



LES MÉDIATERRE

Unités Cité

BILAN ET ÉVALUATION 2011



LES MÉDIATERRE
2010-2011



SOMMAIRE

► I. Présentation du projet

Le projet.....	Page 3
Les chiffres clés	Page 4
Les MédiaTerre.....	Page 5
Les partenaires	Pages 6 à 8
Le pilotage du projet.....	Page 9
La méthode d'accompagnement des familles	Page 10

► II. Déroulement du projet

Formation des jeunes.....	Page 11
Recrutement des familles	Page 12
Profil des foyers	Page 13
Diagnostic et évolution des comportements	Pages 14 à 20
Retour des familles	Page 21
Etude qualitative	Pages 22 à 24

► III. Développement des MédiaTerre

Expérimentation des MédiaTerre "BBC"	Page 25
--	---------

► IV. Communication et valorisation du projet

Retours média / Newsletter / Blog "lesmediaterre.fr"	Page 26
Revue de presse.....	Pages 27 à 29

► Annexes

Présentation d'Unis Cité.....	Page 30
Liste des partenaires locaux.....	Page 31
Contacts	Page 32



I. PRÉSENTATION DU PROJET

Le projet

► Historique :

En 2008, Unis-Cité fait le constat, avec certains de ces partenaires, que le grand public est très sollicité et sensibilisé sur les enjeux environnementaux. Mais pourtant, le passage à l'acte d'une grande partie de la population n'a pas été suivi des faits. Il paraissait donc important, dans une étape suivante, d'aider les citoyens à passer à l'acte, et renforcer les chances, par un accompagnement rapproché, d'atteindre de véritables changements de comportement. En terme de public, le choix a été de se porter uniquement vers les populations aux revenus les plus modestes, résidant notamment dans les quartiers populaires.

Déjà, les foyers "modestes" ont été moins touchés par les campagnes de sensibilisation des acteurs environnementaux, certains ont évoqué le début d'une « fracture verte ». Alors même que cela devrait être les populations les plus informées car ce sont elles qui sont le plus souvent confrontées à des problématiques environnementales touchant leur vie quotidienne. Ces familles sont notamment les premières touchées par une précarité énergétique de plus en plus importante :

- 300 000 demandes aux fonds d'impayés d'énergie
- 800 000 à 1 million de foyers éligibles aux tarifs premières nécessités.
- Près de 2,7 millions des ménages seraient potentiellement concernés : logements insalubres, en copropriétés dégradées, etc.

Fort de ce constat, Unis-Cité décide en 2009 de créer un projet qui mêle écologie et économie, environnement et social en mobilisant une jeunesse fortement motivée par ces enjeux. A l'issue d'un montage de projet qui a mobilisé de multiples partenaires associatifs, publics, du logement social et enfin des entreprises, qui ont tous apporté leur expertise complémentaire à la mise en œuvre de ce projet. C'est sur cette base que 8 antennes pilotes se portent volontaires au sein du réseau Unis-Cité pour tester le projet sur le territoire dans 4 régions différentes : en Aquitaine, Pays de la Loire, Nord pas de Calais et en Ile de France. 100 volontaires vont ainsi accompagner près de 200 familles pendant plusieurs mois avec des résultats probants. A l'été 2010, avec le soutien et l'impulsion des partenaires impliqués, le projet est reconduit et essaime dans toute la France avec près de 320 jeunes Médiaterre mobilisés dans 53 quartiers en France...

Enjeux :

► Le projet Médiaterre mis en œuvre par Unis cité recoupe 3 enjeux :

- **Un enjeu social** : Projet en direction des publics les plus éloignés du développement durable ; démarche impliquant les quartiers à habitats sociaux et mobilisant la jeunesse dans sa diversité. Création de liens entre la jeunesse et les familles et entre les familles d'un même quartier.
- **Un enjeu environnemental** : Réduction de l'impact de la consommation des ménages sur l'environnement grâce à l'adoption dans la vie quotidienne de 5 à 10 éco-gestes (Eco Consommation, Energie, Eau, Déchets)
- **Un enjeu économique** : Projet contribuant à une diminution des dépenses des familles, à limiter les impayés.

Objectifs :

► Accompagner des familles résidant dans des quartiers populaires dans une démarche éco citoyenne, leur apporter des connaissances directement utilisables dans leur vie quotidienne leur permettant de faire de réelles économies tout en leur faisant prendre conscience des enjeux environnementaux (sensibilisation via des animations dans les quartiers, visites de sites, adoption d'éco gestes).

Valeur ajoutée des volontaires :

► Le besoin réside dans l'accompagnement au changement de comportement des familles. Par leur capacité à être mobilisés 2 à 3 jours par semaine pendant 9 mois, les jeunes en service civique apportent une dimension "durée" essentielle pour atteindre ce changement. Ce travail d'accompagnement humain, de lien social en "médiation sortante", est complémentaire avec les missions des professionnels : travailleurs sociaux, médiateurs... Enfin, l'expérience d'Unis-Cité sur des projets menés "chez l'habitant", notamment dans les quartiers populaires et la mixité de nos équipes de volontaires (25% sont issus de Zones Urbaines Sensibles) sont des leviers pour entrer chez les gens, créer un climat de confiance et entamer un vrai travail de sensibilisation et de passage à l'acte.

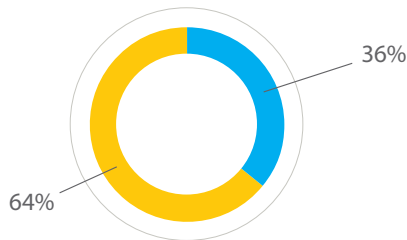
Chiffres clés

- ▶ **338** Volontaires mobilisés
- ▶ **25** antennes d'Unis-Cité
- ▶ **53** Quartiers concernés
- ▶ **44** Bailleurs sociaux partenaires
- ▶ **57** collectivités mobilisées
- ▶ **2** Agences publiques partenaires
- ▶ **1 463** familles accompagnées



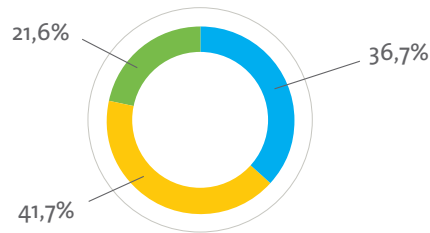
Présentation des MédiaTerre

► Profil des MédiaTerre



Répartition Homme/femme

- Homme
- Femme



Niveau de qualification

- Niveau infra bac
- Niveau baccalauréat et assimilé
- Niveau 1er cycle de l'enseignement supérieur ou supérieur

L'âge moyen d'un Jeune engagé sur MédiaTerre est de 21,5 ans.

► Présentation du service civique

Le service civique permet à tous les jeunes de 16 à 25 ans qui le souhaitent de s'engager sur une période de 6 à 12 mois, pour une mission au service de la collectivité et de l'intérêt général. Il peut être effectué auprès d'organismes à but non lucratif ou de personnes morales de droit public en France ou à l'international.

Les missions de service civique couvrent des domaines prioritaires pour la nation et l'ensemble de la société tels que :

- La solidarité et la lutte contre l'exclusion
- L'éducation,
- L'environnement...

Il donne lieu à une indemnité et à une couverture sociale adaptée, prises en charge intégralement par l'état. Le service civique est également valorisé dans le parcours de formation au travers du livret de compétence, des cursus universitaire ou de la validation des acquis de l'expérience.

En 2010, 10 000 ont été engagés dans le cadre du service civique. D'ici 2014, il a vocation à mobiliser 75 000 jeunes.

“



Teddy Weber, 24 ans, MédiaTerre à Strasbourg dans le quartier Cronembourg

Avant d'intégrer Unis-Cité j'étais éducateur sportif en alternance, j'ai fait un BPJEPS que je n'ai jamais fini, j'ai aussi fait pas mal de petits boulots aussi mais il y a beaucoup de trous dans mon C.V. Mon service civique me permet de côtoyer des gens très différents de moi, de tous les niveaux. J'apporte aussi beaucoup aux familles du quartier dans lequel j'ai grandi avec le projet MédiaTerre où nous aidons des familles en difficulté, à sortir de la précarité énergétique tout en faisant des économies sur leurs factures.

Rojan Ahmed, 24 ans, MédiaTerre à Châlons en Champagne

Des petits gestes qui leur apportent beaucoup pour eux au niveau de leurs factures et pour l'écologie donc c'est deux bonnes raisons d'être un MédiaTerre. Avant d'entrer à Unis-Cité, je préparais un BEP Service aux personnes en milieu rural. Le service civique à Unis-Cité m'a fait découvrir le monde associatif, c'est pourquoi après mon année de volontariat je compte travailler dans l'humanitaire.



”



PRÉSENTATION DES PARTENAIRES

Les partenaires locaux

► Les collectivités locales

Cette année, 57 collectivités locales ont choisi de soutenir le développement du projet MédiaTerre sur leur territoire. En collaboration avec ces collectivités locales, Unis-Cité a mis en œuvre le projet dans les quartiers identifiés ensemble. En fonction des contextes, le projet peut être intégré dans la mise en œuvre d'un Agenda 21 local, dans le cadre d'une action issue « politique de la ville », pouvant notamment faire suite à des actions de rénovation urbaine. Outre leur apport financier, les collectivités, notamment des communes et/ou communautés de communes, s'investissent dans la construction du programme et facilitent la mise en relation avec les autres acteurs du quartier.



Pour moi, cette opération sur Villiers-le-Bel a été un véritable succès : une opération gagnant-gagnant ! Pour la Ville d'abord, car c'est une action de proximité qu'on n'aurait jamais eu le temps ni les moyens de conduire sans les jeunes et sans Unis-Cité. Pour les jeunes, c'est l'occasion pour eux de participer à un projet d'intérêt général dont ils pourront transposer les compétences acquises dans leur vie personnelle et professionnel. Et pour les habitants, c'est l'occasion de recevoir un discours et des astuces simples pour préserver l'environnement et faire des économies.

Didier Vaillant, Maire de Villiers-le-Bel

Retrouver la liste des partenaires en Annexe 3.

► Les bailleurs sociaux

Dès l'année pilote, Unis-Cité a fait le choix de s'appuyer sur le réseau des organismes Hlm pour mettre en œuvre le projet auprès des populations résidant dans l'habitat collectif géré par ces organismes. Cette mise en relation a été facilitée par l'impulsion de l'Union Sociale pour l'Habitat (USH) qui a, très vite, décidé de se mobiliser pour accompagner l'ingénierie et le déploiement du projet dans son réseau. Après avoir testé ce projet avec quelques bailleurs pilotes en 2009/10, Unis-Cité a travaillé avec 44 bailleurs sociaux cette année qui ont, souvent, été les principaux acteurs de la mise œuvre de ce projet. Lors de la phase de montage de projet, ils ont contribué à la mise en relation auprès des autres acteurs du quartier. Ils ont également participé à la formation des volontaires en mettant notamment à disposition une formation en ligne sur le logement social réalisé avec l'Afpols.

