

Accompagner le changement de comportement

*Apports des sciences humaines et sociales en éducation à
l'environnement et au développement durable*

DOSSIER TECHNIQUE

Mot d'introduction

La transversalité de l'éducation à l'environnement et au développement durable est indissociable de la dynamique scientifique transdisciplinaire. Les enjeux pédagogiques et méthodologiques de l'éducation à l'environnement et au développement durable font appel aux sciences comportementales ; incluant les sciences humaines et sciences sociales ou encore aux enjeux des sciences cognitives telles que les neurosciences, afin de comprendre le « passage » d'un comportement à un autre.

Investir le champ de l'éducation à l'environnement et au développement durable, c'est dépasser la transmission de la connaissance et de l'information, c'est vouloir inscrire inter individuellement de nouveaux modes de rationalité comportementale.

Le GRAINE Provence-Alpes-Côte d'Azur s'interroge légitimement sur les problématiques scientifiques des sciences de l'éducation pour permettre plus d'efficacité dans la promotion et le développement de ses enjeux sur le territoire.

Ce diagnostic réalisé dans le cadre de ce projet sur les avancées théoriques dans les différentes disciplines des sciences humaines et sociales encore appelé état de l'art, outre son intérêt scientifique, doit permettre d'orienter les accompagnements vers les acteurs en matière d'adaptation des compétences pédagogiques, d'intégration dans les pratiques professionnelles.

Par ailleurs, le lien entre le secteur professionnel de l'éducation à l'environnement et au développement durable et la réflexion scientifique autour d'une recherche action pourra s'inscrire dans une dynamique d'expérimentations et d'actions transformatrices de nos métiers et de nos pratiques.

Il importe aujourd'hui de partager, faire partager les résultats de cette étude, de faire perdurer une dynamique de veille scientifique et convertir ce diagnostic dans notre action générale et nos actions spécifiques de réseau.

Nous espérons que la lecture de cette étude, son intégration vous mobiliseront autant que nous avons eu d'intérêt à la porter.

Guy Parrat, Président
GRAINE Provence-Alpes-Côte d'Azur



Remerciements

Ce dossier technique a été réalisé en collaboration avec de nombreux acteurs. Au travers des rencontres et réunions, l'investissement de chacun a enrichi le travail et rendu sa concrétisation possible. Tout au long du projet, la confrontation entre les différents points de vue a permis d'élargir les perspectives de travail et de l'enrichir en ce sens.

Merci aux membres du comité technique pour les échanges sans lesquels ce travail n'aurait pas été le même. Merci donc à la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, à la Métropole Aix-Marseille Provence, au CPIE Côte Provençale, au CPIE Îles de Lérins Pays d'Azur, à Méditerranée 2000, au CRES Provence-Alpes-Côte d'Azur, et à la DREAL pour leur implication dans ce projet.

Merci à nouveau à la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur pour le soutien technique et financier, ainsi que pour leur intérêt prononcé pour cette thématique.

Merci au Laboratoire de Psychologie Sociale d'Aix-Marseille Université et les professeurs qui se sont associés pour leur appui sur ce projet.

Et surtout, merci infiniment à Théa Cosnier, l'autrice de ce dossier technique, pour son travail de qualité et son professionnalisme tout au long de ce projet.

Marie Laudat
Chargée de projets
GRAINE Provence-Alpes-Côte d'Azur



*Projet soutenu financièrement et techniquement par la
Région Provence-Alpes-Côte d'Azur*

Sommaire

01	Contextualisation	6
02	Introduction théorique	7
03	Préparation au changement	11
	Traitement de l'information et biais cognitifs	12
	Motivation défensive	19
	Distance psychologique	24
	Dilemme social	26
	Éco-anxiété	29
04	Changement	35
	Dissonance cognitive	36
	Théorie du comportement planifié	40
	Théorie de l'installation	49
05	Pérennisation du changement	59
	Nature de la motivation	60
	Internalisation et habitudes	66
	Identité sociale et changement collectif	68
	Pérennisation : contamination positive	74
06	En conclusion	80
07	Répertoire des acteurs pertinents	84
08	Lexique	86
09	Références	91

01. Contextualisation

Ce dossier technique a été conçu dans le but d'étudier l'apport des sciences sociales et humaines pour favoriser le changement de comportement. A la lumière des théories issues de ces disciplines, l'objectif de ce travail est d'identifier les freins et motivations au changement et de valoriser les outils et méthodologies existants pour l'accompagner. Ces concepts théoriques seront illustrés au travers d'actions mises en place sur le terrain par l'éducation à l'environnement et au développement durable (EEDD) en Provence-Alpes-Côte d'Azur.

L'éducation à l'environnement et au développement durable (EEDD) est une éducation émancipatrice qui se donne pour objectif de rendre l'individu plus conscient de son environnement naturel et de sa relation à celui-ci, afin qu'il interagisse avec de façon plus responsable. Elle cherche à faire évoluer les connaissances et les comportements relatifs à cet environnement et à sa relation à l'Homme. Elle est donc essentielle à la transition écologique, puisqu'elle met en place des actions visant à la protection de l'environnement tout en invitant les individus à devenir acteur de cette transition.

La transition écologique conçoit le développement dans une perspective long-terme prenant en compte les contraintes écologiques, sociales et économiques. Cette notion est née de la nécessité de prendre conscience et d'intégrer, dans les modèles de développement, les limites planétaires. La crise environnementale est une problématique complexe, soulevant différents enjeux, à des niveaux collectifs et individuels. Face à cette crise, plusieurs réponses existent : investissements ciblés, instruments politiques adaptés, accélération d'innovation, changement de comportement. C'est sur cette dernière stratégie que se concentre ce rapport.

Mais qu'est-ce que le changement de comportement ? Derrière ce terme, beaucoup d'éléments peuvent être sous-entendus : il peut notamment avoir une connotation péjorative, celle de dire qu'il existerait un bon et un mauvais comportement. L'accompagnement au changement de comportement prendrait-il alors une dimension moralisatrice ?

Cette idée contredit pourtant les valeurs portées par l'EEDD (1) : celles de sensibiliser bien sûr, mais surtout d'élargir les consciences, de développer un esprit critique afin de pouvoir appréhender les problématiques environnementales. Cette prise de conscience est recherchée afin de favoriser l'investissement des individus dans un environnement meilleur : la sensibilisation et la conscientisation sont donc encouragées dans l'espoir qu'elles engendrent un changement dans les habitudes. Mais ce changement devrait toujours suivre la prise de conscience. Ainsi, plutôt que de parler de changement, on pourrait parler d'adaptation : l'adaptation des comportements pour qu'ils soient cohérents avec les nouveaux savoirs, les valeurs acquises. Le terme adaptation porterait alors une dimension volontaire, dans le sens où l'adoption du nouveau comportement se ferait avec la connaissance de ce pourquoi il est mis en place.*

*Dans ce travail, nous continuerons de parler de changement de comportement, car il s'agit de la terminologie la plus couramment utilisée dans les références mentionnées. Toutefois, derrière cette notion, nous parlons bien d'adaptation tel que définie dans ce paragraphe.

Pour faire face à la crise environnementale, l'une des solutions serait donc de favoriser l'adoption des comportements pro-environnementaux. Les comportements pro-environnementaux, peuvent être définis de deux façons différentes (2) :

- Soit l'on définit un comportement pro-environnemental par son impact sur l'environnement, sans prendre en compte l'intention derrière le comportement : dans ce cas de figure, l'achat d'une option écologique sous prétexte qu'elle représente un coût financier moindre est un comportement pro-environnemental, puisqu'il a un impact positif sur l'environnement.
- Soit l'on considère qu'une action est un comportement pro-environnemental si elle a été mise en place dans l'intention d'avoir un impact positif sur l'environnement : si l'on reprend l'exemple précédent, on ne considérerait alors plus qu'il s'agit d'un comportement pro-environnemental, la personne ayant fait ce choix pour des raisons financières et non nécessairement écologiques.

L'EEDD est a priori plutôt dans la recherche des éco-gestes de second type, ceux qui sont motivés par la contribution à la protection de l'environnement.

Alors comment favoriser les comportements pro-environnementaux ? Les freins et résistances au changement sont très nombreux : ils peuvent être individuels ou collectifs, mais aussi psychologiques, sociaux, cognitifs, systémiques, contextuels. Ils vont avoir un impact sur l'action de l'EEDD puisqu'ils constituent un obstacle à l'atteinte de son objectif. Afin de les contourner, la première étape est de pouvoir les identifier. C'est tout l'objet de ce dossier.

02. Introduction théorique

Les sciences humaines et sociales

Les sciences humaines et sociales (S.H.S. ci-après) regroupent différentes disciplines cherchant à comprendre les influences des faits sociaux, des autres ou du contexte sur les comportements et les attitudes des êtres humains. Les SHS ont un champ d'étude très large, toutes ne sont donc pas pertinentes et n'ont pas été sélectionnées pour la constitution de l'état de l'art. Les SHS exclues sont celles qui n'ont pas pour cœur d'étude le comportement humain ou son rapport à son environnement physique et social.

SHS1 : marché et organisation

Inclue : économie

L'économie possède tout un champ d'étude, notamment la micro-économie, sur la façon dont les individus déterminent leurs choix en fonction de leurs revenus et des informations transmises par l'environnement. Elle sera donc utile à l'état de l'art pour étudier la question de la prise de décision.

Exclues

Finance, management

SHS2 : normes, institutions et comportements

Inclues : anthropologie, information et communication	Les études d'anthropologie ont été conservées puisqu'elles permettent de prendre en compte l'aspect culturel et le rapport entre l'homme et la nature. Les études issues de l'information et de la communication permettront d'aborder les aspects liés à la médiatisation et à la sensibilisation à la problématique environnementale
Exclues	Droit, science politique, ethnologie, démographie

SHS3 : espace, environnement, et société - exclues

Exclues	Études environnementales, géographie, aménagement du territoire
---------	---

SHS4 : esprit humain, langage, éducation

Inclues : sciences cognitives, psychologie, sciences de l'éducation sociologie	La psychologie, c'est-à-dire l'étude du fonctionnement de l'activité mentale (pensées, émotions et comportements associés) a été incluse dans l'état de l'art. Ces sous-disciplines (psychologie sociale, clinique, cognitive) permettent d'étudier différents aspects du comportement humain : processus psychiques d'un individu ou d'un groupe, influence de la présence réelle ou imaginée d'autrui sur le comportement, fonctions cognitives de l'humain, etc. La sociologie est l'étude de la construction, du fonctionnement et de la transformation des sociétés. Elle permettra de comprendre l'inscription sociétale de la problématique. Elle va donc apporter un éclairage sur les leviers d'actions existants au niveau de l'interaction entre l'individu et les objets techniques, et entre l'individu et son environnement de vie. Les sciences de l'éducation permettent d'étudier les aspects techniques mais aussi conceptuels de l'éducation, elles ont donc un apport théorique et pratique, centré sur les outils et méthodologies.
Exclues	Sciences du langage, STAPS

SHS5 : langues, textes, arts et culture – exclues

Exclues	Langues, littérature, art, philosophie, religion, histoire des idées
---------	--

SHS6 : mondes anciens et contemporains – exclues

Exclues	Histoire, archéologie, histoire de l'art
---------	--

Au travers des différentes théories portées par ces disciplines, les S.H.S. permettent d'étudier les freins individuels, sociaux et sociétaux au changement de comportement. Les outils et méthodologies issus de ses disciplines permettent de contourner ces résistances et sont aussi valorisées dans ce qu'ils peuvent apporter à l'EEDD.

Accompagner le changement

Le changement de comportement est une notion qui implique beaucoup de concepts théoriques issus de différentes disciplines des S.H.S.. Afin d'organiser et de faire du lien entre ces concepts, nous nous référerons, dans la suite de ce travail, au modèle transthéorique du changement de comportement de Prochaska et Diclemente (3). A l'origine conçu pour modéliser le changement de comportement en addictologie, ce modèle a été largement démocratisé et est aujourd'hui couramment utilisé pour rendre compte des processus de changement dans de nombreuses problématiques.

Ce modèle considère que le changement suit les stades suivants. Chaque étape est nécessaire à la suivante. La rechute est possible à chaque stade, et elle est très courante, elle doit donc être prise en compte dans la modélisation et l'accompagnement au changement.

1. Précontemplation : pas de conscience de la problématique ou de son ampleur : aucune intention de changement

2. Contemplation : manifestation des premières ambivalences. Des arguments contre et en faveur du changement de comportement coexistent chez l'individu. Celui-ci envisage le changement, mais les bénéfices du comportement à abandonner pèsent encore lourds dans la balance. Le niveau de connaissance est toujours insuffisant.

3. Préparation à l'action : intention de changer, planification de l' action. L'individu définit des objectifs intermédiaires et les moyens adaptés pour y parvenir.

4. Action : première expérimentation du changement, les habitudes sont bouleversées

5. Maintien : après la première expérimentation, le défi est maintenant de maintenir le nouveau comportement dans le temps

6. Terminaison : internalisation définitive dans les habitudes. Le comportement est devenu automatique

Dans la suite de ce dossier, les différentes résistances et motivations seront présentées en suivant le modèle du changement. Organiser les notions selon ces stades montre que les besoins ne sont pas les mêmes en fonction de là où l'individu se situe dans son changement. Une personne au stade 1 ne fera pas face aux mêmes obstacles et ne devra donc pas être accompagnée de la même façon qu'une personne au stade 5. Des freins différents impliquent donc une adaptation de l'accompagnement et des interventions, les individus n'étant pas sensibles aux mêmes informations et méthodes de sensibilisation.

Il est important de noter que les auteurs des théories présentées dans ce rapport n'ont pas cherché à inclure leurs concepts dans le modèle du changement de comportement. Il s'agit ici d'un classement subjectif visant à faciliter la lecture et la compréhension du changement. La plupart des concepts issus des théories présentés agissent de manière plus ou moins importante aux différents stades du changement.

Pour faciliter la lecture des informations, les stades seront regroupés en trois grandes phases de changement identifiables parmi les 6 stades (4) :

1 Préparation au changement

La première partie concerne les deux premiers stades du changement, pré-contemplation et contemplation. Elle a pour objectif de mettre en évidence les freins liés à l'information et à la prise de conscience.

Notions abordées : traitement de l'information, motivation défensive, distance psychologique, dilemme social et éco-anxiété

2 Changement

La seconde partie regroupe les deux stades suivants, préparation à l'action et action. Les freins à ce stade portent surtout sur la question de la capacité individuelle et matérielle, du contexte physique et social.

Notions abordées : dissonance cognitive, théorie du comportement planifié (attitudes, normes, contrôle comportemental) et théorie de l'installation

3 Pérennisation du changement

Cette dernière partie regroupe les stades du maintien et de la terminaison. Elle sera consacrée à la motivation au maintien et à l'atteinte de l'internalisation du comportement.

Notions abordées : nature de la motivation, habitudes, identité sociale, contamination positive

03. PRÉPARATION AU CHANGEMENT

PRÉCONTEMPLATION ET CONTEMPLATION

La phase de pré-contemplation précède le changement, celui-ci n'étant alors pas envisagé par la personne. Elle n'a pas conscience de la problématique, de son ampleur, et/ou de la nécessité de mettre en place un changement. Ce n'est qu'au stade de contemplation que les premières ambivalences apparaissent. Les freins à ce niveau portent sur l'information, la façon dont elle est traitée et réinterprétée, ainsi que sur sa relation au changement de comportement.

3.1.	Traitement de l'information et biais cognitifs	12
3.2.	Motivation défensive	19
3.3.	Distance psychologique	24
3.4.	Dilemme social	26
3.5.	Eco-anxiété	29
3.6.	Applications sur le terrain	31
	• Campagne Inf'eau Mer (Collectif de 15 structures)	31
	• L'Escape Game XXL Environnement, Biodiversité et Changement Climatique (G-Addiction Jeunesse Citoyenne)	32
	• Cannes Version Nature (Méditerranée 2000)	33
	• Classe de découverte de la Mer (CPIE Îles de Lérins et Pays d'Azur)	33

3.1. Traitement de l'information et biais cognitifs

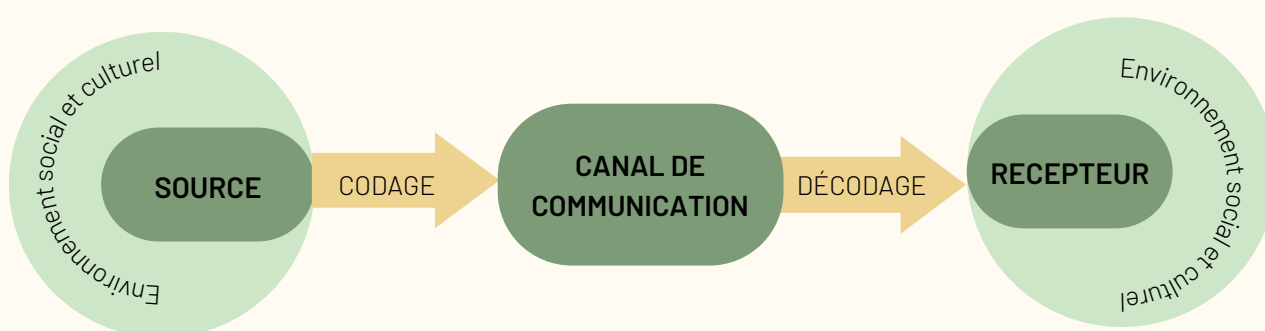
Dans cette première phase, les freins sont multiples. Le plus évident est celui du manque de connaissance, qui peut s'expliquer par plusieurs éléments.

Absence d'information

Il peut d'abord être une conséquence d'une information et médiatisation insuffisante de la problématique. Néanmoins, selon un rapport de l'ADEME (5), la crise environnementale est l'une des préoccupations principales des Français en 2020, ce qui laisse entendre que la population a donc connaissance de la problématique. Le climato-scepticisme tel qu'il est défini originellement, c'est-à-dire le rejet du consensus scientifique sur le changement climatique, n'est a priori pas le frein au changement le plus important sur le territoire.

Modèle de communication et biais cognitifs

Une autre explication avancée se situe au niveau de l'intégration et de l'interprétation des informations. Le modèle de la communication classique suit les étapes suivantes : la source envoie un message qui passe par un canal de communication avant d'atteindre le récepteur (6). Le modèle d'amplification du risque (7) montre que le message envoyé par la source est codé d'une certaine manière, transformé par le canal de communication, puis réinterprété par le récepteur. A toutes les étapes de la communication, le message originel risque donc d'être déformé, et il est fort probable qu'une fois intégré par le récepteur, il ait été amplifié ou minimisé.



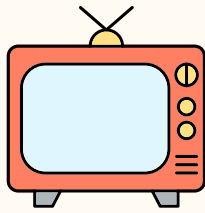
Le traitement des informations fonctionne sur deux systèmes de pensée (8) : le système 1, qui est un système rapide, intuitif et basé sur l'émotion ; et le système 2, qui est un système plus lent, réfléchi, et logique, qui va permettre un traitement de l'information en profondeur. Nous faisons toujours preuve d'économie cognitive, c'est-à-dire que nous cherchons à traiter l'information le plus rapidement et facilement possible : autrement dit, nous fonctionnons la majeure partie du temps sur le système 1. Ce système est **heuristique**, il se base sur des opérations intuitives et rapides qui permettent généralement de mettre en place le comportement adapté au prix d'un moindre effort mental. Mais ce traitement automatique peut aussi entraîner des erreurs de raisonnement inconscientes, des **biais cognitifs**, qui engendrent une réponse comportementale non-optimale. Il existe un très

grand nombre de biais cognitifs, ainsi nous explorerons ici uniquement ceux qui ocurrent le plus dans le cas des communications sur la crise environnementale (9) :

- Biais d'aversion à la perte : le biais d'aversion à la perte nous mène à surestimer les pertes éventuellement liées au changement de comportement et à sous-estimer les gains. Ce biais est particulièrement inhibiteur dans le cas de la crise environnementale, puisqu'il nous rend très réticent au changement et à la perte de ce qui est acquis.
- Biais d'autorité : ce biais nous fait accorder plus d'importance aux discours des personnes représentant le savoir scientifique, c'est ce qu'on appelle l'effet « blouse blanche ». Dans notre société où la problématique environnementale est l'objet de débats, de nombreuses idées sont exprimées. Bien que certaines relèvent plus de l'opinion que du savoir scientifique, le même crédit peut leur être accordé si la personne qui les expriment est perçue comme crédible et légitime. A l'inverse, un savoir scientifique porté par une personne qui ne semble pas crédible ou légitime se verra accorder beaucoup moins de valeur.
- Biais d'optimisme comparatif : lorsque nous faisons preuve d'optimisme comparatif, nous considérons que rien ne peut nous arriver et que les informations entendues ne sont valables que pour les autres. Le biais fonctionne dans les deux sens : nous avons tendance à considérer que les événements positifs ont plus de chance de nous arriver qu'aux autres, et également que les événements négatifs seront plus courants pour autrui que pour soi. Dans le cas de la crise environnementale, cela peut donc entraîner une minimisation, voir un déni des informations nous concernant.
- Biais de confirmation : ce biais nous mène inconsciemment à toujours chercher l'information qui validera nos hypothèses préconçues. Concrètement, nous avons tendance à nous informer uniquement auprès des sources compatibles avec nos croyances, et à ne retenir que les informations allant dans le sens de ces croyances. Les informations qui les contredisent sont à l'inverse minimisées ou ignorées. Ainsi, une personne motivée à remettre en question le changement climatique se renseignera majoritairement auprès de sources partageant des informations climato-sceptiques et ne retiendra pas bien celles contredisant cette croyance.

Les biais cognitifs nous amènent donc à sélectionner les informations que nous souhaitons traiter, ainsi qu'à les traiter et les réinterpréter selon nos connaissances déjà-là. Ils sont donc un frein très important à la sensibilisation et à l'apport de connaissances sur la crise environnementale.

Biais cognitifs



J'entends beaucoup parler de la problématique
environnementale dans les médias.
Comment est-ce que je reçois ces informations ?

Je traite l'information de
manière automatique
et rapide (système 1)

Je suis donc plus sensible
aux biais cognitifs

Je prends le temps de traiter
l'information en profondeur
(système 2)

J'acquiers des
connaissances sur le sujet

Je pense que je
perdrais plus à agir
qu'à ne rien changer

(Aversion à la perte)

J'ai le sentiment que
cela n'est valable que
pour les autres

(Optimisme
comparatif)

L'information est
contraire à mes
hypothèses
préconçues

(Biais de confirmation)

Je considère que la
source n'est pas
crédible

(Biais d'autorité)

Je considère l'information mais ne fais pas le
lien avec mon comportement

J'ignore l'information

1. ADAPTER LA COMMUNICATION ET L'INFORMATION

A ce stade-là, il faut bien évidemment continuer d'informer. Si l'information ne suffit pas pour mettre en place un changement, elle est tout de même nécessaire à ce changement, puisque sans elle, il est impossible de passer au stade suivant. Il faut donc continuer de communiquer, mais adapter cette communication en prenant en compte les différents biais existants.

Faciliter la communication des informations

Etant donné que nous cherchons toujours à répondre au principe d'économie cognitive, il faut composer avec. Cela peut passer par plusieurs procédés. Dans un premier temps, il ne vaut mieux pas submerger les personnes d'informations, le mieux restant de se contenter de 5 à 9 informations à la fois (10). Elles peuvent également être simplifiées : utiliser des schémas, présenter les chiffres sous forme de pourcentage, etc . Il peut aussi être intéressant de rendre les informations vivides, en les faisant passer par des images : elles capteront plus l'attention qu'un message écrit, ce qui permettra un traitement plus en profondeur de l'information, et donc une meilleure mémorisation de cette dernière. Plus les informations sont vivides et faciles à traiter, plus l'individu les intégrera dans ses connaissances (11).

Crédibilité de l'information

Il ne faut pas non plus minimiser les facteurs liés à la crédibilité de l'information : celle-ci doit être référencée, et dans l'idéal la source doit être perçue comme crédible et légitime dans son domaine par le public. Ainsi, le déni de l'information lié au biais d'autorité peut être réduit (12).

Personnaliser le message

Le biais d'optimisme comparatif peut-être lui aussi contourné en personnalisant le message : l'idéal est d'avoir un public suffisamment défini pour que le message s'adresse directement à ce groupe et pas à la population générale. Ainsi, les cibles de comparaison de l'individu se situeront dans son propre groupe : en se comparant à des personnes qu'il considère connaître, il se montre moins optimiste qu'en se comparant à un groupe général et vague comme « les autres » (13).

2. UTILISER LES BIAIS AUTOMATIQUES POUR FAVORISER L'INFLUENCE SOCIALE

Les biais ne peuvent toutefois pas être complètement contournés, ce sont des fonctionnements cognitifs qui ne peuvent être désappris. Il faut donc essayer de les minimiser au maximum, tout en restant conscient de leur existence et de leur rôle. Il peut aussi être pertinent de rendre le public-cible conscient de ces automatismes afin que celui-ci apprenne à les éviter le plus possible à son tour.

Soumission librement consentie

La **soumission librement consentie (14)** est un modèle qui propose justement des procédures utilisant nos automatismes. Elle repose sur deux principes. D'abord, donner le statut d'acteur à l'individu en le déclarant libre d'agir ou non : ainsi il est responsable de sa décision. Ensuite, mettre l'individu dans un état de *mindlessness*, dans lequel il n'est pas capable de traiter l'information : il fonctionne donc sur un traitement de l'information automatique. Ce deuxième principe montre que nous pouvons utiliser les traitements automatiques et scripts pour augmenter la probabilité qu'une demande soit acceptée. Voici quelques procédures issues de ce modèle :

- « Et ce n'est pas tout » (15) : cette technique propose d'enchaîner deux demandes, la seconde étant plus alléchante que la première (bénéfice plus important ou coût plus faible). En ne laissant pas le temps au sujet de traiter correctement la demande, la probabilité qu'elle soit acceptée augmente. Cette technique est toutefois risquée, puisque si la première demande est perçue comme trop coûteuse, l'individu refusera, et ce quel que soit le bénéfice accordé dans la seconde demande.
- Le casser-recadrer (16) : cette méthode part du postulat que face à une demande, nous refusons de manière très automatique. Il s'agit d'un script de communication, le script de refus. Présenter un message de manière originale, étrange, ou inattendue permet de rompre le script de refus. L'individu devient alors plus attentif à la demande, il réévalue sa réponse et les avantages qu'il pourrait en tirer.
- Le pied dans la porte (17) : cette procédure consiste à faire une demande de faible coût pour pouvoir faire une demande plus coûteuse par la suite. La demande peu coûteuse fait office d'acte préparatoire qui permet plus d'engagement dans le comportement plus coûteux attendu.
- Crainte puis soulagement (18) : cette technique repose sur l'idée que la réduction soudaine d'une crainte ou d'une menace va permettre d'augmenter la soumission à la demande. Le soulagement généré par la réduction de la tension due à la crainte rend le sujet plus susceptible de se soumettre. Cette technique peut fonctionner avec d'autres balances émotionnelles fortes, comme le passage de la joie à la déception.

Il existe de nombreuses autres procédures issues du modèle de la soumission librement consentie et ayant fait leur preuve. Ces méthodes partagent l'idée que la soumission et l'influence sociale peuvent reposer sur les traitements déficitaires de l'information, puisque nous fonctionnons par défaut sur des automatismes.

Les nudges

Les nudges, en français « coups de pouce », proposent de mettre les individus dans un contexte de choix qui les incitent à adopter un comportement spécifiquement recherché. Un nudge repose donc sur une modification de « l'architecture de choix » qui permet un changement de comportement de manière prévisible (le nudge doit être transparent) et libre (toutes les options doivent rester accessibles)(19). Le nudge repose donc sur les traitements automatiques. Plusieurs stratégies sont associées aux nudges (20) :

Saillance perceptive

Faire en sorte que l'un des choix soient plus visibles qu'un autre dans l'environnement, par exemple dans une cafétéria mettre les repas sains en avant et les repas moins bons pour la santé en arrière.

