

# LES SIRÈNES N'EXISTENT PAS. LES POUBELLES, SI.

## Campagne de Gestes Propres, 2020

Étude réalisée par Adèle Gaucher, Maxime Hébert et Marine Buffet — Avril 2020



**MAGES** ÉDUCATION



## ENTRETIEN CONCEPTION

---

*L'entretien avec les membres du pôle conception a eu lieu le lundi 20/04/2020 à 16 h sur Teams. Carole Carpentier (Déléguée Générale) représentait l'ONG Progrès et Environnement. Marco de la Fuente (Directeur du développement) et François Jurado (Responsable clientèle) représentaient l'agence de communication Les Présidents. Adèle Gaucher, Maxime Hébert et Marine Buffet, étudiants en M1DPEC ont recueilli les réponses.*

*Afin d'en faciliter la lecture, la retranscription de cet entretien a été volontairement réorganisée par thématiques.*

### **Le sujet de la campagne : quelles directives, quelles intentions.**

Crée en 1971, l'association Progrès et Environnement vise à sensibiliser le grand public aux questions environnementales, et notamment tout ce qui touche aux déchets sauvages et marins. Le visuel sélectionné fait partie d'une campagne de sensibilisation nationale intitulée « Gestes propres », lequel vise à éduquer les citoyens sur les pratiques éco-responsables. Cette campagne s'adresse donc à tout le monde, et son but est d'amener les citoyens à adopter une nouvelle conduite plus respectueuse de l'environnement. Carole Carpentier met l'accent sur le pragmatisme de la campagne : un visuel purement informatif, faisant simplement état de la situation écologique à ce jour, et ne proposant aucune solution concrète était l'écueil dans lequel l'association ne souhaitait pas tomber.

### **La création et le dialogue avec les créateurs**

Pour cette campagne, dont la conception a été confiée à l'agence de publicité Les Présidents, l'intervention du commanditaire reste anecdotique. Les publicitaires n'ont eu pour unique consigne que de faire passer le message de la manière la plus simple possible. Leur idée était dès l'origine de créer un visuel mettant en contraste la beauté de l'univers marin avec la pollution terrestre. La première proposition était un triptyque mettant en scène des animaux aquatiques, par exemple un crabe en train de surfer sur une canette de soda. Le choix s'est finalement très vite réorienté vers la sirène, qui dégage beaucoup plus de force émotionnelle dans l'imaginaire collectif. L'association est en outre intervenue pour le choix des déchets figurant sur l'affiche, leur taille, etc. soit des détails sur la composition du visuel.

## **La signification de l’affiche**

L’affiche cherche à mettre en tension l’univers magique et mystérieux des océans, cristallisé par la figure de la sirène, avec la pollution marine. Elle a été conçue pour être lue en trois temps : le regard se porte en premier lieu vers la sirène, se heurte à son expression triste et mélancolique, et se dirige enfin vers les déchets marins qui flottent tout autour d’elle. Pour le commanditaire, l’utilisation d’un contraste aussi simple à comprendre est appropriée à la simplicité du propos : il suffit d’utiliser les poubelles.

## **Réception**

L’objectif de cette campagne était de lancer le débat, en classe et en famille, à propos de la préservation de l’environnement, mais aussi à propos du parcours des déchets jusqu’en mer. L’association Geste Propres veille à la bonne réception des campagnes à travers un outil qu’ils appellent « le baromètre citoyen ». Réalisé après chaque nouvelle campagne de sensibilisation, cet outil prend la forme d’une enquête statistique et a pour but d’évaluer l’éveil des citoyens aux questions environnementales. Ainsi, la dernière enquête a révélé que 86 % des citoyens ont été confrontés à des déchets marins, mais que seuls 38 % d’entre eux savent qu’une grande majorité de ces déchets ont une origine terrestre. C’est cette enquête qui a orienté le choix et la conception de la campagne sirène. En comparant les résultats successifs de chaque enquête, l’association obtient un retour global sur l’évolution de l’éveil des consciences citoyennes, et oriente le choix des sujets à traiter en priorité pour les campagnes à venir. Il faut donc souligner que le commanditaire n’a à ce jour pas de moyen direct d’obtenir de résultat sur l’efficacité de ses campagnes ; il peut seulement mesurer l’efficacité des campagnes menées à échelle nationale. L’enquête n’a pas été actualisée depuis la campagne sirène, et l’association gestes propres n’a donc eu encore aucun retour.