Mais l'implication principale sur le terrain des bailleurs sociaux a été consacré à la mise en relation avec les familles résidentes. Pour cela, les organismes Hlm ont diffusé de l'information par voie d'affichage et de courrier aux habitants et mobilisé leur personnel de proximité. Le bilan de cette année montre à nouveau que la réussite de l'implication des gardiens dans le projet est un facteur clé de réussite du projet, cette complémentarité a bien fonctionné dans la plupart des sites.

Je suis convaincu de l'utilité pour nous de nous investir sur un tel projet : Les MédiaTerre correspondent parfaitement à notre volonté d'être au plus proche des locataires et de leur apporter tout ce qu'on peut pour les accompagner dans la vie de tous les jours.

Jean-François Devillers, Directeur Pôle Développement Durable et Social de Partenord Habitat

Retrouver la liste des partenaires en Annexe 3.

► Les partenaires associatifs et acteurs sociaux

Les partenaires associatifs du projet MédiaTerre facilitent le travail de proximité et la mise en relation avec les habitants. En permettant aux MédiaTerre d'utiliser leurs locaux, en diffusant l'information auprès de leurs bénéficiaires ou bien encore en montant des opérations conjointes avec sur les thématiques environnementales, ils contribuent grandement à la réussite de ce projet.

L'accompagnement personnalisé et individuel des familles proposé par Les MédiaTerre, est une approche complémentaire à la nôtre. Ces jeunes viennent dans le quartier avec leur dynamisme et leur envie de bien faire. Ils mènent une véritable action de proximité et créent du lien au sein du Gros Saule.»

Nathalie Croce, Directrice de l'Espace Gros Saule à Aulnay-Sous-Bois (93).

Retrouver la liste des partenaires en Annexe 3.

Les Partenaires nationaux

Publics ou privés, ces partenaires nationaux ont joué un rôle clé dans la mise en œuvre et le déploiement des Médiaterre en 2010/2011.

Impliqué également au plan local via leurs délégations, ces partenaires nationaux se réunissent 3 fois par an au sein d'un comité national chargé de suivre et d'accompagner les étapes clés du projet.

INSTITUTIONS



► **L'ADEME** : L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) est un établissement public placé sous la tutelle conjointe des ministères en charge de l'Écologie, du Développement durable, des Transports et du Logement, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche et de l'Économie, des Finances et de l'Industrie. Elle participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Convaincue de la pertinence des Médiaterre, l'ADEME a soutenu pour la 2ème année le déploiement du projet en apportant notamment un soutien à la formation des jeunes ainsi qu'en finançant la démarche d'évaluation qualitative et quantitative de l'action.



► **L'Agence du Service Civique** : Le Service Civique permet à tous les jeunes de 16 à 25 ans qui le souhaitent de s'engager sur une période de 6 à 12 mois, pour une mission au service de la collectivité et de l'intérêt général. Les missions de Service Civique couvrent des domaines prioritaires pour la Nation et pour l'ensemble de la société. En 2011, 15000 jeunes auront l'opportunité de s'engager en Service Civique auprès d'organismes à but non ou de personnes morales de droit public (collectivités...) en France ou à l'international. L'Agence du Service Civique a agréé Unis-Cité pour accueillir quelque 1 300 jeunes en Service Civique en 2010/11 sur différentes missions dont celles des Médiaterre.

PARTENAIRES PRIVÉS



► **EDF** s'est particulièrement impliquée dans 9 villes où les Correspondants Solidarité Régionaux et Locaux participent au pilotage du projet et forment les volontaires aux enjeux de la maîtrise de l'énergie. EDF fournit également un appareil coupe veille à chaque famille accompagnée par les Médiaterre et met à la disposition des familles, via Médiaterre, les informations disponibles concernant les Tarifs de Première Nécessité de l'énergie. EDF soutient également l'ingénierie et le pilotage national du programme.



► **La Fondation Veolia Environnement** apporte un soutien financier dans les deux régions phares des Médiaterre : l'Île-de-France et le Nord Pas de Calais. Un référent au sein des délégations régionales Veolia Environnement assure le lien avec Unis-Cité et la cohérence du partenariat au plan régional. Les campus régionaux mobilisent des formateurs internes pour former les volontaires aux enjeux et éco-gestes liés à l'eau, ou sur le Développement Durable.



► **La Fondation d'entreprise Bouygues Immobilier** soutient plus particulièrement les Médiaterre dans 5 villes, où un référent local mobilise les salariés de l'agence pour sensibiliser les volontaires aux enjeux de l'éco-construction et organiser des visites de bâtiments haute performance énergétique en cours de construction. Certains volontaires bénéficient du parrainage de salariés pour visiter l'entreprise et préparer un projet professionnel. La fondation soutient également l'ingénierie et le pilotage national du programme.



► **La Fondation Macif** a joué un rôle déterminant dans le programme Médiaterre, en tant que premier partenaire privé à s'y engager. La fondation a ainsi positionné son soutien sur le développement, l'ingénierie, les outils et le pilotage national des Médiaterre.



► **Eco-Emballages** s'est plus particulièrement engagée dans 5 villes avec notamment l'organisation d'actions coup de poing mobilisant les Médiaterre, destinées à promouvoir le tri dans les quartiers. Les équipes locales d'Eco-Emballages participent au pilotage du projet dans ces villes et à la formation des volontaires avec les Ambassadeurs du Tri. L'Eco-organisme fournit également des goodies pour favoriser l'adoption des éco-gestes de tri au domicile dont un sac de tri, des magnets et une BD pédagogiques.

ASSOCIATIONS



► **L'Union Sociale pour l'Habitat (USH)** - Créée en 1929, l'Union sociale pour l'habitat est une organisation professionnelle qui représente quelque 800 organismes Hlm qui détiennent et gèrent 4,2 millions de logements en France. Dans le cadre de sa mission d'information et d'assistance à ses membres, l'USH a décidé d'établir un partenariat national avec Unis-Cité pour favoriser la mobilisation de jeunes Médiaterre en lien avec des organismes Hlm. Dans ce cadre, l'USH a diffusé largement de l'information à ses membres sur le projet et a également un guide de bonnes pratiques à l'attention des organismes afin de les aider à réussir la mise en œuvre du projet sur le terrain.



► **Comité 21** - Le Comité 21 est un réseau d'acteurs engagé dans la mise en œuvre opérationnelle du développement durable. Créé en 1995 pour faire vivre en France l'Agenda 21 (programme d'actions pour le XXI^{ème} siècle ratifié au Sommet de la Terre de Rio), l'association regroupe aujourd'hui plus de 400 adhérents répartis en quatre Collèges : entreprises, collectivités, ONG / associations, institutions / enseignement supérieur et médias.

www.comite21.org



► **Fondation pour la Nature et l'Homme** - Depuis sa création en 1990, la Fondation pour la Nature et l'Homme (anciennement Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme) s'est donné pour mission de modifier les comportements individuels et collectifs pour préserver notre planète. Reconnue d'utilité publique, la Fondation met en œuvre tous les moyens dont elle dispose pour initier une nouvelle forme de société reposant sur la prise de conscience de l'interdépendance des humains et de l'ensemble des vivants.

www.fondation-nature-homme.org



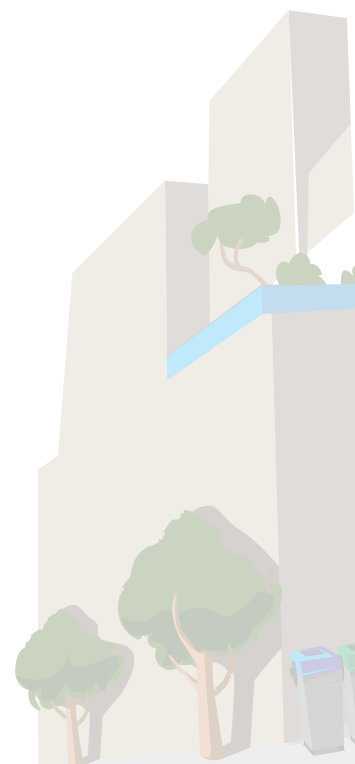
► **France Nature Environnement** - France nature environnement (FNE) est la fédération française des associations de protection de la nature et de l'environnement. Créée en 1968, elle est reconnue d'utilité publique en 1976 et regroupe aujourd'hui environ 3 000 associations membres. FNE fédère des associations régionales (FRAPNA, Alsace Nature, Eaux et Rivières de Bretagne...). D'autres associations d'envergure nationale sont également membres de FNE, telles la Ligue pour la protection des oiseaux ou encore la Surfrider Foundation. Elle se bat pour le respect et l'amélioration du droit de l'environnement et lance l'alerte à chaque menace pour l'environnement : marée noire, accident industriel, espèce en danger.

www.fne.asso.fr



► **Union Nationale des CPIE** - Les Centres permanents d'initiatives pour l'environnement (CPIE) sont des associations qui agissent sur leurs territoires d'implantation. Ils se positionnent sur l'entrée environnementale du développement durable. Deux domaines d'activités : Éducation à l'environnement et accompagnement des territoires pour trois types d'usagers : Élus et collectivités territoriales, scolaires et établissements éducatifs, habitants des territoires et socioprofessionnels.

www.cpie.fr



Présentation de la gouvernance

MédiaTerre est un projet national d'Unis-Cité. A ce titre, l'ingénierie et la coordination nationale du projet est assurée au siège national d'Unis-Cité et coordonnée notamment par un Chef de projet dédié. Mais ce projet a surtout été monté sur le modèle d'un projet collectif et multi-partenarial, le mode de gouvernance et de pilotage du projet adopte donc cette forme à chaque étape, de la conception des outils, à la formation des jeunes, l'animation de réseau jusqu'au bilan du projet, l'ensemble de ces étapes sont menée par des Comités de pilotage associant plusieurs parties prenantes clés qui s'impliquent concrètement dans le projet, le tout animé par Unis-Cité.

► MédiaTerre, un projet multi-partenarial national...

Afin de piloter le projet de façon efficace, un comité de pilotage composé des différents partenaires nationaux a été instauré depuis 2009. On y retrouve tous les partenaires associatifs, privés ou publics impliqués dans ce projet : du Comité 21 à France Nature Environnement, en passant par l'Union Sociale Habitat, l'ADEME ou encore la Fondation MACIF ou Veolia¹. Ce comité se réunit chaque trimestre et permet de suivre le déroulement et l'évolution du programme de manière collective en partageant des regards complémentaires.