Rappel des normes sociales

Nous en reparlerons dans la suite de ce document, mais informer l'individu sur ce que les autres font ou valorisent influence son choix. Les phrases types « 90% des gens font... » sont donc des nudges.

Modifier les choix par défaut

A titre d'exemple, le fait qu'une option d'impression recto-verso soit proposée par défaut sur les imprimantes permet une économie de papier importante.

Rendre un choix plus simple que les autres

L'utilisation d'un code universel, comme les éco-labels, permettent de simplifier la lecture de l'information et d'orienter la personne vers un choix sans lui demander un traitement supplémentaire.

Mettre en avant les conséquences des comportements

- En soulignant les avantages du comportement à adopter
- En fournissant un feedback sur les conséquences négatives ou positives des comportements passés.

Stratégie de pré-engagement

Elle s'inscrit dans une démarche de communication engageante, sur laquelle nous reviendrons par la suite. L'idée est d'inciter les individus à s'engager dans un plan d'action souhaité, ce qui les rends plus susceptibles de le mettre en place par la suite. Cela peut fonctionner aussi avec un indice de rappel, comme distribuer un badge par exemple.

Inviter les individus à expliciter leurs intentions d'action

Une simple question type « envisagez-vous de... ? » permet de poser un contexte spécifique dans lequel inscrire l'action.

Le rappel

Par inertie, omission ou procrastination, nous pouvons parfois oublier d'agir comme souhaité. Un rappel, comme un sms ou un mail, permet de contourner cela.

Rendre un choix plus ludique que les autres

un exemple typique de ce type de nudge est celui des cendriers sur lesquels sont inscrites des questions auxquelles les personnes peuvent répondre en jetant leur mégot.



Pour inciter les fumeurs à jeter leurs mégots, ce "cendrier-sondage" repose sur le principe de rendre le comportement ludique



Ce nudge créé pour les parcs nationaux repose à la fois sur le principe de rappel des normes sociales, et sur celui de souligner les conséquences positives du comportement.

LIMITES DE LA SOUMISSION CONSENTIE ET DU NUDGE

Bien que la soumission librement consentie et les nudges respectent l'autonomie des individus puisque les participants restent libres de choisir, ces méthodes présentent tout de même une limite importante : elles n'encouragent pas un engagement réfléchi et conscient dans le comportement. Cette limite est éthique, dans le sens où l'individu n'est pas considéré dans sa capacité à être rationnel. C'est aussi une limite en termes de résultat, le comportement ne risquant pas de se généraliser à d'autres ni de se maintenir dans le temps. Il est toutefois intéressant de connaître ces méthodes et de les garder à l'esprit, puisqu'elles soulèvent des aspects primordiaux sur la façon dont nous traitons les informations et y réagissons. Elles peuvent aussi être utilisées dans des actions ponctuelles ne nécessitant pas d'engagement réel.

3.2. Motivation défensive

Pourrions-nous être motivés à ignorer les informations sur la crise environnementale ?
La problématique soulevée par le changement climatique est une information menaçante à plusieurs niveaux.

Se défendre en tant qu'individu

Pour l'individu, elle pose une menace sur son intégrité, sa santé, la pérennité de son espèce et de son habitat. Il va donc chercher à se défendre de cette menace par plusieurs moyens : c'est ce qu'on appelle la **motivation défensive** (21). La motivation défensive oriente le traitement de l'information de façon à préserver ce que nous avons acquis et à ne pas mettre en doute nos croyances. Elle peut prendre plusieurs formes autres que l'action :

- La minimisation : l'individu va considérer que la problématique environnementale n'est pas si grave que les communications le laissent à penser. La minimisation peut s'expliquer en partie par le biais d'optimisme comparatif mais aussi par l'optimisme spatial. L'optimisme spatial (22) repose sur la distance dans le temps et la distance géographique : les problématiques environnementales mobilisent des perspectives temporelles allant du passé/futur à l'ici/ailleurs. La problématique environnementale peut donc sembler particulièrement lointaine dans le temps, et ses conséquences sont aussi associées à des territoires lointains.
- Le déni : le déni du changement climatique peut trouver son origine dans différentes interprétations faites des informations communiquées. A titre d'exemple, dans une enquête de l'ADEME (5) sur les représentations du changement climatique en 2021, 22% des participants considéraient que la crise environnementale avait une origine naturelle et non anthropique, parmi lesquels seuls 4% admettaient une coexistence entre les deux origines. Il ne s'agit là que d'un exemple précis, mais nous possédons tous une représentation de chacun des éléments qui composent la crise climatique : ses causes, les solutions, notre rôle. Ainsi, certaines de ces représentations peuvent mener à un déni de la crise et de notre relation à elle.
- Le fatalisme : la représentation du changement climatique comme étant un phénomène uniquement naturel, ou bien encore la représentation des solutions comme ne dépendant pas de l'homme, peuvent mener au fatalisme. Ce fatalisme peut aussi être engendré par une reconnaissance de la problématique environnementale qui ne s'accompagne pas d'une reconnaissance des solutions potentielles : la problématique paraissant alors démesurée, plus aucune solution n'est envisageable pour l'individu. Le fatalisme peut mener à de l'inaction, mais également à une augmentation des comportements anti-environnementaux, les individus considérant que dans tous les cas, une catastrophe climatique finira par advenir.
- Le renforcement de ses propres croyances : pour défendre sa position et ses comportements actuels, l'individu sera motivé à renforcer ses croyances déjà-là. Cela peut favoriser le biais de confirmation, l'individu cherchant à valoriser ses croyances et à ignorer les informations les contredisant.

Défendre ses croyances et représentations sociales

Mais quelles sont les croyances que nous sommes motivés à défendre ? Les **représentations sociales** (23) sont des reconstructions de la réalité : elles se construisent en référence aux croyances et aux valeurs déjà présentes chez l'individu et son groupe. Les représentations s'organisent dans un système représentationnel, c'est-à-dire un ensemble d'informations au sens large sur l'objet. La représentation sociale est considérée comme une connaissance, et ce même si elle diffère de la réalité : savoir profane et savoir scientifique ont le même poids dans la prise de décision des individus. Parmi les représentations sociales de l'environnement, on peut retrouver l'idée que l'ingéniosité humaine et la technologie nous sortiront de la crise écologique, ou encore que l'accès illimité aux ressources de la nature est un besoin et un droit humain (24). Ce ne sont que quelques exemples mais ils permettent d'illustrer comment ces différentes représentations peuvent jouer un rôle sur la motivation défensive.

Défendre le système

En outre, les informations sur le changement climatique ne menacent pas que l'individu : les solutions avancées pour y faire face vont dans le sens d'une remise en question du système dans lequel l'individu évolue, et proposent de le modifier. L'un des premiers besoins de l'homme est de maintenir le plus possible un sentiment de certitude et de stabilité : la menace du système met justement en péril ces besoins. Nous sommes donc motivés à rétablir ces sentiments, ce qui peut passer par la défense du système comme étant légitime, juste et bénéfique. C'est justement l'objet de la théorie de la justification du système (25) : nous cherchons à justifier le système lorsqu'il est mis en péril, et ce d'autant plus que nous sommes privilégiés par ce système. Ainsi, la justification du système a des conséquences positives à court-terme et pour l'individu, en lui permettant de réduire son anxiété, l'incertitude et la menace. Mais sur le long-terme elle a des conséquences négatives pour le collectif, puisqu'elle est un frein au changement social. Dans le cas de la crise environnementale, faire face à la menace écologique signifie reconnaître que le système actuel a des conséquences négatives, accepter la responsabilité systémique et individuelle de l'état actuel de l'environnement, et enfin admettre que le statuquo doit changer pour espérer éviter un désastre écologique (26). La menace est donc particulièrement importante, et les individus sont susceptibles de vouloir justifier le système pour s'en protéger.

Pour contourner la motivation défensive, il vaut mieux éviter de présenter des informations trop menaçantes pour l'individu et/ou son environnement social. Toutefois, beaucoup d'études et d'interventions utilisent encore aujourd'hui des messages menaçants, ce qui peut interroger sur leur efficacité.

L'appel à la peur

L'appel à la peur (27) est un message persuasif qui a pour objectif d'éveiller de la peur par une description de la menace, souvent très explicite : l'idée est de motiver à l'adoption d'un comportement permettant d'éviter cette menace. Pour éveiller la peur, trois stratégies sont possibles : amplifier la gravité de la menace, augmenter la vulnérabilité face à la menace, ou rendre vivide la menace par l'utilisation d'images, vidéos, ou mots symboliques. Certaines études montrent que la peur peut être efficace à condition qu'elle soit forte : si elle est faible et que l'individu ne se sent pas impliqué dans la menace, alors il traitera automatiquement l'information. Toutefois, si une peur forte favorise un traitement en profondeur de l'information, cela ne le met pas à l'abri de la motivation défensive (27). Au contraire, celle-ci apparaît lorsque la menace est trop forte et qu'elle doit être inhibée pour réduire l'anxiété. Ainsi, la situation où la menace est grande et la vulnérabilité forte est la plus susceptible d'entraîner une adhésion aux recommandations, puisque que l'individu traitera l'information en profondeur, mais aussi la plus susceptible de générer de la motivation défensive. L'appel à la peur n'est donc pas une méthode sans risque. Si l'on décide de l'utiliser, il faut prendre certaines précautions : l'idéal étant de faire ressentir une peur suffisamment forte pour que l'individu se sente concerné par la menace, tout en proposant des ressources suffisantes pour y faire face. Sans ses ressources, l'individu risque de vouloir se défendre de la menace tout en maintenant ses comportements (27).

Contrebalancer les émotions négatives

Les informations concernant la crise environnementale sont par nature menaçantes, il ne s'agit donc pas de les cacher au public, ce qui reviendrait à nourrir des représentations sociales allant dans le sens du déni ou de la minimisation. Une solution consiste à contrebalancer cette menace, ce qui peut se faire par plusieurs procédés :

- **Auto-affirmation** : l'affirmation de valeurs ou de qualités personnelles, par exemple en invitant l'individu à les défendre, peut renforcer son estime de soi. Grâce à cela, l'individu pourra maintenir une identité personnelle positive, et il sera moins motivé à se défendre face à la menace. Il traitera l'information plus objectivement et l'impact de la motivation défensive sur ce traitement pourra être réduit (27).
- **Injection d'une humeur positive** : injecter une humeur positive avant d'exposer

l'individu à l'appel à la peur permet aussi une réduction dans le traitement biaisé défensif. Elle sert de ressource à l'individu pour lui permettre de traiter les recommandations plus objectivement. Utiliser un message d'espoir par exemple peut avoir un effet très positif, puisqu'il permet à l'individu de traiter l'information menaçante tout en accédant à un moyen de résoudre la problématique. L'espoir doit être présenté de façon active, c'est-à-dire qu'il ne doit pas amener l'individu à croire qu'il peut ignorer les menaces et qu'elles partiront d'elles-mêmes (27).

Contourner la justification du système

Pour réduire la justification du système et ses effets délétères, il est possible de rendre l'information moins menaçante pour le système, en présentant par exemple des solutions qui s'y intègre. Un exemple issu d'une étude sur la théorie de la justification du système (26) a été de présenter un mode de consommation durable à une population américaine comme étant « *The American Way of life* » : ainsi les individus n'étaient plus motivés à justifier le système, et les solutions apparaissaient comme compatibles avec celui-ci.

Motivation défensive



Le changement climatique me menace en tant qu'individu et qu'espèce.
Comment réagir face à toutes ces informations ?

J'ai les ressources pour y faire face ! Soutien social, espoir, possibilités d'action, je me sens capable d'affronter cette menace.

JE VAIS AGIR !

Je n'ai pas les ressources suffisantes. Pour me protéger de cette menace...



...je ne considère pas cette information
Comment ?



...je vais assimiler l'information, mais je ne reconnais pas les solutions

Je renforce mes croyances pour justifier mes comportements

Je minimise la gravité des informations

Je nie le changement climatique ou son origine anthropique

Je me sens impuissant(e) et ne vois pas l'intérêt de l'action

Donc,

JE N'AGIS PAS



Si je suis persuadée qu'il n'y a rien à faire, je peux même adopter encore plus de comportements anti-environnementaux

3.3. Distance psychologique

Avec la prise de conscience, apparaissent les premières ambivalences. Ces ambivalences traduisent la coexistence d'une intention de changer et des freins à ce changement. Le risque réel n'est pas équivalent au risque perçu. L'individu va réinterpréter, reconstruire les informations scientifiques transmises en fonction de ses croyances, de sa relation à l'objet, de ses motivations, etc.

Le modèle HAPA (Health Action Process Approach) (28) met en évidence l'effet de plusieurs variables sur l'engagement dans le comportement : **vulnérabilité et gravité perçue**, croyances relatives aux conséquences du comportement, intention comportementale et auto-efficacité perçue. L'**intention comportementale** est une mesure de l'intention à mettre en place le comportement, elle n'est pas nécessairement suivie du comportement. L'**auto-efficacité perçue** est la croyance qu'un individu a sur sa capacité personnelle à atteindre un résultat.

Ces différentes variables peuvent être influencées par la **distance psychologique** entre l'individu et la problématique. Autrement dit, bien qu'il reconnaisse son existence, l'individu ne perçoit pas forcément sa relation au problème, et bien qu'il réalise qu'un changement soit nécessaire, il ne l'identifie pas forcément comme devant être un changement de son comportement. Cette distance psychologique à la problématique peut s'exprimer de plusieurs façons (22) :

- Une distance spatiale : dans le sens où les exemples les plus couramment donnés pour illustrer le changement climatique se déroulent généralement dans des territoires éloignés de la France. On peut prendre comme exemple l'image de l'ours polaire sur la banquise, qui paraît bien éloigné de la réalité quotidienne des personnes vivant sur le territoire français.
- Une distance dans le temps : les comportements préconisés pour faire face à la crise climatique ont des conséquences positives lointaines. Les éco-gestes sont des comportements coûteux dans le présent, mais dont l'impact ne s'observera que dans un futur lointain. L'absence d'une récompense immédiate au comportement peut bien sûr freiner la motivation à changer mais au-delà de cela, elle peut également amener l'individu à ne pas percevoir les liens entre son comportement et ses conséquences. Ainsi, l'individu peut avoir le sentiment de ne pas avoir d'impact.
- Une distance sociale : les conséquences des comportements sont perçues comme plus importantes pour les autres que pour soi, ce qui va dans le sens de l'optimisme comparatif et qui est aussi engendré par la distance géographique. L'individu ne perçoit alors pas forcément la légitimité de son changement de comportement s'il a le sentiment de ne pas pouvoir en bénéficier personnellement.
- Une distance hypothétique : les conséquences des comportements mis en place pour faire face à la crise environnementale sont perçues comme incertaines, ce qui est directement lié à la distance temporelle. Répondant toujours à un besoin de certitude et de contrôle, nous rencontrons alors des difficultés à mettre en place un comportement sans certitude d'avoir des résultats.

La distance psychologique a donc un impact à différents niveaux, et peut générer une déresponsabilisation et un désengagement.

1. RÉÉVALUER LA RELATION COMPORTEMENT / CONSÉQUENCES

A ce niveau, il faut inviter l'individu à réévaluer son rapport à l'environnement et à la crise climatique, à ses comportements, à son impact individuel, etc. En permettant à l'individu de réévaluer son rapport à la problématique, on l'encourage à réduire la distance psychologique. Pour la réduire, le plus efficace reste de créer une récompense immédiate au comportement. Cette solution repose sur le principe du **conditionnement** : l'individu associe le comportement à un stimulus positif ou l'absence de comportement à un stimulus négatif. Il sera donc motivé à mettre en place le comportement pour obtenir la récompense associée ou pour éviter la punition. Le conditionnement reposant sur la récompense et non la punition est plus efficace (29) : la récompense est associée à une attitude positive envers le comportement, puisque celui est perçu comme dépendant de soi, volontaire et sous le contrôle de l'individu, contrairement au comportement mis en place sous la contrainte d'une éventuelle punition.

Cette méthode présente des limites puisqu'elle implique que l'adoption du comportement soit entièrement dépendante de l'existence de la récompense. Le mieux est donc de mettre en place une récompense interne, dépendante de l'individu, et non contextuelle. En faisant ressortir les bienfaits personnels que l'individu peut avoir à mettre en place un comportement pro-environnemental (congruence avec ses valeurs par exemple), l'individu sera plus susceptible d'adopter d'autres comportements pro-environnementaux : s'il achète des produits locaux pour la cohérence du geste avec ses valeurs personnelles, il est possible qu'il décide progressivement de faire attention à sa consommation en général, en achetant de saison, en réduisant sa consommation de chair animale, etc. En revanche, s'il adopte le comportement dans l'espoir d'une récompense extrinsèque, par exemple acheter un produit local pour l'avantage financier qu'il représente, alors ce comportement ne risque pas de se généraliser à l'adoption d'autres comportements pro-environnementaux pour lesquelles une telle récompense, ici financière, n'existe pas forcément (30).

2. FAIRE LE LIEN ENTRE L'ACTION INDIVIDUELLE ET L'ACTION PUBLIQUE

En outre, la distance psychologique peut avoir pour conséquence de générer un sentiment d'inutilité, d'impuissance chez l'individu. En ne percevant pas de liens entre ses comportements et les conséquences, la personne a le sentiment de n'avoir aucun pouvoir d'action sur la problématique. Pour renforcer l'auto-efficacité perçue, il peut être intéressant de mettre en avant les actions mises en places par des collectifs : décisions politiques, bouleversement systémique, etc. Le changement doit être accompagné à tous les niveaux : en se concentrant uniquement sur le changement individuel, le risque est de culpabiliser les individus en omettant le rôle du collectif. Pour éviter cette culpabilisation, tout en renforçant le sentiment de proximité à la problématique, il peut donc être intéressant de mettre en parallèle ce qui relève du comportement individuel et ce qui relève du collectif et donc des politiques publiques : l'idéal serait de toujours mettre en avant que le changement de comportement est encouragé et accompagné d'une politique publique. Ainsi, les responsabilités individuelles et collectives pourraient être mieux assumées.

Cela nous renvoie également à la crédibilité de la source : il est essentiel que la collectivité qui porte le message soit cohérente avec celui-ci. Elle doit avoir enclenché, à son échelle, les changements qu'elle désire voir à l'échelle individuelle. L'idée serait de suivre par exemple le plan suivant : 1. Quel est le problème ? 2. Que fait la collectivité ? 3. Que puis-je faire ? Ce type de présentation met en avant l'importance du collectif comme levier d'action (4).

3.4. Dilemme social

La problématique environnementale constitue également une sorte de **dilemme social** (12). Un individu se retrouve face à un dilemme social lorsqu'il doit choisir entre :

- Une option coûteuse pour le collectif mais bénéfique pour l'individu
- Une option coûteuse pour l'individu mais bénéfique pour le collectif.

Si chacun agit sans penser au choix des autres, alors la première option est plus bénéfique pour l'individu : le coût étant partagé par le collectif, il est moindre pour lui, alors que le bénéfice est important. Mais si tout le collectif choisi la seconde option, bénéfique pour le collectif, alors le bénéfice est bien plus grand pour chacun. En outre, si tous les membres du collectif choisissent d'agir pour leurs intérêts individuels, alors le coût devient finalement aussi élevé que dans la seconde option (12).

Deux variables principales peuvent influencer le choix d'un individu face à un dilemme social. La première est celle des **valeurs**, que l'on peut catégoriser comme suit (29) :

- Valeurs hédoniques : recherche du plaisir contre un moindre effort
- Valeurs égoïstes : recherche de ressources comme l'argent ou le statut
- Valeurs altruistes : recherche du bénéfice pour autrui
- Valeurs biosphériques : focus sur les conséquences de ses choix sur son environnement

Il ne s'agit pas de porter un jugement sur ces différentes valeurs : nous avons tous ces quatre valeurs qui s'expriment plus ou moins en fonction de nos personnalités mais aussi du contexte. Toutefois, les valeurs hédoniques et égoïstes poussent à répondre au dilemme social en choisissant l'option la moins coûteuse et la plus bénéfique pour soi, ce qui n'est généralement pas le cas des options pro-environnementales. Les valeurs altruistes et biosphériques vont à l'inverse être positivement corrélées au choix de l'option coûteuse pour soi mais bénéfique pour le collectif, et donc aux comportements pro-environnementaux.

Par exemple, un individu décide seul d'arrêter de prendre l'avion par conscience écologique (valeur biosphérique) ou sociale (valeur altruiste). Le comportement est coûteux, il doit trouver des alternatives pour voyager, parfois plus chères, et se priver de certaines destinations. L'avantage pour l'environnement est faible à son niveau. Si tout le monde décide d'arrêter de prendre l'avion, les bienfaits pour l'environnement sont bien plus importants, et il est possible que le coût baisse si les alternatives deviennent, par le changement structurel, plus accessibles. Mais il y a peu de chance que les individus qui expriment des valeurs hédoniques (le souhait de continuer de voyager sans se limiter) ou égoïstes (ne pas prendre en compte les conséquences de ce geste) décident d'arrêter de prendre l'avion.

La seconde variable est celle des motivations qui découlent de la croyance sur l'environnement et sa relation à l'homme. Ces motivations peuvent se résumer en deux catégories (12) :

- Une motivation écocentrique qui émerge d'une volonté de protéger la nature pour elle-même
- Une motivation anthropocentrique, qui vient de la croyance selon laquelle la nature doit être protégée pour le bien-être des humains. La nature est alors perçue uniquement dans son rapport à l'humain, en tant que ressource et bien collectif.

La motivation écocentrique est positivement corrélée au choix d'une option bénéfique pour le collectif, donc possiblement d'un comportement pro-environnemental. La motivation anthropocentrique est généralement suivie du choix le plus bénéfique pour l'individu.

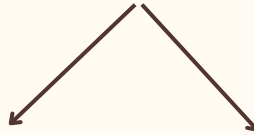
Les valeurs jouant un rôle important dans la réponse au dilemme social, il est possible d'y recourir de différentes façons.

- Les valeurs se forment à l'enfance, et la plupart des recherches s'accordent à dire qu'elles sont relativement stables par la suite (29) : l'éducation à l'environnement auprès des enfants peut donc permettre à certains de s'identifier à des valeurs biosphériques et/ou altruistes, qui pourront les inciter par la suite à choisir l'option la plus bénéfique pour le collectif. Deux approches existent dans l'éducation (31) :
 - Approche transmissive-positiviste : dans cette approche, l'EEDD aurait pour objectif de faire comprendre la nécessité du développement durable et de l'action des élèves au travers de gestes quotidiens allant dans ce sens.
 - Approche transformatrice-sociocritique : cette approche aurait pour but de faire réfléchir les élèves sur la complexité des savoirs et des acteurs en jeu dans la problématique environnementale, afin de leur permettre de faire leurs propres choix. Elle favorise des situations d'apprentissages permettant à l'élève de développer son pouvoir et sa liberté d'agir. Cette seconde approche a fait ses preuves dans le cas de l'EEDD et semble plus efficace que l'approche transmissive-positiviste.
- Il est toutefois possible que l'importance que les individus accordent à leurs différentes valeurs changent au cours de leur vie, si une de leurs valeurs initiales est remise en question de manière répétée et dans la même direction (29). Challenger la valeur permet à l'individu de la conscientiser et de prendre du recul dessus : une valeur peut être questionnée si elle représente une menace pour soi, et si cette menace a été prouvée scientifiquement. Il est donc important de rendre les informations visibles et accessibles à la fois sur les risques pour soi mais aussi sur les bénéfices pour le collectif et pour l'individu.
- Pour les personnes qui expriment plus de valeurs égoïstes ou hédoniques, il est parfois nécessaire de changer les coûts et/ou les bénéfices afin de rendre les comportements pro-environnementaux plus attractifs et les comportements anti-environnementaux moins attractifs. Cela peut passer par une réduction des prix, par des lois et/ou des régulations, des changements technologiques ou contextuels qui rendent l'option plus accessible, etc. Mais cette solution n'est pas efficace à long-terme : les personnes qui s'engagent dans ces comportements pour des raisons externes cesseront de le mettre en place dès lors qu'il ne sera plus profitable. Au-delà de cela, l'individu se limitera à ce comportement et n'adoptera pas d'autres comportements pro-environnementaux tant que ceux-ci ne sont pas avantageux (29).

Enfin, il peut également être intéressant de favoriser des motivations écocentriques en invitant les individus à réévaluer leur rapport à l'environnement dans des actions de sensibilisation à celui-ci. La motivation à répondre au dilemme social de manière collective va aussi dépendre de l'identité : l'identification à un groupe pro-environnemental peut permettre un plus grand engagement dans des comportements coopératifs. Une personne ayant des valeurs biosphériques et/ou altruistes peut parfois même vouloir compenser les comportements surconsommateurs des membres de son groupe. Favoriser la coopération peut ainsi se faire en encourageant la communication entre les membres d'un groupe autour de la question environnementale (12).

Dilemme social et valeurs

J'ai conscience que les déchets que je produis ont un impact sur l'environnement : pollution de l'air, de l'eau, du sol, gestion coûteuse des déchets, etc.



Sur ce sujet j'exprime surtout des valeurs égoïstes ou hédoniques, je ne change pas de mode de vie

Sur ce sujet, j'exprime surtout des valeurs altruistes ou écocentriques, je choisis de passer à un mode de vie 0 déchet

Si je suis le ou la seul(e) à faire ce choix (*stratégie individuelle*) :



Le coût est faible pour moi, puisque je ne modifie pas mes habitudes, je conserve mon mode de vie et maintiens mon confort

Le coût est important pour moi, puisque je bouleverse mes habitudes et change de mode de vie



En revanche, le coût est important pour le collectif, qui subit les conséquences de mon choix

En outre, les bénéfices pour l'environnement sont relativement faibles à mon niveau



Mais, si tout le monde fait le même choix (*stratégie coopérative*) :



Le coût devient bien plus important, autant que si j'avais choisi de changer mon mode de vie : les conséquences sur l'environnement sont multipliées, les bénéfices individuels ne suffisent plus à compenser les coûts

Les bénéfices pour l'environnement et donc pour le collectif sont bien plus importants



Il est aussi possible que le coût baisse, puisqu'il est partagé : si nous sommes très nombreux à adopter un mode de vie 0 déchets, celui-ci se démocratisera et deviendra plus accessible



3.5. Éco-anxiété

Le dernier frein que l'on peut retrouver à cette première étape du changement est celui de l'éco-anxiété. En effet, en ayant pris conscience de la problématique environnementale, il n'est pas rare que l'individu développe un sentiment d'anxiété.

L'éco-anxiété correspond à « l'expression du lien entre détresse des écosystèmes et détresse psychologique, quand la première engendre la seconde » (32). Elle se développe dans la prise de conscience de la réalité climatique, et entraîne plusieurs réactions (33) :

1. La première réaction est généralement une volonté démesurée de tout changer pour faire face à la crise : étant donné la complexité et l'ampleur de la problématique, l'individu doit donc accepter que cela n'est pas possible, et qu'il ne peut pas agir sur tout. L'individu ressent alors une certaine impuissance, qui peut le mener à de l'éco-paralysie : il perd espoir, et n'arrive plus à se mettre en mouvement.
2. L'individu rentre dans une ambivalence, c'est-à-dire qu'il oscille entre une envie d'agir et une éco-paralysie.
3. Enfin, il finit par se mettre en mouvement pour mettre en place des actions individuelles et collectives.