Seul indice permettant d’évaluer la portée individuelle de chacune de ses campagnes, l’association veille à mesurer leur visibilité. Nous a ainsi été rapporté que la campagne précédente avait été vue par 27 % des Français, et qu’elle avait remporté le prix Grand public affichage. Les personnes interrogées n’ont cependant pas pu nous renseigner sur l’origine de ces informations dont nous n’avons pas non plus retrouvé la trace sur internet.

## **Réception auprès des 11-15 ans**

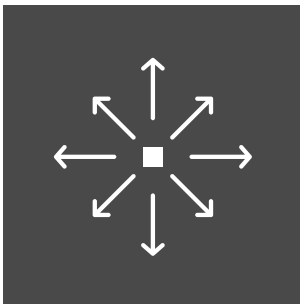
Cette campagne a été conçue de sorte qu’il n’y ait aucun prérequis ou connaissance nécessaire à sa compréhension. Cette campagne était destinée au grand public et la réception auprès des 11 à 15 ans n’a fait l’objet d’aucune réflexion particulière.

## **Diffusion**

L’association disposant de relativement peu de moyens, les moyens de diffusion ont été choisis de manière à être les moins coûteux possible. Le plan d’affichage a fait l’objet d’un accord avec l’Union des afficheurs pour les espaces invendus. Les commanditaires n’ont donc choisi ni les formats, ni les emplacements, et ont en échange bénéficié d’une très forte remise tarifaire.

L'association ne nous a pas renseigné sur le coût réel de cette campagne, mais nous a indiqué qu'en l'état et sans remise, son montant aurait été chiffré à quelque trois millions d'euros. L'association a en outre diffusé cette campagne sur toutes les plateformes digitales : Facebook, Twitter, etc..

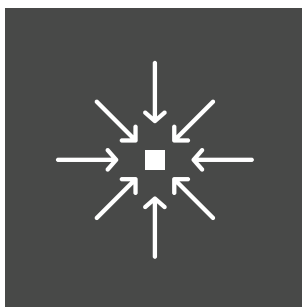
La campagne a été cosignée par le Ministère de la Transition écologique, et par l'association des maires de France et des présidents d'intercommunalités.



## **ENTRETIEN DIFFUSION**

---

*En raison de la Pandémie de la COVID 19 en 2020, l'entretien avec les diffuseurs de cette campagne n'a pas eu lieu. Toutefois, le commanditaire évoque la diffusion dans son entretien.*



## ENTRETIEN RÉCEPTION – FOCUS GROUPE

Avec Solène 14 ans, Maëlle 13 ans, Evan 13 ans, Adam 14 ans et Laura 13 ans, interviewés par visioconférence — le 30 avril 2020, avec Marine Buffet, dans le rôle de médiatrice.

### PREMIÈRE PRÉSENTATION DU DOCUMENT

*Présentation de l'image pendant 1 minute, les questions sont ensuite posées à l'oral, chaque collégien y répond de manière individuelle à l'écrit. Ci-dessous, les retranscriptions de leurs écrits.*

**Aviez-vous déjà vu cette image auparavant ? Si oui, où et quand l'avez-vous vu ?**

**Solène :** Non je ne l'ai jamais vu

**Maëlle :** Non ça ne me dit rien

**Evan :** Non du tout

**Adam :** Non

**Laura :** Non jamais

**Aujourd'hui, quelle a été votre première impression quand vous avez vu l'image ?**

**S :** C'est important pour informer, elle est bien faite

**M :** Oh une sirène, c'est pour l'écologie

**E :** Surpris, je ne m'attendais pas à ça

**A :** Je l'ai bien aimé

**L :** Je trouve que l'image est belle

**Quels sentiments ou émotions avez-vous ressentis en voyant cette image ?**

**S :** Je sais pas

**M :** J'étais perplexe

**E :** Je ne sais pas quoi dire

**A** : Je n'ai pas ressenti d'émotion

**L** : Je ne sais pas

**Décrivez quelle a été votre première réaction ?**

**S** : Je n'étais pas choquée

**M** : Je ne comprenais pas pourquoi une sirène

**E** : Ça m'a surpris

**A** : J'ai lu le texte

**L** : Je n'ai pas compris le rapport entre la sirène et les poubelles

**Même si vous l'avez vu brièvement, une seule fois, essayez de décrire cette image. Selon vous quelle est sa signification principale de l'image, qu'est-ce que qu'elle veut dire ? Qu'est-ce qu'elle veut vous faire faire ?**

**S** : L'image représente une sirène dans la mer avec des déchets, elle dit que les sirènes n'existent pas, mais les poubelles si. Elle doit nous inciter à ne pas jeter les déchets dans la mer.

**M** : C'est une sirène, c'est une pub pour lutter contre les déchets dans la mer. Arrêter de jeter les déchets dans la mer, on a des poubelles sur terre.