Durant la phase amont, la conception des outils pédagogiques et d'animation du programme MédiaTerre ont bénéficié de l'implication de ces différents partenaires spécialisés qui ont mis à disposition leurs outils et leur expertise que les conseils soient les plus justes et pertinents possibles.

Ce pilotage national repose également par une animation des réseaux respectifs. En premier lieu, le Chef de projet d'Unis-Cité anime le réseau des référents terrain d'Unis-Cité, notamment via l'organisation de réunions trimestrielles qui permet la mutualisation des bonnes pratiques et assure les remontées terrain. Ces temps incluent également l'organisation de formations pour assurer la montée en compétences de nos encadrants et enfin un suivi individualisé. De la même manière, chaque partenaire national assure une animation de son réseau : c'est ainsi que l'Union Sociale pour l'Habitat a spécialement monté un guide à destination des bailleurs sociaux pour réussir la mise en œuvre de ce projet, qu'EDF mobilise et anime son réseau de Correspondants solidarité impliqués notamment dans la formation des volontaires ou qu'Ecoemballages travaille à la mise en relation et à la synergie locale avec le réseau des ambassadeurs du tri.

► ...mais un projet local avant tout !

Le projet MédiaTerre va dépendre ensuite de l'implication des partenaires locaux et de son intégration dans le schéma des actions et des enjeux du territoire : que ce soit à travers une politique développement durable, ou de rénovation urbaine en passant par un Agenda 21. C'est donc dans cette même philosophie qu'est mis en place un comité de pilotage local dès le début du projet. Celui ci permet de faire le point régulièrement sur les différentes étapes du projet et de valider les adaptations à mettre en place, que ce soit en cours d'année ou bien pour l'année suivante. Ce comité de pilotage, animé par le Responsable d'antenne d'Unis-Cité, réunit tout les acteurs du projet : Bailleurs sociaux, collectivités impliqués, entreprises associations environnementales, relais de quartier, et bien sûr les MédiaTerre eux-mêmes qui sont fortement impliqués dans la préparation et l'animation de ces comités de pilotage.

Le projet au niveau local est piloté par un référent d'Unis-Cité, le Coordinateur d'équipe, qui est en charge d'encadrer les volontaires au quotidien. Il veille à la mise en application du projet dans le respect du cahier des charges. Il assure le lien avec les partenaires locaux et produit des reporting qu'il fait parvenir régulièrement aux partenaires locaux et au chef de projet national.

¹ Les membres du comité des partenaires nationaux sont : Union Sociale pour l'Habitat, Fondation pour la Nature et l'Homme, Comité 21, UNCPPI, France Nature Environnement, ADEME, Ecoemballages, EDF, Fondation Bouygues Immobilier, Fondation MACIF, Fondation de France, Veolia



II. DÉROULEMENT DU PROJET

Méthode d'accompagnement des familles

► Méthode d'accompagnement

1^{ère} visite : Un diagnostic est réalisé avec la famille (Questionnaire d'aide au choix des éco-gestes qui servira également pour le bilan à évaluer l'impact avant-après)

2^{ème} visite : Après avoir traité le questionnaire, les volontaires soumettent les résultats aux familles et proposent des éco-gestes à suivre. La famille choisit les éco-gestes sur lesquels elle souhaite être accompagnée puis l'accompagnement débute.

Lors de chaque visite, les éco-gestes sont expliqués concrètement et des animations sont mises en place (quizz, jeux) afin de faciliter l'adoption des éco-gestes

Chaque visite sert à approfondir les connaissances de la famille sur les enjeux et à accompagner la bonne mise en œuvre des gestes par toute la famille. Au fur et à mesure des gestes travaillés, les Médiaterre remettent des goodies utiles en lien avec les thèmes abordés : sac durable, carnet et magnets (fournis par Eco-Emballages), coupe veille (fourni par EDF), parfois des mousseurs-économiseurs d'eau lorsque des partenaires locaux les ont fournis.

Dernière visite : Un questionnaire de fin d'accompagnement est rempli par les familles, accompagnées des volontaires. Ce dernier permet de mesurer le degré d'adoption des éco-gestes par les familles. Ainsi que les progrès réalisés.

► Les outils mis à disposition

Pour les volontaires : 1 formation initiale ainsi qu'une formation continue, 1 guide pédagogique, des outils de communication (kakémono, affiches), des outils d'évaluation des éco-gestes et un suivi hebdomadaire.

Pour les familles : des fiches thématiques par enjeu et par éco-gestes, le poster des éco-gestes, des ateliers de mise en pratique des éco-gestes, et des sorties pédagogiques, des goodies (Un coupe veille, un sac durable, des réglottes de tri...)

Actions collectives d'animation et de sensibilisation

► Les sorties pédagogiques

Organisation : 30 sorties pédagogiques ont été organisées sur l'ensemble des antennes.

Participation : on compte en moyenne 10 familles par sortie

Ex : Visite d'une station d'épuration, sortie dans une grande surface...

► Les ateliers collectifs

Organisation : 182 Actions collectives ont été organisées.

Participation : 10 à 15 familles en moyenne ont fréquenté ces ateliers. Outre le fait de former les familles sur les éco-gestes, ces ateliers permettent également de mobiliser de nouvelles familles et les sensibiliser au projet

Ex : Atelier sur les fruits et légumes de saison, visite d'un appartement témoin, atelier de création de produit ménager...

“ J'ai aussi assisté à une animation pour recruter des familles supplémentaires : les volontaires montraient aux gens comment fabriquer soi-même ses produits ménagers avec de l'eau et du vinaigre blanc. C'est simple, concret, efficace... c'est Médiaterre ! ”

Rachel Louiset

Chargée de mission Prévention Déchets - France Nature Environnement.



II. DÉROULEMENT DU PROJET

Retour sur la formation des jeunes

Plus de **1300** heures de formations assurées sur l'ensemble du projet.
Soit **53** heures de formation en moyenne par MédiaTerre engagé sur le projet.
115 Partenaires mobilisés afin d'assurer ces formations

► Méthode de formation

L'**objectif de la formation** est d'apporter aux volontaires les connaissances et savoirs faire nécessaires à la conduite et à la réussite de ce projet. Il existe deux types de formations pour le projet MédiaTerre :

Avant de former les volontaires sur le développement durable et de leur apporter les connaissances techniques nécessaires, nous avons dû les former sur le projet en lui-même afin de leur donner les outils et savoirs faire nécessaires à la réalisation du projet. Cette année, nous avons donc testé un planning de formation articulé autour de 4 modules : connaissance du programme et enjeux du développement durable, découverte du public ciblé et du logement social, techniques de recrutement, techniques d'accompagnement : animation et suivi des familles. Elles ont représenté 40% du volume horaire.



Présentation du circuit des déchets au Campus Véolia

Des formations techniques ont également été fournies aux jeunes engagés en service civique. Dispensées par des partenaires du projet, elles visaient à apporter aux volontaires les connaissances nécessaires pour faire comprendre les éco gestes aux familles. On peut citer pour exemple les formations assurées par le correspondant EDF Nord pas de Calais sur l'énergie ou bien encore la visite du campus Véolia avec l'explication du cheminement des déchets. Ces formations ont représenté 60 % du volume horaire.

Outre la formation initiale qui leur a fourni les connaissances de base du projet, les MédiaTerre ont également pu compter sur des formations continues afin notamment de pouvoir répondre aux questions posées par les familles accompagnées.

► Et en 2011 ??

La principale difficulté relevée parfois cette année vient d'un manque de concret de certaines formations et le manque d'implication des jeunes qui ont, pour certains, besoin de terrain pour appréhender la mission. Pour améliorer la phase de formation, voici plusieurs pistes :

- **Favoriser les mises en situation** dans le cadre des formations. Simuler chaque phase du projet afin que les volontaires se testent et appréhendent les difficultés du recrutement et de l'accompagnement.
- **Favoriser les périodes d'immersion** : Afin de remotiver les volontaires, une période de contact avec les populations sur le terrain permet de mieux cerner les problématiques et ainsi d'en rediscuter lors des sessions de formation.
- **Créer un cadre pour les formations techniques** : Sur le même principe que les modules dédiés à la formation de projet, proposer un cadrage de la formation technique sur les éléments essentiels pour les volontaires afin d'éviter la dispersion des intervenants.



II. DÉROULEMENT DU PROJET

Retour sur le recrutement

Plus de **8 500** personnes ayant eu un contact avec le projet MédiaTerre
(Courrier envoyé par le bailleur, passage devant un stand médiaTerre, porte à porte furtif...)

Environ **4100** personnes sensibilisés, ayant entendu une présentation du projet et à qui l'accompagnement a été proposé.

1 463 familles accompagnées durant plusieurs mois.

► Méthode de recrutement

Le recrutement des familles sur le projet MédiaTerre constitue la phase la plus délicate. En effet, le challenge est complexe d'arriver à motiver suffisamment des familles de consacrer du temps important et ouvrir leur domicile sur un sujet qui les touchait parfois peu avant l'échange avec nos MédiaTerre et avec des jeunes qu'ils ne connaissent pas. L'enjeu est donc double : attirer l'attention des familles sur cet enjeu écologique qui les concerne en premier lieu, notamment à travers l'angle économique lié à leur facture d'eau ou d'énergie, et ensuite créer un cadre qui permette de nouer la confiance avec les jeunes MédiaTerre. Pour que la création de ce cadre de confiance et d'attention soit réussie, il est indispensable de réunir plusieurs conditions :

► **Mobiliser des relais et prescripteurs de proximité** : Afin de faciliter un maximum le contact avec les familles dans l'immeuble ou le quartier, il a fallu qu'Unis-Cité identifie et rencontre, en amont, les partenaires clés. En premier lieu, le travail débute normalement avec 2 acteurs incontournables : le bailleur social impliqué et la commune. Ensuite, en lien avec eux, Unis-Cité va rencontrer les autres acteurs du quartier qui seront autant de relais d'information et de vecteur de « confiance » : maisons de quartier, centres sociaux, médiateurs et bien sûr au sein de l'organisme Hlm, le travail avec le personnel de proximité (les gardiens d'immeuble notamment est un facteur clé de succès ...

► **Créer le lien avec les habitants** : Avant l'arrivée des jeunes, les habitants sont informés via le bailleur social qui envoie un courrier d'information et pose également une info sur les panneaux d'affichage de l'immeuble. Ensuite, de nombreuses animations sont proposées par les MédiaTerre, allant de la mise en place de stands dans les halls d'immeuble, l'animation de réunions dans des centres sociaux allant jusqu'au porte à porte. Une des bonnes pratiques est également de s'intégrer dans des événements existants pour y mettre du « MédiaTerre » : Bar à eau dans une fête de quartier, animation environnement avec des enfants le samedi, intervention de 30 minutes sur les bons conseils pour réduire sa facture d'énergie dans un centre social,...