L'éco-anxiété peut aussi s'accompagner de solastalgie ou de deuil écologique (32). La solastalgie est un sentiment de détresse engendré par la perte ou la modification de son lieu de confort. Le deuil écologique peut-être généré par trois facteurs (34) :

- Les pertes écologiques et physiques et leurs conséquences sur les coutumes et les cultures
- Les ruptures dans les systèmes de connaissances liés à l'environnement
- Le deuil anticipatoire : imaginer les pertes de lieux, d'espèces, de culture, ce qui génère une détresse aiguë liée à la perception du futur.

Le deuil anticipatoire touche surtout les générations les plus jeunes, les deux premiers facteurs touchent généralement les peuples autochtones.

L'éco-anxiété est donc un frein au changement, puisqu'elle peut engendrer du déni ou de la minimisation pour s'en protéger. Mais elle peut aussi être un moteur de ce même changement, lorsqu'elle est admise et assimilée.

L'éco-anxiété apparaît au moment de la prise de conscience, et elle ne disparaît a priori jamais réellement. Une fois émergée, elle reste sous-jacente pendant tout le processus du changement, il faut donc agir avec et non chercher à l'éviter. Il ne faut pas non plus la minimiser, mais plutôt admettre qu'il s'agit d'une réaction rationnelle face au danger que représente le changement climatique.

Pour éviter le déni et la minimisation, il faut donc éviter les messages trop menaçants comme expliqué précédemment. Une fois ces réactions évitées, il faut accompagner la personne dans son éco-anxiété. Comme pour toutes formes d'anxiété, l'individu pourra mettre en place différentes stratégies (35) :

- **Stratégies axées sur les émotions** : l'individu va faire en sorte de réguler les émotions difficiles qui émergent de la menace. Il identifie ses émotions et reconnaît leur légitimité. Pour accompagner la personne dans ce travail, il peut être intéressant de mettre en place des interventions pour explorer ses émotions de manière individuelle ou en groupe. Cela peut être l'occasion de rappeler que ces émotions sont justifiées. En groupe, les personnes éco-anxieuses pourront également échanger sur leurs émotions et sur leurs expériences entre personnes concernées. Enfin, l'animateur peut offrir l'opportunité aux participants de prendre du temps pour soi : cela peut par exemple passer par la **pleine-conscience**, un outil thérapeutique utilisé pour la gestion du stress. La pleine-conscience ou *mindfulness* est une technique qui invite l'individu à porter son attention sur les stimuli externes et internes qui agissent au moment présent. En se concentrant sur l'ici et maintenant, l'individu peut prendre conscience de ses émotions et les légitimer.
- **Stratégies axées sur les problèmes** : l'individu va vouloir agir face au problème. Cette action peut être perçue par l'individu comme un moyen de garder le contrôle sur la problématique et de réduire son anxiété. Il faut donc aider l'individu à accepter qu'il ne pourra agir sur tout mais qu'il peut déjà mettre en place des comportements accessibles à son niveau. En identifiant des pistes d'actions concrètes et réalistes, l'individu peut se sentir plus efficace dans sa mise en mouvement.
- **Stratégies axées sur les significations** : l'individu va chercher à attribuer un sens à la crise climatique et aux défis qu'elle révèle. Il aura généralement tendance à la percevoir comme décourageante et triste ce qui, bien que cela soit une perception réaliste, contribuera à son éco-anxiété. L'accompagnement peut donc se concentrer sur un recadrage de la crise et sur la recherche d'un sens positif : par exemple, mettre en avant l'espoir, mais aussi les possibilités de changement et de créativité pour faire face à la crise. Il faut également accompagner les individus pour qu'il puisse imaginer et se réapproprier le futur qu'il désire : la formation d'un idéal à atteindre peut ainsi permettre de réduire l'anxiété.

En aidant l'individu à comprendre son éco-anxiété et à lui faire face, celui-ci sera plus à même de s'engager dans la lutte environnementale.

3.6. Applications sur le terrain

Campagne Inf'Eau Mer (Collectif de 15 structures*)

Partenaires principaux : Région Provence-Alpes-Côte d'Azur ; Agence de l'Eau Rhône Méditerranée Corse ; Suez



La campagne Inf'eau Mer est portée par un collectif de structures* qui interviennent en région Provence-Alpes-Côte d'Azur depuis 2001. Elle se déroule sur plusieurs plages de la région, et est à destination de leurs usagers.

Elle cherche à répondre à trois objectifs :

- Sensibiliser les usagers pour favoriser un tourisme plus respectueux de l'environnement
- Informer sur les enjeux environnementaux et les politiques de gestion portées par les collectivités, et favoriser l'appropriation par les citoyens
- Recueillir les avis et les perceptions des usagers sur l'environnement.

Sur la plage ou lors d'événements locaux, les animateurs tiennent un stand fixe et réalisent du "serviette à serviette". Ils proposent des activités ludiques, des livrets d'informations, des expositions. De plus, le public peut participer à une enquête d'opinion sur sa perception de l'environnement.

Cette campagne illustre bien différents outils et méthodes pouvant être utilisés pour contourner les freins observables lors de la préparation au changement.

La campagne vise donc les usagers des plages, sur une thématique précise dont ils sont les premiers concernés, la mer Méditerranée. En choisissant un public-cible cohérent avec un message, lui-même spécifiquement défini, la distance psychologique devrait être réduite, tout comme les biais liés à l'optimisme comparatif et spatial.

En outre, les affiches qui accompagnent la campagne proposent un message décalé et amusant, qui compense l'information menaçante qu'elles délivrent. Cela permet donc de minimiser la motivation défensive dont pourrait faire preuve le public face à un message menaçant. Les informations présentées sur les affiches ne sont pas trop nombreuses, permettant ainsi au public de mieux les intégrer et mémoriser. Les jeux pour les enfants vont également dans ce sens, puisque l'aspect ludique qui accompagne l'information peut la rendre plus accessible pour ce public. Des quizz sont aussi trouvables en ligne et permettent une transmission de l'information plus ludique et interactive.

*Ecoute ta planète, AIEJE, Naturoscope, Chercheurs en herbes, CPIE Iles de Lérins et Pays d'Azur, Méditerranée 2000, A.P.G., CIETM, ADEE, Parc National de Port-Cros, Communauté de Commune du Golfe de Saint-Tropez, CPIE Bastia Golo Méditerranée, CSIL, Ville de Hyères.

Les animateurs proposent également au public de repartir avec un cendrier de plage et un sac réutilisable : la distribution de goodies rend immédiatement accessible le comportement promu.

Enfin, informer les usagers sur les actions portées par les collectivités répond à l'objectif de mettre en parallèle les actions individuelles avec les actions collectives : cela peut donc permettre au public-cible de se sentir plus efficace et accompagné dans sa transition, et éviter la culpabilisation individuelle.

Distance psychologique, motivation défensive

L'escape game XXL : environnement, biodiversité et changement climatique (G-Addiction Jeunesse Citoyenne)

Partenaires principaux : Contrat de Transition Écologique du Pays de Grasse, Crédit Agricole Provence Côte d'Azur, Département des Alpes-Maritimes, Suez Environnement, Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, Green Deal 06



© Escape Game Citoyen 2020

Cet escape game sur l'environnement mis en place à Grasse propose une aventure collective pour apprendre les gestes écocitoyens. Les participants progressent dans cinq salles en trouvant des indices et en résolvant des énigmes avant la fin du temps imparti. Le jeu repose donc sur un principe d'intelligence collective et de travail en groupe.

Le tout est proposé dans un contexte ludique : le groupe a été missionné par l'ONU pour constater les causes et conséquences des dérèglements climatiques. Ils doivent trouver, dans les cinq pièces, dix comportements écocitoyens à mettre en place pour favoriser la transition écologique.

L'escape game est donc un moyen ludique et participatif d'informer sur le changement climatique, ses causes, ses conséquences et les solutions. Plusieurs éléments sont à retenir de cette action :

- En rendant l'apprentissage ludique, l'aspect menaçant des informations communiquées peut être contrebalancé.
- L'escape game propose aussi des solutions, puisque les participants doivent trouver dans chaque pièce les comportements alternatifs qu'ils peuvent mettre en place : là encore, un bon moyen de contrebalancer la menace mais aussi de réduire la distance avec la problématique.
- Enfin, les participants sont pleinement impliqués dans l'apprentissage au travers du jeu de rôle, ce qui laisse à penser qu'ils seront plus attentifs et qu'ils retiendront donc mieux les informations communiquées.

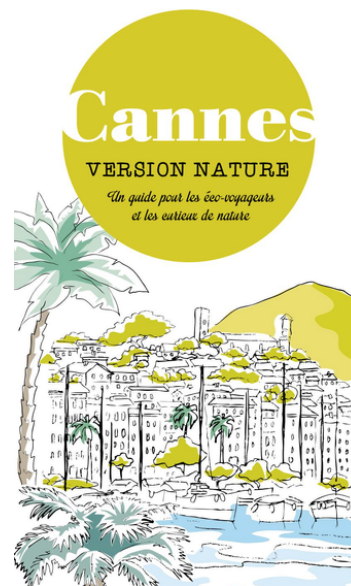
Traitement de l'information, motivation défensive

Cannes Version Nature (Méditerranée 2000)

Partenaire : Hyatt Community Grants

Cannes version Nature est un guide de tourisme écoresponsable proposé par Méditerranée 2000. Dans une optique de promouvoir un tourisme plus respectueux de l'environnement, le guide propose une perspective nouvelle sur la ville de Cannes en invitant le public à découvrir de nombreux espaces de biodiversité terrestre et marine, ainsi qu'à s'informer sur l'environnement et les acteurs du tourisme durable.

Ce livret propose ainsi une alternative au tourisme classique, qui est très important dans la ville de Cannes : il ne remet donc pas en cause cette pratique mais propose une solution qui concilie objectifs écologiques et identité de la ville. Cela illustre bien la façon dont les enjeux environnementaux peuvent être présentés au public en menaçant le moins possible leur système : ce genre de campagne peut donc permettre d'éviter une justification du système menacé qui engendrerait un déni de l'information.



© Méditerranée 2000 2016

Motivation défensive (théorie de la justification du système)

Classes de découverte de la mer (CPIE Îles de Lérins et Pays d'Azur)

Le CPIE Îles de Lérins et Pays d'Azur propose depuis plusieurs années maintenant des séjours de découverte sur l'île Sainte Marguerite auprès des enfants. Ces séjours permettent une immersion totale du public dans l'environnement. Les animateurs utilisent une approche sensorielle pour transmettre des connaissances sur diverses thématiques et sur les situations de terrain. Le séjour alterne entre activités de terrain et activités en salle avec au programme : le milieu marin méditerranéen, la cartographie et la météorologie. Le séjour se clôture avec un parcours d'orientation qui fait office de jeu bilan.

Cette action d'EEDD auprès des enfants permet une sensibilisation aux thématiques et problématiques liées à l'environnement, avec la transmission de valeurs partagées. Ce genre d'action peut donc amener l'enfant à développer des valeurs biosphériques qui le rendront plus sensible à la problématique et plus susceptible de s'engager dans des comportements écologiques. En outre, le fait de rester plusieurs jours sur l'île rend l'expérience marquante pour les enfants, tout en leur donnant le sentiment d'être entouré par un groupe et un collectif dans l'action. Les outils et activités mises en place permettent de rendre la transmission de connaissances plus ludique et donc accessible pour les enfants.

Dilemme social (valeurs), traitement de l'information

PRÉPARATION AU CHANGEMENT

Je n'ai pas conscience de la problématique, de son ampleur, ou
de la nécessité d'adapter mon comportement.

Je n'ai pas l'intention de changer



Pourquoi ?

Manque de connaissance

Je traite l'information
rapidement et la
réinterprète en
fonction de ma réalité

Biais cognitifs

Je n'ai jamais
réellement entendu
parler de cette
problématique

INFORMER, mais adapter la communication :
faciliter - sourcer - personnaliser le message

Cette information est-elle pertinente pour moi ?

Est-ce que je réagis après avoir reçu l'information ?

Distance psychologique

La problématique me
paraît éloignée dans
l'espace-temps,
incertaine et pertinente
pour les autres

Motivation défensive

Je me défends face à la
menace : déni,
minimisation, fatalisme,
renforcement de mes
croyances

Éco-anxiété

Les informations
m'angoissent, je suis
paralysé(e) par l'éco-
anxiété

Dilemme social

J'ai le choix entre une
option bénéfique pour
moi et coûteuse pour le
collectif, ou coûteuse
pour moi mais bénéfique
pour le collectif

Réévaluer le lien entre
comportement et conséquences
sur l'environnement

Réguler les émotions, faire face au problème,
donner du sens
Contrebalancer les informations menaçantes par des
ressources positives : espoir, capacité d'action

Favoriser des valeurs
altruistes et biosphériques

04. CHANGEMENT

PRÉPARATION À L'ACTION ET ACTION

L'individu se sent prêt à changer. Pour cela, il doit identifier les objectifs intermédiaires et des moyens adaptés d'y parvenir. Une fois un plan d'action établi, il expérimente une première fois le changement.

4.1.	Dissonance cognitive	36
4.2.	Théorie du comportement planifié	40
	• Force des attitudes	40
	• Contrôle comportemental perçu	41
	• Normes subjectives	45
4.3.	Théorie de l'installation	49
4.4.	Applications sur le terrain	53
	• Écogestes Méditerranée (CPIE Iles de Lérins Pays d'Azur)	53
	• Brûlage des déchets verts (Graine Provence-Alpes-Côte d'Azur)	54
	• #Tugères : programme de formation de jeunes engagé.es (Geres)	54
	• Accompagnement des collectivités (CPIE Côte Provençal)	56
	• Familles en transition (Le Loubatas)	57

4.1. Dissonance cognitive

Informé, gagner en connaissances, ne suffit pas. L'hypothèse de l'humain rationnel qui mettrait en place les comportements en accord avec ses connaissances n'est pas valide. L'information permet un changement du niveau de connaissance et de l'attitude mais pas de comportement (12).

Nous nous situons ici dans la préparation à l'action. Les ambivalences sont toujours présentes : l'individu a pris conscience de la problématique, et cette conscience cohabite avec le fait que ses comportements ne s'y accordent pas. C'est l'éveil de la **dissonance cognitive** (36) : une attitude ou une cognition, comme le fait de savoir que la consommation de viande produit beaucoup de gaz-à-effet de serre, n'est pas conforme au comportement mis en place, dans cet exemple ne pas réduire sa consommation de viande. La dissonance cognitive est un état d'inconfort psychologique, que les individus sont motivés à réduire : mais le changement de comportement étant coûteux, il est généralement plus simple de changer d'attitude ou de rationaliser ses comportements que de changer de comportement. En reprenant notre exemple, il est plus simple pour un individu de rationaliser sa consommation de viande en la justifiant par l'absence de substituts, que de réduire cette consommation. Plusieurs processus peuvent permettre de réduire la dissonance cognitive sans changer de comportement. Tous reposent sur un procédé de justification du comportement (37) :

- **Déni de responsabilité** : le fait de considérer le comportement comme nécessaire, naturel, voir même contraint permet de se distancier du comportement en ne s'en sentant pas pour autant responsable.
- **Support social** : il intervient lorsque les individus considèrent qu'ils ne sont pas les seuls à mettre en place le comportement, que celui-ci est dans la norme du groupe.
- **Trivialisation** : l'individu va dévaloriser son comportement dissonant, minimiser son importance, ou bien considérer l'attitude dissonante comme secondaire.

Grâce à ces procédés, nous nous évitons le coût du changement de comportement, en réduisant au maximum la dissonance cognitive qui nous est inconfortable.

Nous pouvons aussi ressentir de la dissonance cognitive en observant une personne de notre groupe avoir un comportement en désaccord avec ses propres attitudes : on parle de **dissonance vicariante**. Par processus sympathique, c'est-à-dire par compréhension de l'état psychologique de celui que l'on observe, ou égocentrique (« comment je pense que je me sentirais si j'étais cette personne ») la dissonance vicariante peut avoir les mêmes effets que la dissonance cognitive individuelle : changement d'attitudes ou de comportements (38).

La dissonance cognitive reste un état nécessaire au changement, puisque s'il n'y a pas de dissonance c'est qu'il n'y a pas eu de prise de conscience initiale de la nécessité du changement. Toutefois, le changement de comportement étant l'option la plus coûteuse, elle sera toujours la dernière choisie par l'individu pour sortir de son état de dissonance.

1. HYPOCRISIE INDUITE

Il existe malgré tout un moyen d'utiliser la motivation à sortir de la dissonance pour encourager le changement de comportement. L'hypocrisie induite (39) est un paradigme selon lequel le fait de mettre en évidence la dissonance entre les connaissances de l'individu et ses comportements, peut le mener à changer de comportement. L'idée est d'abord d'amener les personnes à dire qu'elles sont en faveur du comportement pro-environnemental, puis de les amener à se souvenir de toutes les fois où elles ont transgressé ce comportement. L'individu devrait alors ressentir une forte dissonance, ce qui le motivera à changer de comportement. L'hypocrisie induite est une méthode qui ne fonctionne que pour des comportements précis pour lesquels il existe une norme connue allant dans le sens de l'adoption du comportement : autrement, l'individu risque de minimiser l'importance de son comportement ou de son attitude. L'hypocrisie induite a toutefois fait plusieurs fois ses preuves et a l'avantage d'être applicable à faible coût. Pour assurer son efficacité, certaines études ont montré qu'il valait mieux favoriser le discours normatif dans un environnement public, puis de faire en sorte que le rappel des transgressions soit anonyme. Dans tous les cas, si l'hypocrisie induite peut mener à un changement de comportement, il est possible que l'individu se contente de changer l'attitude dissonante avec son comportement pour rationaliser ses actes (39).

2. THÉORIE DE L'ENGAGEMENT

Pour éviter que nous nous contentions de rationaliser nos actes en changeant notre attitude dissonante, et donc pour favoriser un changement de comportement par l'éveil de la dissonance cognitive, la théorie de l'engagement met en avant l'importance d'un fort engagement dans le comportement (40). Si nous sommes fortement engagés dans un comportement, il nous est plus difficile de le rationaliser par des justifications externes, et la seule façon de réduire l'inconfort psychologique généré par la dissonance cognitive est donc le changement de comportement. Quatre cas de figures sont possibles (41) :

- Le comportement dissonant est mis en place contre une forte récompense, par exemple, consommer une option non-écologique mais très économique : l'individu justifie son comportement par la récompense et se sent donc peu engagé dans celui-ci. Il ne se sent pas dissonant et ne changera pas d'attitude.
- Le comportement dissonant est mis en place contre une faible récompense, par exemple consommer une option non-écologique par habitude et automatisme : l'individu ne peut pas rationaliser son comportement par la recherche d'une récompense, il est donc fortement engagé dans celui-ci. Sa dissonance est alors forte et il est probable qu'il cherche à la réduire en changeant de comportement.

- Le comportement est mis en place dans un contexte de non libre-choix, par exemple prendre l'avion pour déplacement professionnel : le comportement dissonant étant imposé à l'individu, celui-ci rationalisera sa mise en place par la contrainte. Il ne se sentira donc pas dissonant, et ne changera pas de comportement.
- Le comportement est mis en place dans un contexte de libre-choix, par exemple prendre l'avion pour un voyage optionnel : l'individu ayant volontairement mis en place le comportement dissonant, il ne peut le justifier par la contrainte. Il sentira donc une forte dissonance cognitive l'encourageant à changer de comportement.

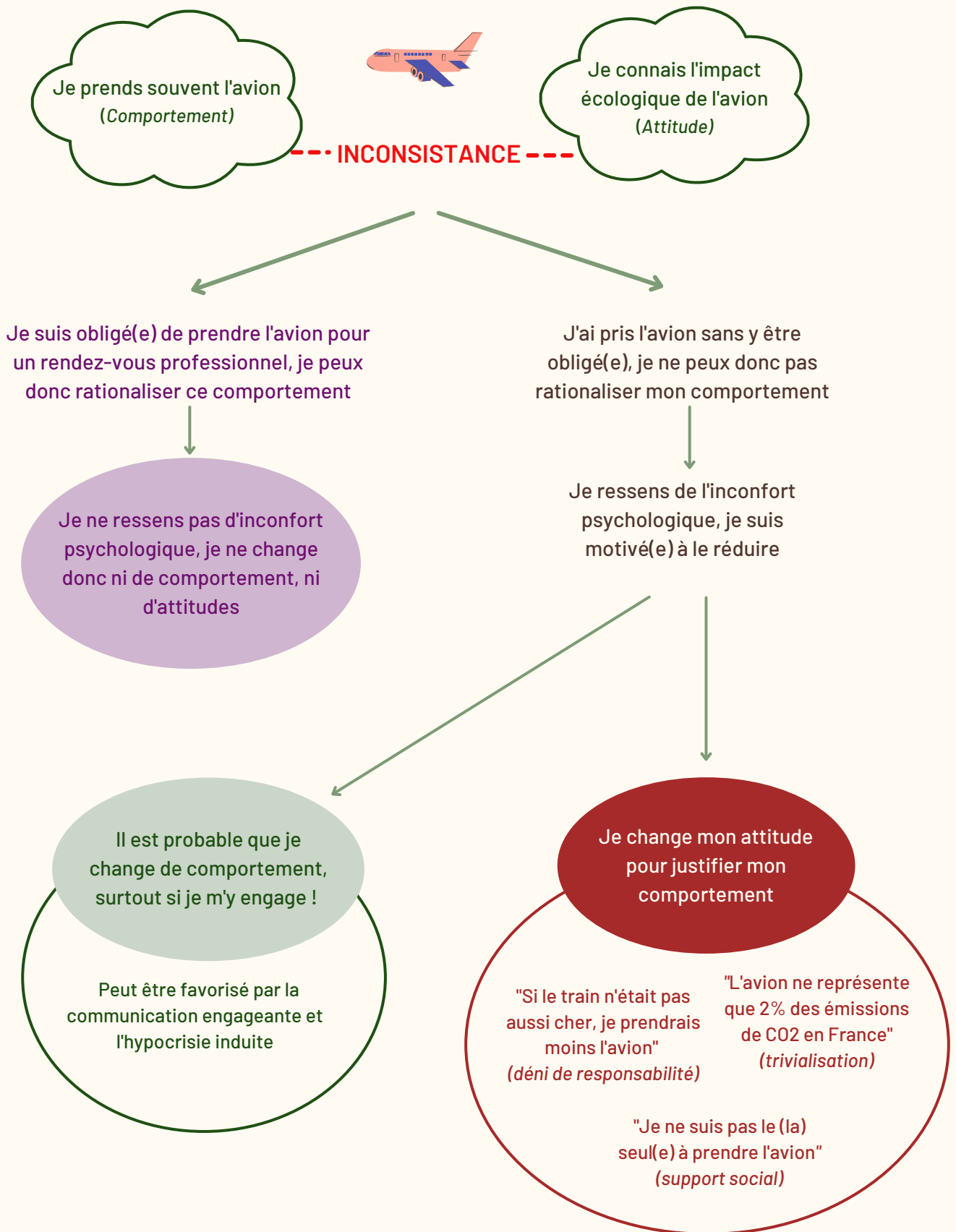
Les fortes récompenses doivent donc être évitées, et le libre-choix est primordial pour contourner la rationalisation des comportements dissonants qui empêche tout changement. Dans ces conditions, l'intention comportementale devrait être plus importante.

Plusieurs variables vont avoir un impact sur la force de l'engagement : un engagement est d'autant plus fort qu'il est fait librement, publiquement, qu'il est explicite et irrévocable, qu'il se répète, qu'il a des conséquences et un coût importants, et que les raisons à son adoption sont internes. Le contexte de liberté est particulièrement important : si l'individu sent cette liberté menacée, il peut faire preuve de réactance en adoptant d'autant plus de comportements contraires à ceux préconisés (40).

3. COMMUNICATION ENGAGEANTE

La **communication engageante** se trouve à mi-chemin entre la théorie de l'engagement et la soumission librement consentie. Elle repose sur le principe suivant : une personne est beaucoup plus susceptible de changer de comportement si elle précède ce changement d'un acte préparatoire. L'idée est de combiner un acte préparatoire et un message persuasif pour favoriser le changement. Plusieurs éléments peuvent constituer un acte préparatoire : la lecture d'un message persuasif, le port d'un symbole (badge, bracelet), etc. Par exemple lire un message persuasif, puis écrire et signer un texte dans lequel l'on s'engage à adopter un comportement pro-environnemental s'accompagne de plus de changement que la simple lecture d'un message persuasif (40).

Dissonance cognitive



4.2. Théorie du comportement planifié

La théorie de l'action raisonnée (42) montre que la décision d'adopter un comportement spécifique est fondée sur les résultats que l'individu attend en conséquence de ce comportement. Elle est complétée plus tard par la théorie du comportement planifié (43) selon laquelle l'intention comportementale et donc indirectement le comportement, est prédit par l'attitude, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu.

4.2.1. Force des attitudes

L'**attitude** correspond au jugement positif ou négatif porté sur la désirabilité du comportement et de ses conséquences. L'attitude a trois composantes (12). La première est une composante affective, qui correspond à l'évaluation positive ou négative de l'objet. La seconde est une composante comportementale qui correspond aux représentations des comportements passés et des intentions d'actions générées par l'objet, c'est-à-dire la tendance à se comporter d'une façon ou d'une autre envers l'objet. La dernière est la composante cognitive, qui regroupe les informations, croyances et représentations de l'objet. Appliquée à la question de l'écologie, on parle donc d'une attitude environnementale qui correspond au positionnement évaluatif vis-à-vis d'un objet environnemental.

Les attitudes ne sont pas le déterminant le plus fiable du changement de comportement : elles peuvent seulement prédire les comportements les moins coûteux. Si le comportement est coûteux, l'effet des attitudes est réduit au profit de celui du contexte, plus ou moins favorable (12). Elles n'entraînent donc pas nécessairement un comportement en accord avec elles, du moins elles ne suffisent pas seules pour engendrer le changement. Mais elles jouent malgré tout un rôle essentiel, puisque sans elles aucun changement ne s'opèrerait non plus (1) : un contexte facilitateur ne permettra pas l'adoption du comportement si l'attitude n'est pas favorable à celui-ci. L'idéal est donc d'avoir une combinaison d'une attitude pro-environnemental et d'un contexte favorable à l'adoption du comportement (42).

Préconisations

L'attitude peut être améliorée en favorisant une meilleure connaissance de l'objet et de ses enjeux. Elle est aussi déterminée par les valeurs de l'individu (43). Rien de nouveau à ce stade-là donc, l'acquisition de connaissances et de valeurs en accord avec l'attitude passe par des campagnes de communication, et des actions de sensibilisation à l'environnement, notamment par le biais de l'éducation à l'environnement.

Premier facteur inclus dans la théorie du comportement planifié, les attitudes sont donc essentielles mais insuffisantes. Si les premières étapes du changement permettent de les modifier et de les renforcer, il est donc nécessaire d'aller au-delà pour favoriser le changement.

4.2.2. Contrôle comportemental perçu

Le **contrôle comportemental perçu** est le deuxième déterminant mis en avant par la théorie du comportement planifié. Il s'agit de la croyance dans la facilité ou non à mettre en place le comportement (39). Cette croyance repose à la fois sur la perception de ses propres capacités et sur l'anticipation des éventuels obstacles : si l'individu se sent capable d'adopter le comportement et de passer outre les obstacles à ce changement, il percevra un bon contrôle comportemental. S'il n'est pas nécessairement cohérent avec le contrôle réel, le contrôle comportemental perçu a tout de même un impact important sur l'intention comportementale : une personne percevant un fort contrôle comportemental aura plus l'intention de changer de comportement qu'une personne qui perçoit un faible contrôle (44). Le contrôle comportemental perçu va dépendre de facteurs internes (les compétences, les habilités, la volonté, etc.) et externes (temps, opportunité, accessibilité, etc.) (44).

