

Projection du documentaire **WECOP** à l'Académie du Climat



Réalisé par **Ulysse Vassas** et
proposé par le collectif
Le bruit Qui Court



Evènement organisé par
l'association **ACTE Lab**
Mercredi 14 mai 2025



Quand l'art du canular sensibilise en mobilisant nos émotions

L'histoire d'une lutte créative contre le projet pétrolier EACOP de Total Energies. A travers un canular audacieux, le film évoque les enjeux d'une résistance innovante et joyeuse face à des projets destructeurs.

Après le visionnage du documentaire, ACTE Lab a proposé une table ronde autour d'éclairages issus des sciences cognitives. Objectif : comprendre comment l'outil du canular de WECOP peut être un levier de la transition climatique et discuter plus largement des liens entre ce documentaire, les comportements et les mécanismes cognitifs mobilisés. Un temps d'échange avec la salle a permis aux spectateurs de poser des questions sur le documentaire, et d'illustrer les échanges. Merci aux talentueux.ses dessinateur.ices ! Voici une restitution de ces échanges extrêmement enrichissants.



Ulysse Vassas

*Stratégie et coordination,
Le Bruit qui Court*



Julie Pasquet

*Cofondatrice du Bruit
Qui Court*



Aurore Grandin

*Fellow en science de la
durabilité, docteure en
sciences cognitives*



Morgan Beurenaut

*Maître de conférences en
psychophysiologie,
docteur en neurosciences*

Animée par :

Camille Lakhli
Cheffe de projet Sciences comportementales



Camille Lakhli (C.L.) : Aurore, tu es docteure en sciences cognitives, et tes travaux de thèses portaient sur l'apport de la psychologie pour la lutte contre le changement climatique, plus spécifiquement sur les obstacles psychologiques à l'adoption d'un mode de vie bas-carbone. Est-ce que tu veux nous raconter rapidement sur quoi portait ta thèse, et quelques résultats principaux ?

Aurore Grandin (A.G.) : Mes recherches se sont concentrées sur différents mécanismes cognitifs, le début de ma thèse portait en particulier sur les préférences temporelles et le biais d'immédiateté. L'objectif était de comprendre comment les préférences temporelles des gens, la façon dont ils se projettent dans le temps, dans le présent ou dans le futur, influencent leur engagement écologique. J'ai étudié cela en lien avec le milieu socio-économique. Ce qu'on a vu dans le documentaire, c'est qu'en plus d'une distance temporelle, il y a aussi une mise à distance spatiale du changement climatique. Il y a une dimension temporelle et spatiale de notre perception de la crise climatique : même si on sait qu'elle a lieu partout, y compris ici et maintenant, beaucoup de gens ont le sentiment qu'elle se déroule loin dans le temps et dans l'espace. EACOP est loin de nous qui sommes en France métropolitaine, donc le public s'en soucie moins que WECOP. Pourtant les conséquences climatiques sont tout autant dévastatrices.



C.L. : Merci Aurore, Morgan de ton côté, quelles sont tes recherches pertinentes qui permettraient d'apporter un éclairage pour ce soir ?

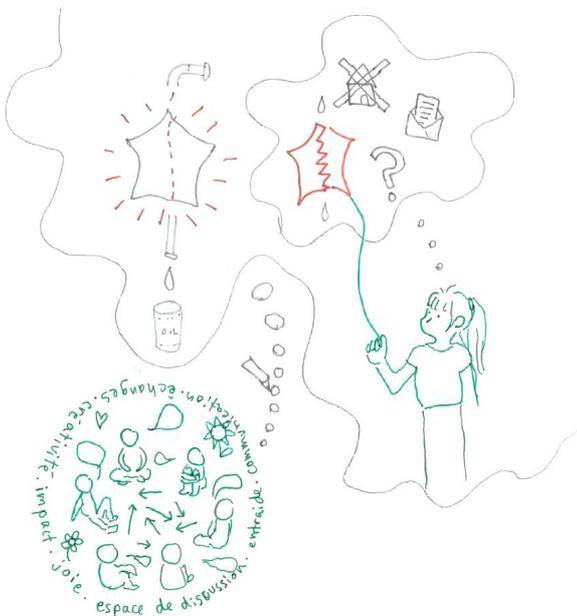
Morgan Beurenaut (M.B.) : Je suis chercheur en cognition sociale, je m'intéresse aux supports des interactions sociales, au rôle de l'anxiété, et comme on l'a vu avec le documentaire, on a des exemples de comment l'activisme est une manière de faire face à l'anxiété associée au changement climatique. Le documentaire touche aussi de manière spécifique aux émotions éprouvées pour et par les différents acteurs et les réactions face aux victimes du canular. Tout en permettant un changement de perspective en nous forçant à nous mettre à la place des victimes du projet EACOP. Mes recherches permettent ainsi de comprendre quels sont les mécanismes mobilisés derrière cette prise de perspective pour renforcer les actions.