Stand de recrutement sur le projet

► **Passer de la sensibilisation à l'accompagnement** : A partir de l'acceptation par la famille de rentrer dans une démarche d'accompagnement, une première démarche est menée en faisant remplir le questionnaire de pré accompagnement. C'est cette étape qui permet à la famille de rentrer concrètement dans le projet et qui permet de diagnostiquer son niveau d'information et ses envies afin de mieux la conseiller dans le choix des éco gestes à adopter. Ce questionnaire servira également lors de la phase bilan pour permettre d'évaluer l'impact et le différentiel avant-après en terme de comportement et de compréhension des différents gestes.

► Et en 2011??

La difficulté principale lors de cette phase est de conserver les familles entre le moment où le projet leur est expliqué et le moment où l'accompagnement débute. Pour pallier à ce problème, plusieurs pistes sont à l'étude :

► Afin de sensibiliser les familles et de faciliter leur approche, il nous semble important de **casser la contrainte de l'engagement** qui effraie les familles et qui représente donc un frein pour le recrutement. Aussi, nous envisageons d'assouplir ce cadre en permettant aux familles de suivre un accompagnement au fur et à mesure.

► Par ailleurs une approche basée sur **un intérêt plus important pour les familles** est à l'étude, mise à disposition de goodies, adaptation aux logements BBC... autant de pistes qui peuvent rendre la présence des MédiaTerre indispensable et ainsi faciliter cette période de recrutement.

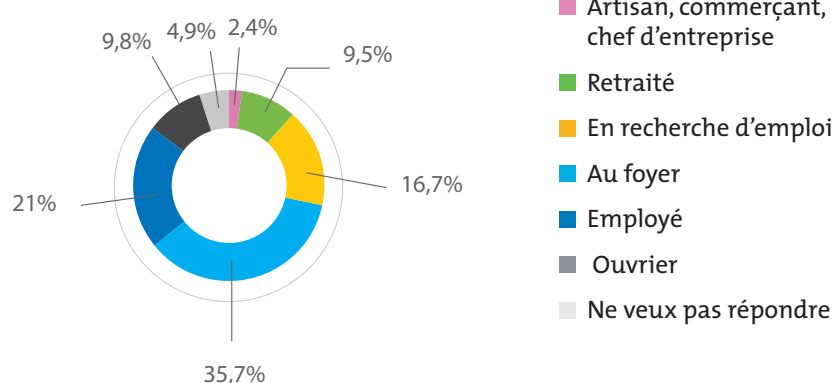


ÉLÉMENTS ISSUS DU QUESTIONNAIRE D'ÉVALUATION DE COMPORTEMENT DES FAMILLES

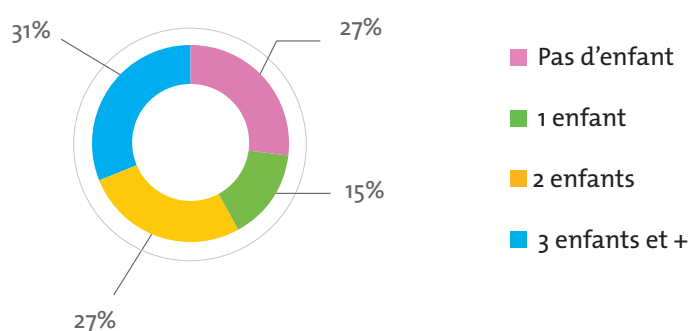
Profil des familles accompagnées

- Interlocuteur principal : **36%** d'hommes et **64%** de femmes.
- **97%** des familles sont locataires, **3%** sont propriétaires

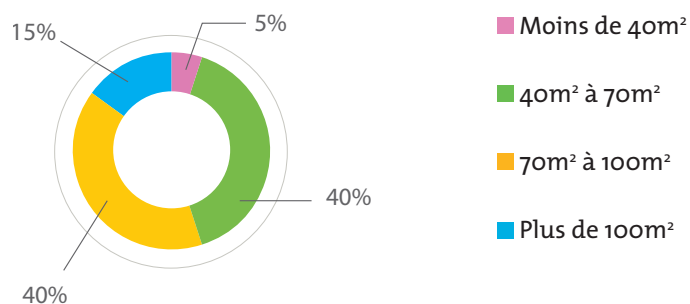
► Situation du référent



► Nombre d'enfants dans le logement



► Superficie du logement





DIAGNOSTIC ET EVOLUTION DES COMPORTEMENTS



Diagnostic

- ▶ **43%** des familles déclarent chauffer leur appartement à plus de 20°C
- ▶ **28%** seulement des personnes accompagnées déclarent éteindre les appareils en veille
- ▶ **46%** chauffent l'ensemble du logement à la même température
- ▶ **31%** de personnes ne peuvent pas régler la température dans leur logement.
- ▶ **17%** ne dégivrent jamais leur frigo

Choix des éco gestes

Pourcentages de familles ayant choisi l'éco geste :

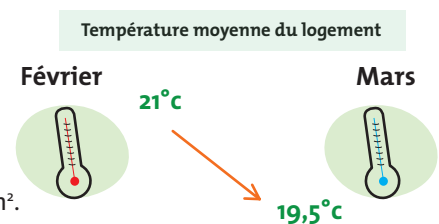
- ▶ **EG 6** : Je diminue la consommation électrique de mon frigo : ... **28,6%**
- ▶ **EG 7** : J'utilise des ampoules basse consommation : **42,9%**
- ▶ **EG 5** : J'évite de surchauffer mon domicile : **45,2%**
- ▶ **EG 8** : Je coupe la veille des appareils électriques : **78,6%**

Evolution des comportements

- ▶ **EG 5** : J'évite de surchauffer mon domicile :

La température moyenne des logements est de **21°C** lors du début du projet. Elle est de **19,5°C** en moyenne lors du contrôle par les volontaires quelques semaines plus tard. Soit une chute de 1,5°C en moyenne. Sachant que l'on considère que 1°C de moins peut faire économiser 9% sur sa facture, on arrive pour ces familles à environ 13% d'économie sur la facture.

Estimation de gain par an : Environ **55 euros** pour un logement moyen de 72m².



ÉNERGIE suite

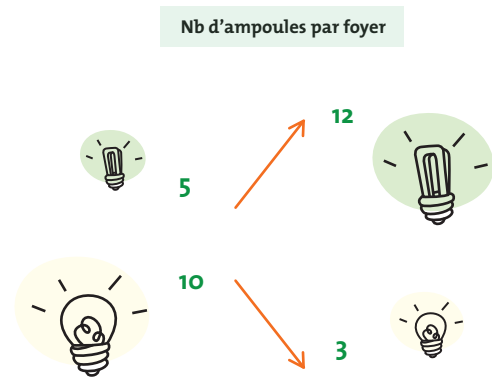
► EG 7 : J'utilise des ampoules basse consommation dans mon domicile :

En moyenne, un foyer possède **10** ampoules à incandescence et **5** ampoules basse consommation en début de projet.

En fin de projet, il en a **3** à incandescence et **12** basse consommation.

Soit le remplacement de **7** ampoules à incandescences par des ampoules basse consommation.

Estimation de gain par an : **28 euros.**



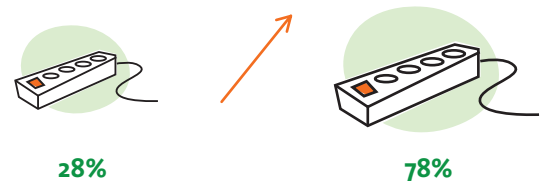
► EG 8 : Je coupe la veille des appareils électriques :

Au début du projet, **28%** des personnes déclarent couper régulièrement les veilles

A la fin de l'accompagnement, **78%** déclarent brancher leurs appareils sur un coupe veille lorsqu'ils ne servent pas.

Soit une économie par famille pouvant aller jusqu'à

50 euros par an.



Bilan de la thématique Energie :

D'après le relevé des changements de comportement et installations constatées avant et après, **une famille devrait pouvoir réduire sa facture énergétique d'environ 11 euros par mois.**

Cette simulation corrobore avec les relevés sur factures effectués 6 mois après des familles accompagnées en année pilote.





DIAGNOSTIC ET EVOLUTION DES COMPORTEMENTS



Diagnostic

- ▶ **43%** des familles ne ferment pas l'eau du robinet pendant qu'elles se savonnent.
- ▶ **40%** des familles n'ont pas d'équipement de réduction d'eau
- ▶ **50%** des familles prennent plus de 2 bains par semaine
- ▶ **43%** des familles déclarent jeter des produits chimiques occasionnellement dans l'évier (30% déclarent le faire régulièrement)

Choix des éco gestes

Pourcentage de famille ayant choisi l'éco geste :

- ▶ **EG 9** : Je prends une douche plutôt qu'un bain :**26,2%**
- ▶ **EG 10** : Je ferme l'eau du robinet :**28,6 %**
- ▶ **EG 12** : Je ne jette pas dans les WC ou l'évier des produits inappropriés :**52,4%**
- ▶ **EG 11** : J'utilise des équipements de réduction de consommation d'eau de ma robinetterie :**76,2%**

En comparaison avec l'année pilote, on peut observer un fort accroissement de la demande de l'EG 11. Cette progression s'explique probablement par le choix fait par certaines antennes, en lien avec des partenaires locaux, d'offrir un mousseur aux familles s'engageant sur cet éco geste.

Evolution des comportements

▶ EG 10 : Je ferme l'eau du robinet :

En début d'accompagnement, **47%** des foyers participant au projet déclarent ne jamais fermer l'eau du robinet lorsqu'ils se lavent les mains, se rasent ou encore se brossent les dents.

En fin d'accompagnement ils ne sont plus que **6%** à laisser couler l'eau.

Pour une famille de 4 personnes, l'adoption de cet écocoste représente une économie annuelle **50 000** litre d'eau. Soit une économie moyenne pour les familles du projet de **14 285** litre par an car adopter par seulement **28,6%** des familles.

Consommation d'eau / mois / foyer avant et après l'installation d'un équipement de réduction d'eau sur 2 robinets



47%



6%

EAU suite

► **EG 11** : J'utilise des équipements de réduction de consommation d'eau pour ma robinetterie:

En début d'accompagnement, les foyers possédaient en moyenne, **0,67** aérateur d'eau pour les robinets.

A la fin de l'accompagnement, la moyenne était de **2** par logement.

On estime que l'adoption de cet éco-geste par une famille de 4 personnes permet d'économiser **20 000 litre** d'eau par an. Soit une économie moyenne pour l'ensemble des familles du projet de **15 238 litre** par an.