Locus of control

Le **locus of control**, qui signifie littéralement « lieu de contrôle », est une variable qui rend compte de l'attribution qu'un individu fait de son comportement, ce qu'il considère être à son origine (45). Il existe deux types de locus de contrôle : un locus externe, lorsque l'individu considère que ses comportements sont le résultat d'un facteur externe ("j'ai réussi à faire cela par chance") et un locus interne, lorsque l'individu considère que ses comportements sont le résultat de facteurs internes ("j'ai pu le faire car je me suis entraîné(e) pour"). Une personne qui a un locus de contrôle interne perçoit donc plus de contrôle sur ses comportements et sera plus susceptible de les changer. Avec un locus interne, le contrôle perçu rend l'individu responsable de ses comportements. Une personne qui considère que son changement ne dépend que de lui percevra un fort contrôle sur ce changement, dont il est le seul responsable. En revanche, une personne qui considère que son changement dépend de sa chance, de son destin, etc. ne perçoit que peu de contrôle sur ce changement, dont il ne se sent pas responsable : il n'a alors pas de raison particulière de faire des efforts pour changer.

Il s'agit d'une variable personnalité, ce qui veut dire que nous avons naturellement tendance à avoir un locus de contrôle plutôt interne ou externe (45).

Auto-efficacité perçue

Une variable proche du contrôle comportemental perçu, l'**auto-efficacité perçue** (46) réfère à la croyance de l'individu sur sa capacité à obtenir un résultat en mettant en place un comportement. Elle diffère du contrôle comportemental perçu qui se concentre sur la capacité à produire un comportement spécifique, là où l'auto-efficacité perçue est plus générale et concerne le résultat plus que la capacité à mettre en œuvre le comportement (44). Un individu qui considère l'existence d'un lien fort entre son comportement et le résultat qu'il souhaite atteindre perçoit une bonne auto-efficacité. Un individu qui se sent capable d'adopter le comportement perçoit un bon contrôle comportemental.

Pour construire leur sentiment d'auto-efficacité, les individus vont utiliser quatre sources d'informations (47) :

- L'expérience de maîtrise est une des sources les plus influentes sur l'efficacité personnelle perçue : plus un individu a vécu des succès lors de l'expérimentation d'un comportement, plus il se sentira efficace dans cette action.

- **L'expérience vicariante**, c'est-à-dire l'apprentissage par l'observation et l'imitation des autres est aussi une source influente. L'expérience vicariante repose en partie sur la **comparaison sociale**. La comparaison sociale peut être descendante, lorsque l'individu se compare à une cible qu'il juge moins bonne que lui, ou ascendante, lorsque l'individu se compare à une cible qu'il juge meilleure que lui. Les effets de ces deux types de comparaisons vont dépendre de la proximité avec la cible : si l'individu se sent proche de la cible, il se concentrera sur leurs similarités, s'il s'en sent éloigné, il se concentrera sur leurs différences. Ainsi, la comparaison descendante permet un meilleur sentiment d'auto-efficacité lorsque l'individu juge que la cible est éloignée de lui et qu'il se concentre sur leurs différences. La comparaison ascendante peut aussi être motivante à condition que la cible de comparaison soit suffisamment proche de l'individu pour que celui-ci se concentre sur leurs similarités (48). S'il se compare à un modèle qu'il perçoit comme inatteignable, par exemple une célébrité, il se concentrera sur leurs différences (accès au comportement, capacité à l'adopter, etc.) qui le feront se sentir inefficace dans le changement promu.
- Les états physiologiques et les émotions vont aussi jouer un rôle dans l'auto-efficacité perçue : l'anxiété associée à une mauvaise performance peut mener à une perception basse de son auto-efficacité par exemple.

Plus l'auto-efficacité perçue est importante, plus les individus sont susceptibles d'adopter le comportement. En effet, les individus avec un haut sentiment d'auto-efficacité vont plus facilement répondre à la difficulté et surmonter les obstacles (48).

Importance du contexte matériel

Les variables présentées jusqu'ici sont internes, individuelles et sociales. Mais le contrôle comportemental perçu ne peut être compris de manière globale si l'on ne prend pas en compte le contexte dans lequel l'individu évolue. Il y a l'accessibilité perçue du comportement, et son accessibilité réelle, qui dépend des obstacles matériels. L'inaccessibilité matérielle est probablement le frein au changement le plus important : il s'agit d'une influence directe du contexte sur le changement (30). L'intention comportementale peut être très importante, si le comportement n'est pas accessible, il n'y aura pas de changement (49).

Préconisations

Pour renforcer le sentiment d'auto-efficacité et de contrôle et permettre un passage de l'intention comportementale au comportement, plusieurs stratégies sont possibles.

1. ENTRETIEN MOTIVATIONNEL

L'entretien motivationnel (50) est une technique d'intervention psychologique destinée aux personnes souhaitant abandonner un comportement néfaste et le remplacer par un comportement sain. Cette technique est mise en place par des psychologues dans le cadre de psychothérapies : elle n'est donc pas applicable en tant que telle dans le cadre de l'EEDD, mais plusieurs notions émanant de cette intervention sont pertinentes pour l'accompagnement au changement.

L'entretien motivationnel repose sur trois principes (50) :

- Le patient est expert de lui-même, ses points de vue ont autant de valeurs que ceux de la personne qui l'accompagne dans le changement.
- Le thérapeute invite le patient à activer des ressources déjà existantes chez lui : on ne se place plus dans l'éducation, on part de ce que la personne possède déjà. On croit en sa capacité à changer.
- Le dernier principe est celui de l'autonomie, le patient mène l'entretien, le discours part de lui : le thérapeute n'est pas là pour conseiller le patient, mais pour faire émerger les solutions de son discours.

Le thérapeute cherche à développer l'ambivalence chez son patient, afin de faire émerger la nécessité du changement : les avantages du non-changement et les inconvénients du changement coexistent avec les inconvénients du non-changement et les avantages du changement. Une fois que le patient a de lui-même exprimé cette ambivalence, le thérapeute doit accepter de « rouler » avec la résistance : dès lors que le patient résiste à la possibilité du changement, le thérapeute doit faire marche-arrière, ne pas s'opposer à son point de vue, au risque de se mettre dans une position d'expert qui braquera d'autant plus le patient. En acceptant la résistance, on invite aussi l'individu à créer des étapes aux changements, à le rendre progressif et donc plus facilement réalisable : le changement se fait pas à pas. Enfin, le thérapeute soutient l'auto-efficacité en faisant des *feedbacks* positifs quant à la capacité du patient à réaliser le changement et à trouver des solutions alternatives (50).

De cette approche, l'EEDD peut retenir qu'il est nécessaire de ne pas se placer en tant qu'expert et de rendre la personne actrice de son changement : en l'invitant à faire émerger et à identifier ses ressources et les avantages qu'il retirera du changement, l'individu peut se saisir de ces notions. Si elles viennent d'une personne tierce, l'individu risque de ne pas s'en saisir et ne pas s'y identifier. Il est également important de ne pas fixer des objectifs trop hauts pour l'individu et d'accepter ses résistances en fixant des objectifs intermédiaires. C'est donc une forme d'empouvoirement, le développement du pouvoir d'agir.

2. L'IMPLÉMENTATION D'INTENTION

L'entretien motivationnel favorise l'intention comportementale mais pas nécessairement le changement de comportement. L'implémentation d'intention (51) montre que le souhait de changer n'induit pas nécessairement le changement effectif : par oubli, abandon, ou absence de productivité dans le changement, nous avons de nombreuses intentions comportementales qui ne sont pas suivies du comportement (52). Pour pallier à ça, l'implémentation d'intention montre que l'individu a plus de chance d'adopter le comportement s'il indique le moment et le contexte dans lequel il réalisera le changement. Cela permet à l'individu d'identifier des obstacles liés à ce moment et contexte, et d'associer des indices de rappel au contexte. Il pourra aussi planifier des solutions alternatives disponibles dans l'environnement lorsqu'il fait face à un obstacle anticipé. Une personne souhaitant réduire sa consommation de viande sait que les sorties au restaurant l'exposent au risque d'en manger. En anticipant cet obstacle, elle identifie des restaurants dans lesquelles des options végétariennes sont proposées afin de limiter ce risque de rechute.

C'est la **planification de coping** (53) : en associant une stratégie de coping précise à un obstacle anticipé, l'individu va pouvoir développer son sentiment d'auto-efficacité. La rechute étant aussi une réalité du changement, la planification de coping encourage également l'individu à anticiper la possibilité d'un échec : en apprenant à l'anticiper et à le gérer, l'individu peut éviter que l'échec ait un effet délétère sur son auto-efficacité perçue.

En effet, il y a deux possibilités face à la rechute (53) :

- L'individu arrive à la gérer, son sentiment d'auto-efficacité augmente ainsi que son attente de résultats positifs : ses chances de rechute diminuent.
- L'individu n'arrive pas à la gérer, son sentiment d'auto-efficacité baisse et il risque de se désengager du comportement.

La planification de coping peut donc permettre à l'individu de mieux gérer la rechute en l'anticipant.

3. COMPARAISON SOCIALE

Le renforcement de l'efficacité perçue peut aussi passer par l'utilisation d'un modèle qui montre que le changement est possible ou d'un exemple de ce qu'il ne faut pas faire (4). Le choix du modèle est donc primordial :

- Si l'on choisit un modèle adoptant un comportement pro-environnemental, que l'on souhaite encourager, il faut choisir une figure suffisamment proche de l'individu pour qu'il puisse s'y identifier. S'agissant d'une comparaison ascendante, un modèle trop éloigné de la cible risquerait de le décourager.
- Si l'on choisit de donner l'exemple d'une personne adoptant un comportement anti-environnemental, que l'on souhaite éviter, il faut choisir une figure suffisamment éloignée de l'individu, pour qu'il se concentre sur leurs différences, ce qui renforcera son sentiment d'auto-efficacité.

La nature de la comparaison (ascendante ou descendante) dépend aussi du public-cible : donner l'exemple d'une personne qui jette ses papiers par terre sera une figure de comparaison descendante pour une personne qui ne le fait pas, mais pas pour la personne qui jette elle aussi ses papiers par terre. Tous ces paramètres sont à prendre en compte lorsque l'on choisit de faire passer un message par le biais d'un modèle et/ou exemple.

4. FAVORISER UN CONTEXTE FACILITATEUR

Enfin, à un niveau contextuel, il faut rendre l'environnement physique de l'individu le plus facilitateur possible. Cela passe donc par des interventions structurelles et des aménagements du territoire : c'est l'influence directe du contexte. D'autres variables contextuelles médiatisées par des processus psychologiques peuvent aussi être utilisées, comme les normes (30), prochain concept de la théorie du comportement planifié.

4.2.3. Normes subjectives

Le troisième facteur mis en avant dans la théorie du comportement planifié est celui de la norme subjective. Les normes sont les règles qui guident le comportement en société, les individus s'y conforment par souhait d'être approuvé ou par crainte d'une sanction (juridique (amende par exemple) ou sociale (exclusion d'un groupe par exemple)) (54). Les **normes subjectives** correspondent à la perception qu'un individu a de l'opinion des personnes importantes pour lui concernant le comportement à adopter. Elles regroupent donc les normes morales ou personnelles, en référence à ses croyances personnelles, et les normes sociales, en accord avec les valeurs du groupe de référence (55).

Normes personnelles

Les **normes personnelles** émergent du sentiment d'obligation morale à agir d'une certaine façon, elles sont construites sur les valeurs de l'individu (56). La théorie de l'activation de la norme (56) permet d'étudier l'influence de ces normes personnelles sur les comportements. La norme personnelle ne s'active qu'à condition que l'individu ait pris conscience de l'existence du problème et de ses conséquences au niveau local et global, qu'il ait perçu que des actions pouvaient être entreprises, qu'il s'est estimé en capacité de les conduire, et qu'il se soit senti personnellement responsable (56). Les normes personnelles ont un effet d'autant plus important pour les personnes tenant tout particulièrement à leurs obligations morales (39) : elles sont significativement liées aux valeurs de l'individu (12).

Normes sociales

Les **normes sociales** sont les croyances sur les attentes réelles ou imaginées de son groupe de référence (30). Elles sont marqueurs de l'appartenance au groupe, puisqu'elles émergent immédiatement des valeurs portées par celui-ci (48). Il existe deux types de normes (30) :

- Les normes descriptives correspondent à la croyance sur la fréquence du comportement dans le groupe de référence
- Les normes prescriptives émergent des croyances sur l'approbation du comportement au sein du groupe.

La norme peut influencer le comportement de deux façons (54) :

- **Adhésion normative** : l'individu adopte un comportement en accord avec la norme à laquelle il adhère puisqu'elle est consistante avec ses attitudes et valeurs personnelles.
- **Clairvoyance normative** : l'individu adopte un comportement en accord avec la norme sans forcément y adhérer mais parce qu'il perçoit son caractère normatif.

Dans le cas de l'environnement, la norme sociale peut-être à double tranchant. Il existe une normativité écologique universelle : cette norme peut engendrer des comportements pro-environnementaux, mais elle peut aussi cacher un faible changement effectif des attitudes. En effet, si les individus adaptent leur comportement à la norme par clairvoyance normative et non par adhésion normative, cela signifie que le comportement ne correspond pas à leurs valeurs et attitudes (54). Le changement n'est pas mis en place par enthousiasme mais par obligation, les

individus se sentant obligés de suivre leurs principes, normes et valeurs (48). Les individus peuvent alors avoir des comportements publics en accord avec la norme par peur de la sanction sociale : en privé, l'individu n'a plus de raison de maintenir ses comportements (54).

La source de la norme sociale va aussi avoir un impact sur le choix et les raisons de l'adoption du comportement : l'individu respectera plus une norme émise par un groupe auquel il s'identifie fortement. En outre, si c'est son groupe de référence qui est porteur de la norme, alors celle-ci est d'autant plus saillante et visible dans le contexte dans lequel l'individu évolue (48). L'effet de l'identification au groupe est particulièrement important sur les comportements coûteux : une norme concernant un comportement peu coûteux peut en revanche toucher un public plus grand (57).

La saillance de la norme permet de la rendre plus influente : si plusieurs normes sont saillantes dans un même contexte, cela peut encourager le comportement, à condition toutefois qu'elles soient compatibles. Si des normes contradictoires sont saillantes dans un même contexte, alors la probabilité d'adopter le comportement est réduite (48). Dans le cas de l'environnement, la normativité écologique coexiste avec des normes anti ou non-environnementales : à titre d'exemple, la norme de réussite sociale place comme curseur la réussite matérielle, en contradiction totale avec l'injonction environnementale, puisqu'elle incite à une surconsommation et surproduction (4).

Les normes sociales peuvent donc avoir un impact positif comme négatif sur l'adoption d'un comportement pro-environnemental.

Préconisations

1. ADÉQUATION ENTRE LES VALEURS ET LA NORME PRO-ENVIRONNEMENTALE

Les trois prérequis pour qu'une norme personnelle ait de l'influence sont : une conscience de la problématique, la perception d'un contrôle sur son comportement et sur la problématique, et la perception de sa responsabilité vis-à-vis de la problématique (56). Nous avons déjà évoqué ces trois variables et la façon dont elles peuvent être utiles au changement lors des premiers stades du changement (voir traitement de l'information, motivation défensive et distance psychologique). Pour qu'une norme personnelle favorise l'adoption de comportements pro-environnementaux, il faut que cette norme soit aussi pro-environnementale : les normes se construisant sur les valeurs des individus (56), nous en revenons donc à l'idée de favoriser des valeurs biosphériques et altruistes (voir dilemme social).

2. NORMES DESCRIPTIVES ET PRESCRIPTIVES

Les normes descriptives et prescriptives vont être plus ou moins efficaces en fonction du contexte. Une norme descriptive sera inefficace pour un comportement qui n'est pas adopté par suffisamment de membres du groupe : si seulement quelques personnes ont adopté le comportement, alors il semble au contraire plus souhaitable de ne pas l'adopter. Dans ce cas-là, une norme prescriptive incitera plus l'individu à respecter les valeurs du groupe. En revanche, si une

majorité des membres du groupe mettent en place le comportement, la norme descriptive est beaucoup plus efficace (58).

Cela s'explique aussi par la concordance entre les normes descriptives et prescriptives : il arrive qu'elles soient en conflit, incompatibles, ce qui entraînent un désengagement du comportement, à moins que la personne ait une attitude très positive envers celui-ci pour contrebalancer (48). C'est le cas si l'on utilise une norme descriptive pour un comportement mis en place seulement par une minorité du groupe. Par exemple, formuler une norme descriptive sur le gaspillage alimentaire pour les clients d'un restaurant jetant une grande quantité de nourriture serait complètement inefficace, puisque le comportement réellement mis en place, ici le gaspillage, contredit la norme descriptive.

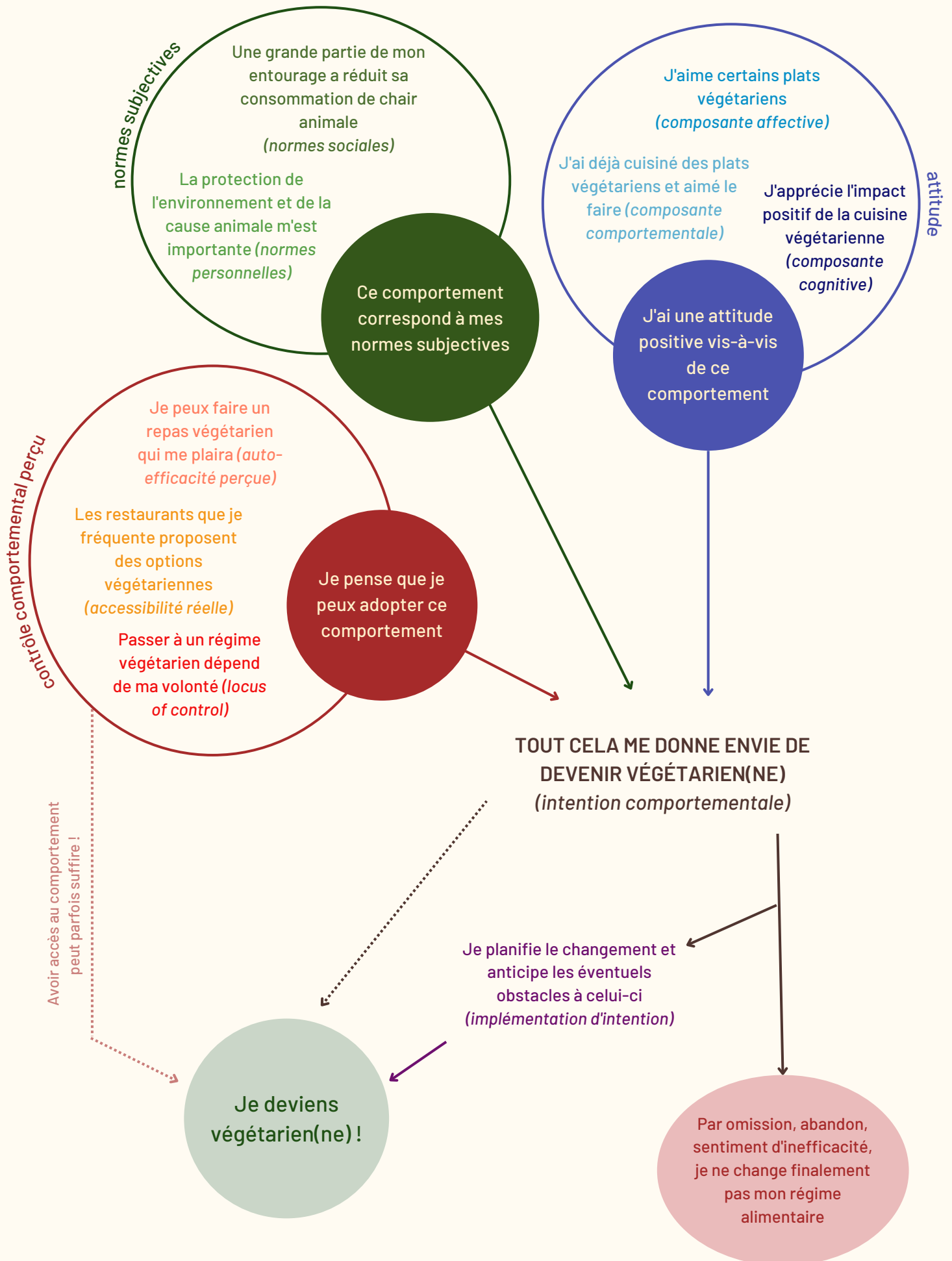
Il faut donc éviter au maximum de présenter des normes incompatibles, l'idéal étant que le comportement perçu comme approuvé par les autres soient aussi perçu comme mis en place par les autres.

3. ADÉQUATION ENTRE LES NORMES SOCIALES ET PERSONNELLES

Les normes personnelles et sociales doivent aussi idéalement aller dans le même sens : si un individu perçoit une cohérence entre ses normes morales et les normes portées par son groupe, alors il s'y soumettra par adhésion normative et non par clairvoyance normative (54). Il s'engagera donc aussi dans le contexte privé. Une réglementation, qui est aussi une norme bien qu'elle ne soit pas issue du groupe mais d'une instance juridique, est ainsi beaucoup moins efficace si elle est perçue comme illégitime (interdiction de circulation des véhicules polluants par exemple) : il n'y a pas d'adhésion à la norme, seulement de la clairvoyance normative. En revanche, une norme sociale inscrite à long ou moyen-terme qui devient une réglementation (l'interdiction des sacs plastiques en caisse par exemple) générera beaucoup plus d'adhésion normative (59). De manière générale, il vaut donc mieux éviter que des normes (descriptives/prescriptives ou sociales/personnelles) incohérentes soient saillantes dans un même contexte.

Enfin, si l'on choisit d'utiliser les normes, il faut aussi faire attention à la source de cette norme, l'idéal étant qu'elle vienne d'un groupe de référence important pour le public ciblé (48).

Théorie du comportement planifié



4.3. Théorie de l'installation

La théorie de l'installation (60) permet de souligner l'importance de ces différents facteurs (individuels, sociaux, contextuels) dans le changement de comportement. Elle part du constat que l'action collective et les comportements sont permis par les représentations sociales communes que nous possédons, qui sont construites par la communication, l'éducation et la pratique. Notre société fonctionne car nous avons appris par la pratique à nous comporter correctement : ces connaissances et compétences ont été incorporées dans nos systèmes nerveux et nous permettent de réaliser l'activité.

Qu'est-ce qu'une installation ?

L'installation est une « unité de comportement « naturelle » en société : (un) arrangement spécifique, local, où les sujets se comportent de manière prévisible. » (61). Les installations permettent donc de canaliser le comportement de l'individu en lui offrant un nombre d'alternatives limité. Nous avons donc le choix entre différentes installations, mais une fois que nous en avons choisi une, nous nous comportons comme prévu en son sein. Si nous ne jouons pas notre rôle, les installations ne pourraient donc pas fonctionner : grâce à la coopération, nous pouvons mettre en place des opérations complexes dans des installations données (61)

Les trois espaces déterminants

Les installations sont déterminées par trois espaces (61) :

- L'espace physique : cet espace correspond aux **affordances** (62), c'est-à-dire à ce que l'environnement physique permet en termes de comportement, ce qu'il donne en bien ou en mal à la personne pour réaliser le comportement. Un individu est capable d'évaluer immédiatement son environnement physique pour évaluer ce qu'il peut faire ou non avec.
- L'espace interne correspond aux compétences incorporées, autrement dit les représentations et savoirs-faire. Nous interprétons ce qui nous entoure en matière d'actions possibles : nos représentations et autres compétences incarnées nous permettent d'interpréter ce qui se passe dans l'environnement et d'agir en conséquence. La représentation produit et détermine les comportements puisqu'elle définit à la fois la nature des stimuli qui nous entourent et les réponses que nous leur donnons (23). Les représentations sociales communes que nous avons nous permettent également d'avoir les mêmes pratiques dans une installation et une culture donnée.
- L'espace social (63) correspond aux règles et normes : les normes sociales, mais aussi les règles proposées par les institutions. Une règle ne fonctionne que si elle a un domaine d'application et une communauté qui peut la respecter. Dans une installation, cela peut passer par l'utilisation d'indices visuels : panneaux, passages piétons, etc.

Ces trois couches coexistent dans une même installation et se recouvrent partiellement. Une installation est d'autant plus efficace qu'elle se situe à l'intersection de ces trois espaces : on observe les comportements les plus durables lorsque l'espace social, interne et physique vont dans la même direction (61). Les installations se maintiennent d'ailleurs grâce à cette redondance entre les trois couches : elle rend les installations résilientes, ce qui permet leur reproduction et la reproduction des pratiques. Si l'une des couches est défaillante, alors les deux autres peuvent prendre le relais jusqu'à ce qu'elle se réadapte : s'il y a un souci technique, nous pouvons le contourner grâce à nos compétences incorporées et aux normes qui guident nos comportements (61).

Les pratiques au sein de l'installation

Comment expliquer que nous ayons des comportements prévisibles dans une installation donnée ? Les installations vont à la fois produire un *feed-forward* qui suscite l'activité en l'orientant et un *feedback* qui permet de continuer l'activité en donnant un retour sur celle-ci. Au sein d'une installation, la trajectoire de l'individu est canalisée à chaque étape de l'exécution qui sépare son état initial de son but. En conséquence, chaque comportement reste dans ce qui est socio-techniquement acceptable et prévu (61).

Grâce à la résilience des installations, nous réussissons à adopter le bon comportement, ce qui installe la compétence d'exécuter le comportement correctement : cette compétence s'incorpore dans notre système nerveux jusqu'à devenir la réponse par défaut dans des circonstances similaires. Progressivement, les comportements corrects répétés deviennent des habitudes (61).

Nous sommes contrôlés par l'environnement mais nous nous contrôlons aussi l'un l'autre : par le contrôle social, nous incitons au respect des normes, au risque de la sanction sociale. Ainsi, par le contrôle environnemental et social, la société peut se reproduire (61).

Création des installations

Comment sont construites les installations ? Tous les objets existent sous une forme réelle et sous une forme symbolique, qui correspond à la représentation que l'on s'en fait : les formes réelles produisent les formes symboliques, mais l'inverse est aussi vrai. Un objet est fabriqué à partir de la représentation que l'on en a (61).

Pour s'assurer de la faisabilité d'un objet, nous pouvons faire des tests réels ou symboliques : les tests symboliques sont très efficaces et ne coûtent rien. C'est pourquoi, pour 3000 idées, on fait seulement quatre essais matériels (61) : les tests symboliques permettent un premier tri. Lorsqu'on passe aux essais matériels, on cherche à voir la faisabilité technique mais surtout à s'assurer que l'installation ne soit pas néfaste pour une autre installation : c'est le rôle du contrôle institutionnel. A titre d'exemple, la création d'une nouvelle installation ne doit ainsi pas avoir un impact négatif sur l'environnement, ne doit pas être stigmatisant pour une partie de la population, etc. Ces choix sont donc liés à des systèmes de force et de valeurs (61).

Préconisations

Plutôt que de changer les individus, la théorie de l'installation préconise de modifier les installations. Pour cela il faut d'abord analyser l'installation existante pour repérer les comportements qu'elle permet de maintenir (61). Il faut ensuite se pencher sur le comportement qu'on aimerait voir apparaître et identifier les couches que l'on devra modifier pour créer un tunnel vers ce comportement. Enfin, il suffit de changer une ou deux couches de l'installation : si cette modification permet un comportement satisfaisant, la capacité de résilience de l'installation permettra à la troisième couche de s'adapter aux deux premières (61).

Plus concrètement, Saadi Lahlou (61), auteur de la théorie, décrit les étapes suivantes :

- Regarder à chaque étape le comportement adopté au sein de l'installation initial
- A chaque bifurcation, identifier les motifs de l'acteur quand il agit et les sous-buts qui expliquent ses agissements
- Repérer les éléments de l'installation qui poussent l'individu dans un sens ou un autre
- En changer un pour inciter l'individu à partir dans un autre sens

Avec cette méthode, on peut donc intervenir à différents moments de l'activité et sur différentes couches. Savoir qu'on a plusieurs couches sur lesquelles agir permet également d'élargir la capacité d'action : si l'on a un accès aux politiques publiques, on peut travailler sur la réglementation (espace social), si l'on a un accès à l'éducation, on peut travailler sur les représentations (espace interne) et enfin si l'on a accès au produit, on peut travailler sur le design (espace physique)(61).

