

LA BOÎTE À OUTILS

DES

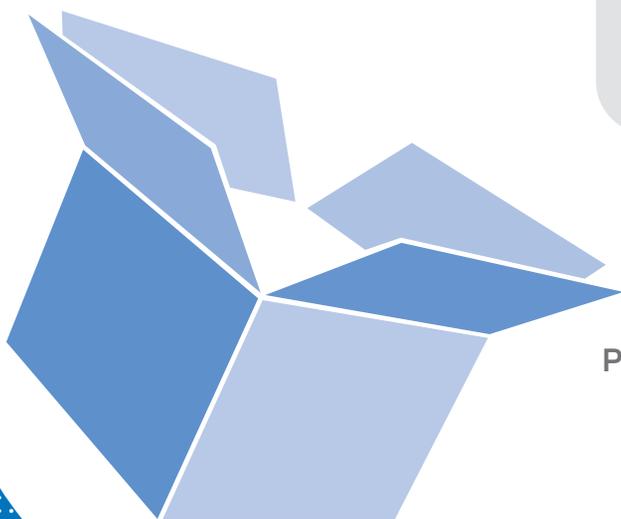
FRESQUES

DU CLIMAT, DU NUMÉRIQUE, DE LA DIVERSITÉ...

Dominique Béhar

72 outils
clés en main

- organiser un atelier
- devenir animateur-riche
- créer sa fresque



Préface de Cédric Ringenbach
Avant-propos de Julien Dossier
Postface d'Anaïs Rocci & Valérie Martin

DUNOD

Éditorial : Laure Duclaud
Fabrication : Cédric Mathieu
Conception de maquette : mokmok.agency
Couverture : Elizabeth Riba
Mise en page : Belle Page

NOUS NOUS ENGAGEONS EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT :



Nos livres sont imprimés sur des papiers certifiés pour réduire notre impact sur l'environnement.



Le format de nos ouvrages est pensé afin d'optimiser l'utilisation du papier.



Depuis plus de 30 ans, nous imprimons 70 % de nos livres en France et 25 % en Europe et nous mettons tout en œuvre pour augmenter cet engagement auprès des imprimeurs français.



Nous limitons l'utilisation du plastique sur nos ouvrages (film sur les couvertures et les livres).

© Dunod, 2024
11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff
www.dunod.com
ISBN : 978-2-10-087156-8

87156 - (I) - CBB 90 - 3005 U - BPE - CMU

Dépôt légal : octobre 2024

Achevé d'impression par Grafo

Imprimé en Espagne

VOUS AUSSI, AYEZ LE RÉFLEXE

Boîte à outils

Des outils classés par dossiers thématiques

5 DOSSIER

IMAGE DE MARQUE ET NOTORIÉTÉ

“ Être le meilleur est bien, car tu es le premier. Être unique est encore mieux car tu es le seul. ”
Wilson Kanadi

Une présentation visuelle de chaque outil

Exercices



Exercice_1 Améliorer sa concentration

- Tracer les yeux, représenter- vous le chiffre 1.
- Lorsque vous le voyez clairement en pensée, effacez de votre esprit l'image du chiffre 1.
- Représentez- vous le chiffre 2. Continuez ainsi jusqu'à 10.

Exercice_2 La méthode d'écoute avec le cœur

» La technique se résume en cinq questions

1. Que s'est- il passé ?

Quelle émotion avez- vous ressentie ?

Qu'est- ce qui a été le plus difficile pour vous ?

Outil 33 Le Personal Branding

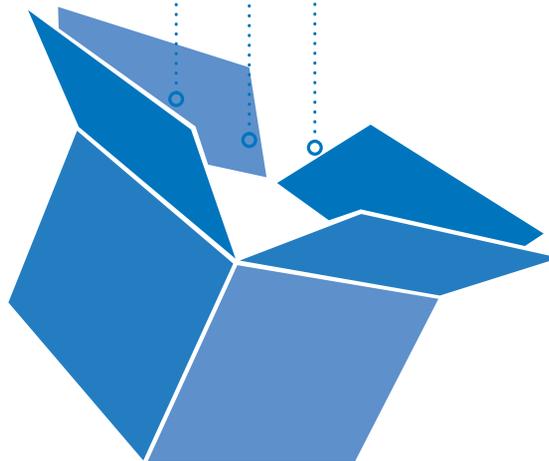
En quelques mots

Le Personal Branding ou la gestion de sa marque personnelle est un outil de réflexion et de mise en œuvre d'actions définies visant à contribuer à la construction de son image personnelle. En marketing de soi, le Personal Branding est l'ensemble des moyens, techniques et canaux que l'on va utiliser afin de construire son identité, se rendre visible et se promouvoir de façon pertinente et efficace. À l'instar des entreprises qui créent des marques, les rendent visibles, développent leur notoriété et travaillent leur image, il est possible et utile de construire et mettre en avant sa propre « marque ».