C.L. : En effet comme tu viens de l'évoquer Morgan, les émotions jouent un rôle très prégnant dans le documentaire. D'ailleurs, une revue souligne que les affects et émotions sont des facteurs majeurs non seulement de la perception du changement climatique, mais aussi de la motivation et de la propension à agir, et que les interventions pour sensibiliser ou inviter à passer à l'action devraient utiliser cet outil des émotions pour toucher efficacement le public cible. Ulysse et Julie, quelles émotions cherchiez-vous à provoquer chez les personnes visées par le canular ? Quelles réactions émotionnelles avez-vous pu réellement observer ?

Ulysse Vassas (U.V.) : Ce que l'on cherchait avec le canular c'était de forcer l'empathie envers les personnes victimes de la colonisation. En fait, les personnes issues d'un milieu favorisé ne connaissent pas l'oppression et ce qui se passe ailleurs, par exemple les blancs ne connaissent pas l'oppression raciste. Ce que l'on cherchait avec WECOP c'était de faire vivre ces choses-là aux personnes cibles via l'envoi de lettres d'expropriation mais la finalité n'était pas de changer les personnes et de les faire devenir militantes, notre but était d'utiliser les personnes cibles comme vecteur d'émotions pour que les médias puissent en parler et s'en empare, notamment la presse quotidienne régionale, pour que les journalistes régionaux s'intéressent aux réactions des personnes suffisamment privilégiées, et que les personnes cibles, qui reçoivent la lettre puissent se projeter sur la peur. En fait, nous avons utilisé la peur et la colère sur un temps restreint d'un jour (la durée du canular) pour faire ressentir ce que les personnes impactées par EACOP vivent, on voulait transmettre l'émotion pour la faire ressentir.



Julie Pasquet (J.P.) : Une chose importante c'est aussi les émotions ressenties par les personnes militantes qui ont pris part au projet, ce sont elles les premières cibles, avec WECOP on a créé des espaces qui font du bien à ces personnes militantes, on a vu comment on peut créer de la joie et de la présence parce que ça fait du bien d'introduire de la créativité dans la lutte ! Les effets sont super positifs avec ces projets de lutte drôles et humoristiques. D'ailleurs tous les articles de presse étaient unanimes à ce sujet et également très positifs, on a même été encensés par des journaux comme le Figaro ! On a même constaté qu'en passant par l'humour, même des personnes qui ne sont pas d'accord avec notre lutte ont trouvé le projet brillant, ça a permis de mettre en lumière les actions militantes du bon côté grâce, et notamment via l'impact sur les gens qui ne croient pas en le militantisme. Tout le monde a été unanime sur la réussite du projet !



C.L. : Dans ce sens, Morgan et Aurore, est-ce qu'il existe de la littérature sur les émotions ressenties par les militants pour fédérer une action ?

