

## Les images poussent-elles à l'action ? Dans les coulisses de « l'Affaire du siècle »

**Le mouvement « OnEstPrêt » – [www.onestpret.com](http://www.onestpret.com) – partenaire de l'observatoire des images, a mené pendant un mois sa première campagne de mobilisation pour inciter les citoyens à agir pour le climat. Le dispositif a notamment reposé sur la création de centaines de vidéos, propulsées par plus de 120 personnalités en ligne. Ces images ont soutenu la mobilisation de 2,3M de signataires autour de « l'Affaire du siècle », action au tribunal contre l'Etat pour inaction climatique.**

**En synthèse : Par le truchement d'images vidéos, relayées massivement, s'est créée une dynamique d'engagement collectif autour d'une cause commune. L'expérience montre que les images peuvent encourager la mobilisation sur des sujets d'intérêt général, et ainsi servir de catalyseur à la transformation de la société.**

Au début de l'année 2018, le collectif "OnEstPrêt" décide de mobiliser massivement les citoyens sur un sujet qui paraît parfois compliqué, cacophonique et anxiogène : l'urgence écologique. Car si l'environnement est la première préoccupation de 52% des Français<sup>1</sup>, tous ne sont pas encore passés à l'action pour défendre cette cause, malgré les multiples sonnettes d'alarme tirées par les scientifiques et les manifestations étudiantes des marches pour le climat.

### **UNE STRATÉGIE DE DIFFUSION MASSIVE D'IMAGES**

La stratégie a consisté à montrer par l'image celles et ceux prêts à agir pour le climat, afin d'inspirer les autres. Des vidéos quotidiennes de créateur.ice.s connu.e-s des jeunes se montrant en train de relever des défis pour le climat ont été postées sur leurs comptes de réseaux sociaux. Les vidéos les montraient face caméra, sans mise en scène, engagé.e-s dans une démarche citoyenne sincère. Chacun.e se filmait dans son quotidien, partageant des informations sur le climat, les tentatives d'action pour y remédier, ses réussites et ses échecs. Leur propre communauté était invitée à se mettre en mouvement et à s'engager pour la transition écologique.



À titre indicatif, en France, certains profils, comme ceux de Enjoy Phoenix, Norman, Natoo ou Cyprien, peuvent toucher une cible de plus de 6 millions de personnes avec un seul contenu. Il s'agit d'une très importante force de frappe. L'ensemble a alors été repris sur les comptes spécialement créés pour la campagne, rapidement montés à plus de 300 000 abonnés. Pendant une trentaine de jours, le #OnEstPret a ainsi enflammé la toile. Au début de la campagne, une soixantaine de créateur.ice.s ont participé, bientôt rejoints par des sportifs de haut niveau (Nikola Karabatic), des chanteurs (LEJ, Shaka Ponk...), des acteurs (Lucie Lucas, Marion Cotillard, Juliette Binoche...), jusqu'à atteindre plus de 120 personnalités. Au total, ce sont ainsi plusieurs dizaines de millions de personnes qui ont été touchées par les images de la campagne.<sup>2</sup>

1. Sondage Sopra-Steria mené du 30 août au 3 septembre 2019

2. Reach Instagram et Twitter, non dédoublonné : 47M

## L'INFLUENCE DES IMAGES DANS LA PRISE DE CONSCIENCE

L'écologie est souvent très largement perçue comme une thématique complexe, difficile à appréhender – et synonyme pour beaucoup de retour à la bougie. La diffusion des contenus #OnEstPrêt a contribué à changer ce paradigme et à faire évoluer les mentalités.

Parmi les jeunes, le sujet de l'écologie est de plus en plus plébiscité, notamment depuis qu'il est incarné par des personnalités appréciées et suivies par des milliers, voire des millions de jeunes. Plus globalement, a été constatée une nette progression de la prise de conscience globale sur le changement climatique et l'urgence à agir au sein de celles et ceux touchés par la campagne d'images : si la moitié se disait peu consciente des enjeux climatiques auparavant, 85% se disent désormais sensibilisés au sujet.<sup>3</sup> Quelques mois plus tard, ce sont ainsi plus de 350 000 personnes dans 220 villes de France qui se réunissent pour dénoncer l'inaction du Gouvernement en matière climatique, soit la plus grosse mobilisation sur le sujet dans l'histoire de la République !

## L'INFLUENCE DES IMAGES DANS LE PASSAGE À L'ACTION

La campagne a permis de lancer une dynamique. L'immersion dans un flot d'images a enclenché un effet boule de neige. La peur de ne pas en être (écho au syndrome dit FOMO ou fear of missing out) de la part non seulement de certains créateur.ice.s mais aussi de leurs abonné.e.s a pu les pousser à l'action.

Plus généralement, en voyant leurs pairs témoigner puis réaliser et accomplir des défis, les participant.e.s ont été incité.e.s à réfléchir à leurs habitudes de consommation et à s'engager dans une démarche collective. Le cadre de l'opération a permis de dévoiler les craintes, envies et questionnements sur le sujet. Par exemple, plus de 40 000 personnes ont cliqué sur le lien pour calculer leur empreinte carbone et certaines associations ont vu le nombre de sollicitations pour les rejoindre être multiplié par 30 durant la campagne.



## UN RÉSULTAT CONCRET POUR FAIRE BOUGER LES LIGNES

Le défi final lancé durant la campagne a consisté à signer la pétition de soutien à l'Affaire du Siècle<sup>4</sup>, une action en justice contre l'Etat pour inaction climatique, portée par le collectif « Notre affaire à tous » avec Greenpeace, Oxfam et la FNH. Ce sont ainsi au total plus de 2,3 millions de personnes qui ont demandé à l'Etat français d'agir à la hauteur de ses responsabilités, en prenant des décisions, économiques ou sociales, qui ne soient plus destructrices de l'environnement.

Grâce à cette mobilisation dont « OnEstPrêt » a été l'un des principaux acteurs, la justice française a reconnu pour la première fois en novembre 2020 le caractère contraignant des objectifs de réduction d'émissions de gaz à effet de serre. Le juge fait passer les lois programmatiques de simples promesses à des objectifs concrets à atteindre. Il a aussi fait un premier pas en février 2021 vers la reconnaissance de la responsabilité de l'Etat pour inaction climatique. Les images diffusées ont ainsi contribué à la création d'une voie vers la justice climatique en France, qui pourrait peut-être inspirer d'autres pays.

3. Enquête OnEstPrêt sur le "niveau de conscience climatique" parmi 5 178 participants ayant participé à la campagne

4. <https://notreaffaireatous.org/actions/laffaire-du-siecle>

L'Observatoire des images est le premier organe associatif regroupant celles et ceux qui s'intéressent à l'influence des images au cinéma, à la télévision et dans les publicités, notamment sur Internet.

— Rejoignez-nous : [observatoiredesimages.org](https://observatoiredesimages.org)