LES COMPOSANTES DE LA VALEUR DE L'EXPÉRIENCE POUR LE CLIENT

Composants de la valeur perçue Avec l'expérience	Facteurs apportés par l'entreprise à l'origine de cette valeur
<ul style="list-style-type: none"> Maîtrise : fait économiser ou gagner de l'argent Fiabilité : fait gagner du temps ou respecte l'horaire souhaité par le client 	<ul style="list-style-type: none"> Des offres précises, des services personnalisés ou des dispositifs gratuits. Une expertise reconnue.

Des exemples, cas ou exercices pour approfondir



La Boîte à outils

DES OUTILS OPÉRATIONNELS TOUT DE SUITE

Management / Leadership

Agilité

Dir. N. Van Laethem

Chef de projet, 3^e éd.

J. Maes, F. Debois

Conduite du changement et de la transformation, 2^e éd.

D. Autissier, J.M. Moutot, K. Johnson, et al.

Gouvernance

E. Bertin, G. Plaisance

Innovation managériale

D. Autissier, E. Métails-Wiersch, J.-M. Peretti

Intelligence collective, 2^e éd.

B. Arnaud, S. Caruso Cahn

Leadership, 2^e éd.

J.-P. Testa, J. Lafargue, V. Tilhet-Coartet

Management

V. Dicecca, P. Guillou

Management à distance

S. Levillain Desmarchelier

Management transversal, 2^e éd.

J.-P. Testa, B. Déroutède

Manager de managers

A. Hamayon, J. Isoré, J.-P. Testa

Manager leader, 2^e éd.

P. Bélorgey, N. Van Laethem

Organisation, 3^e éd.

B. Pommeret

Stratégie d'entreprise

Acheteur, 3^e éd.

S. Canonne, P. Petit

Analyse des données

C. Coron

Chief Digital Officer

E. Métails-Wiersch, D. Autissier

Consultant, 2^e éd.

P. Stern, J.-M. Schoetti

Design thinking, 2^e éd.

E. Brunet

Développement durable et RSE

V. Maymo, G. Murat

Digital en entreprise

Dir. C. Lejealle

Gamification

A. Duarte, S. Bru

Lean, 3^e éd.

R. Demetrescoux

Méthode OKR

L. Morisseau

Négociation, 2^e éd.

P. Stern, J. Mouton

Preuve de concept (POC)

C. Corvasce, J.-C. Rolland

Stratégie, 4^e éd.

B. Giboin

Stratégie Big Data

R. Rissoan, R. Jouin

Supply chain, 2^e éd.

A. Perrot, P. Villemus

Gestion / Finance / Comptabilité

Auditeur financier, 3^e éd.

S. Boccon-Gibod, É. Vilminet

Comptabilité, 3^e éd.

B. Bachy

Conseil en gestion de patrimoine

V. Maymo, V. Rousset

Contrôle de gestion, 2^e éd.

C. Selmer

Qualité, 5^e éd.

F. Gillet-Goinard, B. Seno

Finance d'entreprise

C. Selmer

Investissement immobilier

T. Letrilliart

Santé – Sécurité – Environnement, 4^e éd.

F. Gillet-Goinard, C. Monar

Ressources humaines / Formation

Bilan de compétences

N. Van Laethem

Coaching, 3^e éd.

B. Ammiar, O. Kohneh-Chahri

CSE, 2^e éd.

A.-L. Smaguine

Dialogue en entreprise

A. Stimec, A. Benitan

Facilitation

E. Brunet, A. Monot

Formateurs, 5^e éd.

F. Bouchut, F. Cuisinier, I. Cauden, et al.

Gestion des conflits, 2^e éd.

J. Salzer, A. Stimec

Onboarding

S. Loureiro

QVCT

S. Boutet, S. Larabi, A. Motte

Ressources Humaines, 3^e éd.

A. Haegel

Télétravail

G. Epitalon, F. Gault, C. Rabineau

Marketing / Communication

Communication, 5^e éd.

B. Jézéquel, P. Gérard

Community manager, 2^e éd.

C. Pellerin

Conférencier, 2^e éd.

C. Morlet, B. Deloupy

Développer son activité sur le Web

P. Gastaud, S. Truphème

Écrire pour le web, 2^e éd.

M. Gani

Facebook Ads et Instagram Ads

C. Pellerin

Génération de Leads

P. Gastaud

Google Ads

C. Pellerin

IA génératives pour créer du contenu

J. Pibourret, S. Beaujault

Inbound marketing et growth hacking

S. Truphème, P. Gastaud

Instagram

C. Pellerin

LinkedIn, 2^e éd.

J. Pibourret

Marketing, 4^e éd.

N. Van Laethem, B. Durand-Mégrat

Marketing digital, 2^e éd.

S. Truphème, P. Gastaud

Marketing vidéo

T. Gasio

Podcast

V. Béjot

Réseaux sociaux

C. Pellerin

SEO

B. Thiers

Stratégie digitale, 2^e éd.