**E** : Une sirène nue dans l'eau, je crois, on dirait qu'elle fait passer un message sur les nudistes.

**A** : Il y a une sirène dans la mer, elle nous dit de ne pas jeter les déchets dans la mer, mais plutôt dans les poubelles

**L** : C'est une image contre les déchets qui sont jetés dans la mer, il y a une sirène au milieu de l'image, c'est écrit que les sirènes n'existent pas, mais les poubelles si, l'image veut nous inciter à jeter les déchets dans les poubelles et pas dans la mer.

## SECONDE PRÉSENTATION DU DOCUMENT

*L'image est maintenant affichée et accessible à tous pendant tout le focus group, les échanges se font à l'oral et ont été enregistrés avant d'être retranscrits.*

### LES ÉCARTS DE COMPRÉHENSION

**Maintenant que vous pouvez regarder cette image sans limites de temps, est-ce que vous le comprenez de la même manière que la première fois ? Est-ce que sa signification a changé ?**

**Unanime** : Non

**Selon vous, quelle est la signification de cette image ?**

**S** : Elle dit qu'il ne faut pas jeter les déchets dans la mer.

**E** : Mince je n'avais pas lu le texte, je viens de le lire.

**Donc maintenant que tu as lu le texte, est-ce que la signification de cette image a changé ?**

**E** : En fait c'est par rapport aux déchets jetés dans la mer, je crois.

**M** : Oui je crois aussi que ça parle des déchets jetés dans la mer.

**S** : Oui je suis d'accord.

**A & L** : Oui

**Et qu'est ce qu'elle dit à propos des déchets jetés dans la mer ?**

**A** : Qu'il ne faut pas qu'on les jette dans la mer.

**L** : Et que c'est mieux de les jeter dans les poubelles, car après les déchets restent dans la mer et ça pollue les océans.

### SIGNIFICATION ET COMPRÉHENSION

**Dans un premier temps aviez-vous tout compris de cette image ?**

**M, L, A** : Oui

**E** : Non pas du tout, au début j'avais compris que ça parlait des nudistes.



**Les autres, vous pensiez aussi que l'image parlait du nudisme ?**

Tous : Non

**Et tu avais vu la sirène ? Pourquoi cela te faisait penser au nudisme ?**

E : Oui j'avais vu la sirène, mais on voit ses formes, d'habitude les sirènes sont plus habillées, elles portent un haut.

**Et maintenant avec ce que l'on a dit et le texte que tu as lu, penses-tu que le nudisme reste une des significations de cette image ?**

E : Non pas du tout, je n'avais pas assez regardé l'image, je pense que ça ne parle pas du tout de nudisme, mais je trouve que la sirène n'est pas comme celles que l'on voit d'habitude dans les autres images ou dans les films.

**Est-ce que maintenant tu as l'impression de tout comprendre ?**

E : Oui

**Les autres aussi ?**

Tous : Oui

**Y a-t-il des détails que vous n'aviez pas remarqués auparavant ?**

E : Moi je n'avais pas remarqué le texte.

M : En fait je suis en train de voir qu'il y a des déchets autour de la sirène, des filets, etc. En fait j'avais juste lu le texte, j'ai compris que ça parlait des déchets en lisant la phrase.

A : Moi aussi j'ai juste lu le texte et vu la sirène, je n'ai pas regardé ce qu'il y avait autour d'elle.

**Mais du coup comment avez-vous fait le lien avec l'image de la sirène, qu'est-ce qu'elle vous évoquait ?**

M : Je n'avais pas cherché à faire de lien.

A : Moi je n'ai pas trop compris le rapport entre la sirène et les déchets.

L : Pareil.

**Les autres, vous aviez vu qu'il y avait des déchets autour de la sirène ?**

S : Oui.

**E** : Non.

**L** : Moi je les avais quand même vus.

**Pensez-vous que l'on peut comprendre le message de l'image au premier coup d'œil ?**

**A** : Non.

**M** : Si l'on regarde vite fait, non.

**S** : Mais si on s'intéresse un peu à la photo et qu'on regarde tout oui.

**E** : Je suis d'accord.

**L** : Oui c'est ça.

**Et d'après vous qui sont les personnages dans cette image ?**

**S** : Il y a une sirène et des poissons

**M** : Où sont les poissons ? Je ne les avais pas vus.

**E** : Je ne les avais pas vus non plus

**A** : Moi non plus

**L** : Si moi je les avais vu, mais je dirai que le seul personnage important c'est la sirène.

**Pourquoi tu trouves que la sirène est plus importante que les poissons ?**

**L** : Car elle est au milieu, assez grande et on ne fait attention qu'à elle. Les poissons ils sont derrière elle en tout petit.