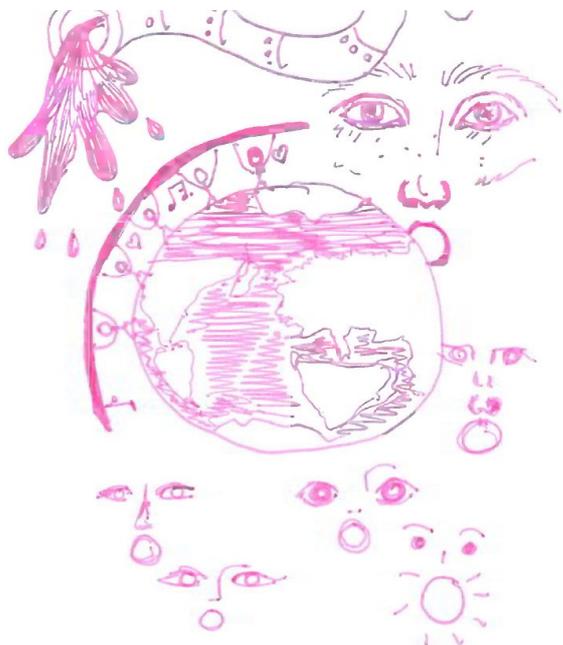
M.B. : Dans la littérature récente, l'étude de Schwarz (2023) montre que l'éco-anxiété et les émotions très négatives liées au changement climatique semblent influencer les actions. L'éco-anxiété peut-être fédératrice ou délétère car en fait ça permet de « catastropher ». Ce qui peut mettre en action car on identifie que c'est grave mais ça peut aussi immobiliser les individus car trop stressés ou trop inquiets de la situation. En créant du lien social via le militantisme, les symptômes négatifs de l'éco-anxiété semble réduit, en faveur des bénéfiques qui sont notamment la mise en place d'actions. Le documentaire WECOP est très intéressant pour montrer que dans ce cas de figure les émotions ne sont pas du tout négatives, bien au contraire. On a ici un vrai exemple d'émotions positives qui permettent la mise en mouvement, avec le militantisme qui aide à créer du lien social, et donc intrinsèquement de l'émotion et de l'action.



C.L. : Avec WECOP, le canular en lui-même est drôle, mais j'imagine que les personnes qui se font piéger ne rient pas vraiment, ou alors de soulagement lorsqu'elles apprennent que c'était un canular. Ici, c'est une autre émotion qui entre probablement en jeu : la surprise. Il semble que la nouveauté ou la surprise déclenche des signaux caractéristiques qu'on peut détecter avec plusieurs méthodes, notamment avec un eye-tracker en mesurant la dilatation de la pupille, ou bien avec un électroencéphalogramme pour observer les ondes cérébrales. La surprise peut notamment avoir pour effet de stimuler la mémorisation et l'apprentissage. Par exemple, l'effet d'hypercorrection mis en évidence par Butterfield & Metcalfe souligne qu'une erreur faite avec une haute confiance produit un effet plus important qu'une erreur faite avec une confiance plus modérée chez celui qui se trompe et à qui on corrige l'erreur, et que cela peut lui permettre de mieux se souvenir de l'information correcte. Est-ce que vous avez pu observer la réaction de certaines personnes lorsque le pot aux roses a été dévoilé ? Qu'est-ce que ça déclenche, chez les gens, ou dans la presse ?

U.V. : Une des frustrations que nous avons sur l'action elle-même est d'avoir peu de retours, et notre échantillon n'était vraiment représentatif, on ne sait pas exactement comment se sont senti les gens et les retours sont assez anecdotiques.

Mais pour faire le lien avec l'humour, le canular a un côté humoristique pour les personnes qui seraient alliées aux victimes, qui entendent parler ce qui est arrivé aux « victimes », une sorte de rire jaune. On s'est inspirés d'un collectif de comédiens américains, les Yes Men, qui se font passer dans des fausses pubs, et se font inviter dans les salons de grandes boîtes, et ce qu'ils disent c'est que l'humour surprend et fait tomber les barrières. On est plus susceptible de toucher quelqu'un si on le fait rire car la personne est moins sur ses gardes on l'atteint mieux. J'ai peut-être une question pour vous Aurore et Morgan : quels sont les mécanismes sous-jacents ? Comment propager cela ?



M.B. : Les émotions sont utiles pour la transition écologique, ça fait consensus, mais il n'y a pas de consensus sur comment les utiliser, on ne sait toujours pas... c'est une vraie question scientifique à l'heure actuelle de comment on transfère un message par principe négatif à travers les médias. Toute la question est de savoir s'il faut montrer de l'espoir ce qui fait qu'on peut possiblement évaluer la situation comme pas si grave et ne pas agir ou être très négatif et souligner l'urgence et là aussi ça peut freiner l'action. Ce que semble suggérer plusieurs auteurs, c'est qu'il faut alerter les gens mais ne pas les laisser qu'avec ça. Car ce qui induit l'anxiété c'est le sentiment de ne pas avoir de contrôle et d'être seul dans une situation incertaine. C'est bien aussi de générer de l'espoir, de proposer du soutien, de montrer qu'ils ne sont pas seuls, de donner des solutions concrètes, de lier les émotions des gens entre eux.