C. Headley, C. Lejealle

Commercial / Relation client

Commercial, 4^e éd.

P. Bélorgey, S. Mercier

E-commerce, 2^e éd.

C. Delabre

Expérience client, 3^e éd.

L. Chabry, F. Gillet-Goinard, R. Jourdan

Librairie, 2^e éd.

C. Meneghetti, J.-C. Millois

Négociation commerciale

F. Vendeuvre, B. Lefevre

Entrepreneuriat

Business plan

M. Douchy

Création d'entreprise, éd. 2024

C. Léger-Jarniou, G. Kalousis

Crowdfunding

N. Dehorter, F. Clodic-Tanguy, M. Dubois

Freelance

S. Moran

Levée de fonds

D. Bernard, C. Tremblais, A. Magnin, et al.

Micro-entrepreneur, 3^e éd.

C. Selmer, J. Hellart

Efficacité / Bien-être au travail

Améliorer sa mémoire et sa concentration

X. Delengaigne, C. Maitre

Animer vos réunions, 2^e éd.

F. Gillet-Goinard, L. Maimi

Bien-être au travail, 2^e éd.

C. Huet, G. Rohou, L. Thomas

Confiance en soi, 2^e éd.

A. Leibovitz

Creativité, 3^e éd.

F. Debois, A. Groff, E. Chenevier

Développement personnel

L. Lagarde

Écrits professionnels

V. Le Broussois

Efficacité professionnelle, 2^e éd.

P. Bélorgey

Gestion du stress, 2^e éd.

G. du Penhoat

Gestion du temps, 2^e éd.

P. Bélorgey

Intelligence émotionnelle, 2^e éd.

C. Peres-Court, M.-E. Launet

Mind mapping, 3^e éd.

X. Delengaigne, M.-R. Delengaigne

Orthographe

A. Ponsonnet

Pensée visuelle

C. Tsiang, B. Lhuillier

Personal Branding

S. Moran, N. Van Laethem

Prendre la parole en public

A. Leibovitz

Préparer sa retraite

Kleinbauer et al.

Process Communication Model®

P. Bélorgey

Psychologie positive au travail

B. Arnaud, E. Mellet

Relaxation

L. Histel-Barontini

Résolution de problèmes complexes

A. Elviro

Santé au travail

C. Vasey

Soft skills

N. Van Laethem, J.-M. Josset

Remerciements

Un grand merci à l'équipe des éditions Dunod pour son accueil et son accompagnement tout au long de la rédaction du présent ouvrage.

Merci aux relecteurs et contributeurs directs de cet ouvrage : Cyril Retourné, Laëtitia Chédru, Tu Doan-Quynh Bui, Magali Ouisse, Isabelle Sagot.

Merci à Cali Conseil pour sa capacité à transformer une idée en une illustration.

Merci aux auteurs, autrices, gestionnaires de fresques, qui ont pris le temps de répondre à mes questions. C'est de votre énergie qu'est remplie cette boîte à outils ! : Alban Torette, Alice Vitoux, Amélie Mathieu, Anne-France Mariacher, Antoine Pierart, Arthur de Lassus, Aurélie Vonsy, Aurélien Deragne, Benoît Rolland de Ravel, Caroline Lefranc-Chedmail, Catherine Réju, Céline Gastine, Céline Montheard, Charles Hedouin, Christophe Meunier-Jacob, Clara Iehl, Damien Pasquali, Emmanuelle Bessez, Emmanuelle Moulis, Fabien Lopez, Fiona Kornalewski, François Laugier, François Quintreau, Françoise Orand, Frédéric Aubert, Gaia Forestier, Geoffrey-Edouard Vuillier, Géraldine Vuillier, Isabelle Bapteste, Jérôme Breton, Jonathan Baradeau, Joséphine Mouton, Julien Briton, Juliette Nouel, Juliette Vigoureux, Laurie Caillouet, Louis de Jabrun, Louison Robin, Marie Billet, Marie Morellet, Marine Laurent, Maxime Pinsard, Nicolas Froissard, Noémie Drouin, Pierre-Alix Lloret, Rémi Demersseman, Renaud Bonnel, Roxane de Pelet, Sandra Sydow, Sébastien Brochot, Sébastien Gauthier, Victoria Morin, Vincent Juilliard et Yann Mouvet.

Merci à Hervé Fournier, mon compagnon de transition écologique de toujours.

Merci à Alexandre Duarte, expert de la gamification, qui m'a mis le pied à l'étrier pour rédiger ce livre.

Merci aux fresqueurs et fresqueuses qui m'inspirent au quotidien et notamment les camarades coauteurs et coautrices de la Fresque de l'Événementiel et ceux de l'antenne nantaise de la Fresque du Climat.

Un remerciement empreint d'admiration aux auteurs des premières fresques originelles, qui ont accepté de rédiger l'avant-propos et la préface de cet ouvrage : Julien Dossier pour la Fresque de la Renaissance écologique et Cédric Ringenbach pour la Fresque du Climat. Leurs outils et surtout leur manière de les partager ont révolutionné mon univers professionnel et celui de nombreux d'entre nous.