**S** : Les poissons ils font plutôt partie du décor comme les rochers.

**Y a-t-il des informations qui sèment le doute ou qui vous semblent contradictoires dans cette image ?**

**E** : Je ne comprends pas le rapport avec la sirène

**A** : Moi aussi

**L** : Oui pareil

**S** : Je ne comprends pas pourquoi ils disent « Les déchets marins ont le plus souvent été jetés sur terre », d'une façon ou d'une autre si tu jettes un déchet dans la mer ou par terre tu pollues s'il n'est pas mis dans la poubelle.

**L** : Oui c'est vrai.

**Vous ne comprenez pas le sens de cette phrase ?**

**E** : Pas du tout.

**S** : Si, mais je pense que la première phrase suffit, la deuxième n'est pas utile.

**M** : Je suis d'accord.

**Les autres vous en pensez quoi ?**

**A** : Moi je ne la comprends pas trop.

**L** : C'est vrai que je comprends mieux la première phrase.

**Donc d'après vous est-ce que le texte et l'image vont bien ensemble ?**

**M** : Oui et non...

**A** : Je suis pas convaincu.

**S** : Ouais, si on enlevait la sirène ça irait mieux.

**E & L** : Oui c'est vrai

**C'est donc la sirène qui vous perturbe ?**

**Unanime** : Oui

**M** : Si elle n'était pas là on ferait plus attention aux déchets dans la mer.

**S** : Peut-être qu'elle représente tous les êtres vivants qui vivent dans l'eau, et s'il y a trop de déchets elle meurt à la fin.

