'office HLM sont des acteurs relais...

☑≡ Quelles sont les possibilités offertes par le travail avec les acteurs relais ?

Choisir un relais identifié, connu et apprécié si possible de mon public, permet ensuite, dans un travail de partenariat, de s'appuyer sur ce relais pour :

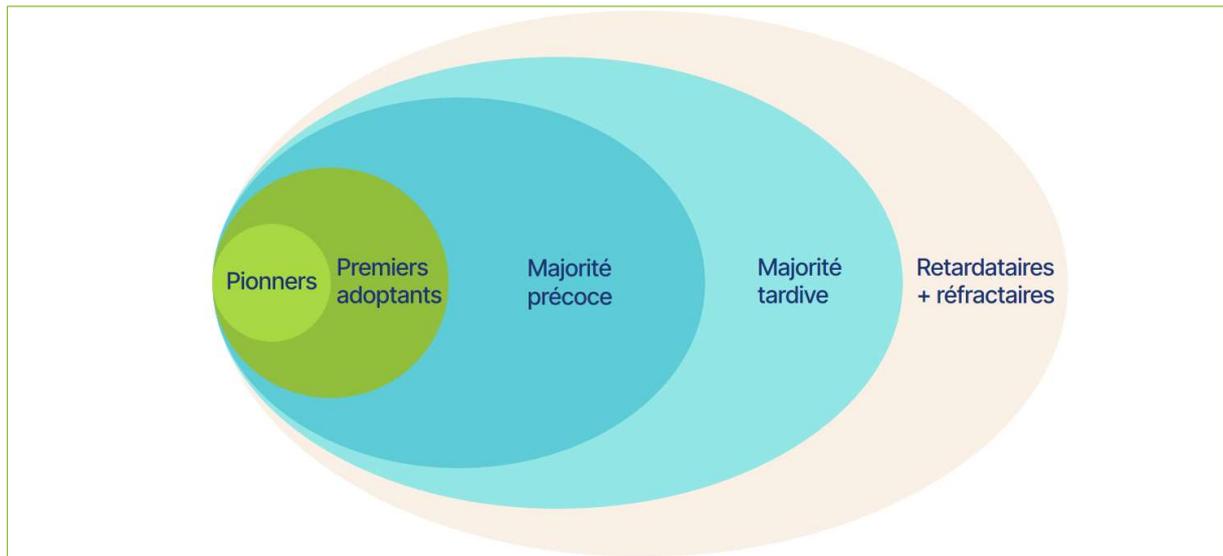
- **identifier les groupes ou les personnes** avec qui il serait pertinent, ou possible de travailler ;
- **contacter en direct** ces personnes et leur **expliquer avec leurs mots** de quoi il s'agit (proposition de participer à une animation, rencontre, temps de travail, expérience...);
- **utiliser les cadres de rassemblement** propres au relais (lieux, horaires, fréquence, durée...);
- **suivre le public** en question tout au long de l'action, le relancer ;
- et parfois même, aider le groupe à **construire une parole collective** sur les sujet, ses envies.



Pourquoi est-ce pertinent de s'appuyer sur d'autres pour transmettre nos messages ?

Une partie de l'explication se trouve dans le modèle proposé en 1962 par le sociologue américain Everett Rogers.

Modèle de diffusion du changement dans la société et intérêt d'un relais



Réalisation graphique : Kristof Guilloteau

Le sociologue américain Everett Rogers s'est intéressé au processus de diffusion des innovations dans la société et les groupes sociaux et il a proposé ce modèle en 1962. Ses enseignements mettent en évidence 5 catégories de personnes au regard de l'adoption d'un nouveau comportement (Lettre Nature Humaine, 2009) :

- **Les innovateurs**, qui représentent 2,5% de la population, qui ont envie d'expérimenter dans ce domaine et se sentent comme une petite communauté. Ils vont influencer l'imaginaire lié à cette innovation, mais n'ont pas forcément envie de la diffuser ;
- **Les premiers adoptants** (13,5% de la population), qui voient les potentialités de cette nouveauté et prennent les premiers le risque de l'adopter. Ils créent un effet de démonstration et savent organiser la diffusion, faire le buzz ;
- **La majorité précoce** (34%) à qui un temps de réflexion et d'évaluation plus important est nécessaire mais qui reste facile à conquérir. Elle est sensible aux avantages présentés par la nouveauté. Son adhésion amènera la nouveauté à être adoptée par la moitié de la population, ce qui renversera le rapport de force entraînant la normalisation sociale de la nouveauté ;
- **La majorité tardive** (34%) qui se pliera à la pression sociale, professionnelle ou économique ;
- **Les retardataires/réfractaires** (16%) qui ne perçoivent pas l'intérêt ou sont opposés à cette nouveauté et qui ne l'adopteront que contraints et forcés.