Merci à Valérie Martin et Anaïs Rocci de l'ADEME, engagées pour la transition écologique et dont la postface permet de remettre cet ouvrage en perspective.

Enfin un remerciement plus personnel à mes amis et à ma famille qui m'ont aidé tout au long de la rédaction de ce livre. Une pensée particulière à mon père qui déjà dans les années 1990 me communiqua l'envie d'organiser et d'animer des formations créatives et engageantes. Comme quoi, « rien ne se perd, rien ne se crée, tout se transforme » !

Contenus complémentaires

Retrouvez plus de 100 fresques sur www.lesfresques.info. Ce site, conçu spécialement en complément de cette boîte à outils, est régulièrement actualisé. Il propose un moteur de recherche multicritère et ouvre un dialogue avec les lecteurs de l'ouvrage.



<http://dunod.link/y823znv>



Ressources à imprimer

Des supports de travail sont également téléchargeables sur la fiche du livre sur le site de Dunod.

- Les parties prenantes de l'écosystème des fresques (outil 1)
- La matrice d'évaluation des fresques (outil 2)
- Le déroulé-type d'un atelier (outil 4)
- Un outil bonus « Doser la technicité des informations » (dossier 2)
- Le pense-bête de l'animateur-riche (outil 8)
- Des outils pour gamifier le déroulé (outil 27)



<http://dunod.link/t51nv3l>

Préface



Aujourd'hui, on me parle autant de la Fresque du Climat que de ses petites sœurs, comme si mon mérite avait autant été de créer un outil puissant sur le climat que d'inspirer d'autres initiatives. J'en suis très flatté et c'est vrai que j'ai plaisir à découvrir presque chaque semaine ces nouvelles thématiques abordées par l'angle ludique, mais le mérite de ces projets revient avant tout à leurs auteurs respectifs.

Une fresque, ce n'est pas seulement poser des concepts les uns à côté des autres sur une grande feuille de papier. C'est avant tout inviter les participants à faire un cheminement intellectuel pour arriver par eux-mêmes à la

conclusion qui s'impose, une fois que l'on sait. C'est également faire appel à l'intelligence émotionnelle des participants et à l'intelligence collective du groupe. C'est enfin et surtout un état d'esprit, un partage de la valeur et un modèle économique unique qui place l'intérêt général au centre.

J'ai envie ici de m'adresser à ces personnes qui ont eu l'audace, la volonté de créer une fresque sur un sujet qui leur tenait à cœur. Quand vous êtes auteur ou autrice d'une fresque, vous en êtes la personne source (ou l'une des personnes source quand c'est un travail collégial) et cela restera le cas tout au long de la vie de votre œuvre.

La personne source, au sens d'« Un petit livre rouge de la Source » de Stefan Merckelbach est à la fois entrepreneur, guide et gardien.

Entrepreneur, car il faut avoir le courage de sortir des sentiers battus pour réussir à créer quelque chose que personne d'autre que vous n'a créé.

Guide, ensuite, car vous savez dans quelle direction aller. C'est instinctif. C'est vous qui définissez la trajectoire à prendre pour diffuser votre œuvre et pour qu'elle rencontre son public.

Gardien, enfin, car votre œuvre est basée sur des valeurs et si on modifie les valeurs d'un projet, on modifie le projet. Ne doutez jamais de votre légitimité à maintenir une ligne directrice affirmée en termes de valeurs, de contenu éditorial et de stratégie. C'est votre légitimité de personne source. La Fresque du Climat entre dans l'acte de II de sa vie, à travers sa structuration à l'international. Entre 2018 et 2023, nous étions passés d'un millier de participants à un million, soit une multiplication par mille en 5 ans. Depuis, le rythme s'est ralenti car la France arrive à un certain niveau de maturité sur le sujet et a atteint un point d'inflexion. Mais les communautés locales dans les autres pays font un travail incroyable, en partant de rien et suivent des rythmes de progression impressionnants. Je me suis donné comme mission de les accompagner dans leur développement en leur apportant des moyens financiers, des contacts institutionnels et de l'autonomie.

Les fresques amies qui le souhaitent vont pouvoir bénéficier de cette dynamique et s'appuyer sur la grande communauté des fresqueurs au sens large pour assurer leur propre développement à l'international. Nous devons bâtir des partenariats gagnant-gagnant dans lesquels chacun se retrouve, la grande sœur, comme les cadettes. L'écosystème des fresques est comme un écosystème naturel : plus il est varié et plus il est résilient.

Je suis fier du chemin parcouru par ce projet. Je suis fier que la Fresque du Climat ait ouvert le chemin à tant d'autres initiatives.