Taux d'équipements de réduction de consommation d'eau sur robinetterie



Bilan de la thématique Eau :

d'après le relevé des changements de comportement et installations constatées avant et après, une famille ayant adopté l'ensemble des Eco gestes de la thématique eau devrait pouvoir **réduire sa consommation d'eau d'environ 3 000 litre d'eau par mois**. Soit un gain mensuel potentiel d'environ **9 euros par famille** accompagné.

Malheureusement, la périodicité rare des factures et la présence d'un trop grand nombre de compteurs collectifs dans les immeubles ne peuvent nous permettre de confirmer ce gain pour l'ensemble des familles.



Actions collectives :

Sur le thème de l'eau, des actions de sensibilisation collectives ont eu lieu :

Des ateliers « Bar à eaux » ont été mis en place à l'occasion de fêtes de quartier ou en hall d'immeuble afin de montrer aux gens que l'eau du robinet était aussi bonne que l'eau en bouteille. Des dégustations masquées ont été organisées afin de démontrer cela selon un mode ludique.

Des ateliers en appartement témoin ont été organisés pour sensibiliser à l'efficacité des mousseurs. Equipés de plusieurs mousseurs, les volontaires les ont montés successivement et de façon aléatoire sur les robinets en demandant aux familles de classer du plus gros au plus petit débit. Puis, à l'aide de débitmètre, ils ont démontré aux familles présentes qu'il était très difficile de voir la différence entre les débits.



Visite d'une station d'épuration

Enfin, **des sorties pédagogiques** ont été organisées par les volontaires dans des stations d'épuration pour expliquer concrètement le recyclage de l'eau et l'importance de ne pas jeter de produits toxiques dans les éviers ou toilettes.



DIAGNOSTIC ET EVOLUTION DES COMPORTEMENTS*



Tri des déchets

Diagnostic

- ▶ **85%** n'utilisent pas d'autocollant stop pub
- ▶ **47%** des familles déclarent trier leurs déchets mais ces familles font tout de même 2,7 erreurs en moyenne sur les 8 objets à trier du test que nous avons créé.
- ▶ **57%** des familles se débarrassent de leurs piles et batteries usagées dans les endroits inappropriés.
- ▶ **64%** ne connaissent pas les ressourceries ou ne les fréquentent pas.

Choix des éco gestes

Pourcentage de familles ayant choisi l'éco geste :

- ▶ **EG 14** : Je remplace les sacs en plastique par un sac durable : **21,4%**
- ▶ **EG 15** : J'installe un autocollant "stop pub" sur ma boîte aux lettres : **28,6%**
- ▶ **EG 16** : Je diminue ma production de déchets : **52,4%**
- ▶ **EG 13** : Je trie mes déchets : **54,8%**

La thématique du tri des déchets a énormément progressé cette année. C'est le fruit d'un travail de longue haleine pour revaloriser une thématique que les gens ont souvent l'impression de maîtriser. En procédant à la mise en place systématique d'un questionnaire sur le tri, permettant aux foyers de se rendre compte de leurs limites dans la connaissance de cette problématique ou bien encore en élargissant l'éco geste 16, nous en sommes parvenus à faire de cette thématique une des plus prisées par les familles.

Evolution des comportements

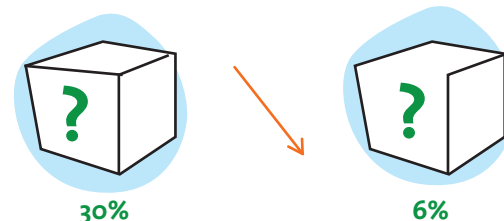
▶ Eco Geste 13 : Je trie mes déchets :

En début d'accompagnement, les foyers font en moyenne **2,5** erreurs sur les tests que nous avons créés pour le tri des déchets. En fin d'accompagnement, ils n'en font plus que **0,5** en moyenne. Soit 5 fois moins d'erreurs de tri.



► **Eco Geste 16 : Je diminue ma production de déchets :**

En début d'accompagnement, **30%** des foyers déclarent ne pas faire attention à l'emballage des produits qu'ils achètent. En fin d'accompagnement, ils ne sont plus que **6%** à le déclarer.



Accompagnement collectif

► Différentes manifestations ont pu être mises en place dans le cadre de cette thématique :

Des actions "coup de poing" ont pu être mises en place sur certains territoires en collaboration avec notre partenaire Eco-Emballages. Organisées dans les quartiers, ces opérations ont pu permettre d'attirer l'attention des habitants sur une thématique trop souvent ignorée. Ce fut également l'occasion de distribuer des sacs durables.



Intervention auprès d'une classe de CE2 - Médiaterré Châlons en Champagne

► **Des actions auprès de classes** ont également pu être organisées afin de sensibiliser les enfants dès leur plus jeune âge au gaspillage.

► Enfin **des sorties pédagogiques** ont pu être organisées : Visites de ressourceries, de centre de tri, d'enfouissement ou bien encore nettoyage de plages... autant d'animations qui ont pu être organisées par les volontaires afin de sensibiliser le grand public sur cette thématique.



Nettoyage d'une plage - Médiaterré Mont de Marsan



DIAGNOSTIC ET EVOLUTION DES COMPORTEMENTS



Consommation responsable

Diagnostic

- ▶ **36%** des familles consomment de la viande tous les jours
- ▶ **11%** des familles fabriquent elles mêmes leurs produits ménager
- ▶ **19%** des familles déclarent choisir leurs fruits et légumes en fonction des fruits de saison.
- ▶ **49%** des familles déclarent choisir leurs produits en fonction de la proximité de leur lieu de fabrication

Choix des éco gestes

Pourcentage de familles ayant choisi l'éco geste :

- ▶ **EG 1** : Je réduis ma consommation de viande : **26,2 %**
- ▶ **EG 4** : Je privilégie les produits labellisés : **30,9 %**
- ▶ **EG 3** : J'achète des fruits et légume de saison : **38,1 %**
- ▶ **EG 2** : Je sélectionne mes produits ménagers : **64,3 %**

Evolution des comportements

- ▶ **EG 2** : Je sélectionne mes produits ménagers

En début de projet, ils sont **11%** à déclarer utiliser des produits ménagers naturels et confectionnés artisanalement.

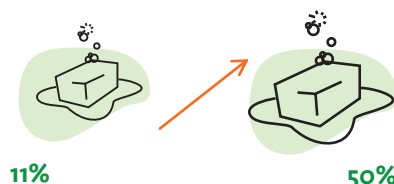
En fin de projet, plus de **50%** des foyers accompagnés ont pris cette habitude.

- ▶ **EG 3** : J'achète des fruits et légumes de saison.

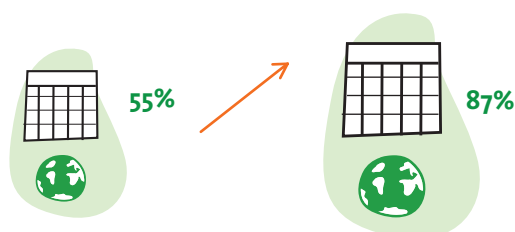
45% des foyers qui s'engagent dans MédiaTerre ne prêtaient pas attention à l'origine des produits qu'ils achètent et ne font pas attention à la saison de la pousse.

Quelques mois après avoir suivi une initiation auprès des volontaires, ils sont **87%** à retenu les enseignements des MédiaTerre et à faire attention à cela.

Part des produits ménagers naturels et confectionnés artisanalement



Prise en compte de la saisonnalité et de l'origine des produits



Accompagnements collectifs



Atelier collectif de création de produit ménager

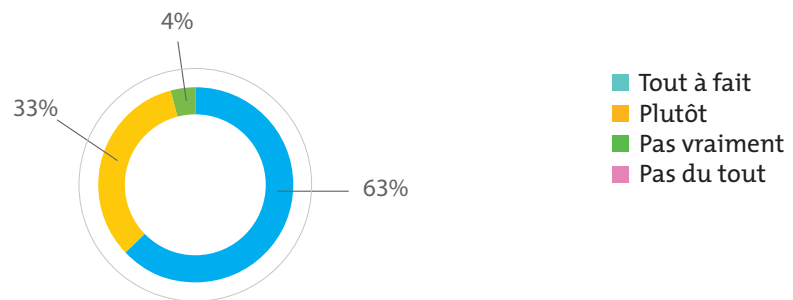
Dans le but d'illustrer ces propos avec les familles, les volontaires ont mis en place de nombreuses activités.

Parmi celles ci, on peut citer les visites de grandes surfaces. Avec la collaboration du magasin, les volontaires ont organisé des jeux de pistes dans les grandes surfaces en faisant réaliser des caddys à thème par les familles. Produits locaux, produits avec peu d'emballages, produits pas cher... des moyens ludiques pour amener les familles à se poser des questions sur leurs habitudes.

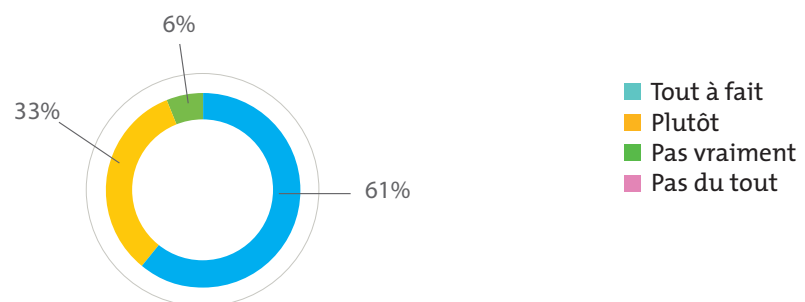
Par ailleurs, des « excursions » sur des marchés ont été organisées à différentes périodes de l'année pour aller à la rencontre des fruits et légumes de saison. D'autres volontaires ont pu initier les familles, avec le soutien de bailleurs sociaux et de collectivités, aux joies des jardins partagés.

Satisfaction des familles :

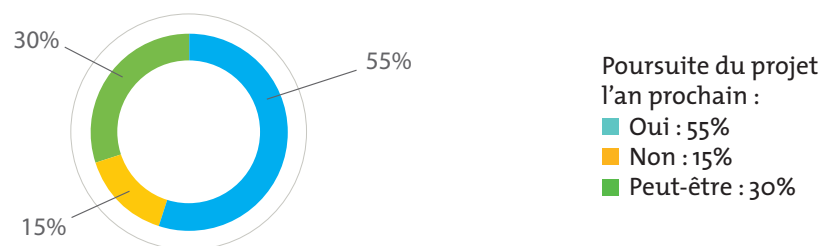
► Globalement, êtes vous satisfait du projet «les MédiaTerre» ?