Un exemple concret est celui d'une étude que les auteurs (64) ont réalisé en Pologne. Leur objectif était que les enfants boivent plus d'eau : ils sont intervenus dans 400 ménages sur les différentes couches de l'installation :

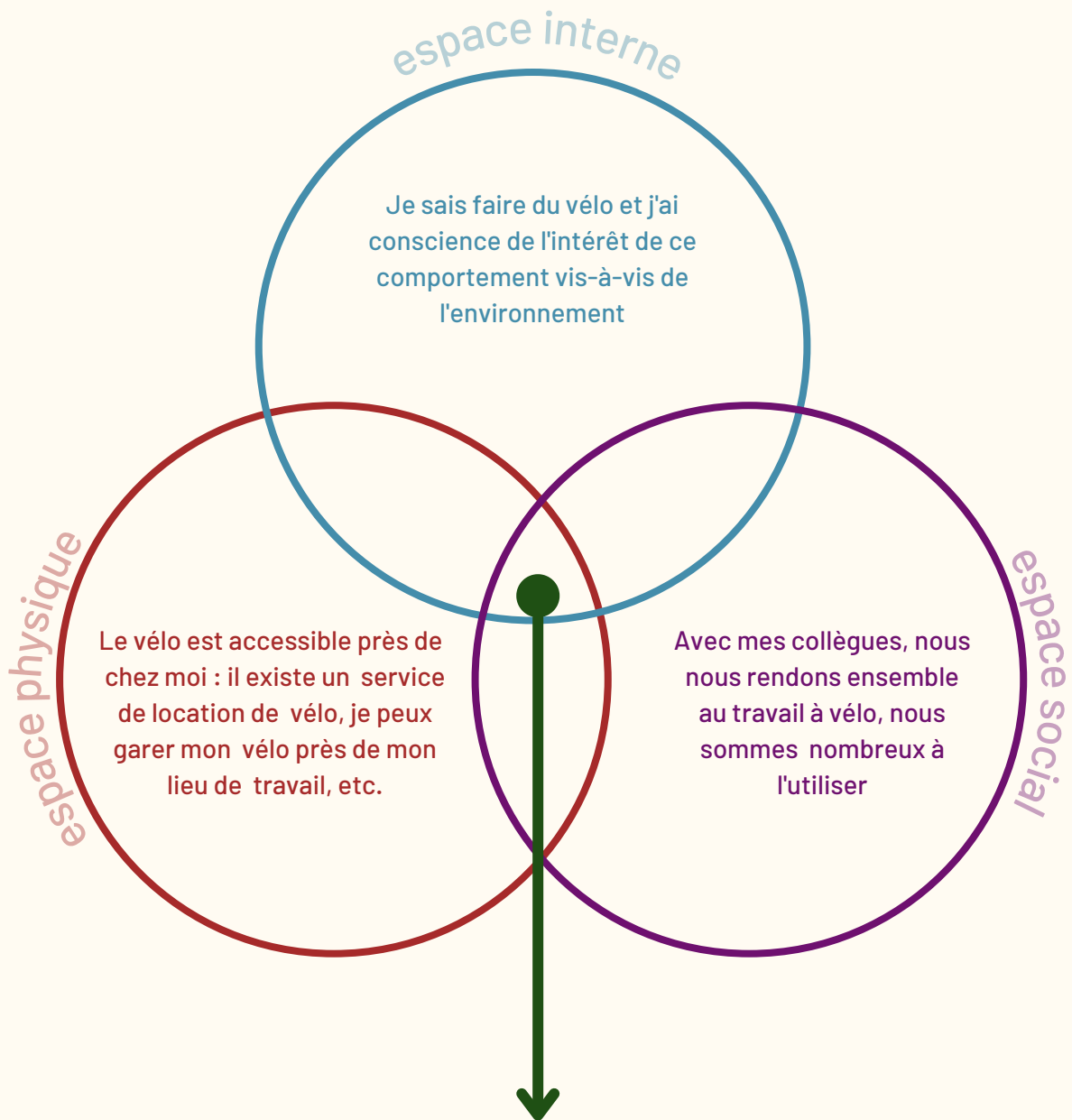
- Sur la couche physique, ils ont rendu visibles et accessibles des bouteilles d'eau
- Sur la couche interne, ils ont éduqué les parents sur l'intérêt de l'eau pour leurs enfants
- Sur la couche sociale, ils ont créé un espace d'interaction entre les parents pour qu'ils échangent sur la façon dont ils incitent leurs enfants à boire de l'eau.

Les couches interne et sociale reposent sur le contrôle social : le fait d'apprendre aux parents les incite à conditionner leurs enfants dans ce sens.

Les résultats de cette étude ont montré que le changement de la couche physique a eu plus d'impacts que les deux autres. Toutefois, de manière globale, le fait de modifier les trois couches permet le plus de changement de comportement. Ils ont finalement réussi à multiplier par 8 la consommation d'eau et à réduire la consommation de boissons gazeuses des enfants des foyers concernés.

L'approche par les installations peut paraître semblable à celle des nudges, bien qu'elles prennent en compte bien plus de facteurs. On peut toutefois lui opposer les mêmes critiques, à savoir de se rapprocher de certaines techniques de manipulation : c'est pourquoi l'auteur de la théorie préconise de mettre en place cette méthode en collaboration avec les public-cibles. Ainsi, les premiers concernés participent à l'élaboration de la solution, ils sont co-responsables et vont donc pouvoir mieux s'approprier les changements (63).

Théorie de l'installation



Les trois espaces sont cohérents,
l'installation me permet de
prendre durablement mon vélo
pour aller au travail

3.6. Applications sur le terrain

Écogestes Méditerranée (CPIE Île de Lérins Pays d'Azur)

Partenaires principaux : Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, Agence de l'Eau Rhône Méditerranée Corse, Plan d'Action pour le Milieu Marin, DIRM Méditerranée

Écogestes Méditerranée est une campagne de sensibilisation à la préservation des habitats marins et littoraux le long la Méditerranée française. Inscrite parmi les mesures transversales du Plan d'Action pour le Milieu Marin (PAMM), cette campagne clé contribue aux politiques publiques maritimes de la façade (DSF, SDAGE). Elle est accompagnée par différents acteurs : Etat, collectivités, organismes publics, gestionnaires d'aires marines protégées et secteur privé.

Véritable action collective à l'échelle de la façade maritime depuis 2017, la campagne a été initiée dès 2002 en Provence-Alpes-Côte d'Azur. Elle permet de sensibiliser les plaisanciers et autres usagers de la mer pour les inciter à des changements de pratiques, à la fois en termes de comportements et d'équipements, dans l'objectif de réduire les impacts dus aux usages.

En région Provence-Alpes-Côte d'Azur, un collectif de 16 structures* aux statuts diversifiés agissant en réseau coordonné par le CPIE des Îles de Lérins et Pays d'Azur, se mobilise pour intervenir directement au contact des plaisanciers dans une centaine de zones de mouillage et dans les ports de plaisance, en partenariat avec l'Union des ports de plaisance Provence-Alpes-Côte d'Azur et Monaco (UPACA). Signataire de la Charte des Ports de Plaisance et de Pêche, le réseau œuvre pour une gestion durable et partagée de l'espace maritime et littoral.

Les ambassadeurs de la campagne vont donc à la rencontre du public-cible, sur les sites de mouillage en mer ou à quai dans les ports, pour échanger avec eux sur leurs conduites et leurs impacts sur l'environnement : l'ancrage en dehors des habitats sensibles (par exemple les herbiers de Posidonies), la gestion des déchets, des hydrocarbures et des eaux grises et noires, le choix des produits d'entretien, la pêche de loisirs, la plongée, etc. Cet échange repose sur un bulletin d'engagement et un guide pratique, qui accompagne l'adoption des écogestes.

La campagne a été construite sur le principe de la communication engageante : les plaisanciers sensibilisés s'engagent à adopter un écogeste de la nature qu'il souhaite (choix d'équipements écoresponsables ou adoption de pratique pour une meilleure protection du milieu) et peuvent afficher un fanion « Écogestes Méditerranée » qui rend leur engagement public. S'ils le souhaitent, les plaisanciers peuvent aussi afficher leur engagement sur le site de la campagne, ce qui renforce la mobilisation et le maintien du comportement. Ainsi, ils sont acteurs dans leur changement et dans la préservation de l'environnement marin.



*Parc Naturel régional de Camargue, Ecoutes ta planète, Parc Marin de la Côte Bleue, AIEJE, Naturoscope Marseille, Les Mariolles de la Bleue, Naturoscope Var, CIETM, Les Amis de la Presqu'île de Giens, Parc national Port-Cros, Communauté de communes Golfe de Saint Tropez, Estérel Côte d'Azur Agglomération, ADEE, Méditerranée 2000, Centre de Découverte Mer et Montagne, CPIE Îles de Lérins Pays d'Azur

En 20 ans d'actions, ce sont près de 70000 usagers du littoral régional qui ont été informés et sensibilisés. Les plaisanciers, acteurs de leurs pratiques et de la préservation des habitats marins, s'engagent volontairement et chaque année près de 2000 nouveaux fanions Ecogestes Méditerranée sont hissés sur les navires.

Communication engageante

Brûlage des déchets verts (Graine Provence-Alpes-Côte d'Azur)

Partenaire : DREAL Provence-Alpes-Côte d'Azur



© Graine PACA 2020

Cette campagne s'est déroulée dans plusieurs jardinerie de la région en 2020. Des animateurs issus de différentes structures ont sensibilisé des clients des jardinerie sur la question du brûlage des déchets verts, selon deux méthodes : l'hypocrisie induite et la communication engageante.

Lorsque l'hypocrisie induite était utilisée, les animateurs devaient d'abord rendre saillant la norme en posant une question type « êtes-vous sensibles aux problématiques environnementales ».

Dans un second temps, ils rappelaient les transgressions en demandant au client s'il avait déjà été confronté par le passé à la gestion de ses déchets verts, et si oui s'il les avait déjà brûlé. Après quoi, ils continuaient d'échanger et distribuaient les outils de communication (une étiquette à planter « Jardinier responsable »).

Lorsqu'ils utilisaient la communication engageante, ils proposaient aux clients de remplir en face à face un questionnaire sur les connaissances et habitudes des jardiniers en justifiant la demande par un souhait de mieux connaître les pratiques sur la gestion des déchets verts : cela constitue un acte préparatoire. Après quoi, les animateurs continuaient d'échanger et distribuer les outils de communication.

Dans cette campagne, la communication engageante s'est avérée beaucoup plus efficace que l'hypocrisie induite, qui auraient fermé les clients à la communication. Cela pourrait s'expliquer par le fait qu'il n'existe pas de normes connues sur le brûlage des déchets verts, sur laquelle aurait pu s'appuyer l'hypocrisie induite. En revanche, le paradigme semble avoir fait ses preuves en prédisant plus d'intention comportementale.

Communication engageante, hypocrisie induite

#Tugères : programme de formation de jeunes engagé.es (Geres)

Partenaires : Eurasia Net, Clean My Calanques, Agence Française de Développement, Coordination Sud, Veolia

Le programme #Tugères a pour objectif de sensibiliser et d'accompagner des jeunes de 16 à 25 ans qui ont un projet en rapport avec l'environnement, pour qu'ils deviennent des créateurs de projets engagés. Lancé à Marseille, le projet a pour vocation d'être réitéré ailleurs. Un double objectif donc : assurer une montée en compétence des jeunes engagé.es, tout en les aidant à développer une visibilité autour de leurs engagements.

Concrètement, le programme se déroule en quatre ateliers, avec le soutien de différents professionnels eux-mêmes engagés dans la transition :

- Le premier atelier est un atelier de sensibilisation et de réflexion autour de la question du changement climatique mais aussi des types d'implications possibles dans cette lutte.
- Pendant le second atelier, les jeunes partent d'un projet test précis existant pour identifier les engagements et actions possibles afin de toucher un maximum de personnes et aider le projet à prendre de l'ampleur.
- Pendant le troisième atelier, après avoir effectué d'autres exercices pratiques, les participants proposent leur projet individuel avec un retour du collectif.
- Enfin, le dernier atelier commence par un dernier exercice de réflexion commune, avant d'être consacré à la personnalisation des projets, la communication et l'évaluation des besoins matériels de chacun.

Après ces ateliers, les jeunes sont accompagnés dans la mise en place de leurs projets. Leur visibilité médiatique est aussi assurée par la structure afin d'amplifier leurs impacts.

Au total, la première édition du programme en 2021 a abouti à 7 projets sur des thématiques environnement et santé : podcast sur la santé par les jeunes et pour les jeunes, projet d'art engagé, création d'un calendrier des défis, création d'un documentaire sur le recyclage sur TikTok, etc. 120 000 personnes ont été touchées sur les réseaux sociaux par le #TuGères du Geres et par les projets des jeunes.

Le programme permet donc plusieurs changements :

- Il favorise le développement d'un pouvoir d'action chez les jeunes en les aidant à identifier les solutions, les possibilités, les limites et en les accompagnant dans la mise en œuvre de leur projet.
- En les aidant à devenir les créateurs.trices de contenus ou de projet qu'ils souhaitent être, le programme permet aussi d'ériger les participantes en « modèles » de la transition écologique, ce qui peut inspirer leurs communautés à faire de même en jouant sur la norme et la comparaison sociale.
- Enfin, le programme a aussi une influence sur les "moins jeunes" qui constatent la mobilisation de la jeunesse et la pertinence de ses idées, reprend ainsi un peu espoir en l'avenir et peut se mobiliser à son tour.



© Geres, 2021

..... Contrôle comportemental perçu, attitudes, normes (comparaison sociale)

Accompagnement des collectivités (CPIE Côte Provençale, Atelier Bleu)

Le CPIE Côte Provençale déploie une offre d'accompagnement des collectivités dans leurs projets d'adaptation au changement climatique, de promotion de la nature en ville ou encore de démarche zéro déchet. Le projet « Commerçants engagés pour des plages zéro déchet » permet par exemple d'accompagner les commerçants dans la réduction de leurs déchets, en leur proposant des actions pour limiter la distribution de vaisselle à usage unique (pailles, gobelets, sacs...).

Avec l'aide du Laboratoire de Psychologie Sociale de l'Université d'Aix Marseille, l'équipe du CPIE a formalisé un protocole d'approche des commerçants basé sur la communication engageante, avec pour objectif d'inscrire le changement de comportement dans la durée. La première rencontre auprès des restaurateurs du bord de mer s'effectuait par le biais d'un questionnaire sur leur opinion concernant la pollution des plages et le rôle de chacun des acteurs du territoire pour la limiter. Cette approche permettait ainsi de relier les actions à un objectif concret et de proximité.

Concernant les moyens de parvenir au changement de comportement, la seconde visite permettait de proposer au commerçant plusieurs éco-gestes, dont certains étaient déjà mis en place au sein du commerce. Il s'agissait ainsi de montrer l'accessibilité des actions de réduction de déchets, de valoriser le commerçant et de le placer en position d'acteur du changement afin de susciter l'envie d'aller plus loin. Enfin, une troisième rencontre visait à vérifier la mise en œuvre d'un nouvel éco-geste expérimenté par le restaurateur et à échanger sur les obstacles rencontrés lors de ce changement. La valorisation finale du commerçant en tant que « commerçant engagé » facilitait l'ancrage du changement dans le temps, par l'appartenance à un réseau d'acteurs engagés et la mise en lumière de ses engagements.

A l'issue de trois années d'accompagnement des commerçants dans cette démarche, le retour d'expérience a cependant permis d'identifier plusieurs freins au changement, et notamment liés au sentiment de responsabilité dans la production des déchets. Un phénomène de « plafond de verre » a été atteint pour plusieurs commerçants engagés les années passées mais qui ne pouvaient pas ou ne souhaitaient pas aller plus loin dans la démarche. Lorsqu'ils considèrent avoir déjà fait leur part (en menant certains des éco-gestes depuis un ou deux ans), certains commerçants jugent que la responsabilité doit être partagée à d'autres acteurs du cycle de vie du déchet.

Faire le lien entre des actions individuelles et collectives, favoriser la transversalité des démarches de changement de comportement et impliquer la collectivité dans les projets pourraient donc être des leviers pour faire face à cet obstacle et montrer aux parties-prenantes du projet que la responsabilité est bien partagée par tous.

Familles en transition (Le Loubatas)

Avec « Familles en transition », l'association accompagne des familles dans la transition écologique sur trois thématiques : l'énergie, l'alimentation, et le jardin-biodiversité. Plusieurs actions sont proposées, parmi lesquelles :

- Sensibilisation à une alimentation saine, biologique, de saison et locale, ainsi qu'à la réduction du gaspillage alimentaire
- Apprendre à cuisiner soi-même
- Mettre en place un potager, un composteur individuel ou de quartier

Ces trois exemples illustrent comment le projet permet d'accompagner les familles sur trois plans : leurs connaissances, leurs compétences, et leur environnement physique. En outre, les thématiques abordées sont déjà mises en pratique à l'écogite du Loubatas, donnant ainsi aux familles un modèle de ce qu'il est possible de faire. Leurs espaces physiques, sociaux et internes peuvent donc être modifiés par cette action et permettre une installation durable propice aux changements.

..... Théorie des installations

CHANGEMENT

Je suis conscient(e) de la nécessité du changement mais je ne me suis pas encore engagé(e) dans le nouveau comportement
(dissonance cognitive)

Hypocrisie induite

Mettre en évidence l'incohérence entre les deux cognitions

Théorie de l'engagement

Réaliser le comportement librement et sans récompense

Communication engageante

Précéder l'engagement d'un acte préparatoire

J'envisage le changement de comportement, et ce d'autant plus que...

Normes subjectives

Le comportement est congruent avec mes valeurs et celles de mon groupe

Attitudes

J'ai envie de mettre en place ce changement que j'évalue positivement

Contrôle comportemental perçu

Je me sens capable de changer

Acquérir des valeurs et connaissances cohérentes avec le comportement

Espace social

Le comportement est soutenu par une norme

Espace physique

Le comportement est accessible dans mon environnement de vie

Espace interne

J'ai les compétences pour changer

Favoriser des normes et un contexte normatif cohérent avec la norme

Aménager le territoire de telle sorte que le changement soit possible

Faire en sorte que le comportement dépende de la capacité de l'individu, renforcer son auto-efficacité

05. PÉRENNISATION DU CHANGEMENT

MAINTIEN ET TERMINAISON

L'individu adopte pour la première fois le comportement, mais il doit encore le maintenir. C'est à ce niveau-là qu'il rencontrera la plus forte probabilité de rechute. S'il arrive à passer outre la rechute et à maintenir le comportement, alors ses nouvelles habitudes pourront être internalisées et devenir automatiques.

5.1.	Nature de la motivation	60
5.2.	Internalisation et habitudes	66
5.3.	Identité sociale et changement collectif	68
5.4.	Pérennisation : contamination positive	74
5.5.	Applications sur le terrain	77
	• Chantiers Nature Bénévoles (COLINEO)	77
	• Eco-ambassadeurs de la Région Provence-Alpes- Côte d'Azur	77

5.2. Nature de la motivation

Nous l'avons évoqué en fil rouge tout du long des étapes précédentes, la **motivation** à l'origine du comportement est essentielle pour son maintien. Les motivations sont des processus qui nous permettent d'établir des priorités et de répartir nos ressources en fonction de celles-ci (53). Autrement dit, la motivation décrit les facteurs internes et ou externes qui vont définir l'initiation, la direction, l'intensité et la persistance du comportement (65). On considère qu'il existe deux grands types de motivations, définis par la nature (interne ou externe) des facteurs à leur origine : ainsi, la **motivation intrinsèque** consiste à initier une action pour le plaisir inhérent à celle-ci, tandis que la **motivation extrinsèque** est engendrée par la poursuite d'un objectif détaché de l'action (66). Ces deux formes de motivations vont avoir des effets différents sur l'initiation et le maintien du comportement.

Le striatum : la recherche de récompenses immédiates

La motivation est apparentée à la récompense : lorsque nous adoptons initialement un comportement, nous cherchons à obtenir une récompense immédiate à ce comportement. Cela s'explique par notre système nerveux, et notamment par son système de récompense, avec en son centre le **striatum** : le striatum a pour rôle de garantir les comportements de base de l'être humain (alimentation, reproduction, acquisition d'un statut social, économie cognitive et information). Pour cela il génère une molécule, la dopamine, qui donne du plaisir à l'individu et l'encourage à maintenir ces comportements (67). Ces motivations de base sont donc à l'origine d'un certain nombre d'innovations faites dans le but de satisfaire les désirs du striatum. Le striatum n'étant pas programmé pour se limiter, nous devons toujours obtenir plus pour le satisfaire : notre cerveau est d'une certaine façon programmé pour la croissance (67). Nous sommes bien sûr capables de résister aux appels du striatum, grâce au cortex cérébral, qui nous permet de faire preuve d'abstraction et de volonté et qui bloque les ordres du striatum par le biais des fibres qui les relient. Toutefois, nous évoluons dans un système qui propose tout, rapidement, et qui encourage donc la recherche de récompenses immédiates et de satisfaction du striatum : or, pour fonctionner correctement, les fibres qui relient le striatum au cortex doivent être entraînées. Si l'on s'habitue à vivre dans une société où tous nos besoins peuvent être satisfaits rapidement, alors ces fibres peuvent s'atrophier, nous rendant moins capables d'abstraction et de volonté (67). Notre cerveau n'est donc pas le seul responsable, les décisions politiques à l'origine des structures économiques et sociales qui régissent notre société ont un impact très important sur la recherche constante de croissance (68) : considérer uniquement la responsabilité de l'individu et de son cerveau reviendrait à dépolitiser la cause environnementale.

La question de la récompense pose un problème tout particulier avec les comportements pro-environnementaux : ils ne s'accompagnent pas d'une récompense immédiate inhérente au comportement. Nous l'avons déjà évoqué précédemment, la distance temporelle est un facteur essentiel à prendre en compte (Voir Distance psychologique) : lorsque l'on met en place un comportement pro-environnemental, nous savons que ces conséquences positives n'advieront que sur le long-terme. Or plus un avantage est distant dans le temps, moins notre cerveau le valorise (69). Cette question se pose d'autant plus dans le cas du maintien du comportement : en effet, si un avantage lointain peut suffire à l'initiation du comportement, les motivations au maintien sont différentes. Les récompenses immédiates au comportement sont

le meilleur moyen de favoriser son maintien (53). Les récompenses extrinsèques n'ont toutefois pas un grand intérêt à ce niveau, puisqu'elles ne permettent ni le maintien ni la généralisation du comportement (30) : elles dépendent du contexte et de l'existence de cette récompense extrinsèque, qui ne dépend elle-même pas de l'individu.

En outre, l'individu, pris dans un conflit entre les besoins du striatum et une conscience écologique grandissante, ressent une forme de dissonance cognitive qui s'exprime au niveau du **cortex cingulaire antérieur (70)**. Cette structure nerveuse a pour rôle, entre-autre, de réguler les conflits émotionnels. La solution au conflit peut alors être une forme de déni, qui permet de réduire la dissonance cognitive mais engendre de l'inaction, ou alors de donner du sens aux comportements, ce qui permet une congruence entre les informations en possession de l'individu et ses actes (70).

Motivation intrinsèque : autodétermination

Le mieux est donc d'avoir une récompense intrinsèque, interne à l'individu, et non dépendante du contexte : le meilleur moyen de maintenir un comportement pro-environnemental est de l'avoir initié dans un objectif de protection de l'environnement. Mais cela ne constitue pas une récompense immédiate au comportement. Pour favoriser le maintien, il faut donc trouver une récompense affective immédiate et intrinsèque. L'individu ne pouvant pas jouir immédiatement des résultats de son comportement pro-environnemental, la solution peut être de faire en sorte qu'il jouisse de l'action en soi : ce plaisir peut se trouver dans le fait d'être congruent, cohérent avec ses valeurs et engagements personnels (53). La théorie de l'autodétermination (71) montre justement que la motivation intrinsèque, résultat de l'alignement entre les valeurs de l'individu et l'activité initiée, est bien plus durable que la motivation extrinsèque.

Différentes motivations extrinsèques

La plupart des comportements sont toutefois généralement initiés pour des récompenses extrinsèques. Ce n'est pourtant pas une fatalité, une motivation extrinsèque peut devenir intrinsèque avec le temps et des performances répétées (53). En effet, il existe quatre types de motivations extrinsèques, régulées différemment, plus ou moins autodéterminées (72) :

- Motivation extrinsèque par régularisation externe : elle ne dépend que des contingences externes comme des récompenses matérielles ou des contraintes imposées par le contexte ou une autre personne. Par exemple, une personne consomme une option écologique car elle est la seule disponible.
- Motivation extrinsèque par régulation introjectée : l'individu commence à intérioriser les motivations, mais il met toujours en place le comportement en raison des contraintes imposées (culpabilité par exemple) et non d'un plaisir retiré. Pour reprendre l'exemple ci-dessus, la personne a continué de choisir l'option en réalisant qu'elle présentait aussi un avantage financier.
- Motivation extrinsèque par régulation identifiée : cette motivation extrinsèque apparaît lorsque l'individu commence à valoriser et à juger son comportement comme important. L'option que l'individu de notre exemple choisit acquiert de la valeur à ses yeux.
- Motivation extrinsèque par régulation intégrée : la motivation extrinsèque est alors autodéterminée, l'individu arrive à réguler seul son comportement. Il le met en place parce qu'il lui semble naturel. Toujours dans notre exemple, le choix est devenu automatique.

Les motivations autodéterminées ne sont donc pas nécessairement intrinsèques à l'origine, elles doivent seulement répondre au principe de congruence entre le comportement et les valeurs de l'individu.

Rationalité environnementale continue et discontinue

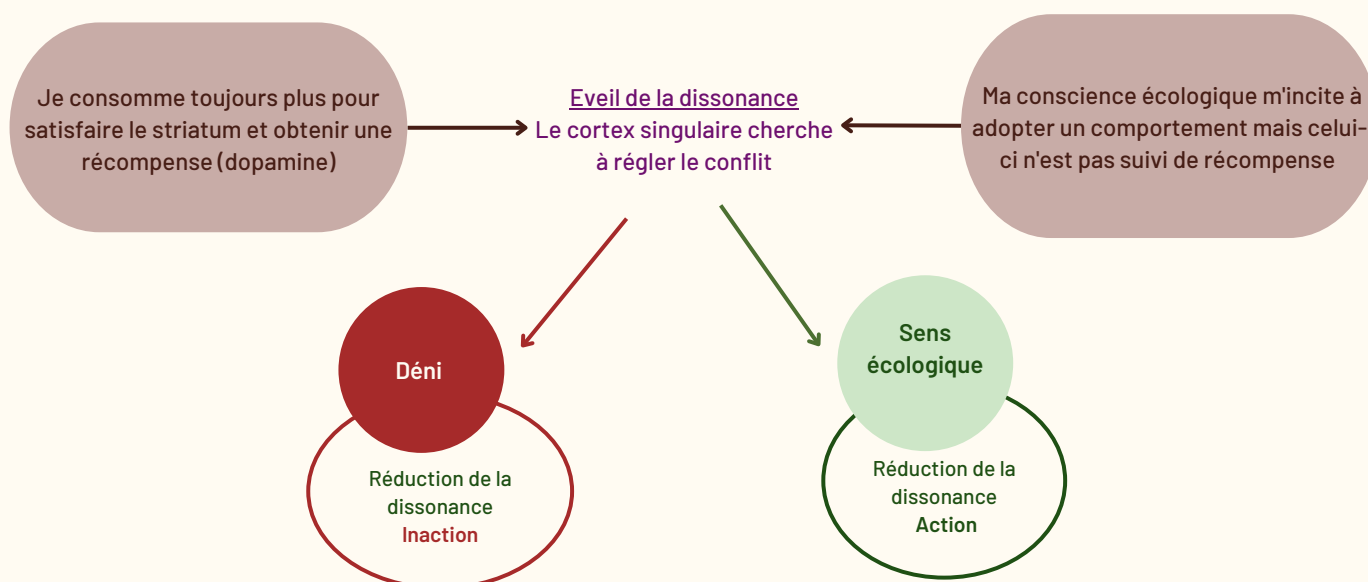
En économie, les auteurs évoquent également la motivation à l'achat et font la différence entre rationalité environnementale continue et discontinue (73) : la rationalité environnementale continue opère lorsque les individus intègrent la variable environnement à leur choix de consommation, dès l'achat du produit, tandis que la rationalité environnementale discontinue advient lorsque l'environnement n'entre pas comme paramètre dans le choix du consommateur. La rationalité environnementale discontinue ne permet pas de maintien du comportement contrairement à la rationalité environnementale continue.