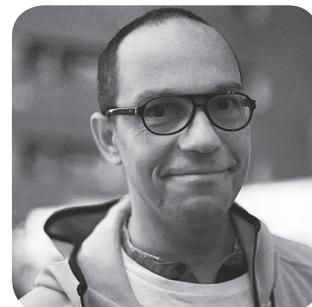
J'espère que cette boîte à outils vous inspirera et que vous y trouverez les ressources nécessaires pour vous engager, à votre tour, dans cette révolution éducative et sociétale.

Cédric Ringenbach

Créateur de la Fresque du Climat

Introduction

Chère lectrice, cher lecteur,
Si vous parcourez cette introduction, c'est que vous avez probablement déjà entendu parler d'ateliers tels que la Fresque du Climat ou autres de nature similaire, évoqués par vos collègues ou amis. Ce n'est d'ailleurs plus aussi exceptionnel, car en 2024, plus d'1,5 million de personnes ont déjà vécu cette expérience. À moins que vous n'ayez déjà sauté le pas et que vous aspiriez à en apprendre davantage sur ces fresques ? Peut-être même à devenir animateur ou animatrice vous-même ? Dans ce cas, vous vous joindriez à une communauté dynamique comptant déjà plus de 50 000 membres.



Bienvenue dans cette boîte à outils !

Vous vous apprêtez à embarquer à la découverte d'une révolution pédagogique et d'une innovation sociale d'ampleur. Car oui, dans les années à venir, les fresques vont se développer et permettre à toutes et tous de s'appropriier tous les sujets possibles de notre société : transition écologique, RSE, développement personnel, métiers, filières d'activités...

Ce livre a été rédigé dans le but de vous guider, tout d'abord, pour organiser votre premier atelier en toute sérénité (Dossier #1). En six années d'existence seulement, les fresques se sont développées à un rythme soutenu en France et à l'étranger : en 2024, il en existe plus de 130 !

Il a donc fallu faire un choix et se limiter à 40 d'entre elles, présentées dans cet ouvrage avec pour principal critère la question suivante : quel atelier pour faire progresser votre organisation en matière de responsabilité sociétale ? Bonne nouvelle, vous pourrez tout de même retrouver une liste très développée des fresques existantes à date en fin d'ouvrage.

Mais au fait, **qu'entend-on par « fresque »** ? Bien évidemment, il ne s'agit pas d'une œuvre picturale ou d'une épopée, même si Julien Dossier nous permet d'établir un lien avec celles-ci dans l'avant-propos. Au moment de l'écriture de cet ouvrage, aucune définition n'avait été établie. Les différentes interviews menées auprès des auteurs et autrices de fresques figurant dans cette boîte à outils nous ont permis d'adopter la suivante :

« Une fresque est un atelier pédagogique et ludique faisant appel à l'intelligence collective en vue de sensibiliser, de mobiliser ou de partager autour d'un enjeu complexe. Elle contribue à produire un changement de comportements ou de représentations. Les contenus de ces ateliers sont sourcés et font consensus.

Elle dure une demi-journée, fait appel à un jeu de cartes pédagogiques, vise à une création graphique collective, se déroule selon un séquençage précis et ne nécessite pas d'outil numérique. Toutefois, de nombreux nouveaux formats émergent qui diversifient ses durées, formes et caractéristiques.

Une fresque a également pour principe de se déployer auprès du plus grand nombre selon des valeurs de partage et de coopération. Elle se dote d'un système de formations qui permet à toutes et tous de devenir animatrices ou animateurs. Une fois formées, ces personnes peuvent à leur tour animer ces ateliers de manière bénévole ou rémunérée, permettant d'amplifier la raison d'être de l'atelier. »

Certains des ateliers présentés ne sont d'ailleurs plus vraiment des fresques au sens initial, à l'instar de l'atelier 2tonnes ou de la Marche du Temps Profond. Cependant, nous avons choisi de les conserver dans cet ouvrage, tant ils se lient à la dynamique des fresques dans leur chronologie, leur raison d'être et leurs modalités.

Les champs couverts par cet ouvrage concernent de nombreux thèmes : *conduite de changement, facilitation, gamification, intelligence collective, animation de réunions, formations, créativité, développement durable et RSE*. Nous ne faisons ici que les aborder et vous pourrez les approfondir au travers des nombreux autres ouvrages dédiés dans la collection « Boîte à outils ».

Nous aborderons d'abord plusieurs questions souvent posées :

- Comment devenir soi-même animateur·rice (ou « fresqueur ») ? (Dossiers #2 et #4)
- Comment déployer une fresque dans son organisation ? (Dossier #3)
- Comment créer sa propre fresque ? (Dossier #5)

Nous présenterons ensuite 40 fresques et ateliers regroupés en 5 grandes thématiques :

- Appréhender les grands enjeux environnementaux (Dossier #6)
- Hiérarchiser ses priorités (Dossier #7)
- Replacer l'humain au cœur (Dossier #8)
- Questionner la raison d'être de son organisation (Dossier #9)
- Anticiper les évolutions de sa filière d'activité (Dossier #10)

Nous invitons à prendre le temps de découvrir chacune d'entre elles. Même si elles ne vous intéressent pas toutes directement, elles regorgent d'idées utiles pour se former, développer une communauté ou sa propre fresque.