► Globalement, le projet a t'il répondu à vos attentes



► Seriez vous prêt à continuer le projet l'an prochain





SYNTHÈSE DE L'ÉVALUATION QUALITATIVE

EVALUATION EXTERNE PILOTÉE EN 2011 PAR LES SOCIOLOGUES DE L'INSTITUT D'ÉTUDE ET DE CONSEIL ETEICOS

► Introduction : objectifs et méthodologie

L'évaluation qualitative du programme Médiaterré vise à identifier l'impact sur l'évolution des pratiques et sur le lien social. Pour ce faire, en amont et en aval de l'accompagnement, ont été menés des entretiens qualitatifs auprès de 16 bénéficiaires du programme en Seine-Saint-Denis (Aulnay et Montreuil) et dans le Pas-de-Calais (Lens, Avion, Liévin). Six acteurs saillants du projet ont été également interviewés afin de recueillir les bonnes pratiques : bailleurs, assistant social, responsable d'équipe Unis-Cité, associatif, collectivité.

L'échantillon reflète les caractéristiques des populations impliquées dans le programme. La plupart des personnes interviewées sont des femmes n'exerçant pas d'activité professionnelle et ayant à leur charge des enfants. Figurent également dans l'échantillon quelques couples et quelques actifs. Les situations sont diversifiées au regard des trajectoires résidentielles et de l'insertion dans le tissu social.

► L'avant-accompagnement : une phase préparatoire décisive

Avant même que ne soit amorcé l'accompagnement, il convient de soulever les bonnes pratiques permettant le bon déroulement du projet ainsi que les attentes exprimées par les enquêtés.

► Les bonnes pratiques

La préparation des volontaires, à travers la formation et la sensibilisation au développement durable des volontaires est primordiale. En effet, ce « second public » n'est pas nécessairement sensibilisé à cette thématique.

Le partenariat organisé en amont, facilite le recrutement de foyers : collectivités, bailleurs, associations locales, acteurs sociaux... chacun apporte au projet.

La complémentarité de méthodes de recrutement permet de toucher des publics différents :

- **L'immersion** par la participation aux événements de la vie de quartier accroît la visibilité du programme.
- **Phoning et porte-à-porte** permettent de toucher les foyers ne participants pas à la vie locale.
- **La mise en relation**, à travers des relais de proximité : responsables de site, gardiens, acteurs sociaux...
- **La distribution de goodies** peut marquer les esprits.

► Les attentes des familles

L'engagement et la poursuite de l'accompagnement des familles tiennent à des conditions particulières et des motivations précises.

► Le sentiment de liberté : une condition sine qua none

L'approche adoptée par les volontaires et les relais de proximité ont permis de préserver le sentiment de liberté très cher aux enquêtés : premier rendez-vous à l'extérieur, construction du programme étape par étape, pas de demande d'engagement immédiate sur le long terme.

► Le primat de la motivation économique et le caractère secondaire de l'intérêt pour l'écologie

Le registre argumentaire de l'économie utilisé lors de la phase de recrutement correspond à une préoccupation majeure pour les foyers. Les enquêtés sont moins nombreux à évoquer l'écologie comme motif d'adhésion au projet.

► Une attente forte sur le plan éducatif

Plusieurs enquêtés se sont engagés dans le projet davantage pour leurs enfants que pour eux. L'attente en terme de soutien éducatif se manifeste par la présence des enfants lors des séances ou indirectement : recrudescence de l'attention prêtée aux comportements des enfants, transmission de nouveaux messages.

De manière plus globale, la demande d'informations et de connaissances, y compris celles destinées aux adultes, est très forte.

► En filigrane, l'importance du lien tissé

Si la majorité des enquêtés ne se réfèrent pas explicitement au lien social pour expliquer leur engagement dans le projet ; en revanche, sans une relation de qualité avec les volontaires, les bénéficiaires n'envisageraient pas de poursuivre les séances, considérées comme un réel moment de convivialité.

► L'évaluation des éco-gestes

► Consommation : des pratiques stabilisées nécessitant une accroche ludique

Sur le plan de la consommation, les pratiques semblent fortement ancrées. Aux freins économiques, s'ajoutent les représentations, les habitudes et les préférences, y compris celles des enfants. En témoigne le fort attachement à la viande, aliment apprécié et considéré comme pilier d'une bonne santé. Les évolutions les plus importantes sont constatées pour la fabrication des produits ménagers révélant un levier important : l'aspect ludique de l'approche ainsi que le besoin de démonstration concrète.

► Energie et eau : une gestion de la consommation à intégrer par l'ensemble des membres du foyer

Dans ces domaines, sont particulièrement concernés les foyers ayant rencontré des problèmes de maîtrise de consommation et des adultes peinant à transmettre le sens des économies à leurs enfants.

Les évolutions sont davantage constatées pour les éco-gestes qui ne nécessitent qu'une installation de matériel : coupe-veille, mousseurs, réglage définitif du thermostat. Les ampoules à basse consommation sont d'ailleurs largement adoptées avant l'accompagnement.

Davantage de recul est nécessaire pour constater si les évolutions constatées seront pérennes, notamment pour les gestes liés au chauffage.

► La gestion des déchets : des pratiques privées largement conditionnées par le contexte socio-économique

Les évolutions constatées en matière de tri sont plus ou moins intenses. De manière générale, l'approche ludique du tri (jeu, pièges) a permis aux enquêtés et à leurs enfants de s'initier ou de se perfectionner. La compréhension des règles et de l'utilité du tri favorise l'adoption de la pratique.

La dimension économique est déterminante pour les autres éco-gestes. Les évolutions positives constatées concernent surtout la chasse au gaspillage alimentaire.

► Le rapport du programme Médiaterre au lien social

Il s'agit d'appréhender la dynamique établie au sein du quartier à travers la diffusion du développement durable dans le tissu social et les effets sur le lien social en tant que tel.

► La diffusion des notions et des pratiques du développement durable

Au sein du foyer, les discussions impactent conjoints et enfants. Ces derniers deviennent des vecteurs d'autant plus efficaces lorsqu'ils participent aux séances en rappelant les règles aux adultes.

Le vecteur des **relations de voisinage** ne doit pas être surestimé, nombre d'enquêtées ayant confié avoir tenté de re-layer des sujets sans succès.

Enfin le vecteur du **cercle élargi** de la famille et des amis est d'intensité variable, selon la sensibilité des individus à l'environnement. Signalons néanmoins que les effets sont parfois inattendus : des gestes refusés par le foyer sont transmis à un ami.

► L'impact du programme sur le lien social

Tout d'abord, l'accompagnement permet de renforcer la **sociabilité des personnes**. Le plus souvent, il s'agit d'une véritable initiation dans la mesure où les volontaires ont parfois constitué un des rares contacts en dehors du foyer et de la famille élargie. Pour les plus investies dans la vie locale, l'accompagnement renforce la dynamique.

Ensuite, les discussions sur des éco-gestes déjà pratiqués par les familles permettent de **valoriser différents groupes** qu'ils soient socio-économiques, culturels, générationnels. Les gestes liés à l'eau, par exemple, interpellent des traditions locales venues d'autres pays mais aussi les pratiques anciennes ou « économes » des couches sociales les plus précaires.

Enfin, le programme permet également de **faciliter les relations entre différents groupes** : entre voisins d'immeubles différents, entre générations, entre habitants et agents de proximité ou acteurs institutionnels. Plusieurs acteurs interviewés ont souligné le rôle du programme comme angle nouveau pour aborder certains sujets avec les habitants.

► Pour conclure : les atouts pour la reconduction du projet

Dans une démarche tournée vers l'avenir, les enseignements de l'évaluation invitent à reconduire et renforcer les bonnes pratiques :

- **Consolider les partenariats**, voire élargir les acteurs impliqués ;
- **Peaufiner l'argumentaire** de recrutement en prenant conscience des attentes éducatives des parents ;
- **Elargir l'approche ludique et concrète à d'autres éco-gestes** : relevé les compteurs d'eau et d'électricité, dégustation de produits labélisés...
- **Encourager les volontaires** sur le volet collectif en évaluant et en valorisant aussi bien le travail de recrutement et d'accompagnement que les initiatives collectives ;
- **Approfondir le lien social** en décroissant l'accompagnement individualisé (proposer aux familles d'inviter des voisins, des amis) et le cadre temporel du projet (prolonger le lien avec les foyers déjà accompagnés pour créer des activités collectives, recruter d'autres familles...).



III. DÉVELOPPEMENT DES MÉDIATERRE

Médiaterre BBC : Une expérimentation en 2011 avant le déploiement en 2012

► Présentation de l'expérimentation

Aujourd'hui, de plus en plus de bailleurs sociaux se lancent dans de la réhabilitation ou la construction de logements à hautes performances énergétiques, sachant que le référentiel BBC (Bâtiment Basse Consommation) sera généralisé à toutes les opérations dès janvier 2013. Les retours des premières opérations font état d'un enjeu essentiel pour le logement BBC : celui de sa prise en main par les usagers. La technicité du BBC nécessite en effet une adaptation forte des comportements à l'utilisation, à tel point que l'usage peut impacter de près de moitié voire même réduire à néant les économies d'eau ou d'énergie escomptées.

La période de post-livraison ou post-réhabilitation du logement est pourtant propice au changement de comportement et à la réappropriation de son logement par les occupants. Fort de ce constat, Unis Cité et ses partenaires, notamment l'Union Sociale pour l'Habitat, ont décidé de se lancer cette année dans une expérimentation visant à accompagner des familles venant d'emménager dans une résidence BBC aux éco gestes adaptés.

Cette expérimentation s'est déroulée dans l'agglomération d'Angers, à St-Barthélémy d'Anjou, dans la résidence des Agapanthes, gérée par le bailleur Val de Loire. 24 foyers ont été ciblés par cette expérimentation. Les jeunes mobilisés étaient déjà engagés sur un projet Médiaterre « classique » à Angers. Après une formation dispensée par les bailleurs LogiOuest et par Val de Loire HLM, les Médiaterre sont allés à la rencontre des familles.

5 éco gestes clés ont été définis par le Comité de pilotage local, en fonction des caractéristiques techniques de la résidence :

- Ne pas percer les murs extérieurs afin de ne pas percer l'isolation
 - Aérer l'appartement 2 fois 5 minutes par jour.
 - Utiliser les volets à bon escient
- Nettoyer les bouches d'aération 2 fois par an
 - Fermer les portes des parties communes

► Bilan de l'expérimentation

- **22 Familles sur 24 (92%)** ont accepté d'être sensibilisées et/ou accompagnées
- **3 niveaux de sensibilisation :**
 - 7 familles se sont vues remettre un guide des 5 éco gestes édité par les volontaires. Ce guide été remis en échange d'un temps d'environ 20 minutes pour expliquer ces gestes à domicile.
 - 14 familles ont accepté de recevoir les volontaires pour un entretien d'une heure afin de présenter les Eco gestes.
 - 1 famille a demandé à être accompagnée de manière plus approfondie sur la base du programme « Médiaterre classique ».