**L** : Oui je pense aussi, mais ils auraient pu prendre quelque chose qui existe en vrai.

**Vous auriez mis quoi à la place de la sirène ?**

**L** : Je ne sais pas, un poisson, une tortue ou un dauphin par exemple.

**S** : Je pense qu'un poisson en voie d'extinction ça aurait été mieux, pour montrer que les déchets tuent des espèces.

**M** : Oui c'est une très bonne idée.

### **INTENTIONS ET OBJECTIFS DE COMMUNICATION :**

**À votre avis, qui communique au travers de cette image, de ce film ?**

**L** : Le ministère.

**S** : Le gouvernement.

**M** : Et des associations, je pense.

**Quoi comme associations ?**

**E** : Des associations contre la pollution.

**M** : Pour la protection de la mer, c'est écrit AMF, mais je ne sais pas ce que c'est, ça doit être pour l'écologie.

**A** : Je ne connais pas.

**Quelqu'un sait ce qu'est AMF ?**

**Tous** : Non

**Et les autres logos que l'on peut voir, est-ce que vous en connaissez certains ?**

**S** : Celui du gouvernement à gauche.

**L** : Oui, car il y a le drapeau bleu blanc rouge.

**Mais du coup d'après vous qui est-ce qui a lancé cette campagne, le gouvernement ou les associations ?**

**S** : Les associations je pense.

**E** : Oui je pense aussi.

**M** : Et elles ont fait appel au gouvernement pour les aider.

**Et à votre avis, qui est-ce qu'ils visent comme public, comme utilisateur ?**

**E** : Tout le monde.

**S** : Tout le monde, mais après les enfants ils ne comprennent pas forcément.

**L** : Je suis d'accord.

**À votre avis, quel est le message ou la cause qu'ils veulent diffuser ?**

**E** : Ne pas jeter les déchets dans la mer.

**S** : Oui c'est contre la pollution de la mer.

**M** : Oui c'est ça, c'est pour l'écologie.

**A** : Je suis d'accord.

**L** : Et ils disent surtout qu'il faut jeter les déchets dans les poubelles.

**À votre avis qu'est-ce qu'ils attendent comme réaction des « gens » ?**

**M** : Qu'ils ne jettent plus de déchets dans la mer.

**S** : Qu'ils prennent conscience de la pollution qu'il y a dans la mer.

**L** : Qu'ils jettent les déchets dans les poubelles.

**Les autres vous avez d'autres idées ?**

**E** : Non.

**A** : Moi non plus, je suis d'accord avec ce qu'elles ont dit.

**À votre avis est-ce que c'est réussi, est-ce que c'est efficace et pourquoi ça marche ou ça ne marche pas ?**

**E** : Ça dépend qui

**M** : Oui pas forcément tout le monde

**Quand tu dis ça dépend qui, tu parles en termes d'âge ?**

**E** : Oui de l'âge, un jeune qui voit ça ne réagira pas pareil qu'une personne plus âgée ?

**Et tu penses que qui va réagir comment ?**

**E** : Je pense que le jeune va plus s'en moquer, le plus vieux ça dépend de s'il est écolo ou pas.

**L** : Je pense pas que tous les jeunes s'en moquent.

**Et vous en tant que jeune est-ce que cette image elle vous fait réagir ou vous donne envie d'agir ?**

**E** : Non.

**S** : Oui, mais je ne jette pas les déchets dans la mer, de base.

**L** : Pareil.

**Vous ne vous sentez pas concernées ?**

**S** : Oui c'est ça.

**M** : Pareil.

**E** : Moi cette image ne me fait rien.

**IMPACT et CHANGEMENT**

**Trouvez-vous que cette image est bien faite ?**

**S, A, L & M** : Oui

**E** : A moitié, la sirène elle me pose un problème.

**À votre avis, cette image est-elle facilement compréhensible par les jeunes de votre âge ?**

**Unanime** : Non pas trop

**Pourquoi ? Qu'est-ce qui pourrait être amélioré ?**

**E** : Enlever la sirène.

**M** : Et la deuxième phrase il faudrait la simplifier.

**L** : Ou même l'enlever.

**S** : Oui, remplacer la sirène par autre chose et enlever la deuxième phrase.

**Pensez-vous que c'est utile de montrer cette image ?**

**S, L & E** : Oui.

**À votre avis cette image peut changer les opinions, les idées des gens ?**

**S** : Peut-être.

**M** : Je sais pas.

**A** : Je ne sais pas non plus.

**E** : Ça dépend.

**L** : Oui ça dépend des gens.

**Comment ça ?**

**E** : Certaines personnes s'en fichent.

**L** : Oui on ne se sent pas tous concernés, car on ne jette pas tous des déchets dans la mer.

**Et à votre avis cette image peut-elle changer des habitudes, les comportements de certaines personnes ?**

**L** : Oui de celles qui jettent des déchets dans la mer.

**M** : Je ne pense pas

**S** : Si quand même

**E** : Oui

**M, pourquoi tu ne penses pas ?**

**M** : Je ne pense pas que quelqu'un qui jette des déchets dans la mer va arrêter après avoir vu cette image.

**À votre avis, est-ce que les jeunes de votre âge sont visés ?**

**Unanime** : Non.

**Pourquoi ?**

**L** : Je ne pense pas que beaucoup de gens de notre âge jettent des déchets dans la mer.

**Et est-ce que du coup vous pensez qu'ils se sentent concernés ?**

**Unanime** : Non.

**Et vous, vous sentez-vous personnellement concerné ?**

**Unanime** : Non.

**Pourtant je sais que vous habitez près de la mer.**

**M** : Oui, mais il n'y a pas de sirène.

**S** : Et on ne jette pas de déchets dans la mer.

**Est-ce que cette image vous donne personnellement envie d'agir ?**

**S** : Je ne jette pas les déchets dans la mer donc je ne sais pas comment agir.

**M, L, A & E** : Pareil.

**À votre avis, est-ce que les jeunes de votre âge peuvent changer après avoir vu cette image ?**

**L** : Oui pourquoi pas.

**A** : Je ne pense pas.

**Pourquoi ?**

**A** : Je ne sais pas ce qu'ils peuvent vraiment changer après avoir vu l'image.

**S** : Ils peuvent arrêter de jeter des déchets dans la mer par exemple.

**A** : Oui, mais s'ils n'en jettent pas d'habitude ça ne change rien.

**S** : Oui c'est vrai.

**Et vous, avez-vous l'impression d'avoir changé ?**

**Unanime** : Non.

**À votre avis, est-ce que les jeunes de votre âge peuvent agir ?**

**Unanime** : Oui.

**À votre avis qu'est-ce que le « communicant » pense que vous allez comprendre et penser de son image ?**

**S** : Normalement s'il l'a fait c'est que pour lui c'est compréhensible donc si ce n'est pas compréhensible pourquoi il l'aurait affiché.