Concernant l'humour, à la base c'est une erreur de prédiction : on a une attente non-résolue qui provoque l'effet de surprise, on a construit une attente mais elle n'est pas résolue donc ça crée l'humour ce qui n'est pas négatif, au contraire.

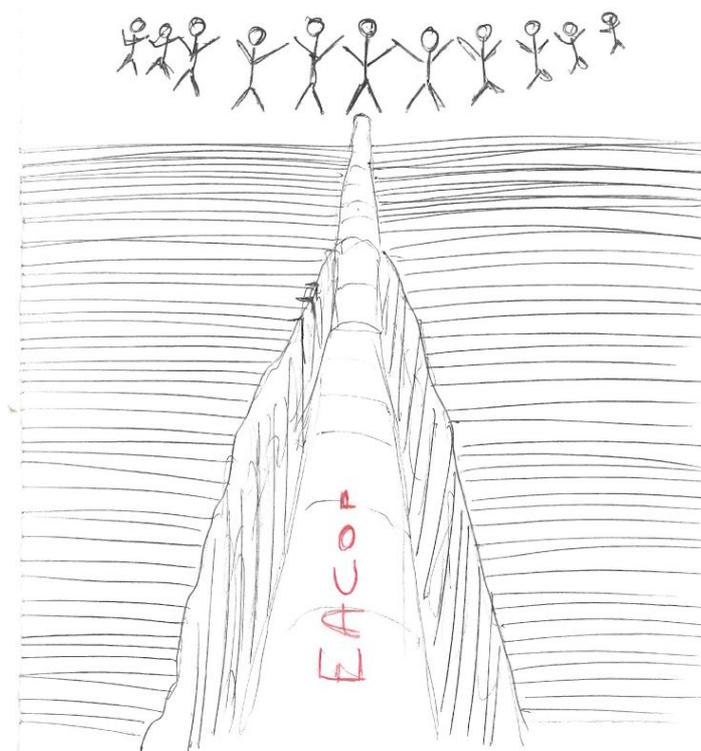
Maintenant pour utiliser l'humour comme levier, une étude a analysé les commentaires Reddit suite à un épisode de Rick et Morty et a montré une fréquence d'intention de mobilisation plus importante et plus créative après visionnage. Néanmoins, une autre étude basée sur des sketches à volonté politique, sous forme de satire, a montré que via ce procédé les participants reconnaissent la présence d'humour mais pas tous de la même manière: on comprend que la blague est satirique quand on est contre les idéaux des personnes ciblées, cependant quand on est du côté des « moqués », le contenu est traité comme une blague pure. Et donc finalement l'humour marche sur ceux qui sont déjà de notre côté.



C.L. : Assez tôt dans le développement, les enfants développent la capacité de se mettre, de se projeter à la place de quelqu'un d'autre pour lui attribuer des états mentaux, comme se représenter l'état des connaissances ou informations qu'il a en sa possession, par exemple. Cette capacité s'appelle la théorie de l'esprit. C'est très proche de la notion d'empathie, mais plus large que pour les émotions. On a aussi la sensation que le canular repose beaucoup sur la théorie de l'esprit pour pousser les gens à se mettre à la place des gens victimes du projet EACOP. Par ailleurs, votre action s'attachait à viser particulièrement des personnes de catégories socio-professionnelles favorisées, pourquoi ce choix ? Quels impacts ce choix a-t-il eu sur le projet et ses retombées ?

J.P. : Les personnes avec le plus de capital financier polluent le plus et sont le plus responsables du changement climatique. De plus, on voulait ne pas faire subir une oppression en plus à des personnes déjà défavorisées. On a été aidés par des géographes qui ont identifié des quartiers favorisés, on savait assez précisément qui on ciblait. Malheureusement quelques personnes en situation de précarité ont aussi été ciblées mais on a immédiatement effectué une désescalade auprès d'elles.

U.V. : En ciblant les personnes favorisées on voulait aussi faire le buzz parce que les médias s'inquiètent plus des personnes privilégiées que des personnes en situation de précarité, donc toucher les personnes avec un capital culturel important était plus efficace pour faire réagir car ce sont des personnes qui se défendent elles-mêmes, par exemple en contactant les médias, c'est exactement ce qu'on cherchait.