La rationalité environnementale continue permettrait également plus de *spill-over positif*, c'est-à-dire de généralisation à d'autres comportements pro-environnementaux, contrairement à la rationalité environnementale discontinue, qui peut même résulter en du *spill-over négatif* : le fait de s'engager dans un comportement vertueux donnerait plus de légitimité à s'engager dans d'autres comportements indésirables (12). On peut parfois même observer un effet rebond : lorsqu'on propose une option économique et écologique, la demande augmente et donc la production et la consommation également. La valeur écologique du produit est alors réduite par la surconsommation que peut entraîner sa nature économique (30).

Préconisations

1. REDONNER DU SENS AUX COMPORTEMENTS

Pour éviter que la solution au conflit entre le striatum et la conscience écologique ne soit une forme de déni, il faut créer un sens écologique (70). Éveiller les consciences à la diversité de notre environnement naturel engendre une forme d'émerveillement qui peut-être un moteur à la mobilisation. Recréer des rituels collectifs autour de la nature permet à la fois d'apaiser les angoisses générées par la crise environnementale, tout en assurant la création et la transmission communes d'un sens écologique. En recréant du sens, les individus sont motivés à adopter et maintenir des comportements protecteurs et non destructeurs de l'environnement (70).



2. FAVORISER L'AUTODÉTERMINATION : PRINCIPE D'AUTORÉGULATION

La motivation autodéterminée dépend de la capacité de l'individu à s'autoréguler. L'autorégulation mène à une autre typologie des motivations : les motivations autonomes, qui regroupent les régulations intrinsèques, intégrées et identifiées, et les motivations contrôlées, qui regroupent les régulations introjectées et externes. Il faut donc favoriser les motivations et régulations autonomes (74).

L'individu doit donc être actif dans ses efforts pour contrôler le nouveau comportement et inhiber les anciens comportements abandonnés : il doit passer outre ses anciens besoins, émotions et désirs dominants et automatiques et les remplacer par des stratégies orientées vers le nouveau but (53). L'autorégulation est à la fois un besoin et une compétence (53) :

- L'autorégulation est un besoin qui évolue dans le temps et avec l'évolution du comportement. L'individu initie généralement le comportement à un moment opportun, lorsque les conflits entre les bénéfices et les désavantages sont faibles et que la motivation et la capacité sont importantes. L'autorégulation est un besoin lorsque les nouveaux comportements ne sont pas encore automatisés et que la potentialité du comportement initial est encore haute. Autrement dit, lorsque la motivation baisse, l'autorégulation est nécessaire pour compenser. Elle devient de moins en moins nécessaire lorsque l'individu s'est engagé à plusieurs reprises dans le nouveau comportement et qu'il a désappris ses anciennes habitudes pour les remplacer par des nouvelles. D'autres théories peuvent à l'inverse soutenir que l'autorégulation devient de plus en plus nécessaire avec le temps car la répétition et l'autocontrainte peuvent épuiser l'individu (75).
- L'autorégulation est une compétence, puisque notre capacité à nous autoréguler devient meilleure avec la répétition et avec le challenge. Plus la capacité d'autorégulation est faible, moins il y a de lien entre intentions comportementales et comportements. L'autorégulation nécessite aussi de résister aux tentations et aux influences impulsives : les individus gèrent leurs comportements en fonction de leurs buts et de leurs capacités à les atteindre. S'ils perçoivent une différence entre les résultats attendus et les résultats obtenus, alors deux possibilités : soit ils ont une forte capacité d'autorégulation et vont donc consacrer plus de temps et d'efforts pour celle-ci ; soit ils ont une faible capacité d'autorégulation, et vont donc se désengager du comportement.

Comme déjà évoqué précédemment (voir Contrôle comportemental perçu ; implémentation d'intention), la rechute est aussi une réalité du changement : le risque de rechute est particulièrement important au stade du maintien. L'individu doit donc l'anticiper au maximum pour pouvoir la gérer, ce qu'il réussira d'autant mieux avec une forte capacité d'autorégulation (53).

Pour favoriser une bonne capacité d'autorégulation, il faut donc :

- Éviter toute situation, tout stimulus pouvant décourager l'adoption des comportements : éviter les lieux, contextes, objets, qui pourraient faciliter le retour aux anciens comportements (4). Un contexte physique favorisant l'adoption du nouveau comportement peut aussi aider à réduire les risques de rechute.
- La rechute étant quasi-inévitable, il faut également apprendre à l'individu à l'anticiper, à l'accepter et à la gérer avec la planification de coping (voir Contrôle comportemental perçu) (53).

L'autorégulation utilise des ressources psychologiques et cognitives qui finissent par s'épuiser, augmentant ainsi le risque de rechute. Si les ressources sont limitées ou épuisées, elles peuvent

être restaurées en se reposant ou par les affects positifs (53). L'idée est donc encore une fois de laisser la personne aller à son rythme.

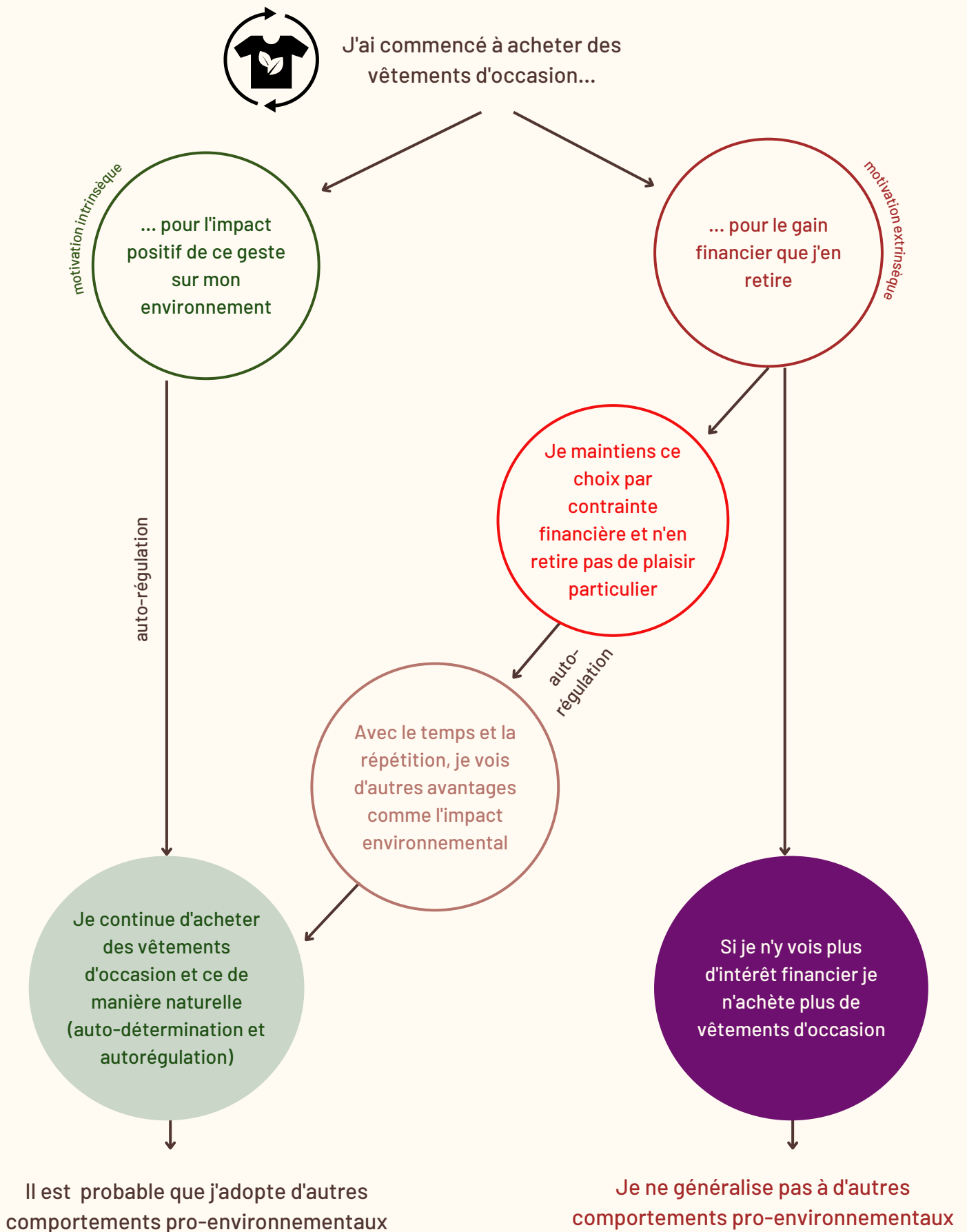
3. PRÉFÉRER DES MOTIVATIONS INTRINSÈQUES À DES MOTIVATIONS EXTRINSÈQUES

Bien que les motivations extrinsèques puissent devenir autodéterminées avec le temps et la répétition, l'idéal est encore de favoriser une motivation initiale intrinsèque, qui sera donc déjà autodéterminée. La motivation intrinsèque apparaissant lorsque l'activité et les valeurs de l'individu sont congruents, l'idéal est donc de transmettre des valeurs altruistes ou biosphériques (voir Dilemme social) ainsi que des attitudes positives envers les comportements (voir Force des attitudes).

4. FACILITER LA RATIONALITÉ ENVIRONNEMENTALE DISCONTINUE

Dans un contexte de consommation, on peut faciliter la rationalité environnementale continue en rendant l'information sur la nature écologique du produit lisible : cela peut passer par des écolabels et des logos, à conditions que ceux-ci soient suffisamment démocratisés pour être connus des consommateurs. Lorsque l'information sur la qualité environnementale du produit est lisible dès l'achat, il y a plus de chance que cette caractéristique rentre en compte dans le choix de consommation de l'individu (73).

Nature de la motivation



5.2. Internalisation et habitudes

Dans toutes les situations, l'individu a plusieurs options et choix de comportements : ces comportements peuvent être plus ou moins probables à un moment T, avec des facteurs individuels et un contexte donné. C'est ce qu'on appelle la **potentialité du comportement**. Elle varie avec le temps et le contexte. Le comportement a plus de chance d'être maintenu dans le temps si sa potentialité est importante et qu'il devient donc la réponse dominante et automatique dans différents contextes (53).

Les **habitudes** sont justement des actions qui se déclenchent automatiquement par la présence d'indices situationnels (53). Le développement des habitudes suit une période d'autorégulation du nouveau comportement : le comportement jusqu'alors contrôlé consciemment devient automatique et ne nécessite plus de contrôle, il peut être réalisé inconsciemment. Toutefois, si la nouvelle habitude remplace une habitude initiale très forte, un individu a plus de chance de rechute : il faut alors retirer tous les stimuli déclenchant l'habitude initiale (53).

Processus duels et théorie des habitudes

Les modèles à double processus considèrent que le comportement est régi par l'interaction entre deux systèmes de régulation : un système réfléchi, basé sur la délibération consciente, contrôlé avec effort, et qui est censé prendre le relai d'un système automatique, qui répond en fonction des habitudes et impulsions. Grâce à ces systèmes, les individus peuvent maintenir une autorégulation continue : toutefois, l'autorégulation nécessite des ressources qui finissent par s'épuiser (53). Ainsi, afin de rendre le comportement le plus durable possible, le mieux est de développer son automaticité : des niveaux de traitement cognitif élevés ne sont alors plus nécessaires, les habitudes étant effectuées avec un minimum de conscience (76). C'est justement ce qui nous permet de nous adapter à un grand nombre de stimuli internes et externes.

Théories de l'apprentissage

Les différentes théories de l'apprentissage comme les théories sur le conditionnement classique (77) ou opérant (78) nous renseignent sur les influences de l'environnement sur le développement et le maintien de nouvelles habitudes. La répétition et le renforcement sont primordiaux dans la formation des habitudes. Pour maintenir le comportement, les individus peuvent être conditionnés à adopter un comportement en réaction à un stimulus. A l'inverse, pour abandonner une habitude, il faut rompre l'association stimulus/comportement. Par exemple, le fait de manger est une habitude déclenchée par un indice situationnel, l'heure du déjeuner : l'association répétée entre l'indice situationnel, le stimulus, et le comportement, la réponse au stimulus, permet le maintien du comportement dans le temps. La dissociation est toutefois un processus long et coûteux. C'est pourquoi il est généralement conseillé de faire en sorte que l'individu ne soit plus exposé au stimulus déclenchant le comportement qu'il souhaite abandonner.

1. EXPÉRIMENTER LE CHANGEMENT

La première étape pour rompre avec une habitude est d'expérimenter l'autre comportement. Les habitudes étant mises en place de manière automatique, le fait d'expérimenter un autre comportement permet de rompre cette automaticité et de prendre conscience de l'existence d'une autre option (79).

Toutefois, nous nous situons ici dans l'étape du maintien, aussi l'individu a a priori déjà expérimenté le changement. Il lui faut à présent éviter ses anciennes habitudes et la rechute, et internaliser le nouveau comportement pour qu'il devienne à son tour une habitude.

2. RENDRE L'ENVIRONNEMENT FAVORABLE AUX NOUVELLES HABITUDES

Nous l'avons déjà évoqué à plusieurs reprises, le contexte physique dans lequel évolue l'individu est un élément essentiel à prendre en compte. L'habitude étant une réponse automatique à un stimulus, deux stratégies peuvent être mises en place :

- Éviter tout stimulus déclenchant l'ancien comportement : tous les lieux, objets, pratiques, groupes sociaux qui faciliteraient le retour aux anciennes habitudes doivent être évités le plus possible (4).
- Favoriser à l'inverse tous les stimuli déclenchant le nouveau comportement.

Ainsi l'association stimulus – comportement à abandonner peut être rompue avec le temps, tandis que l'association stimulus – nouveau comportement, peut être renforcée.

5.3. Identité sociale et changement collectif

Jusqu'ici nous avons surtout évoqué des déterminants individuels des comportements pro-environnementaux : cet angle d'étude ne prend pourtant pas en compte notre capacité à faire partie de groupes sociaux, ainsi que l'influence de ces groupes sur nos comportements, émotions, et cognitions (48). En outre, le comportement individuel ne prend de l'importance et du sens que s'il s'inscrit dans une démarche collective (2).

L'action collective est d'autant plus nécessaire que nous avons beaucoup de mal à agir pour le bénéfice d'autrui si nous avons le sentiment d'être les seuls à le faire : c'est la **coopération conditionnelle** (80). Nous adoptons généralement un comportement individuel bénéfique pour le collectif à condition de percevoir que cette action individuelle est soutenue par une action collective.

La problématique environnementale est donc une problématique collective dans ses causes, ses conséquences, et les stratégies à initier pour y faire face (48). La théorie de l'**identité sociale** (81) permet justement d'aborder ces aspects.

Théorie de l'identité sociale

Selon la théorie de l'identité sociale (81), l'identité de l'individu évolue sur un continuum allant d'une identité personnelle à des identités sociales. L'identité personnelle renvoie à la catégorisation de soi en tant qu'individu unique, dans ses différences aux autres. L'identité sociale correspond à la catégorisation de soi en tant que membre d'un ou de plusieurs groupes sociaux, dans sa ressemblance à son groupe social d'appartenance et sa différence aux membres des autres groupes : c'est le passage du « moi vs. toi » au « nous vs. eux » (82). Le glissement de l'identité personnelle à l'identité sociale s'effectue par le processus de **dépersonnalisation** : lorsque nous nous situons dans un groupe social, nos caractéristiques individuelles s'estompent au profit des caractéristiques du groupe (83). Les crises comme la crise écologique encouragent l'expression en « nous », notamment parce qu'elles font émerger des émotions et motivations collectives, comme de la culpabilité, une volonté ou une peur collective (48).

Motivations et émotions collectives

La menace de la crise environnementale est une menace collective, qui génère donc des émotions collectives également : quand nous nous concentrons sur les conséquences et implications collectives du changement climatique, nous partageons des émotions comme la colère, la culpabilité, la peur (48). L'émergence d'émotions partagées peuvent aussi être à l'origine de l'émergence de nouvelles identités sociales caractérisées par des objectifs communs forts. Les émotions collectives peuvent donc être à l'origine de la motivation au changement : lorsqu'un individu se définit comme membre d'un groupe, il exprime aussi des motivations collectives.

La théorie de l'identité sociale (80) repose sur trois principes de base :

- Les individus font tout pour atteindre et maintenir une identité sociale positive.
- Cette identité sociale positive repose sur des comparaisons favorables entre membres du groupe et membres d'autres groupes.
- Si l'identité sociale est négative, l'individu fera tout pour changer de groupe ou d'identité, soit en rejoignant un groupe positivement évalué, soit en valorisant son groupe actuel pour qu'il soit favorablement distinct.

La motivation à maintenir une identité sociale positive entraîne l'individu à initier des comportements congruents avec les normes du groupe, elles-mêmes construites autour des valeurs importantes pour ce groupe (53). L'identité sociale a donc aussi une fonction protectrice pour le soi : l'appartenance au groupe permet de réduire l'incertitude, puisque le groupe prescrit un cadre et un prototype de comportement clair, les normes endogroupes (48).

Normes endogroupes

Pour définir les normes endogroupes (internes au groupe), les membres du groupe vont calculer collectivement les coûts et bénéfices des comportements pro-environnementaux (48). La transmission des normes et des valeurs portées par le groupe se fait par l'influence sociale : les comportements sont acquis par l'observation et l'imitation du modèle social : les individus vont d'autant plus reproduire un comportement s'ils ont confiance dans celui qui le produit initialement (53).

Les normes donnent donc une direction et un sens aux actions du groupe (48). En outre, plus l'individu s'identifie à son groupe, plus il respectera les normes du groupe : en identifiant les normes comme part entière de son soi social, elles proposent un cadre d'action pour ses comportements individuels (48). Plus une norme est partagée, plus elle est ancrée et difficilement modifiable. La sanction sociale est alors d'autant plus importante en cas de déviance de la norme (59).

Le changement à grande échelle est souvent permis par les standards de ce qui est acceptable ou non : les normes, du fait de leur formation, leur valorisation et leur maintien dans le groupe, peuvent donc permettre un changement collectif. On considère que le changement des normes se déroule en trois étapes (84) :

- Implémentation : organisation sociale de la pratique
- Intégration : faire de la pratique un élément de la routine quotidienne
- Soutien : faire en sorte que la pratique soit soutenue par le contexte physique et social.

Ces « habitudes sociales » (48) sont des comportements socialement acceptés et résistants au changement.

Efficacité collective

L'efficacité collective ou auto-efficacité collective est l'équivalent de l'auto-efficacité mais à un niveau collectif : c'est la perception que les membres d'un groupe ont de l'efficacité de leur groupe pour atteindre son but (48).

Elle va agir d'abord au niveau de l'évaluation de la crise : percevoir son groupe comme capable de faire face à la crise permet une réduction de sa nature menaçante. Elle n'est plus perçue comme une menace mais comme un défi pour le groupe (48). Elle va également avoir un impact sur les actions collectives : plus le groupe agit face à la crise, meilleur est le sentiment d'efficacité collective, ainsi que d'efficacité personnelle. Il s'agit d'un cercle vertueux, puisqu'à l'inverse, plus le sentiment d'efficacité collective est important, plus le groupe est motivé à agir (48). Toutefois, cette efficacité collective doit se transformer aussi en un sentiment d'auto-efficacité personnelle pour que chaque membre maintienne le comportement dans la sphère privée (48).

Enfin, le développement de l'auto-efficacité collective n'est pas sans rappeler le concept d'*empowerment*. Bien que *l'empowerment* soit souvent perçu comme une variable de la personnalité dépendant de facteurs individuels comme l'estime de soi, la motivation, le lieu de contrôle et les capacités cognitives, il s'agit en réalité d'un concept plus large encore (85) : le développement de *l'empowerment* se fait dans un environnement qui doit lui être favorable et faciliter la manifestation des compétences. Resituer *l'empowerment* dans un contexte permet d'éviter la culpabilisation individuelle, le manque de pouvoir n'étant plus imputé à une déficience personnelle, mais à une origine structurelle, liée à l'appartenance à un groupe minoritaire qui subit les actions de groupes majoritaires opposés (85).

Préconisations

L'identité sociale implique plusieurs facteurs favorisant le maintien des comportements pro-environnementaux, puisqu'elle offre un cadre et un guide pour les comportements des individus membres d'un groupe.

1. GROUPES ET COMPORTEMENTS PRO-ENVIRONNEMENTAUX

Il est difficile d'associer les comportements pro-environnementaux à un groupe social précis. Le plus évident serait celui d'un groupe social pro-environnementaliste, c'est-à-dire un groupe fondé sur des opinions : c'est un groupe dont l'identité s'est définie sur la base des croyances au sujet d'une problématique sociétale, croyances qui sont devenues parts entières de cette identité (86). L'action collective portée par ces groupes est alors fortement associée aux opinions et idéologies du groupe : c'est le cas par exemple des groupes activistes.

Mais d'autres groupes, qui ne se sont pas nécessairement formés sur la base d'une opinion pro-environnementale partagée, peuvent tout de même être régis par une norme verte. En effet, il existe différents niveaux de catégorisation du soi : les groupes auxquels nous nous identifions sont plus ou moins grands (57). Ainsi, il existe aussi une identité humaine super-ordonnée, l'individu va s'identifier à des groupes plus larges et moins précis (aux humains, à la nature, etc.) : favoriser l'identification au groupe des « humains » dans des communications sur l'environnement permet d'augmenter les comportements pro-sociaux et de coopération, parmi lesquelles les comportements pro-environnementaux.

On retrouve le même effet pour une identité collective autour du concept de nature : rappeler que nous faisons partie du monde naturel permet une forme d'identification à la nature, qui nous rend plus attentifs aux menaces qui pèsent sur notre espèce et aux actions que nous pouvons initier pour y faire face (57).

Ces identités sociales super-ordonnées fonctionnent toutefois à condition que les sous-groupes qui les constituent perçoivent que leur identité et leurs valeurs sont incluses et respectées dans la catégorie plus large : elles doivent donc inclure à la fois les groupes minoritaires et dévalorisés, et ceux qui ont une identité plus conservatrice, privilégiée par le système (85).

L'idéal est donc de former des groupes basés sur l'opinion, auprès desquelles la communication sur le climat est plus efficace, puisqu'elle s'adresse directement aux valeurs importantes pour l'individu et son groupe d'appartenance. Cette communication sera par ailleurs d'autant plus efficace que la source du message est perçue comme semblable aux membres du groupe (57). En outre, nous nous situons dans la question du maintien du comportement : l'identité environnementaliste assure une stabilité encore plus grande de la norme pro-environnementale, et donc un maintien du comportement dans la sphère publique, mais aussi dans la sphère privée, la norme correspondant aux valeurs de l'individu et de son groupe.

2. NORMES PRO-ENVIRONNEMENTALES : AVANTAGES ET LIMITES

Il existe donc une norme sociale pro-environnementale transversale à différents groupes sociaux (54). L'universalité de cette norme verte présente des avantages tout comme des limites à la recherche du changement de comportement. Partons du principe qu'il existe trois types d'identités sociales liés à l'environnement : une identité pro-environnementale, une identité non-environnementale (dans le sens d'indifférente à la problématique environnementale) et une identité anti-environnementale (87). Ces trois identités ne vont pas réagir de la même façon à la norme pro-environnementale.

Pour des personnes s'identifiant comme pro-environnementale, la norme aura un effet positif sur le choix d'adopter un comportement écologique. La théorie de la consistance de l'identité sociale (87) nous montre que les individus agissent de manière consistante avec leurs croyances et leurs identités au travers des contextes. La théorie du signalement de l'identité (87) nous indique que nous sommes également motivés à signaler une identité sociale positive et valorisée au travers de nos comportements dans la sphère publique : pour les environnementalistes, avoir des comportements pro-environnementaux permettraient donc de signaler leur identité sociale. Pour favoriser les comportements pro-environnementaux auprès de ces groupes sociaux, il ne faut donc pas hésiter à mettre l'accent sur le caractère public de l'action. Il existe toutefois une exception : si une personne pro-environnementaliste évolue dans un contexte anti-environnementaliste, alors elle ne sera pas motivée à signaler son identité sociale, dévalorisée dans ce contexte, et n'adoptera donc pas de comportement pro-environnemental. C'est pourquoi, il est nécessaire que le climat institutionnel soit lui-même pro-environnemental : l'institution joue un rôle dans la saillance de l'identité et des normes mais aussi dans la perception positive ou négative de cette identité (88).

Pour les personnes s'identifiant comme non-environmentalistes, et donc n'adhérant pas nécessairement à la norme pro-environnementale, elle peut engendrer des comportements pro-environnementaux uniquement par clairvoyance normative, ce qui limite la généralisation du comportement et son adoption dans la sphère privée. Les personnes s'identifiant comme anti-environmentalistes seront, toujours selon la théorie du signalement de l'identité, motivées à ne pas adopter de comportements pro-environnementaux, pour ne pas être perçues comme appartenant à une identité sociale qu'ils dévalorisent (87).

Ainsi, les anti-environmentalistes peuvent ne pas adopter un comportement s'ils le perçoivent comme associé à une identité pro-environnementale : l'utilisation d'imageries comme des feuilles vertes, la planète, le monde organique, etc., peut même les démotiver à adopter un comportement qu'ils souhaitaient initier à l'origine. Toutefois, les anti-environmentalistes peuvent adopter des comportements pro-environnementaux dans la sphère privée : les interventions auprès de personnes qui semblent anti-environmentalistes sont donc plus efficaces si elles ciblent des comportements privés (87).

Les groupes anti-environnementaux restant une minorité, la norme pro-environnementale a un impact globalement positif sur l'adoption des comportements écologiques, aussi bien auprès des environmentalistes que des non-environmentalistes. Elle permet dans les deux cas un maintien du comportement, puisqu'elle régit quotidiennement les comportements sociaux. Toutefois, elle reste plus efficace auprès des environmentalistes, qui possèdent une identité sociale stable autour de leurs valeurs, et qui adopteront plus de comportements en privé.

3. EFFICACITÉ COLLECTIVE ET EMPOWERMENT

Les émotions collectives comme la peur, la culpabilité, la colère, peuvent engendrer une action collective. L'action aura d'autant plus de chance d'être initiée que l'individu perçoit une forte efficacité collective de son groupe (89). En outre, plus l'efficacité collective perçue est importante, plus le groupe sera susceptible de maintenir le comportement (57).