**E** : Je ne sais pas du tout.

**A** : Pareil, je ne suis pas dans sa tête.

**Et si vous vous mettiez dans sa tête, d'après vous ?**

**L** : Je pense que pour lui on peut comprendre comme les adultes.

**M** : Et peut-être que l'on va bien aimer la sirène.

**E** : Je ne pense pas.

**A** : Oui je n'aime pas trop la sirène non plus.

**Et si maintenant je vous dis que ce qu'il a voulu signifier avec la deuxième phrase « Les déchets marins ont le plus souvent été jetés sur terre » c'est que la majorité des déchets que l'on retrouve dans la mer n'y ont pas été jetés directement, mais ont été jetés sur terre, en ville par exemple. Et avec le temps qui passe et le vent qui les déplace, ils finissent en mer, la seule solution pour éviter est pourtant très simple, c'est de jeter les déchets à la poubelle et de ne rien laisser par terre.**

**M** : Ah oui je n'avais pas du tout compris ça.

**S** : Moi non plus.

**L** : C'est beaucoup plus clair maintenant.

**E** : Je n'avais pas compris ça non plus.

## **ÉDUCATION À L'IMAGE ET AUX MÉDIAS**

**Est-ce que ça change votre manière de percevoir l'image maintenant que vous l'avez étudiée de plus près ?**

**E** : Oui.

**M** : Un peu, car toutes les choses qu'on n'avait pas vues au début au fur et à mesure qu'on a regardé plus l'image on voit les petits détails et on comprend un peu mieux.

**A** : Oui je suis d'accord.

**L** : Moi aussi.

**S** : Moi c'est surtout depuis que tu viens d'expliquer la deuxième phrase.

**Est-ce que vous avez aimé en discuter en groupe ?**

**Unanime** : Oui.

**Est-ce que vous trouvez intéressant d'en discuter en groupe ?**

**M** : Oui c'était bien.

**L** : Oui j'ai beaucoup aimé.

**E** : Moi aussi.

**À votre avis, est-ce que cette discussion va influencer votre relation aux images en général et comment ?**

**Unanime** : Oui.

**S** : Je pense que je vais essayer de rester plus longtemps devant les images que je vois dans la rue.

**E** : Je suis d'accord.

**A** : Moi aussi.

**Est-ce que vous trouvez important de développer l'éducation aux images à l'école ? De faire ce que l'on vient de faire, mais avec vos profs ?**

**Unanime** : Oui.

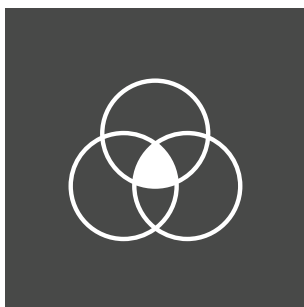
**Est-ce que vous pensez que l'école doit développer l'éducation aux médias ?**

**M & L** : Oui.

**S** : Oui, mais je pense qu'on peut aussi le faire avec notre famille.

**E** : Oui, vite fait, je pense que ce qui serait mieux c'est que ce soit fait par les gens des associations qui ont fait l'image.

**M** : Ah oui je suis d'accord, c'est une bonne idée.



## **ANALYSE ET SYNTHÈSE DES MÉDIATRICES**

---

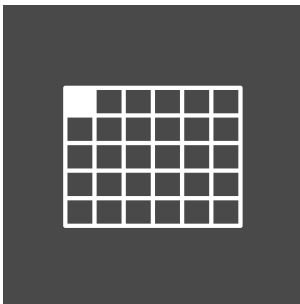
Le visuel présenté fait partie d'une campagne nationale de l'association Progrès et Environnement intitulé « Gestes Propres » lancé en 2019. L'affiche a été réalisée par l'agence de communication Les Présidents. Elle vise à sensibiliser sur la gestion des déchets sauvages et à montrer le parcours de ceux-ci jusqu'à la mer. Elle enjoint le citoyen à prendre en considération un élément simple pour endiguer le problème : jeter ses déchets dans des poubelles. Cette campagne a bénéficié d'un dispositif d'affichage massif durant les mois de juillet et août 2019 par l'UPE (Union de la Publicité Extérieure) qui diffuse notamment dans les stations du métro parisien.

L'analyse de cette image a été effectuée après avoir échangé avec la communauté de conception composée de Carole Carpentier (Déléguée Générale de Gestes Propres), Marco de la Fuente (Directeur du développement chez Les Présidents) et François Jurado (Responsable clientèle chez Les Présidents). Nous avons également présenté cette image à une communauté de réception composée d'élèves en classe de 4ème et de 3ème (13/14 ans) dans un collège situé près de la ville de St Malo en Bretagne. Leur proximité géographique et le rapport qu'ils entretiennent avec la mer nous paraissaient être un élément pouvant être exploité vis-à-vis de cette campagne.

Nous avons choisi cette campagne, car la thématique écologique semblait pertinente pour l'étudier avec un public de jeunes collégiens. La figure de la sirène nous semblait également intéressante, car c'est un symbole qui peut s'interpréter de plusieurs façons, et son choix pour illustrer une campagne de responsabilisation vis-à-vis des déchets peut être questionné, car la campagne ne montre pas l'impact que ceux-ci ont sur l'écosystème des océans. Enfin le sous-texte « les déchets marins ont le plus souvent été jetés sur terre » nous paraissait un peu obscur, la formulation ne favorise pas une compréhension instantanée, ce qu'il pouvait être intéressant d'étudier du point de vue des concepteurs et des récepteurs.