La majorité précoce signe l'atteinte de la moitié de la population (50 %) et c'est finalement la **norme sociale dominante** qui fait basculer la majorité tardive dans une pratique.

Les trois premières catégories sont plutôt constituées de groupes sociaux ayant des ressources matérielles, cognitives ou sociales importantes (Nature Humaine citée par Boutaud, 2009). Participer à enrichir les ressources cognitives et sociales sur le thème n'est donc sans doute pas vain...

Notons qu'en termes de **relais pertinents, les plus proches sont souvent les meilleurs**. Ainsi faire témoigner des pionniers devant des « tardifs » ne fera sans doute que renforcer leurs résistances, car leurs préoccupations et leur capacité d'investissement sont bien moindres. C'est toujours le profil juste précédent qui sera le meilleur relais vers le suivant car ils partagent le plus de caractéristiques communes.

Attention donc aux effets d'élite qui peuvent être créés et faire peur aux autres (un groupe travaillant sur le développement durable dans une intercommunalité a été qualifié « d'ethnie Développement Durable » montrant la distance qui s'instaurait avec les autres agents) ou aux effets d'exclusion que le groupe peut amener (si une personne du groupe n'est plus en capacité de se conformer à la nouvelle norme sociale du groupe).

De la même manière, le sentiment d'appartenance à un groupe qui développe une norme sociale valorisant les écogestes par exemple est motivant pour les personnes concernées. Une norme

sociale définit des manières d'agir au sein d'une société ou d'un groupe social qui traduisent les valeurs et les idéaux dominants de la société ou du groupe. Les normes peuvent être formelles (lois, codes et règlements) mais aussi informelles (mœurs, habitudes...). La plupart des membres du groupe accordent une valeur à celles-ci et s'en éloigner peut engendrer une exclusion (d'après wikipédia).

D'autres chercheurs mettent plus l'accent sur l'importance de la dynamique du groupe pour le changement...

« La diffusion de l'innovation s'effectue aux interfaces entre deux sous-groupes qui se comprennent » (d'après les contenus de formation de Lara Mang Joubert). Ce qui nous montre surtout qu'on n'est pas toujours les mieux placés (en tant qu'éducateur à l'environnement, ou chargé de mission environnement, souvent plutôt dans les catégories pionniers ou premiers adoptants...) pour diffuser nos propres messages à un public éloigné... en tout cas dans une première intention.

L'un des intérêts majeurs des personnes contact au sein des structures relais est donc qu'elles sont moins spécialistes du thème que nous et moins investies dedans. Elles pourront donc s'adresser au public éloigné de notre thème avec une approche, un vocabulaire, une perception qui feront davantage écho à leur propre vision des choses. Si nous sommes des pionniers ou de premiers adoptants, nous ne sommes pas bien placés pour parler à la majorité tardive, car ils ne pourront pas se projeter en nous.

Sources : Ifrée, *Accompagner le changement de comportement chez l'adulte – dans la prévention des déchets*, collection « les livrets de l'Ifrée » n° 7, novembre 2015, 130 p.

Références citées par cette source, pour cet extrait : - Wikipédia

- *Lettre Nature Humaine* n°5 – L'écologie, l'individuel et le collectif – juillet 2009, 20 p., auteur principal : Séverine Millet –

<http://nature-humaine.fr/la-lettre/lire-la-lettre/>

- BOUTAUD, Aurélien, *Ecologie : de la sensibilisation au changement de comportement*. Un rapport Millénaire3, 30/12/09, Dossier réalisé en partenariat avec Claire Harpet et le Ciridd (Philippe Jury), pour le compte de Millénaire3 / Soutenabilité -

<http://www.millenaire3.com/ressources/ecologie-de-la-sensibilisation-aux-changements-de-comportement>