L'une des solutions pour renforcer l'espoir serait de développer l'auto-efficacité collective résiliente (90). La résilience est une capacité d'adaptation, d'apprentissage et de réorganisation face aux perturbations environnementales : l'auto-efficacité collective résiliente est donc la croyance dans la capacité d'un groupe à agir pour l'amélioration de l'environnement malgré l'existence de nombreux obstacles (90). Plusieurs interventions générales peuvent favoriser le développement de cette auto-efficacité collective (89) :

- Donner l'occasion au groupe d'accomplir et de réussir une tâche pour atteindre l'objectif: cette expérimentation de l'action permet de réduire la peur face à la tâche, et augmente les chances de succès, puisque sans action, on ne peut de toutes façons pas réussir. L'expérimentation du succès permet donc de renforcer l'auto-efficacité collective, et un cercle vertueux s'active : plus le groupe réussit la tâche, plus il prend le risque de la maintenir, et le cycle action – auto-efficacité collectif se maintient.
- Valoriser la réussite du groupe dans la tâche afin de renforcer leur pouvoir d'agir et donc leur auto-efficacité collective.
- Présenter des modèles ayant réussi des actions collectives pro-environnementales.
- Favoriser le développement d'une pensée positive systématique.
- Développer les compétences environnementales (91) : favoriser les compétences propices à l'action collective pro-environnementales comme la pensée prospective (penser à l'avenir), la résolution créative de problème, la prise de décision et la planification durable.

Le fait que les actions collectives soient portées par des groupes sociaux fondés sur l'opinion (par exemple les environmentalistes) permet aussi un plus grand sentiment de cohésion sociale, ce qui peut mener à plus d'efficacité collective dans l'action (92).

Pour renforcer l'auto-efficacité collective, on peut aussi passer par l'espoir : la capacité à espérer permet de mieux se visualiser dans le futur, d'envisager les problèmes de façon constructive et encourage donc l'action collective malgré les obstacles. Pour renforcer l'espoir, on peut passer par la réévaluation positive (93) : on incite les participants à exprimer leurs inquiétudes, puis à envisager ces problèmes dans une perspective historique pour souligner les changements positifs qui ont eu lieu, comme le développement de la conscientisation environnementale, ou l'existence d'innovations prometteuses.

5.4. Pérennisation : contamination positive

Nous nous situons dans la dernière étape du changement. L'individu a complètement internalisé le comportement, celui-ci est devenu une habitude et le risque de rechute est très faible. A part favoriser le spill-over positif, c'est-à-dire la généralisation à d'autres comportements pro-environnementaux, il ne reste plus grand-chose à faire au niveau de l'individu. Toutefois celui-ci peut maintenant donner l'exemple aux autres : c'est le rôle des pionniers et de la contamination positive (94).

Préconisations

1. FAVORISER LE SPILL-OVER POSITIF

Nous l'avons déjà évoqué à plusieurs reprises dans ce travail, la généralisation du comportement à d'autres comportements pro-environnementaux dépend surtout des motivations à l'origine du comportement et des valeurs de l'individu et de son groupe social. Ainsi, une personne motivée intrinsèquement, ayant des valeurs altruistes ou biosphériques, et appartenant à un groupe social pro-environnemental aura de très grandes chances de généraliser son comportement à d'autres comportements pro-environnementaux.

2. DIFFUSION DE L'INNOVATION

Les autres ont une importance primordiale tout au long du processus de changement. Nous progressons dans notre changement grâce aux exemples donnés par les autres, leurs conseils, leur soutien, etc. (4). Une fois le changement réussi, nous pouvons donc, à notre tour, aider les autres dans leur processus de changement. Le dialogue et la formation de pair-à-pair sont donc essentiels dans l'accompagnement du changement. Cela peut passer par la mise en place de structures d'accompagnement, d'écoute et d'aide, ainsi que par la création de lieu d'échange (4). Ces échanges peuvent même donner lieu à des groupes, ce qui peut générer ainsi tous les processus de l'identité sociale favorisant l'initiation et le maintien du comportement.

L'innovation se diffuse par l'appropriation successive de la nouveauté par des groupes sociaux de plus en plus larges (94) :

- Les « innovateurs » : c'est la petite minorité qui expérimente les nouveaux comportements en premier. Ils innovent souvent pour obtenir un comportement en accord avec leurs valeurs et celles de leurs communautés. Par l'innovation, ils vont influencer l'imaginaire des autres groupes sociaux. Ce sont donc des pionniers, qui sont généralement mus par une volonté d'être en cohérence avec eux-mêmes, des valeurs importantes et une forte composante émotionnelle.
- Les « premiers adoptants » : ceux-ci ont l'intuition que l'innovation proposée par les innovateurs peut apporter de nombreux bénéfices. Ils l'adoptent donc sans certitude, prenant le risque de l'expérimenter avant les autres. Ils font une démonstration du comportement, essentielle à sa diffusion à plus large échelle.

- La « majorité précoce » : après les premiers adoptants, la majorité précoce prend moins de risque mais permet d'enclencher l'effet « boule de neige ». Grâce à eux, le comportement est normalisé.

Ces trois premiers groupes sociaux regroupent les individus ayant les ressources matérielles, cognitives ou sociales nécessaires à la prise de décision et au suivi de l'innovation. La transmission est permise par la proximité socioculturelle entre chaque groupe. Une fois que ces trois premiers groupes ont adopté le comportement, l'innovation ralentit et rencontre plus de résistance, puisque les groupes qui suivent ont moins de ressources matérielles, cognitives ou sociales pour amorcer le changement (93) :

- La « majorité tardive » regroupe ceux qui adoptent l'innovation généralement par nécessité économique ou par pression extérieure et non par volonté. Pour que la majorité tardive adopte la nouveauté, il faut qu'elle soit particulièrement accessible.
- Les « lambins » regroupent deux catégories : les retardataires qui ne considèrent pas que le changement soit nécessaire ou qu'il présente un intérêt, et les réfractaires, qui refusent le changement par peur, incompréhension, résistance de « classe », etc. Les réfractaires n'adopteront le changement qu'à condition d'y être contraints.

Le **changement social** est donc généralement porté à l'origine par une minorité, les pionniers. Ce sont des minorités actives (95) qui portent l'innovation en transmettant leurs représentations sociales par leurs pratiques.

3. RAPPORT INTERGROUPES : CHANGEMENT SOCIAL

Qui dit appartenance groupale, dit rapports intergroupes. Les rapports intergroupes impliquent que certains groupes soient majoritaires par rapport à d'autres qui sont minoritaires : on ne parle pas ici d'une majorité ou d'une minorité numérique, mais bien d'une minorité renvoyant à une forme de marginalisation (96).

Il est toutefois possible pour un groupe minoritaire d'être influent. Nous avons par exemple déjà pu observer ce processus avec le développement, l'acceptation et l'intégration du mouvement pro-environnementaliste. A l'origine minoritaire, les environmentalistes ont su inverser la balance jusqu'à ce qu'il existe aujourd'hui une norme pro-environnementale. Dans le cadre d'études sur l'influence minoritaire (97), il avait été ainsi montré qu'un message porté par un mouvement écologiste marginal et minoritaire avait plus d'impact sur le long-terme qu'un message porté par une commission gouvernementale. Les influences majoritaires et minoritaires renverraient en réalité à deux processus d'influence sociale différents (96) :

- Les majorités engendrent du conformisme : les individus se soumettent au modèle dominant et aux rôles définis par l'institution et les politiques publiques
- Les minorités engendrent l'innovation : cette conception met en avant la possibilité de sortir d'un déterminisme socio-symbolique, et de provoquer le changement social (changement des rapports intergroupes).

Ces deux processus expliquent comment les majorités peuvent exercer une influence immédiate tandis que les minorités exercent une influence différée.

La minorité ne peut en soit pas provoquer d'influence directe puisqu'elle est perçue comme déviante et ne peut donc pas faire preuve de pression normative et de contrôle social.

Toutefois, une fois le message transmis et après un certain temps, les individus se défont de l'image du groupe pour ne garder que le message, ce qui permet une influence différée. En dissociant le groupe du message, l'individu peut adhérer à l'idée sans prendre le risque de se percevoir soi-même comme déviant. La dissociation entre la source et le message est donc une condition absolument nécessaire à l'influence minoritaire (95).

Les premiers mouvements écologistes étaient minoritaires, perçus comme contestataires, déviants et porteurs d'idées marginales (96). Aujourd'hui, ces idées sont largement diffusées, partagées, voire pour certaines normatives : la protection de l'environnement est même devenue une cause primordiale, si bien qu'il est désirable de se présenter comme favorable à celle-ci (98). Une norme pro-environnementale s'est donc installée, s'accompagnant d'un certain nombre de pratiques écologiques. Comme pour toutes normes, elle s'est implémentée, intégrée, puis a été soutenue par des politiques publiques : en atteste par exemple le développement de l'agriculture biologique, ou l'amélioration de la gestion des déchets verts à des niveaux sociaux et structurels (96).

Les effets des influences majoritaires et minoritaires vont aussi dépendre des comportements passés du public-cible : ainsi une personne ayant déjà eu des comportements pro-environnementaux par le passé sera plus sensible aux messages issus d'une minorité, tandis que ceux n'ayant jamais eu de comportements pro-environnementaux par le passé sont plus sensibles aux messages portés par une majorité (99).

Les deux formes d'influences ont donc des effets différents mais tout autant nécessaires. Cela renvoie également à ce que nous évoquons sur les normes sociales, et l'importance de leur cohérence pour assurer leurs influences (voir Normes subjectives).

3.6. Applications sur le terrain

Chantiers Nature Bénévoles (Colinéo)



© Colinéo

Le Conservatoire des Restanques, verger et jardin méditerranéen est un projet pédagogique, scientifique et social : situé sur ancien domaine agricole sauvé de l'urbanisation, il est consacré à la formation, la recherche et à la détente, dans un objectif de préservation de la nature. Dans le cadre de chantiers nature, l'association accueille des bénévoles souhaitant participer à la mise en œuvre de différentes missions : plantation, entretien du potager et du jardin en agroécologie, bricolages divers, récoltes, etc.

C'est donc l'occasion pour le public de participer à une action collective et de transmettre des pratiques. Ce type d'action permet de se retrouver en groupe autour d'un même objectif issu de valeurs partagées : elle peut donc renforcer un sentiment de cohésion sociale lié à une identité commune, ainsi que d'efficacité collective, les chantiers étant l'occasion pour les participants de partager et d'acquérir de nouvelles compétences et d'expérimenter l'action.

Identité sociale, efficacité collective, contamination positive

Éco-ambassadeurs (Région Provence-Alpes-Côte d'Azur)

Les éco-ambassadeurs sont des jeunes volontaires, lycéens ou apprentis, qui ont pour vocation de s'exprimer et d'agir sur les enjeux environnementaux au sein de leur établissement. Leurs missions sont les suivantes :

- Concevoir et porter des projets de développement durable dans leur établissement afin de sensibiliser leurs camarades
- Participer à des commissions restauration afin de contribuer à une alimentation plus saine et plus locale
- Encourager leur établissement à obtenir un écolabel
- Mettre en place un dialogue inter-établissements pour promouvoir les pratiques durables.

Les éco-ambassadeurs se regroupent deux fois par an. L'objectif de la première rencontre est la mise en relation directe avec les opérateurs associatifs ou institutionnels identifiés par les services de la Région. Chaque acteur présente alors ses actions et interventions aux éco-ambassadeurs, favorisant ainsi le contact et permettant aux jeunes de porter des liens au développement durable au sein de leur établissement. La seconde rencontre, permet la valorisation des actions et projets qui auront été initiés et/ou réalisés au sein des établissements durant l'année scolaire.

Le dispositif des éco-ambassadeurs est complémentaire de celui des « éco-délégués » de l'Education Nationale et s'inscrit dans le Plan Climat de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Il permet de déployer sur le terrain régional des pionniers, des porteurs de l'innovation écologique dans leurs établissements scolaires. Les éco-ambassadeurs peuvent aussi faire figure de modèles et inspirer l'engagement de leurs camarades. A leur niveau, ce rôle d'éco-ambassadeur peut leur permettre de développer des valeurs biosphériques et altruistes qui motiveront intrinsèquement leur propre engagement dans des comportements pro-environnementaux. L'encadrement par l'établissement et le dispositif leur permet également de disposer des outils nécessaires à la mise en place de leur projet, ce qui peut renforcer leur sentiment d'auto-efficacité personnelle et collective, notamment lors des rassemblements et de la valorisation des actions.

Certaines structures proposent également des formations ou campagnes de sensibilisation à destination des éco-ambassadeurs, comme la campagne « Eco-ambassadeurs, l'alimentation durable, ça vous parle ? » portée par le Graine et le CRES PACA. Ces actions, qui ont pour but de sensibiliser les éco-ambassadeurs à des thématiques de la crise écologique, permettent de favoriser la transmission de connaissances et de compétences par le dialogue de pair-à-pair entre les éco-ambassadeurs et les autres lycéens.

..... Identité sociale, efficacité collective, contamination positive,
nature de la motivation

PÉRENNISATION DU CHANGEMENT

J'ai adopté le nouveau comportement, mais
j'ai du mal à le maintenir dans le temps.

Pourquoi ?



Maintenant que j'ai changé mon mode de vie
je peux encore aider les autres !
Je suis à présent porteur(se) de l'innovation
et je peux participer à sa diffusion



06. En conclusion

Considérations théoriques et pratiques

Ce travail avait pour objectif principal d'identifier les déterminants des comportements pro-environnementaux étudiés en sciences humaines et sociales, ainsi que les méthodologies et outils permettant de les favoriser dans des actions d'éducation à l'environnement et au développement durable. L'état de l'art permet de mieux saisir les enjeux derrière le changement de comportement promu en EEDD. Il poursuit l'objectif d'enrichir les compétences des professionnels de l'EEDD en leur donnant une perspective nouvelle, la plus globale possible, sur les différents déterminants du changement.

Tout au long de ce travail, nous avons cheminé dans le changement de comportement et ses différentes étapes. Nous avons pu voir que les déterminants n'étaient pas les mêmes en fonction du stade de changement auquel l'individu se situe. Il existe une multitude de facteurs expliquant les freins et les motivations au changement : ces facteurs peuvent être individuels, sociaux ou contextuels, et permettent d'expliquer les comportements intra-individuels et interindividuels. Quatre considérations théoriques et pratiques principales peuvent être retenues :

- Il est nécessaire de prendre en compte la potentialité de changement : nous devons nous concentrer sur les actions qui visent un changement possible. Cibler des individus déjà engagés permet une meilleure adhésion à l'intervention mais la potentialité de changement est beaucoup moins importante : la personne ayant déjà mis en place des comportements pro-environnementaux, ceux qui lui restent à initier sont priori les moins accessibles. En revanche, une personne qui n'est pas du tout engagée dans la cause environnementale a un champ des possibles beaucoup plus vaste.
- La conscientisation et l'information restent essentielles, et ce même si l'on peut avoir le sentiment qu'aujourd'hui tout le monde est informé sur la problématique environnementale. La prise de conscience n'est pas la résultante directe de l'information, et de nombreux processus entre en jeu dans l'intégration et l'assimilation des connaissances. Sans prise de conscience, il n'y a pas de volonté de changer et donc aucun engagement dans ce processus. C'est la première étape et l'une des plus importantes, puisque l'attitude et les valeurs qui en découleront joueront un rôle essentiel dans la suite du changement.
- En effet, les choix faits au tout début du processus de changement ont un impact sur sa capacité à se maintenir et à se généraliser : un comportement pro-environnemental peut être initialement adopté pour des raisons non écologiques, sans correspondre aux valeurs personnelles et sociales de l'individu, ni qu'il en retire un plaisir particulier. Mais ce comportement a peu de chance de se maintenir dans le temps et de se généraliser, contrairement à un comportement initié par volonté de protéger l'environnement, en accord avec des valeurs importantes pour l'identité de l'individu.

- Tout ne peut être expliqué à partir des déterminants individuels : les contextes matériels, sociaux et structurels jouent un rôle tout aussi important dans les choix des individus.
 - Le contexte matériel est particulièrement impactant : s'il n'est pas propice au nouveau comportement, alors l'individu est très peu susceptible de changer.
 - Le contexte social, au-delà de son impact fort, est constamment présent. Où que soit l'individu, son environnement social l'influence : ses groupes d'appartenance et les normes qui y sont associées constituent un guide pour tous ses comportements.
 - Le contexte structurel ne doit pas non plus être oublié : l'individu et les groupes sociaux évoluent dans un système qui peut ou non inhiber les comportements pro-environnementaux, du fait de ses politiques publiques et son fonctionnement socioéconomique.

Au travers de ce travail, nous avons également vu l'importance de choisir des publics-cibles spécifiques. Plus le public est précis, plus nous pouvons en connaître les caractéristiques et donc cibler des comportements et des facteurs précis. Les déterminants n'étant pas les mêmes à tous les stades du changement, le choix d'un public spécifique permet d'utiliser des outils et méthodologies adaptées à ses caractéristiques individuelles et sociales.

Apports spécifiques

L'état de l'art effectué dans ce travail avait pour vocation de se situer au croisement entre différentes disciplines : d'abord par la nature pluridisciplinaire des différentes théories et approches mobilisées, mais aussi dans la recherche d'un point de rencontre entre l'éducation à l'environnement et au développement durable et les sciences humaines et sociales.

Les théories présentées dans ce dossier sont diverses et variées, issues de nombreuses disciplines comme la psychologie, la sociologie, l'anthropologie, l'économie, etc. Elles offrent toutes une perspective unique sur la question du changement de comportement. Plutôt que de les considérer comme opposées ou incompatibles, nous avons choisi de les présenter ensemble dans un souhait d'enrichir les données et d'obtenir la vision la plus complète possible sur le changement de comportement individuel.

La recherche en sciences humaines et sociales a de nombreux apports pour l'éducation à l'environnement, mais l'inverse est tout aussi vrai. Au travers des différentes interventions mises en place en EEDD, les outils et méthodologies peuvent être expérimentés, adaptés à l'action, parfois même critiqués. L'EEDD permet l'application concrète des théories, confronte la recherche au réel et la nourrit par ce même biais. En cela, l'évaluation des actions en EEDD est plus qu'essentielle : en fixant des objectifs précis, et donc des indicateurs pour l'évaluation, les résultats obtenus après une intervention peuvent orienter et enrichir les recherches futures.

L'évaluation permet aussi d'identifier les outils et méthodologies qui fonctionnent, et d'en garder une trace afin qu'ils soient répliquables par la suite.

Limites et ouverture

La principale limite de ce dossier technique se situe dans l'angle d'étude choisi : se concentrer uniquement sur la question du changement de comportement revient à omettre tout un aspect de la réalité.

Ce choix, fait par nécessité pratique et méthodologique, peut être critiqué dans ce qu'il semble dire sur la responsabilité des individus. Cette responsabilité ne peut pourtant pas leur être totalement imputée, les individus étant rattachés à un système qui limite les potentialités de changement. Une perspective centrée sur le changement de comportement prend le risque de dépolitiser la question de la crise écologique et tout ce qu'elle englobe : changement climatique, érosion de la biodiversité, dépassement des limites planétaires, etc. Promouvoir et accompagner le changement de comportement individuel ne doit pas traduire l'évitement d'autres questions fondamentales.

Ce travail se situe dans la promotion d'un changement de type 1 (100), qui ne remet pas nécessairement le statu quo en question et promeut une démarche d'adaptation aux évolutions de l'environnement. Mais les stratégies pour faire face à la crise écologique peuvent aussi se trouver dans un changement de type 2, qui remet en cause le système et souhaite faire évoluer l'environnement, non plus s'y adapter. Ainsi, la question suivante peut se poser : chercher à promouvoir le changement de comportement ne revient-il pas à éviter le sujet des autres causes principales de la crise écologique ? Ouvrir la porte à d'autres travaux sur la question des changements structurels pourrait offrir une tout autre perspective, pas nécessairement opposée mais plutôt complémentaire à celle-ci, sur les stratégies que nous pouvons adopter face au changement climatique.

07. Acteurs pertinents

Cette cartographie permet d'identifier les acteurs pertinents présents en région Provence-Alpes-Côte d'Azur : laboratoires de recherches, institutions publiques, collectivités territoriales, entreprises et associations. Ces acteurs sont ressources car ayant une expertise dans le domaine, ou ayant entrepris des démarches et projets en ce sens.

Laboratoires de recherches

06 - Université Côte d'Azur

- Laboratoire Transition - Médias Savoir Territoire

13 - Aix-Marseille Université (AMU)

- Laboratoire de Psychologie Sociale
- Laboratoire Population - Environnement - Développement
- Maison Méditerranéenne des Sciences de l'Homme - Laboratoire de l'école des hautes études en sciences sociales

13 & 83 - AMU & Université Toulon

- Institut Méditerranéen des Sciences de l'Information et de la Communication (IMSIC)

Institutions publiques

- ADEME
- Agence de l'Eau Rhône Méditerranée Corse
- DREAL Provence-Alpes-Côte d'Azur

Collectivités territoriales

- Agence Régionale pour la Biodiversité et l'Environnement (ARBE)
- EPAGE HuCA (Huveaune Côtiers Aygalades)
- Métropole Aix-Marseille Provence
- Région Provence-Alpes-Côte d'Azur



Entreprises

- E3D Environnement
- Human Matters
- Nudge me

Associations

- CRES Provence-Alpes-Côte d'Azur
- ONG Geres
- MRE Provence-Alpes-Côte d'Azur

04 - Alpes-de-Haute-Provence

- CPIE Alpes de Provence

06 - Alpes-Maritimes

- CPIE Iles de Lérins Pays d'Azur
- Conseil scientifique des îles de Lérins (CSIL)
- G-Addiction Citoyenne
- Méditerranée 2000

13 - Bouches-du-Rhône

- AIEJE
- Colinéo
- CPIE Côte Provençale
- Ecoute ta planète
- Le Loubatas
- Le Naturoscope

83 - Var

- ADEE
- A.P.G
- CIETM
- Chercheurs en Herbe

08. Lexique

A

- **Ambivalence** : résulte de la tension entre l'envie de changer et le non-changement (50)
- **Appel à la peur (p.21)** : technique qui repose sur l'éveil de la peur (menace) pour motiver au changement (27)
- **Attitude (p.40)**: jugement positif ou négatif porté sur un comportement en fonction de sa désirabilité et de ses conséquences (12)
- **Auto-affirmation (p.21)** : affirmer ses valeurs et qualités personnelles pour renforcer l'estime de soi (27)
- **Adhésion normative (p.45)** : adhérer à une norme pour sa congruence avec ses valeurs personnelles (54)
- **Auto-efficacité perçue (p.41)**: croyance d'un individu sur sa capacité personnelle à atteindre le résultat souhaité (28)
- **(Auto-)efficacité collective (p.69)** : croyance des membres d'un groupe sur la capacité du groupe à atteindre le résultat souhaité (48)
- **Affordances** : capacité d'un objet à suggérer à l'utilisateur son mode d'utilisation (62)
- **Autorégulation (p.63)** : tout effort pour contrôler activement le comportement en inhibant la réponse comportementale automatique pour la remplacer par une réponses contrôlée (besoin et compétence) (53)

B

- **Biais cognitif (p.12)** : traitement rapide et intuitif de l'information qui engendre souvent des jugements erronés (9)

C

- **Changement social (p.75)** : processus de changement collectif en trois étapes : mettre en oeuvre, intégrer, soutenir (53).
- **Clairvoyance normative (p.45)** : l'individu n'adhère pas nécessairement à la norme mais s'y soumet parce qu'il perçoit son caractère normatif (54).

- **Cognition** : activité psychologique qui remplit la fonction de connaissance
- **Comparaison sociale (p.42 ; 44)** : le besoin d'auto-évaluation nous mène à nous comparer à des cibles que nous jugeons meilleures que nous (comparaison ascendante) ou moins bonnes que nous (comparaison descendante)(48)
- **Communication engageante (p.38)** : méthodologique qui repose sur le principe qu'une personne a bien plus de chance de changer de comportement si ce changement est précédé d'un acte préparatoire congruent (40)
- **Conditionnement (p.25)**
 - **Classique** : association entre un stimulus et une réponse automatique de l'organisme (77)
 - **Opérant** : l'association stimulus/réaction ne tient pas d'une réponse automatisque mais des influences de l'environnement, qui renforce positivement ou négativement le conditionnement (78)
- **Contrôle comportemental perçu (p.41)** : croyance de l'individu sur la facilité avec laquelle il peut mettre en place le comportement (39)
- **Coopération conditionnelle (p.68)** : l'individu coopère s'il perçoit qu'il n'est pas le seul à agir (80)
- **Cortex cingulaire (p.61)** : structure nerveuse impliquée dans la mémoire de travail, la planification de l'action, et l'évaluation des réponses comportementales ; joue donc un rôle dans la détection du conflit et l'allocation des ressources attentionnelles pour le gérer (69)

D

- **Dépersonnalisation (p.68)** : lorsque l'individu ne se définit plus par ses caractéristiques individuelles mais par les caractéristiques de son groupe ; passage de l'identité personnelle à l'identité sociale (83)
- **Deuil anticipatoire (p.29)** : détresse générée par la projection dans les futures pertes de lieux, d'espèces, de cultures, causées par le changement climatique (34)
- **Dilemme social (p.26)**: situation de choix entre une option coûteuse pour le collectif mais bénéfique pour l'individu et une option coûteuse pour l'individu mais bénéfique pour le collectif (12)
- **Dissonance cognitive (p.36)** : incohérence entre une attitude/cognition et un comportement qui entraîne de l'inconfort psychologique (36)
- **Dissonance vicariante (p.36)** : inconfort psychologique généré par l'observation d'un comportement dissonant mis en place par un membre du groupe (38)
- **Distance psychologique (p.24)** : altère la relation perçue entre les conséquences du comportement et le comportement ; peut être spatiale, temporelle, sociale et/ou hypothétique (22)

E

- **Éco-anxiété (p. 29):** détresse psychologique générée par la dégradation des écosystèmes (32)
- **Éco-paralysie (p.29):** lorsque l'éco-anxiété mène à un sentiment d'impuissance et à de l'inaction (33)
- **Empowerment (p.70) :** gain de pouvoir et de contrôle sur ses choix et comportements (85)
- **Entretien motivationnel (p.42) :** technique d'intervention et d'accompagnement au changement utilisée par des psychologues en thérapie (50)
- **Expérience vicariante (p.42) :** apprentissage par l'observation et l'imitation des comportements d'autrui (47)

G

- **Gravité perçue :** croyance d'un individu sur la gravité des conséquences de ses actes (28)

H

- **Habitude (p.66):** réponse automatique et dominante dans un contexte donné (53)
- **Heuristique (p.12) :** raccourci mental et automatique qui permet une prise de décision rapide (8)
- **Hypocrisie induite (p.37):** paradigme de dissonance cognitive qui repose sur le principe de rappeler l'hypocrisie (attitude et comportement dissonant) afin de motiver l'individu à réduire son inconfort psychologique par le changement de comportement (39)

I

- **Identité sociale (p.68):** catégorisation de soi en tant que membre d'un groupe, dans sa ressemblance à ce groupe et sa différence aux autres groupes (81)
- **Implémentation d'intention (p.43) :** planifier le comportement (contexte et moment d'adoption) et les obstacles liés au changement favorise l'adoption du comportement (51)
- **Influence minoritaire (p.75) :** lorsque les opinions portées par des groupes minoritaires et/ou déviants exercent une influence (97)
- **Installation (p.49) :** aménagement spécifique dans lequel les individus se comportent de manière prévisible du fait d'un nombre d'alternative limité (61)

- **Intention comportementale** : intention d'adopter un comportement, pas nécessairement suivi par le comportement effectif (28)

L

- **Locus of control (p.41)** : attribution d'un comportement à des facteurs externes ou internes, définit partiellement le contrôle comportemental perçu (45)

M

- **Motivation (p.60)** : établissement des priorités et allocation des ressources différenciée en fonction de celle-ci (53)
 - **Intrinsèque** : initiation d'un comportement pour le plaisir inhérent à celui-ci (66)
 - **Extrinsèque** : initiation d'un comportement dans la poursuite d'un objectif détaché de celui-ci (66)
- **Motivation défensive (p.19)** : orientation du traitement de l'information pour se protéger d'une menace inhérente à l'information (21)

N

- **Normes subjectives (p.45)** : règles perçues qui guident les conduites en société, respectées par l'individu soit par recherche d'approbation soit par crainte d'une sanction (54)
 - **Normes personnelles** : obligation morale vis-à-vis de ses valeurs personnelles (56)
 - **Normes sociales** : croyances sur les attentes (réelles ou imaginées) des membres du groupe de référence sur les conduites à adopter (30)
- **Nudge (« coup de pouce ») (p.17)** : méthodologie qui repose sur la modification du contexte de choix afin d'inciter à l'adoption d'une option précise (19).