Cette expérimentation a prouvé le fort besoin d'accompagnement, car quasi aucune famille rencontrée ne connaissait ces gestes et conseils de bon usage de leur logement avant la rencontre avec les Médiaterre.

► Et en 2012

En parallèle de ce projet pilote, Unis-Cité et l'USH vont travailler avec l'Agence Utopies pour délivrer de nouveaux outils spécifiques d'accompagnement « Médiaterre » pour accompagner des familles dans des logements plus performants. Ces nouvelles fiches et cette méthode d'accompagnement adaptée seront prêtes pour être opérationnelles à partir d'octobre 2011.

IV. COMMUNICATION ET VALORISATION DU PROJET

Retours média

- ▶ 5 reportages TV (JT 20h de TF1, Télématin sur France 2, France 3,...)
- ▶ 17 articles de presse nationale (Le monde, Libération, le Parisien...)
- ▶ 45 articles de presse régionale
- ▶ 1 reportage radio (France Info)



Newsletter

Diffusée à 1450 contacts cette année (Partenaires nationaux et locaux, partenaires publics, associatifs)

7 Newsletters ont été publiées cette année. On y retrouve des actualités du terrain, des chiffres clés, des interviews de partenaires, des portraits et des témoignages de volontaires, de familles...

Blog «lesmediaterre.fr»

Véritable vitrine du projet sur le web, le blog des MédiaTerre est le moyen de connaître en direct les informations sur le projet. Infos inédites, mises en ligne des reportages télé, reprise de la newsletter, autant d'éléments qui assurent au blog, un trafic mensuel de plus de 1000 connexions.





ANNEXES 1

Direct Matin

18/05/2011

Le Monde

pour Direct Matin

Planète. Installer des ampoules à basse consommation, couper les appareils électriques, limiter la consommation d'eau... A Montreuil (93), des jeunes enseignent quelques «éco-gestes» à des familles aux revenus modestes. Reportage.

Petites leçons d'écologie avec les «méditerranées»

Vêtus de leur t-shirt orange acidulé

«Unis-Cité», Xavier et Céline, 21 et 23 ans, sont prêts à prodiguer quelques conseils sur les économies d'énergie : les «éco-gestes». Aujourd'hui, ces méditerranées, petits soldats de l'écologie le temps d'un service civique, ont rendez-vous chez Aurélie, dans un quartier de Montreuil (93). Mère au foyer, Aurélie vit seule avec ses trois enfants et environ 800 euros par mois. Au programme de cette deuxième visite, les économies d'eau et une recette de produit d'entretien écolo.

Céline est venue avec des mousseurs, des réducteurs de débit, prêts à être installés sur les robinets. «Pour remplir un verre d'eau, c'est plus long, mais ça permet d'économiser jusqu'à 50 % de la consommation et donc d'alléger la facture», affirme la méditerranée. Suit une démonstration dans la foulée et dans la cuisine : Aurélie est convaincue ! C'est au tour de Xavier de sortir les ingrédients pour un produit d'entretien écolo : une bouteille d'huile essentielle, du vinaigre blanc, un citron et du bicarbonate alimentaire. L'apprenti aux airs de druide mixe le tout et s'attaque à la gazinière pour démontrer l'efficacité de sa recette. «On voit que ça réagit déjà et en plus... ça sent bon», se félicite-t-il. «Ça marche quand même à l'huile de coude !», lui rétorque la maîtresse des lieux...

Xavier et Céline se sont engagés en octobre à Unis-Cité pour neuf mois de service civique. Pour le premier, une fois le bac en poche, la décision a été prise de s'engager pour «une action d'intérêt général». Pour Céline, c'est la démarche inverse : «j'ai suivi un bac+3 dans la maîtrise d'énergie et les énergies renouvelables. Je cherchais du travail dans le milieu associatif sans trop vouloir m'engager pour l'instant. Le projet Méditerranée, c'était vraiment parfait !»

Les méditerranées en service civique vont à la rencontre des gardiens d'immeuble pour obtenir des informations sur les habitants et «cibler» les familles susceptibles d'être intéressées par une formation aux «éco-gestes».

Ces petits soldats de l'écologie vont à la rencontre des gardiens d'immeuble pour «cibler» les familles.

«Il y a des gens qui n'ont pas du tout la notion des économies d'énergies», déplore Xavier. Lors de la première visite, un diagnostic est réalisé via un questionnaire : «on choisit ensuite les «éco-gestes» sur lesquels on va travailler au cours de 4 ou 5 séances.» Retour dans le salon d'Aurélie pour un point sur la dernière visite des méditerranées. Pour les appareils électriques, la leçon semble retenue. «Maintenant, j'ai pris l'habitude de les éteindre

tous. Je ne les laisse plus en veille», assure-t-elle. S'en suit une discussion sur le changement clima-

tique, la pollution des énergies fossiles, le nucléaire et le mode de vie. Déjà sensibilisée, Aurélie a adopté quelques réflexes écologiques. «Il faut qu'on se prépare à moins consommer, prévoit-elle. Quand il y a 20 % de la population qui mange le gâteau, il faut revoir notre mode de vie.»

Sans y voir une solution aux problèmes environnementaux, Aurélie félicite le travail des méditerranées : «Je pense que l'apprentissage et la transmission des gestes écologiques sont indispensables...» La visite prend fin. «La prochaine fois, on revient avec des lampes à basse consommation et des autocollants Stop-pub !», assure Xavier. •

Adrien Chauvin



Les jeunes d'Unis-Cité viennent à domicile pour montrer les bons gestes, comme fabriquer un produit d'entretien. Les jeunes d'Unis-Cité viennent à domicile pour montrer les bons gestes, comme fabriquer un produit d'entretien.

UnisCité

LES MÉDIATERRÉES



24/12/10

24/12/2010 À 00H00



Les Médiaterre prennent les économies d'énergie

LE LIBÉ DES SOLUTIONS Porte-à-porte. Dans 23 villes, une association aide les familles modestes à réduire leurs factures.

Par **OLIVIER MOULERGUES** Reporters d'Espoirs

Dépenser moins en consommant moins. Sensibiliser les foyers modestes aux économies d'énergie et d'eau, ainsi qu'à l'écologie en général. Telles sont les missions que se sont fixées Médiaterre et les volontaires en service civil de l'association Unis-Cité. Leur initiative vise à convaincre les 3,5 millions de Français qui dépensent plus de 15% de leurs revenus pour se chauffer et s'éclairer que l'écologie n'est pas un luxe. Et que quelques écogestes gratuits mais mal connus dans les HLM pourraient faire diminuer charges et factures.

«Ambassadeurs». Les volontaires du projet Médiaterre, souvent issus des quartiers populaires, font du porte-à-porte pour aider les locataires de logements sociaux à sortir de la précarité énergétique et créer du lien autour du développement durable. Une action réalisée à la demande des collectivités locales et des bailleurs sociaux, qui ont du mal à toucher les milieux modestes. *«L'envoi ponctuel "d'ambassadeurs du tri" dans certains habitats collectifs ne suffit pas, la présence des volontaires de Médiaterre au quotidien va permettre une meilleure compréhension des gestes»*, souligne Caroline Barrière, vice-présidente de la communauté urbaine de Strasbourg.

Installés dans les halls d'immeubles, à la sortie des écoles, dans les maisons de quartier et des lieux culturels, les «médiaterre» présentent leur projet autour d'un thé ou d'un café. Convaincre les habitants d'ouvrir leurs portes pour changer leurs habitudes de chauffage, d'éclairage ou d'alimentation est délicat.

«Les gens sont intéressés, mais beaucoup ne veulent pas d'intrusion dans leur intimité», remarque Teddy, volontaire dans le quartier strasbourgeois de Cronenbourg. Les personnes en grande difficulté financière hésitent à parler de leurs factures d'électricité et d'eau. Et pourtant, les économies peuvent être spectaculaires.

«J'invite mes voisins pour en parler», raconte M. Kerboulé, un habitant de la banlieue nantaise, fier des 30% d'électricité qu'il a économisés. *«Avec une heure mensuelle à domicile pendant six mois, un véritable lien se crée entre les familles et les volontaires»*, insiste Stephen Cazade, directeur d'Unis-Cité, qui voit dans le projet Médiaterre bien plus qu'une action environnementale.

Formés par les associations environnementales et les entreprises partenaires, les Médiaterre découvrent le développement durable avant d'en diffuser à leur tour les bons gestes dans 23 villes françaises. Dans chaque foyer visité, deux volontaires proposent aux familles de choisir parmi 16 écogestes.

Des lampes basse consommation distribuées gratuitement au dégivrage régulier du congélateur, en passant par les produits ménagers faits maison, l'adoption de petits accessoires et de nouvelles pratiques change la donne.

Changement. A l'issue des six mois, le binôme compare les factures. Et il évalue aussi le changement réel des comportements. Le directeur d'Unis-Cité note avec enthousiasme qu'*«en plus de la diminution prévisible des factures d'eau et d'électricité, certaines familles ont divisé par deux leur consommation de viande»*.

www.lesmediaterre.fr



VILLIERS-LE-BEL

Le succès de l'appartement écolo



VILLIERS-LE-BEL, MERCREDI. Les sept volontaires d'Unis-Cité proposent différents ateliers aux participants, dont un, classique, sur le recyclage des ordures ménagères. (D.R.F.)

VILLIERS-LE-BEL, MERCREDI. Les sept volontaires d'Unis-Cité proposent différents ateliers

Même chez soi, il est possible de faire du bien à la planète, sans se compliquer la vie. Pour aider les habitants à adopter les bons réflexes, une équipe de volontaires de l'association Unis-Cité s'est alliée à la ville de Villiers-le-Bel. Quinze familles ont bénéficié l'an dernier d'un accompagnement visant à trouver les « écogestes » adaptés à leur quotidien. Les volontaires ont aussi aménagé un appartement pédagogique dans le quartier des Carreaux. Face au succès de l'opération, la ville et l'association ont décidé de repartir. Une nouvelle équipe d'Unis-Cité reprend le flambeau : Chloé, Floriane, Hanane, Zaïnab, Silas, Christophe et Sullivan étendent l'accompagnement à la ZAC Demièrre-les-Murs-de-Monseigneur et à la Cerisaie. Cette semaine, ils ont aussi assuré la première visite guidée de l'appartement.