L'image, réalisée en dessin de synthèse, représente une scène de fond marin. Le principal élément qui la compose est la sirène, assise sur un rocher au centre, éclairée. On distingue autour d'elle des déchets (plastique, verre, tôle) qui flottent dans l'eau ou dans l'ombre des rochers. Lors de l'entretien avec le groupe de collégiens, nous avons constaté que l'interprétation de l'image et le lien avec son texte et sous-texte était différente de sa conception d'origine. Le lien entre la sirène et le thème de la campagne a été interprété différemment : la sirène a été associée aux êtres vivants aquatiques, comme si elle était leur représentante. Le sous-texte « Les déchets marins ont le plus souvent été jetés sur terre » n'a pas été compris, et ce faisant, les enfants n'en ont fait aucune interprétation. Ils ont associé les déchets présents sur l'image à des déchets jetés directement dans la mer, alors que ceux-ci ont été majoritairement jetés sur terre.

Dans sa présentation de la campagne, Gestes Propres évoque trois axes par lesquels ils ont choisi de faire passer leur message. Le premier axe est le choix de la sirène comme élément principal de la composition de l'image : symbole du monde sous-marin, elle opère un contraste entre l'imaginaire merveilleux et fantasmé de l'océan et la réalité de cet écosystème pollué et en danger. Le second axe est la prise de conscience du parcours des déchets : la phrase informative « les déchets marins ont le plus souvent été jetés sur terre » vise à montrer que la plupart des déchets n'ont pas été jetés directement dans la mer, mais y sont arrivés par écoulement de l'eau, égouts, par les déchets à proximité des rivières, par le vent, parfois à des centaines de kilomètres de la mer. Enfin, le troisième axe désigne la solution avec la phrase « les sirènes n'existent pas. Les poubelles, si » qui invite chacun à faire reculer la pollution marine en respectant des gestes propres et en agissant par le simple fait de jeter ses déchets dans les poubelles.



## SYNTHÈSE ET TABLEAU COMPARATIF

---

### 01

#### L'item et son contexte

La campagne « Gestes Propres » a été commanditée par l'ONG Progrès et Environnement, et vise à sensibiliser contre les déchets sauvages et marins. Elle estime à 520 000 tonnes de déchets sauvages jetés en 2018. L'ONG a pour ambition de contribuer à la réduction de ces déchets.

### 02

#### Communauté de production

ONG Progrès et Environnement : Carole Carpentier (Déléguee générale)  
Agence Les Présidents : Marco de la Fuente (Directeur du développement)  
et François Jurado (Responsable clientèle)

L'agence de communication Les Présidents s'est chargée de réaliser la campagne. Les consignes qui leur ont été données ont été de faire passer le message d'une manière simple. Ils fallait également que soit compris l'itinéraire des déchets sauvages jusqu'à la mer.

### 03

#### Communauté de diffusion

*En raison de la crise sanitaire liée au Covid-19, nous n'avons pas pu réaliser d'entretien avec les diffuseurs, très pris en cette période difficile.*

### 04

#### Communauté de réception

Solène, Maëlle, Evan, Adam et Laura, collégiens de Saint-Malo,  
entretien réalisé le 30 avril 2020.

Lors du focus group l'ensemble des collégiens ont bien compris la thématique abordée par l'affiche de Gestes Propres après avoir bien analysé l'image, mais aucun n'a su faire ressortir le message véhiculé par la campagne. La phrase « Les déchets marins ont le plus souvent été jetés sur terre » ne leur a pas fait sens et ils ne se sont donc pas sentis concernés par cette campagne. Les collégiens ont également eu des difficultés à lier le personnage de la sirène avec le sujet.