C.L. : En lien avec ce sujet, Aurore, il me semble que tu as pas mal étudié l'impact de ce facteur sociodémographique pendant ta thèse : est-ce que tu peux nous donner des exemples de la façon dont il influence les comportements vis-à-vis de l'environnement ou de la réception des actions de sensibilisation à la transition écologique ?

A.G. : Pour cibler la population que je voulais étudier pour ma thèse, j'ai suivi un peu le même raisonnement que Le Bruit qui court a suivi pour choisir la cible du canular : l'objectif était d'étudier les individus les plus riches, car ce sont ceux qui polluent le plus et qui doivent changer le plus leur mode de vie. Il existe une littérature scientifique très développée sur les comportements écologiques, qui se concentre essentiellement sur les classes moyennes et populaires. Les plus riches sont moins accessibles. Il peut être difficile aussi d'enquêter sur les individus les plus pauvres, mais ce sont surtout les 1% qui sont les moins accessibles, alors qu'ils sont surreprésentés dans la culture de masse. Mais du fait de ces difficultés d'accès, il y a un biais dans la recherche, avec très peu de travaux sur les ultra-riches. Dans ma thèse, j'aurais aimé pouvoir les étudier, mais pour des raisons pratiques j'ai surtout pu mener des études avec des échantillons incluant des individus de classe moyenne supérieure.



C.L. : Les humain.e.s peuvent être d'accord pour faire des efforts et passer à l'action (en réduisant par exemple leur empreinte carbone), mais pour cela, ils et elles doivent pouvoir constater que les efforts sont partagés. Les gens ne sont donc prêt.e.s à coopérer que s'ils constatent que leurs congénères le font aussi. Tout cela soulève dans notre société des enjeux comme le manque d'exemplarité des comportements des personnalités publiques vis-à-vis de l'environnement. Est-ce qu'il existe des recherches sur ce concept appliqué spécifiquement à la transition écologique ?

M.B. : La perception de l'inaction des autres est l'un des plus gros freins individuels, du coup pour remédier à ça, on peut rendre transparents les actions des personnes éco-responsables mais aussi celles qui ne le sont pas et jouer sur la réputation. C'est la même chose quand on perçoit nos actions comme anecdotiques ou inutiles, il faut aider à montrer que c'est utile en donnant aux gens des feedbacks concrets. Egalement, il faut mobiliser les normes sociales et la mise en valeur des comportements normatifs positifs ou négatifs en changeant le discours par exemple sur certaines normes : par exemple 70% des gens recyclent ou deux fois plus de gens mangent végétarien depuis les deux dernières années. Il faut utiliser une norme sociale dynamique quand c'est la tendance qui doit être mise en valeur, autrement on va présenter les chiffres.



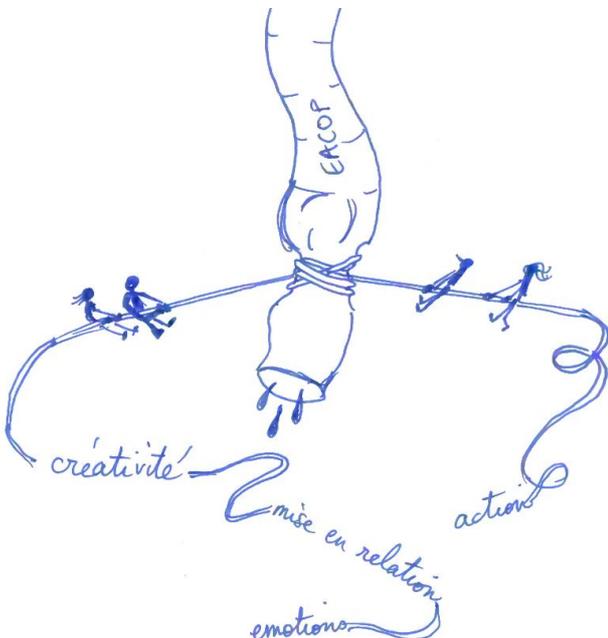
C.L. : Est-ce que ces concepts résonnent avec d'autres formes d'activisme ?