Voilà, tout est présent ! Il ne nous reste qu'à vous souhaiter une agréable lecture de cette boîte à outils et des nombreux compléments auxquels nous faisons référence tout au long de ces pages.

La voie de la mobilisation autour des enjeux écologiques et sociétaux est passionnante, et nous espérons pouvoir vous y engager.

À vos marques, prêts ? Fresquez !

Dominique Béhar

P.-S. : Cet ouvrage est également une invitation au dialogue. Envoyez-nous vos retours, critiques, témoignages et suggestions sur les outils proposés, les ateliers présentés ou autres *via* ce lien : <http://feedback.lesfresques.info>

Vers la parité au sein de cet ouvrage

Cette boîte à outils a été écrite dans une recherche d'équilibre des voix entre femmes et hommes. Sa rédaction impliquant des citations de personnalités, des interviews et des contributions de tierces personnes, une mesure des parts de ces éléments rédactionnels attribués à des femmes a été effectuée : 30 % des citations, 53 % des personnes interviewées et 42 % des contributions par des tiers.

Il a été décidé de ne pas appliquer l'écriture inclusive pour préserver un confort de lecture ; toutefois, nous avons fait le choix d'utiliser la terminologie « animateur·rice » afin de témoigner du fait qu'une majorité des animateurs d'ateliers sont en fait des animatrices.

Avant-propos

En lisant cet ouvrage, j'ai pensé que la définition proposée par l'auteur pour ce que nous nommons des « fresques » décrivait avec précision la réalité de ce nouveau type d'atelier. Pourtant, elle omettait un aspect symbolique et pourtant essentiel : derrière toutes nos « fresques » se cache UNE fresque, une peinture réalisée sur enduit frais – terme dérivé de l'italien « *al fresco* ». Cette technique, qui permet aux pigments de se fixer en séchant, créant des œuvres durables et vivantes, a été utilisée non seulement à Sienne, là où se trouve la fresque qui m'a inspiré, mais aussi par d'autres civilisations antiques, comme à Pompéi ou dans les tombeaux égyptiens.



© Ph Cauneau

C'est en travaillant, en 2010, sur les représentations de la transition écologique, que j'ai été amené à questionner la notion de représentation dans notre passé. Mon attention s'est fixée sur la fresque peinte par **Ambrogio Lorenzetti** dans la Sala dei Nove au Palazzo Pubblico à Sienne en Italie, au tout début de la Renaissance, en 1338. Cette œuvre monumentale de 35 mètres de long et 3 mètres de haut couvre, avec détail et réalisme, trois des quatre murs de la pièce. Deux visions du monde s'y opposent : les effets du bon et du mauvais gouvernement sur la ville et la campagne, qui encadrent l'allégorie du gouvernement, au centre de la composition.

Allégorie et Effets du Bon et du Mauvais Gouvernement (nom complet de la fresque de Lorenzetti) a été scrutée par de nombreux historiens (notamment Quentin Skinner et Patrick Boucheron, qui a publié *Conjurer la peur : la force politique des images*, Seuil, 2013) et maintes fois prise en référence. J'ai perçu dans cette composition une matrice systémique, réunissant d'innombrables ingrédients reliés les uns aux autres. J'y vois surtout un miroir, illustrant parfaitement le principal enjeu de notre siècle. À nous de choisir : quelle vision du monde souhaitons-nous voir advenir, la prospérité et la résilience ou la destruction et la tyrannie ?

EFFETS DU BON GOUVERNEMENT SUR LA VILLE (MUR EST)



Source : Comune di Siena, Sala della Pace, Museo Civico

De cette représentation d'une société pendant la Renaissance, on peut tirer les propriétés qui inspirent les ateliers fresques.

Tout d'abord, ce n'est pas la technique de la peinture à la fresque qui est intéressante, mais la nature allégorique d'une fresque en particulier. À cette époque, l'allégorie était une manière efficace d'informer, et j'ai eu l'intuition que la fresque de Lorenzetti était un puissant outil pour transmettre de la connaissance en matière d'écologie. J'ai fait réaliser une version contemporaine des *Effets du Bon Gouvernement* pour en simplifier la lecture et nous permettre d'imaginer un futur prospère et résilient, alignant les lois des hommes aux lois de la nature. De nombreuses « fresques » aujourd'hui partagent ce même principe fondateur : utiliser des images évocatrices pour transmettre un message.

Une deuxième propriété concerne la mise en mouvement d'un groupe. Les Siennois ont ici innové pour permettre aux groupes de citoyens qui assistaient aux séances du Conseil de mieux comprendre les rôles et les prises de décision de leurs gouvernants. La fresque de Lorenzetti entoure littéralement le spectateur. Elle l'interpelle, l'alerte, l'invite à prendre position : les individus qui incarnent le gouvernement sont-ils à la hauteur des principes devant lesquels ils se trouvent ? Sont-ils proches de ce gouvernement idéal qui naît de la sagesse, guide la justice et conduit à la concorde ? C'est bien l'objectif des ateliers actuels que d'inviter à agir, à collaborer en se constituant une culture commune.