	Items significatifs déclarés lors de l'entretien de production	Composantes interprétées du document visuel	Items significatifs déclarés lors de l'entretien de diffusion	Items significatifs déclarés lors de l'entretien de réception	Items significatifs médiés par le médiateur
<b>LE PERSONNAGE DE LA SIRÈNE</b>	<p>La sirène dégage une force émotionnelle dans l'imaginaire collectif.</p> <p>Elle suggère un univers marin magique et mystérieux.</p> <p>Son expression est triste et mélancolique.</p>	<p>La sirène est au centre de l'image, éclairée. Elle se détache des éléments autour d'elle qui sont dans des tons plus sombres et bleutés.</p>	<p><i>information non disponible.</i></p>	<p>Elle est identifiable tout de suite, c'est le personnage important, mais sa présence occulte celle des déchets, et donc la compréhension du sujet de la campagne (le rapport entre les deux n'est pas compris).</p> <p>Certains interprètent sa présence comme si c'était la productrice du message global ("elle nous dit de...")</p> <p>La sirène représente tous les êtres vivants marins.</p> <p>Elle n'a pas l'air triste, elle n'a pas d'expression.</p>	<p>La sirène n'évoque pas la même chose pour les enfants et les concepteurs, la dimension symbolique est peu comprise à la réception.</p> <p>Une seule collégienne a fait émerger l'aspect symbolique de la sirène. Seulement, ce n'était pas le même symbole que pour les concepteurs de l'affiche.</p> <p>La dimension émotionnelle autour de la sirène n'est pas perçue.</p>
<b>LES ÉLÉMENTS D'ARRIÈRE PLAN</b>	<p>Révéler les éléments d'arrière-plan progressivement : petit à petit, un contraste se crée entre le merveilleux (la sirène) et les déchets qui l'entoure, qui nous ramène à une situation réelle et dangereuse.</p>	<p>Des rochers avec de la végétation marine de chaque côté du cadre, dans des tons plutôt sombres. Certains déchets flottent où se distinguent sur les rochers. Il y a aussi des poissons dans le fond de l'image.</p>	<p><i>information non disponible.</i></p>	<p>Les enfants relèvent les déchets après une observation plus minutieuse, ils n'avaient pas été perçus au début. Ils relèvent aussi les poissons en arrière-plan, ils les associent à des éléments de décors comme les rochers.</p>	<p>Les déchets sont bien perçus après coup, mais l'effet de révélation est mal interprété : les enfants pensent qu'on devrait les voir tout de suite au lieu de se focaliser sur la sirène en premier.</p>
<b>LE TEXTE</b> "Les sirènes n'existent pas, les poubelles, si."	<p>Soumettre la solution très simplement : jeter ses déchets à la poubelle puisqu'elles sont faites pour cela.</p>	<p>C'est le titre principal. Il est sensé faire le lien entre l'image et le thème de la campagne.</p>	<p><i>information non disponible.</i></p>	<p>C'est en lisant la phrase que les enfants comprennent la thématique de la campagne (certains ne l'avaient pas lu au début et n'avait donc pas compris ce dont il était question).</p> <p>Ils ne comprennent pas le rapport entre la sirène et les poubelles.</p>	<p>Le texte remplit sa fonction de lien entre image et propos, cependant les enfants, même s'ils comprennent le propos ne comprennent pas son lien avec l'image.</p>
<b>LE TEXTE</b> "Les déchets marins ont le plus souvent été jetés sur terre"	<p>Les commanditaires voulaient insister sur le chemin parcouru par les déchets, pour faire comprendre aux gens que des déchets jetés par terre pouvaient se retrouver dans la mer après.</p>	<p>C'est le titre secondaire, il est placé en dessous du titre principal et en plus petit. C'est dans cette phrase que se trouve le message de la campagne.</p>	<p><i>information non disponible.</i></p>	<p>La phrase n'est pas du tout comprise. Elle est jugée inutile. La première phrase se suffit.</p>	<p>Les enfants ne relèvent pas du tout la dimension de parcours des déchets. Ils pensent que les déchets sont directement jetés dans la mer.</p>
<b>LA COMPOSITION</b>	<p>Créer un visuel mettant en contraste la beauté de l'univers marin et la pollution : créer une rencontre qui semble "anormale" et qui interpelle. Jouer sur un effet de dévoilement en mettant en lumière la sirène, puis les déchets petits à petits.</p>	<p>L'image est à l'horizontale, elle présente dans son ensemble un univers marin composé de nombreux éléments aux couleurs contrastées.</p>	<p><i>information non disponible.</i></p>	<p>Remplacer la sirène par une espèce en voie d'extinction pour montrer l'impact direct des déchets sur les espèces.</p> <p>L'affiche est jugée "bien faite" et "importante".</p>	<p>L'effet de dévoilement fonctionne, mais le propos pourrait être visible de manière plus directe selon les enfants.</p>
<b>LES LOGOS</b>		<p>Les logos sont positionnés en petit en bas de l'image. A gauche les logos des partenaires, à droite celui de Gestes Propres.</p>	<p><i>information non disponible.</i></p>	<p>Le logo du gouvernement est reconnu, le logo AMF est relevé sans savoir ce que c'est.</p>	<p>Aucun élève ne relève le logo de Gestes Propres. Peut être parce qu'il n'est pas avec les autres logo.</p>