Consommez local et de saison

Premier atelier : la cuisine. Christophe, 21 ans, et Sullivan, 19 ans, initient le visiteur à « la consommation

responsable ». « On propose des animations pour apprendre à connaître les fruits et légumes de saison », explique le duo. Les participants sont incités à « préférer les denrées de producteurs locaux ». Des affiches rappellent aussi que la production d'un steak haché « de l'élevage à l'assiette, c'est 2 000 litres d'eau consommés ». « Pour élever les animaux, il faut d'abord cultiver les céréales et donc beaucoup arroser », expliquent-ils. Les volontaires, qui ont suivi des formations spécifiques, conseillent aussi « d'acheter les produits en grande quantité pour réduire la consommation d'emballages ».

La gestion des déchets

Direction la « crade room », la pièce consacrée aux ordures ménagères aménagée par Chloé. Ici, le jeu consiste à jeter, « comme dans un panier de basket, le bon déchet dans la bonne poubelle », résume Silas. Un geste qui permettra aux bouteilles en plastique de se réincarner en « pull polaire, siège auto ou ours en peluche », et aux canettes métalliques de devenir « voiture de course ou machine à laver ». Sans quoi les déchets

de la vie quotidienne survivront à plusieurs générations. On apprend ainsi que la décomposition d'un ticket de métro prend un an. C'est deux ans pour un mégot, cinq ans pour un chewing-gum et... quatre cents ans pour une couche de bébé !

Le juste prix de l'économie d'énergie

Dans la chambre à coucher, on redé-

couvre l'importance de se passer du mode veille pour les appareils télé, hi-fi et les jeux vidéo. Une partie de « juste prix » a également été élaborée pour trouver le coût d'une multiprise munie d'un interrupteur ou encore celui d'une ampoule à économie d'énergie consommant 30 % d'électricité en moins.

AURELIE FOULON

■ Pour visiter l'appartement, inscriptions à la mairie.

Des astuces pour fabriquer ses produits ménagers

Côté recettes de grand-mère, les volontaires d'Unis-Cité transmettent quelques trucs pour « fabriquer soi-même des produits ménagers naturels plus écologiques, économiques et qui marchent vraiment bien ! » assurent-ils. Un bon moyen d'économiser les emballages, de limiter le rejet de phosphates dans les eaux usées et les émanations chimiques parfois nocives. Les produits d'entretien que l'on trouve couramment en supermarché sont ainsi facilement remplacés par des produits naturels : le vinaigre blanc en guise d'anticalcaire, le bicarbonate de soude contre les taches...

Pour moins d'un euro par litre, il est possible de fabriquer soi-même un détergent écologique, à base de produits naturels : dissoudre 50 g d'un savon classique râpé dans un litre d'eau tiède en remuant, puis ajouter le jus de deux citrons. Laisser refroidir et c'est prêt. Toujours secouer avant usage ce produit qui sert à tout : pur, il est utilisé pour nettoyer les plans de travail qu'il faudra penser à rincer. Dilué avec le même volume d'eau et sans rinçage, il sert à nettoyer les sols. En remplaçant le citron par quelques gouttes d'huiles essentielles, on obtient de la lessive, dont il faut prévoir l'équivalent d'un verre à moutarde par tournée de linge. A.F.



ANNEXES 2

Présentation de l'association Unis-Cité



Unis-Cité est l'association pionnière du Service Civique en France.

Elle est née d'un rêve : qu'un jour, il soit offert à tous les jeunes la possibilité de consacrer un moment de leur vie à la collectivité, et que cette expérience puisse être un temps de construction de soi et d'ouverture aux autres.

Depuis 1995, elle offre ainsi aux 18-25 ans de toutes origines, la possibilité de s'engager à temps plein et en équipe durant 6 ou 9 mois, dans des actions d'intérêt général. Les jeunes, sélectionnés uniquement sur leur motivation reçoivent une indemnité mensuelle de 600 euros. Ils bénéficient également d'une protection sociale.

► Profil des jeunes mobilisés par Unis-Cité

60% de filles et 40% de garçons
 35% niveau infra-bas; 40% titulaire d'un bac et 25% titulaires d'un diplôme post-Bac
 40% étaient à la recherche d'un emploi ou d'une orientation, 34% étaient scolarisés et 20% salariés
 24% des jeunes sont originaires des quartiers sensibles

► L'impact du service civique sur les jeunes (sources: étude d'impact Sciences Po/CNRS)

Le développement du « capital citoyenneté »
 66% déclarent s'intéresser d'avantage à des questions de société
 82% déclarent avoir envie de continuer une activité bénévole
 81% des anciens volontaires encouragent leurs proches à s'engager

► Un tremplin vers la vie active

89% estiment que le service civique peut contribuer à leur insertion professionnelle
 71% déclarent avoir une idée plus précise de leur projet professionnel à l'issue de leur service civique
 92% déclarent valoriser leur expérience de service civique auprès de leur futur employeur

pour plus d'information: www.uniscite.fr





ANNEXES 3

Liste des partenaires locaux du programme médiaterré

Les collectivités locales partenaires :

Conseil Général du Val d'Oise, Ville d'Osny, Ville d'Aubervilliers, Communauté d'agglomération d'Aubervilliers, Ville de Drancy, Ville de Dugny, Ville de Paris, Ville de Villiers le Bel, Ville de St Ouen l'Aumône, Communauté d'Agglomération de Cergy Pontoise, Conseil Régional d'Île de France, Communauté Urbaine de Strasbourg, Valenciennes Métropole, Ville de Valenciennes, Ville de Marly, Ville d'Anzin, Ville de Lille, Lille métropole, Conseil Régional Nord Pas de Calais, Mairie de quartier Moulins, Mairie de quartier de Lille sud, Mairie de Wasquehal, Ville de Villeneuve D'Ascq, Ville de Lens, Ville d'Avion, Communauté D'agglomération de Lens Liévin, Conseil général du Pas de Calais, Ville de Dunkerque, Ville de Grande Synthe, Communauté Urbaine de Dunkerque, Ville de Toulouse, Communauté d'Agglomération de Grenoble, Ville d'Echirolles, Communauté de commune du Val de Drôme, Conseil général de la Drôme, Ville de Livron, Nantes Métropole, Ville de Nantes, Ville de Saint Herblain, Angers Loire Métropole, Ville d'Angers, Ville de Saint Barthélémy, Conseil Régional Pays de la Loire, Ville de Bordeaux, Conseil Général de la Gironde, Conseil Régional d'Aquitaine, Ville de Chalons en Champagne, Ville de Mont de Marsan, Communauté d'agglomération de Pau, Ville de Pau, Ville de Jurançon, Ville de Billière, Ville de Lons, Ville de Miramas, Communauté d'Agglomération SAN Ouest Provence, Nice Côte d'Azur, Conseil Général des Alpes-Maritimes

Les bailleurs sociaux engagés :

Emmaüs Habitat (Osny), OPH Aubervilliers (Aubervilliers), OPH Drancy (Drancy), RIVP (Paris), OSICA (Villiers le Bel), OPIEVOY (St Ouen l'Aumône), Immo 3F (Aulnay sous Bois), Habitat Marseille Provence (Marseille), Logirem (Marseille), 13 Habitat (Miramas), ICF Sud-Et (Miramas), Côte D'azur Habitat (Nice), Erilia (Nice), Partenord Habitat (Valenciennes, Lille et Dunkerque), Val Hainaut Habitat (Valenciennes), SA du Hainaut (Valenciennes), Habitat 62/59 (Dunkerque), Habitat du Nord (Dunkerque), Lille Métropole Habitat (Lille), Villogia (Lille), Pas de Calais Habitat (Lens), LTO Habitat (Lens), CUS Habitat (Strasbourg), Harmonie Habitat (Nantes), Atlantique Habitations (Nantes), La Nantaise Habitat (Nantes), Habitat 44 (Nantes), Nantes Habitat (Nantes), Val de Loire Habitat (Angers), Logi Ouest (Angers), Mésolia Habitat (Bordeaux), Aquitanis (Bordeaux), Domofrance (Bordeaux), Incité (Bordeaux), Office Palois de l'Habitat (Pau), Alliance Logement (Pau), Béarnaise Habitat (Pau), Habitat Toulouse (Toulouse), Patrimoine Habitat (Toulouse), Drôme aménagement habitat (Livron), SDH (Grenoble), Chalons en Champagne Habitat, Effort Rémois (Chalons en Champagne), Espace habitat (Charleville Mézières)

Les partenaires associatifs du projet :

Osny Ouest, K-Fête (osny), CCAS d'Osny, ASCM (OSNY), La Régie des quartiers (Aubervilliers) Club Edouard Finck (Aubervilliers), CAPA (Aubervilliers), La Magie des Couleurs (Drancy), La Main dans la Main (Drancy), EACB (Paris), PIMMS (Paris), Resto du cœur (Valencienne), Prevenir (Valencienne), Centres sociaux (Valencienne), CIVAM (Pau), Centres sociaux (Pau), Club initiative solidaire (Pau), épicerie sociale (Pau), Centre social (Lons), CCAS de Villeneuve D'Ascq, Médiathèque de Moulins (Lille), Centre social de Lille sud, Association Fil à Fil (Lille), La galette de Moulins (Lille), Accueil de loisir La Médina (Villeneuve d'Ascq), CRDTM (Lille), AJONCS (Lille), Point service aux particuliers (Lille), Centre social de Villeneuve d'Ascq, Centre de consommateur Léo Lagrange (Villeneuve d'Ascq), MJC Livron, CDMM (Nice), ADAM (Nice), ARBRE (Nice), CCAS (Nice), Espace Django Reinhardt (Nice), Graine de Sable (Nice), Régie de Quartier (Toulouse), ARPE (Toulouse), La Glanerie (Toulouse), Les petits débrouillards (Toulouse), CCAS de Dunkerque Sud, Maison de l'environnement (Dunkerque), CPIE (Dunkerque), Maison de quartier (Dunkerque), Association d'Action Educative (Dunkerque), CCAS d'Echirolles, Cœur de Femmes (Echirolles), Maison pour tous (Angers), CCAS (Bordeaux), Régie de Quartier (Bordeaux), CCAS (Mont de Marsan), C koi ça (Mont de Marsan), Surfrider (Mont de Marsan), La case (Villiers le Bel), Association des sœur du quartier (St Ouen l'Aumône).

Contacts



Association Unis-Cité

16, place des Abbesses, 75018 Paris
01 53 41 81 43

- ▶ **Directeur** : Stephen CAZADE scazade@uniscite.fr
- ▶ **Chef de Projet** : Thomas NEFF tneff@uniscite.fr
- ▶ **Responsable Partenariats** : Manuel POMAR mpomar@uniscite.fr
- ▶ **Communication** : Isabelle PRATS iprats@uniscite.fr