Enfin, cette fresque est porteuse de cohérence narrative, c'est-à-dire qu'elle possède la capacité à relier les différentes idées qui la composent pour former un tout. Dans la fresque de Lorenzetti, chaque portion est chargée de sens. Chaque élément amène à un autre. Ils s'allient, guident le regard de la personne qui la lit, qui y chemine. On peut y voir différents niveaux d'analyse. La façon dont on agence les ingrédients visuels donne du sens à l'image. C'est ce qui ouvre autant de combinaisons d'animations autour de la Fresque de la Renaissance écologique, qui ne se limite pas à « une fresque » mais offre d'innombrables possibilités et applications thématiques ! Nous sommes tous un peu les héritiers de Lorenzetti, et les différentes communautés de fresqueurs participent à cette mise en tension entre deux issues possibles : le mauvais ou le bon gouvernement ? La destruction ou la régénération ? « Business as usual » ou sursaut de vie ?

Julien Dossier

*Auteur de l'ouvrage Renaissance écologique :
24 chantiers pour le monde de demain (Actes Sud, 2019)
et de la fresque éponyme*

Sommaire

Remerciements	5
Préface	7
Introduction	8
Avant-propos	10
Sommaire	12
DOSSIER 1 ORGANISER UN ATELIER	14
• <i>Outil 1</i> Cadrer les objectifs (avec complément)	16
• <i>Outil 2</i> Choisir l'atelier et l'animateur-ric(e) (avec complément)	18
• <i>Outil 3</i> Le lieu de l'atelier	20
• <i>Outil 4</i> Le déroulé de l'atelier (avec complément)	22
• <i>Outil 5</i> Mobiliser les participants en amont	24
• <i>Outil 6</i> En distanciel	26
• <i>Outil 7</i> Les retombées de l'atelier	28
DOSSIER 2 ANIMER UN ATELIER (avec complément)	30
• <i>Outil 8</i> La posture de l'animateur-ric(e) (avec complément)	32
• <i>Outil 9</i> La phase d'inclusion	34
• <i>Outil 10</i> Gérer les émotions des participants	36
• <i>Outil 11</i> Favoriser la créativité	40
• <i>Outil 12</i> Rechercher des pistes de solutions	42
DOSSIER 3 DÉPLOYER UNE FRESQUE DANS SON ORGANISATION	44
• <i>Outil 13</i> Pour dynamiser une politique interne (RSE...)	46
• <i>Outil 14</i> Avec un grand nombre de participants	50
• <i>Outil 15</i> Au sein d'un groupe restreint (formation...)	52
• <i>Outil 16</i> Le parcours de fresques	54
• <i>Outil 17</i> Pour développer les compétences	56
DOSSIER 4 DEVENIR ANIMATEUR-RICE PROFESSIONNEL·LE	58
• <i>Outil 18</i> La posture d'animateur-ric(e) professionnel·le	60
• <i>Outil 19</i> Se former	62
• <i>Outil 20</i> Créer son kit d'animation	64
• <i>Outil 21</i> L'écoute du commanditaire	66
• <i>Outil 22</i> Les publics réticents	68
• <i>Outil 23</i> Les multi-fresqueurs	70
DOSSIER 5 CRÉER SA PROPRE FRESQUE	74
• <i>Outil 24</i> Questionner la pertinence	76
• <i>Outil 25</i> Sourcer ses contenus	78
• <i>Outil 26</i> Les valeurs d'une fresque	80
• <i>Outil 27</i> Gamifier le déroulé (avec complément)	82
• <i>Outil 28</i> Fabriquer l'atelier	86
• <i>Outil 29</i> Les licences d'exploitation	88
• <i>Outil 30</i> La montée en compétences des animateur-ric(e)s	90
• <i>Outil 31</i> Animer sa communauté	92
• <i>Outil 32</i> Documenter sa fresque	94