J.P. : Oui ça résonne beaucoup avec nos questions et notre approche. Le Bruit Qui Court a été créé avec l'envie de toucher avec les émotions, l'art et les pratiques vont toucher les gens de manière très forte mais différemment selon la technique artistique utilisée. La joie militante fonctionne mieux que la colère pour fédérer car très longtemps c'est la colère qui a permis de mettre en mouvement mais aujourd'hui pour convaincre et donner envie aux gens pas encore engagés il faut leur permettre de se reconnecter à la joie. La joie est hyper puissante et permet de rester sur le long terme et permet de moins s'épuiser. Il faut montrer aux gens que le militantisme est cool et procure de la joie pour changer le récit et la vision autour du militantisme, on veut montrer que c'est joyeux et que ça apporte beaucoup de choses, notamment des émotions positives.

U.V. : On parle rarement des émotions mais j'avais la main en créant le documentaire sur comment monter le documentaire pour provoquer des émotions, comment transmettre les moments graves et les moments joyeux via l'ajout de musiques par exemple. Le documentaire reste une fiction basée sur la réalité mais c'est une fiction avec des objectifs clairs : le but est que vous ayez de l'empathie pour des activistes pour créer de l'empathie avec des personnes en Ouganda, les personnes ne le regardent pas forcément mais le but est de l'intégrer dans la vision et dans le documentaire. C'est un acte politique de créer un documentaire et de faire vivre des émotions, c'est d'autant plus intéressant de créer et jouer sur les émotions via la création du documentaire.



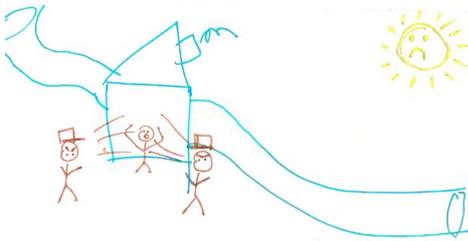
C.L. : Vous semblez avoir mené ce projet comme une expérimentation scientifique ! Quels apports de cette méthodologie scientifique dans le militantisme ? Est-ce utile, est-ce courant ? Sinon, comment la diffuser ?



A.G. : La recherche action, c'est de la recherche appliquée pour générer des connaissances actionnables. On parle de recherche action participative lorsqu'il s'agit de faire de la recherche qui soit co-construite, à la fois par des acteurs académiques et non académiques. C'est une approche qui inclut la société civile et les acteurs de terrains au cœur de la recherche. Les citoyen·nes payent la recherche mais n'ont généralement pas leur mot à dire sur la programmation de recherche. Avec la recherche participative, on veut permettre aux citoyen·nes de décider des thématiques étudiées. Et quand on leur laisse le choix, ils se tournent souvent vers les thématiques écologiques. Par exemple, Mélusine Boon-Falleur, qui est docteure en sciences cognitives, mène une étude participative sur l'activisme écologique et sur la prise de conscience. Elle travaille aussi avec Mathilde Mus pour étudier ce qui amène à une trajectoire écologique. Mélusine a co-construit ce projet avec des acteurs du monde associatif, ils ont créé une association pour fédérer des gens autour de ce projet.



Question de la salle : Vous avez passé quatre mois sur le projet donc beaucoup d'énergie et de moyens mobilisés. Même si la joie militante vous a motivés, est-ce que ça va ?



J.P. : Globalement c'était un gros kiff, l'action militante dont je suis la plus fière avec une vraie stratégie et une vision et pour ce projet tout était très bien pensé, ce qui fait la beauté du militantisme, beaucoup de fatigue mais le fait de l'avoir fait en collectif a permis de créer du lien incroyable entre les trois coordonnateurs et toute une équipe de bénévoles.



Question de la salle : Si c'était à refaire est-ce que vous auriez changé quelque chose ?

U.V. : On voulait que ce soit une expérimentation, une action de désobéissance et d'expérimentation, on s'est dit on va essayer mais on était conscients que ça pouvait planter. On avait trois scénarios dans le cas où ça plante, on n'a pas envie de réagir à des deadlines dictées par les adversaires donc on a posé la date du canular quand on voulait. Avoir des temps de résidence en groupe ça a super bien marché, ça marche très bien quand on a envie de le faire et moins quand on n'a pas envie. L'équipe organisatrice est très jeune donc trop de casse-tête, gestion des droits, presse, bénévole, direction artistique, si c'était à refaire on mettrait en place plus de rôles car en tant que coordinateur on avait trop de casquettes à gérer.