DOSSIER 6	APPRÉHENDER LES GRANDS ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX	96
	• <i>Outil 33</i> La Fresque du Climat.....	98
	• <i>Outil 34</i> La Fresque Océane.....	100
	• <i>Outil 35</i> La Fresque de la Biodiversité.....	102
	• <i>Outil 36</i> La Fresque des Frontières planétaires.....	104
	• <i>Outil 37</i> La Fresque de la Forêt.....	106
	• <i>Outil 38</i> La Fresque de l'Eau.....	108
	• <i>Outil 39</i> Le Pitch Climat.....	110
	• <i>Outil 40</i> La Fresque du Sol.....	112
DOSSIER 7	HIÉRARCHISER SES PRIORITÉS	114
	• <i>Outil 41</i> L'atelier Inventons nos vies bas carbone.....	116
	• <i>Outil 42</i> L'atelier 2tonnes.....	118
	• <i>Outil 43</i> Les ateliers de l'Adaptation aux changements climatiques.....	120
	• <i>Outil 44</i> Le Puzzle Climat.....	122
	• <i>Outil 45</i> L'atelier Il est temps.....	124
	• <i>Outil 46</i> L'éco-challenge Little Big Impact.....	126
DOSSIER 8	REPLACER L'HUMAIN AU CŒUR	128
	• <i>Outil 47</i> La Fresque des Nouveaux Récits.....	130
	• <i>Outil 48</i> La Fresque du Facteur humain.....	132
	• <i>Outil 49</i> La Fresque du Sexisme.....	134
	• <i>Outil 50</i> La Fresque de la Diversité.....	136
	• <i>Outil 51</i> La Fresque de la Qualité de vie au travail (QVT).....	138
	• <i>Outil 52</i> L'atelier Notre tour.....	140
	• <i>Outil 53</i> La Marche du Temps Profond.....	142
DOSSIER 9	QUESTIONNER LA RAISON D'ÊTRE DE SON ORGANISATION	144
	• <i>Outil 54</i> La Fresque de la Renaissance écologique.....	146
	• <i>Outil 55</i> La Fresque du Numérique.....	148
	• <i>Outil 56</i> La Fresque de la RSE.....	150
	• <i>Outil 57</i> La Fresque de l'Entreprise régénérative.....	152
	• <i>Outil 58</i> La Fresque de l'Éco-conception.....	154
	• <i>Outil 59</i> La Fresque de l'Emploi durable.....	156
	• <i>Outil 60</i> La Fresque des Low-techs.....	158
	• <i>Outil 61</i> La Fresque de l'Économie circulaire.....	160
	• <i>Outil 62</i> La Fresque de la Mobilité.....	162
DOSSIER 10	ANTICIPER LES ÉVOLUTIONS DE SA FILIÈRE D'ACTIVITÉ	164
	• <i>Outil 63</i> La Fresque du Livre.....	166
	• <i>Outil 64</i> La Fresque de l'Alimentation.....	168
	• <i>Outil 65</i> La Fresque de la Construction.....	170
	• <i>Outil 66</i> La Fresque du Tourisme.....	172
	• <i>Outil 67</i> La Fresque de la Finance.....	174
	• <i>Outil 68</i> La Fresque Agri'Alim.....	176
	• <i>Outil 69</i> La Fresque de la Culture.....	178
	• <i>Outil 70</i> La Fresque de l'Événementiel.....	180
	• <i>Outil 71</i> La Fresque du Film.....	182
	• <i>Outil 72</i> La Fresque du Marketing.....	184
	Glossaire.....	186
	Liste de fresques & niveau de déploiement.....	188
	Postface.....	190
	Bibliographie.....	192

1

DOSSIER

ORGANISER UN ATELIER

“

La satisfaction la plus profonde dans la vie vient de savoir que vous avez eu un impact, que vous avez fait une différence et que vous avez changé quelque chose pour le mieux.

Richard Branson



COMMANDITAIRE

Source : lesfresques.info

Vous vous lancez ! Vous souhaitez organiser votre propre atelier. Que celui-ci se déroule dans le cadre professionnel, associatif ou même personnel, vous allez animer un événement qui permettra aux participants de découvrir un concept et d'avoir envie d'agir sur cet enjeu.

Dans ce premier dossier, nous n'allons pas présenter les fresques existantes mais plutôt vous aider à préparer votre atelier en vous posant les bonnes questions pour le réussir : qui va animer cet atelier ? Auprès de quels participants ? Pour quels objectifs ? Dans quelles circonstances ? Etc.

Nous allons également explorer certains éléments auxquels vous n'avez peut-être pas pensé de prime abord : comment gérer vos participants ? Comment gérer le timing ? Comment aménager la salle ? Comment vous sentir plus légitime ? Etc.

À l'issue de ce dossier, lorsque vous aurez des réponses à toutes ces questions, ou seulement une ébauche, vous pourrez plus facilement choisir quelle fresque proposer aux participants.

Les fresques répondent toutes à ce triptyque : pédagogique, ludique et interactif. Ce sont des dispositifs qui permettent d'apprendre sur la base de connaissances reconnues et d'échanges avec les autres participants. Ils reprennent différents mécanismes de ludification qui les rendent plus accessibles et engageants.

Mais au-delà des nombreux conseils que nous vous suggérons, pensez surtout à vous faire plaisir, à proposer cet atelier selon votre personnalité, car c'est ce qui lui donnera son véritable caractère !

Les outils

1	Cadrer les objectifs	16
2	Choisir l'atelier et l'animateur·rice	18
3	Le lieu de l'atelier	20
4	Le déroulé de l'atelier	22
5	Mobiliser les participants en amont	24
6	En distanciel	26
7	Les retombées de l'atelier	28