Question de la salle : Est-ce que vous prolongeriez le canular pour que ça prenne plus d'ampleur ?

J.P. : Au départ on voulait faire tenir le canular trois mois, faire un chantier sous la tour Eiffel mais ce n'est pas possible car globalement la durée de 1 jour est déjà un peu longue pour un canular. En un jour tous les articles de presse ont dit que c'était un canular, donc il n'y avait pas besoin que ça dure plus longtemps que ça, et humainement c'était mieux et pour les gens aussi, à la fois pour les militants et les personnes visées.



Question de la salle : Est-ce que vous craigniez les poursuites judiciaires liées au canular ?

U.V. : On a pris un avocat pour se renseigner sur qu'est-ce que la diffamation et anticiper les poursuites. Total n'a jamais été mentionnée, nous n'avons jamais accusé l'entreprise Total, nous l'avons évoquée par la direction artistique, ils ne pouvaient pas nous attaquer. On a mis nos noms et nos visages visiblement, ce qui est un choix rare pour des actions militantes. Si Total voulait nous accuser ça aurait totalement été dans notre sens donc on n'a pas ressenti trop de stress, les émotions étaient vraiment sur les gens à partir du samedi parce qu'on ne savait pas si les lettres d'expropriation allaient prendre puis le standard a commencé à sonner avec des centaines d'appels jusqu'à tard.

J.P. : On avait le scénario flop ça ne marche pas, le scénario ça marche un peu ou le scénario ça marche très bien. A titre individuel on était prêts pour un procès car ça aurait signifié un grand succès du canular pour faire sortir l'entreprise de ses positions mais ils ne pouvaient pas le faire car on a utilisé dans le canular les mêmes arguments qu'eux.



Question de la salle : Est-ce que vous avez pris contact avec des personnes visées par EACOP ?

J.P. : Oui c'est via la coalition internationale qu'on a eu des financements pour ce projet. On a fait venir des militants pour faire du plaidoyer sur le projet, et proposer une collaboration pour éviter le néo-colonialisme. On envoie aussi le documentaire à des personnes qui font des formations sur place.





L'association Acte Lab organise tous les mois des événements autour des sciences comportementales et de la transition écologique. Si vous le souhaitez, vous pouvez adhérer à l'association pour 5€, afin d'être tenu.e au courant de nos prochains événements :

<https://www.helloasso.com/associations/laboratoire-pour-une-approche-comportementale-de-la-transition-ecologique>.

Pour vous inscrire à la newsletter de l'Académie du Climat et recevoir sa programmation, c'est ici [👉 https://lc.cx/VzV83z](https://lc.cx/VzV83z).

Merci à l'Académie du Climat de nous avoir accueilli.es, au collectif Le Bruit qui Court, à Aurore, Morgan et Camille pour leur participation à la table ronde, et bien sûr à tous les participant.es !

Merci !



Références

Brosch, T. (2021). Affect and emotions as drivers of climate change perception and action: A review. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 42, 15–21. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2021.02.001>

Butterfield, B., & Metcalfe, J. (2001). Errors committed with high confidence are hypercorrected. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 27(6), 1491–1494. <https://doi.org/10.1037/0278-7393.27.6.1491>

Modirshanechi A, Becker S, Brea J, Gerstner W. Surprise and novelty in the brain. *Curr Opin Neurobiol*. 2023 Oct;82:102758. doi: 10.1016/j.conb.2023.102758. Epub 2023 Aug 22. PMID: 37619425.

Nathan J. Shipley, Carena J. van Riper, Pride and guilt predict pro-environmental behavior: A meta-analysis of correlational and experimental evidence, *Journal of Environmental Psychology*, Volume 79, 2022, 101753, ISSN 0272-4944, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101753>.

Schwartz SEO, Benoit L, Clayton S, Parnes MF, Swenson L, Lowe SR. Climate change anxiety and mental health: Environmental activism as buffer. *Curr Psychol*. 2022 Feb 28:1-14. doi: 10.1007/s12144-022-02735-6. Epub ahead of print. PMID: 35250241; PMCID: PMC8883014.