P

- **Planification de coping (p.44)** : association entre une stratégie de coping et un obstacle anticipé (53)
- **Pleine-conscience (« mindfulness ») (p.30)** : outil thérapeutique qui invite l'individu à porter son attention sur les stimuli externes et internes qui agissent au moment présent. Utilisé dans la gestion du stress (35)
- **Potentialité du comportement (p.66)** : probabilité que le comportement soit adopté, dépend des facteurs individuels, sociaux, et contextuels (53)

R

- **Représentations sociales (p.20)** : reconstruction de la réalité en référence avec les valeurs et croyances déjà-là. Passe par deux processus (23) :
 - **Objectivation** : concrétisation d'un objet abstrait en simplifiant ses éléments constitutifs, maintien des représentations consonantes avec le système de pensée déjà-là
 - **Ancrage** : enracinement de la représentation dans le système de connaissances préexistant

S

- **Soumission librement consentie (p.16)** : le sujet adopte librement le comportement attendu par l'intervenant sans avoir subi de pression pour le faire (14)
- **Spill-over (p.62 ; 74)** : capacité de généralisation du comportement
 - **Spill-over positif** : le comportement se généralise à d'autres comportements cohérents
 - **Spill-over négatif** : le comportement est suivi de l'adoption d'autres comportements incohérents, inverses au premier
- **Striatum (p.60)** : structure nerveuse chargée de la régulation du comportement motivé (67)

V

- **Valeur (p.26)** : principes moraux qui guident les comportements (29)
- **Vulnérabilité perçue** : croyance d'un individu sur sa vulnérabilité face au risque (28)

09. Bibliographie

1- Ifr  e (2015). *Accompagner le changement de comportement chez l'adulte, dans la prévention des déchets*.

2- Demarque, C. (2011). *Perspective temporelle future et communication engageante, une approche psychosociale du temps dans le domaine de l'environnement*. Aix-Marseille Université.

3- Prochaska, J.O. et Diclemente, C.C. (1983). Stages and processes of self-change of smoking : toward an integrative model of change. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 51(3), 390-395.

4- Boutaud, A. (2009). *Ecologie. De la sensibilisation aux changements de comportements*.

5- ADEME (2021). *Les représentations sociales du changement climatique*. 22  me vague du baromètre.

6- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.

7- Pidgeon, N., Kasperson, R., & Slovic, P. (Eds.). (2003). *The Social Amplification of Risk*. Cambridge: Cambridge University Press.

8- Kahneman, D. (2011). *Système 1 / Système 2. Les deux vitesses de la pensée*.

9- Marshal, G. (2017). *Le syndrome de l'autruche. Pourquoi notre cerveau ignorer le changement climatique*. Actes Sud.

10- Sweller, J, Ayres, P. et Kalyuga, S. (2011) *Cognitive load theory*.

11-Keller, P.A. et Block, L.G. (1997). Vividness Effects : A Resource-Matching Perspective. *Journal of Consumer Research*, 24(3), 295-304.

12-Fleury-Bahi G. (2010). *Psychologie et environnement : des concepts aux applications*. de Boeck.

13-Milhabet, I, Desrichard, O., Verhliac, J-F. (2002). Comparaison sociale et perception des risques : l'optimisme comparatif, 215-245. In : Beauvois, J-L ., Joule, R-V. et Monteil, J-M. *Perspectives cognitives et conduites sociales*, 8. Rennes : Presses universitaires de Rennes.

14- Joule, R-V et Beauvois, J-L (2010). *La soumission librement consentie* (6). Presses Universitaires de France.

15-Burger, J.M. (1986). Increasing Compliance by Improving the Deal : the that's-not-all technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(2), 277-283.

16-Davis, B.P., & Knowles, E.S. (2004). *A Disrupt-Then-Reframe Technique of Social Influence*.

17-Burger, J. M. (1999). The Foot-in-the-Door Compliance Procedure: A Multiple-Process Analysis and Review. *Personality and Social Psychology Review*, 3(4), 303-325.

18-Doliński, D., & Nawrat, R. (1998). "Fear-Then-Relief" Procedure for Producing Compliance: Beware When the Danger Is Over. *Journal of Experimental Social Psychology*, 34, 27-50.

19-Thaler, R.H. & Sunstein, C.R. (2008). *Nudge : improving decisions about health, wealth and happiness*. Yale University Press

20-Sunstein, C.R. (2019). Nudging : a very short guide. *Journal of Consumer Policy*, 37(4), 583-588.

21-Meyer, T. (2019). Chapitre 14. Motivation, communication des risques et changement d'attitude. Dans : Philippe Carré éd., *Traité de psychologie de la motivation: Théories et pratiques*, 273-288. Paris: Dunod.

22-Bonnefoy, B., Demarque, C., Le Conte, J., Feliot-Rippeault, M. (2014). « Penser globalement, agir localement ». Comment les distances spatiales et temporelles modulent notre relation à l'environnement ? In : Marchand, D., Depeau, S. et Weiss, K. *L'homme au risque de l'environnement*. InPress : Paris.

23-Moscovici, S. (1961, 1976). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris : Presses Universitaires de France.

24-Dunlap, R.E., Liere, K.D., Mertig, A.G., & Jones, R.E. (2000). New Trends in Measuring Environmental Attitudes: Measuring Endorsement of the New Ecological Paradigm: A Revised NEP Scale. *Journal of Social Issues*, 56, 425-442.

25 - Jost, J. T., & Hunyady, O. (2002). The psychology of system justification and the palliative function of ideology. *European Review of Social Psychology*, 13, 111-153.

26-Feygina, I., Jost, J. T., & Goldsmith, R. E. (2010). System justification, the denial of global warming, and the possibility of "system-sanctioned change". *Personality & social psychology bulletin*, 36(3), 326-338.

27-Blondé, J. & Girandola, F. (2016). Faire « appel à la peur » pour persuader ? Revue de la littérature et perspectives de recherche. *L'Année psychologique*, 116, 67-103.

28-Schwarzer R. Modeling health behavior change: how to predict and modify the adoption and maintenance of health behaviors. *Applied Psychology* 57(1),1-29.

29-Steg, L. (2016). Values, norms and intrinsic motivation to act proenvironmentally. *Annual Review of Environment and Resources*, 41, 277-92.

30-Wesley Schultz, P. et Kaiser, F.G. (2012). Promoting Pro-Environmental Behavior. In : Clayton, S. *The Oxford Handbook of Environmental and Conservation Psychology*.

31-Jeziorski, A., Therriault, G., Morin, E. (2021). Représentations sociales, rapports aux savoirs et pratiques enseignantes autour de questions socialement vives environnementales : quels croisements, quelles tensions ? *Phronesis*, 10(2), 176-193.

32-Desbiolles, A. (2020). *L'éco-anxiété. Vivre sereinement dans un monde abîmé*. Fayard.

33-Schmerber, C. (2019). Émotions et urgence écologique : dépasser déni et anxiété pour agir. [Conférence]. ECSP, Paris.

34-Cunsolo, A. & Ellis, N.R. (2018). Ecological grief as a mental health response to climate change-related loss. *Nature Climate Change*, 8, 275-281.

35-Sims, L., Rocque, R. et Desmarais, M-É. (2020). Enabling students to face the environmental crisis and climate change with resilience : inclusive environmental and sustainability education approaches and strategies for coping with eco-anxiety. International. *Journal of Higher Education and Sustainability*. 3(1), 1-17.

36-Festinger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. Evanston, Illinois, Row, Peterson.

37-Vaidis, D. (2011) *La dissonance cognitive : approche classique et développements contemporains*. Paris : Dunod.

38-Norton, M. I., Monin, B., Cooper, J., & Hogg, M. A. (2003). Vicarious dissonance : Attitude change from the inconsistency of others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(1), 47-62.

39-Fointiat, V., Priolo, D., Saint-Bauzel, R. & Milhabet, I. (2013). Justifier nos transgressions pour réduire notre hypocrisie ? Hypocrisie induite et identification des transgressions. *Revue internationale de psychologie sociale*, 26(4), 49-78

40-Girandola, F. & Joule, R. (2012). La communication engageante : aspects théoriques, résultats et perspectives. *L'Année psychologique*, 112, 115-143.

41-Girandola, F., Demarque, C., Lo Monaco, G. (2019). *Psychologie sociale*. Armand Colin.

42-Azjen, I. & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood-Cliffts, NJ : Prentice-Hall.

43-Bernard, F. (2007). Communication engageante, environnement et écocitoyenneté : un exemple des « migrations conceptuelles » entre SIC et psychologie sociale. *Communication et organisation*, 31, 26-41.

44-Azjen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychologie*, 32, 665-683.

45-Ayoun, S. et Ghallab, N. (2017). *Les déterminants du comportement vert chez la génération Z en Algérie : étude exploratoire*. Journées Normandes de Recherches sur la Consommation : société et consommation. Le Havre.

46-Bandura, A. (1977). *Self-efficacy : toward a unifying theory of behavioral change*. *Psychological Review*, 84, 191-215.

47-Rondier, M. (2003). A. Bandura. *Auto-efficacité. Le sentiment d'efficacité personnelle*. 475-476. Editions de Boeck Université.

48-Fritsche, I., Barth, M., Jugert, P., Masson, T., Reese, G. (2018). A social identity model of pro-environmental action (SIMPEA). *Psychological review*. 125(2), 245-269.

49-Pawaskar, U.S., Raut, R.D., Gardas, B.B. (2017). Assessment of Consumer Behavior Toward Environmental; Responsibility : a structural equations modeling approach.

50-Miller, W.R. & Rollnick, S. (2013). *Motivational interviewing : helping people change*, 3, Guilford Press.

51-Gollwitzer, P.M. (1999). Implementation intentions : strong effects of simple plans. *American Psychologist*, 54(7). 493-503.

52-Gollwitzer, P.M. & Sheeran, P. (2006). Implementation Intentions and Goal Achievement : a meta-analysis of effects and processes. *Advances in Experimental Social Psychology*, 38, 69-119.

53-Kwasnicka, D., Dombrowski, S.U., White, M., Sniehotta, F. (2016). Theoretical explanations for maintenance of behavior change : a systematic review of behavior theories. *Health Psychology Review*. 10(3), 277-296.

54-Becker, M. et Félonneau, M.-L. (2011). Pourquoi être pro-environnemental ? Une approche socionormative des liens entre valeurs et « pro-environnementalisme ». *Pratiques psychologiques*, 17, 237-250.

55-Bonnefoy, B., Lesage, M.L. (2006). Pourquoi est-il parfois difficile de recycler ses déchets : une étude sur les intentions de tri sélectif chez des étudiants résidant en logement universitaire. *Les cahiers du LAPSI*, 3(1), 5-20.

56-Schwartz, S.H.(1977). Normative influence on altruism. In L. Berkowitz (Ed.). *Advances in experimental social psychology*, 10, 221-279.

57-Mackay, C.M.L., Schmitt, M.T., Lutz, A.E. & Mendel, J. (2021). Recent development in the social identity approach to the psychology of climate change. *Current opinion in Psychology*, 42, 95-101.

58-French Bourgeois, L. (2018). Désalignement entre valeurs sociétales et comportements : les rôles de la planification et des valeurs personnelles dans l'usage des normes injonctives pour inciter le vote. [Thèse]. Université de Montréal.

59-Martin, S. et Gaspard, A. (2017). Les comportements, levier de la transition écologique ? Comprendre et influencer les comportements individuels et les dynamiques collectives. *Futuribles*, 419(4), 33-44.

60-Lahlou, S. (2018). *Installation theory : the societal construction and regulations behavior*. Cambridge University Press.

61-Lahlou, S. (2018). La théorie des installations : construction sociale et régulation des comportements individuels [Conférence], Montpellier.

62-Gibson, J.J. (1977). The theory of affordances. In Shaw, R. & Bransford, J. *Perceiving, acting and knowing : toward an ecological psychology*, 67-82, Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

63-Hamilton, W. (1932). *Institution*. *Encyclopedia of the social sciences*.

64-Lahlou, S., Boesen-Mariani, S., Franks, B., Guelinckx, I. (2015). Increasing water intake of children and parents in family setting : a randomized, controlled intervention using installation theory. *Annals of Nutrition & Metabolism*, 66, 26-30.

65-Viau, R. (1994). Vallerand, R. J. et Thill, E. E. (1993). *Introduction à la psychologie de la motivation*. Laval : Éditions Études Vivantes.

66-Lafreniere, M., Vallerand, R. & Carbonneau, N. (2009). La théorie de l'autodétermination et le modèle hiérarchique de la motivation intrinsèque et extrinsèque : perspectives intégratives. Dans : éd., *Traité de psychologie de la motivation: Théories et pratiques*, 47-66). Paris: Dunod.

67-Bohler, S. (2019). *Le bug humain. Pourquoi notre cerveau nous pousse à détruite la planète et comment l'en empêcher*. Robert Laffont.

68-Elliott, B. (2016). *Natural catastrophe : Climate change and neoliberal governance*. Edinburgh University Press.

69-Rothé, M. (2010). Activités spécifiques du cortex cingulaire antérieur et du cortex préfrontal dorsolatéral et interactions lors de l'adaptation des comportements. Thèse en Médecin humaine et pathologie. Université Claude Bernard, Lyon.

70. Simoncelli-Bourque, E. (2022). Pour en lire plus : le sens écologique. *L'éducation relative au changement climatique*, 17(1).

71-Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.

72-Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York, NY: Plenum.

73-Jolivet, P. (2001). Représentation économique du comportement écologique des consommateurs. Le cas des déchets ménagers. Thèse en Economies et finances. Université de Versailles-Saint Quentin en Yvelines.

74-Sarrazin, P., L. Pelletier, E. Deci et R. Ryan (2011). Nourrir une motivation autonome et des conséquences positives dans différents milieux de vie : les apports de la théorie de l'autodétermination. *Traité de psychologie positive*, De Boeck, pp.273-312.

75-Heatherton, T. F., & Baumeister, R. F. (1996). Self-Regulation Failure: Past, Present, and Future. *Psychological Inquiry*, 7, 90-98.

76-Verplanken, B. and Aarts, H. (1999) Habit, Attitude, and Planned Behavior: Is Habit an Empty Construct or an Interesting Case of Goal-Directed Automaticity? *European Review of Social Psychology*, 10, 101-134.

77-Pavlov, I. P. (1927). *Conditioned reflexes: an investigation of the physiological activity of the cerebral cortex*. Oxford Univ. Press.

78-Skinner, B. F. (1953). *Science and human behavior*. Macmillan.

79-Rocci, A. (2015). Comment rompre avec l'habitude ? Les programmes d'accompagnement au changements de comportements de mobilité. in Meissonier, J. et Richer, C. *Métro-boulot-dodo : quoi de neuf dans nos routines de mobilité ?*

80-Rabin, M. (1993). Incorporating Fairness into Game Theory and Economics, *American Economic Review*, 80(5), 1281-1302.

81-Tajfel, H. et Turner, J.C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In Worchel, S. and Austin, W. *Psychology of intergroup relations*. 2nd ed, 7-24. Chicago : Nelson-Hall.

82-Turner, J.C., Oakes, P.J., Haslam S.A., & McGarthy, C. (1994). Self and Collective : cognition and social context. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 20(5), 454-463.

83-Turner, J.C. (1999). Some current issues in research on social identity and self-categorisation theories. In Ellemers, N., Spears, R., Doosje, B. *Social Identity*. 6-34. Oxford : Blackwell.

84-May, C., & Finch, T. (2009). Implementing, embedding, and integrating practices: An outline of normalization process theory. *Sociology - The Journal of the British Sociological Association*, 43(3), 535-554.

85-Dalleran, N. et Chamberland, C. (1996). Empowerment, crises et modernité. *Canadian Journal of Community Mental Health*.

86-Schulte, M., Bamberg, S., Rees, J. & Rollin, P. (2020). *Social identity as a key concept for connecting transformative societal change with individual environmental activism*.

87-Brick, C, Sherman, D.K. & Kim, H.S. (2017). « Green to be seen » and « brown to keep down » : visibility moderates the effect of identity on pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 51, 226-238.

88-Prati, G., Albanesi, C. & Pietrantonio, L. (2015). The interplay among environmental attitudes, pro-environmental behavior, social identity, and pro-environmental institutional climate. *A longitudinal study. Environmental Education Research*.

89-Bandura, A. (2003). *Auto-efficacité : le sentiment d'efficacité personnelle*. Paris, France : De Boeck Université.

90-Kerry, J., Pruneau, D., Cousineau, M., Mallet, M-A., Laliberté, B. et Langis, J. (2013). Faire naître l'espoir et l'auto-efficacité chez les jeunes par l'action environnementale communautaire. *Canadian Journal of Education*, 36(4).

91-Pruneau, D. (février 2009). Développer l'auto-efficacité collective pour cultiver l'espoir, en éducation à la viabilité. Actes du Colloque Comment parler d'avenir aux jeunes ?, Montréal, Qc.

92-Magnan, A. (2009). Proposition d'une rame de recherche pour appréhender la capacité d'adaptation au changement climatique. *Vertigo*, 9(3).

93-Ojala, M. (2007). Hope and worry: Exploring young people's values, emotions, and behavior regarding global environmental problems (Thèse de doctorat inédite). Örebro University, Suisse.

94-Rogers, E. (1962). *Diffusion of innovations*, 4. Free Press.

95-Moscovici, S. (1979). *Psychologie des minorités actives*. Paris: Les Presses universitaires de France

96-Codaccioni, C. (2020). Quand la minorité devient majoritaire : décodage psychosocial de l'influence différée du mouvement écologiste. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 125-128, 5-18.

97-Moscovici, S., Mugny, G., & Papastamou, S. (1981). "Sleeper effect" et/ou effet minoritaire ? Étude théorique et expérimentale de l'influence sociale à retardement. *Cahiers de Psychologie Cognitive*, 4, 199-221.

98-Félonneau, M. L., & Becker, M. (2008). Pro-environmental attitudes and behavior : Revealing perceived social desirability. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 21(4), 25-53.

99-Lalot, F., Falomir-Pichastor, J. M., & Quiamzade, A. (2017). Compensation and consistency effects in proenvironmental behaviour : The moderating role of majority and minority support for proenvironmental values. *Group Processes & Intergroup Relations*, 21(3), 403-421.

100-Bredo, E. (1989). Bateson's hierarchical theory of learning and communication. *Educational Theory*, 39(1), pp. 27-38.

Accompagner le changement de comportement

APPORTS DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
EN ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT ET AU
DÉVELOPPEMENT DURABLE

Actualisation 2023-2024

Dossier Technique

FIXATION D'OBJECTIFS : METTRE EN AVANT LES CO-BÉNÉFICES POUR UN FUTUR COLLECTIF DÉSIRABLE

Ce document s'inscrit dans le continuité du projet "Changement de comportement en éducation à l'environnement : état des lieux en sciences humaines et sociales". Soutenu par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, ce projet a consisté en la rédaction d'un dossier technique reprenant l'état de la recherche et deux journées d'immersion.

Le dossier technique, réalisé en 2022, est disponible sur le site internet du GRAINE Provence-Alpes-Côte d'Azur, rubrique Nos projets > Changement de comportement en éducation à l'environnement ou en cliquant [ici](#).

Le présent document a pour objectif de présenter de nouvelles théories récentes qui n'ont pas été intégrées au dossier.



L'IMPORTANCE DE LA FIXATION D'OBJECTIFS CLAIRS

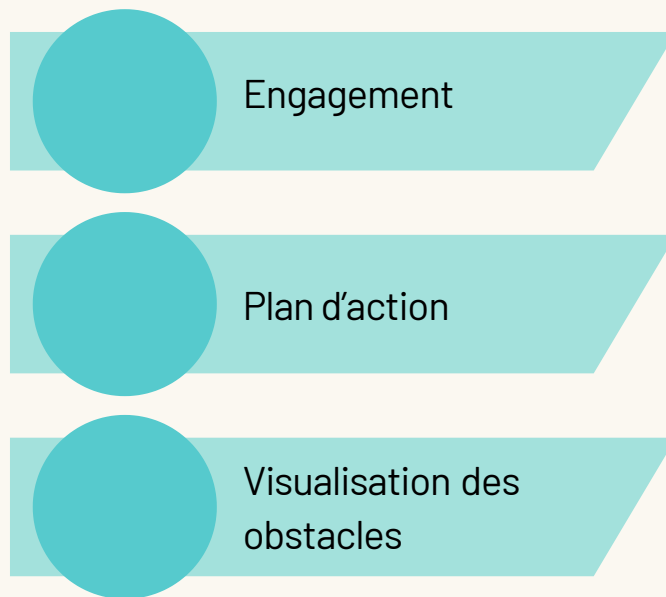
Les programmes visant le changement de comportements les plus efficaces présentent toujours un **objectif clairement spécifié**, ressenti comme légitime par la population et accompagné d'un retour d'information précis permettant d'évaluer la progression par rapport à l'objectif. Cette approche prend ses racines dans la théorie de la **motivation par la fixation d'objectifs** [3] qui se base sur 5 principes pour augmenter l'efficacité des interventions :



Les 5 principes de la théorie de la motivation par la fixation d'objectif [3].

Cette méthode a été utilisée avec succès à plusieurs reprises dans le champ de l'environnement. Pourtant une étude récente [4] a montré que sur 253 interventions environnementales étudiées, **seules 6%** ont utilisées une approche basée sur les objectifs. Cette théorie semble donc sous-exploitée alors qu'elle pourrait permettre d'améliorer l'efficacité d'un certain nombre d'interventions.

Pour illustrer la manière dont il est possible d'appliquer cette théorie de manière concrète, nous allons présenter une méthode qui avait pour objectif de réduire l'utilisation des ordinateurs dans un contexte professionnel [5].



Premièrement, les individus devaient **s'engager** à réaliser 3 actions qu'ils n'avaient pas l'habitude de faire. Puis, ils devaient indiquer la manière dont ils allaient réaliser les comportements choisis avec la phrase « **quand je ..., je vais ...** ». Enfin, les individus devaient indiquer les obstacles qu'ils pourraient rencontrer et proposer une **stratégie pour les surmonter**. Pour rendre cette étape plus efficace, il était demandé aux individus de fermer les yeux et de **s'imaginer** entrain de surmonter cet obstacle.

Cette méthode est celle qui a créé le plus de changement de comportement à long terme chez la population étudiée. Cet exemple peut bien évidemment être utilisée avec d'autres thématiques environnementales ainsi que dans un contexte non professionnel.

LES CO-BÉNÉFICES COMME MOTEUR

Cette approche peut être utilisée simultanément avec de nombreuses autres méthodes (voir **dossier technique**) pour favoriser un changement de comportement durable. L'une de ces approches est celle des **co-bénéfices** qui renvoient au fait de mettre en avant les bénéfices ou avantages qui **ne sont pas liés directement à l'environnement** mais que la société obtient grâce aux comportements environnementaux. Par exemple, il est possible de mettre en avant le fait que ces comportements (e.g. réduction de l'utilisation de la voiture) favorisent le développement économique des entreprises ou même qu'ils soient bénéfiques pour la santé des individus (en réduisant les maladies respiratoires ou en promouvant les comportements plus sains tel que le vélo).

Dans ce sens, les objectifs précédemment évoqués doivent intégrer les co-bénéfices associés à une politique de lutte contre le changement climatique afin de permettre **une projection vers un avenir commun désirable**.

L'un des avantages des co-bénéfices est le fait qu'ils peuvent **convaincre des personnes qui sont indifférentes** ou sceptiques face au changement climatique. Cela est dû au fait que l'argument n'est plus seulement écologique et peut donc **toucher d'autres valeurs non environnementales**.

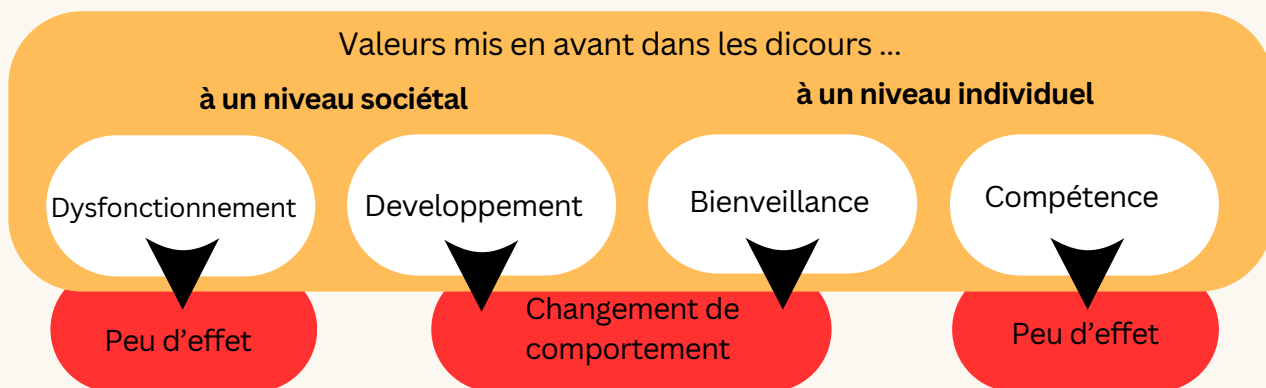
Pour illustrer ce propos nous pouvons penser à certaines publicités pour les voitures électriques qui mettent en avant le fait que rouler en électrique permet de prévenir des maladies respiratoires chez les enfants sans mentionner le potentiel geste environnemental. Ainsi cette publicité aura plus de chance de **convaincre un parent indifférent** face au changement climatique que si l'argument était tourné autour de la destruction de la biodiversité.

Dans cette illustration nous pouvons voir que les arguments renvoient à **l'anticipation d'un changement futur** (e.g. augmentation des maladies respiratoires). Dans les bonnes conditions, cette anticipation va **motiver les individus à changer dans le présent**. C'est ce que certains auteurs [1] ont appelé les **futurs collectifs** dans leurs études sur le changement climatique.

L'une de ces études a été menée dans 24 pays auprès de plus de 6200 participants [2]. Les résultats de cette dernière montrent que les participants déclarent **plus d'intentions d'actions** dans le présent (e.g. écogestes ; soutien des politiques locales ; actions citoyennes) lorsque ces actions sont **associées à des co-bénéfices dans le futur**. Les arguments qui augmentent le plus l'intention comportementale sont les co-bénéfices qui donnent lieu à une société vue comme **plus bienveillante**. Ce lien existe dans l'ensemble des 24 pays.

De plus, les co-bénéfices qui donnent lieu à un **développement économique** ont également un effet mais il est nettement moins systématique à travers les 24 pays. D'autre part, ces liens existent également chez les individus climato-sceptiques ou peu concernés par la question.

Ces résultats renforcent l'importance de **communiquer davantage sur les co-bénéfices** dans le cadre de campagne de sensibilisation mais aussi de communication gouvernementale afin d'augmenter le soutien du public.



Le modèle des futurs collectifs et ses effets sur le comportement dans le présent [2].

Ces théories nous montrent une nouvelle fois que **l'information seule ne permet pas d'être moteur de changement** et que sans accompagnement, il est difficile d'obtenir des résultats très concluants. Cependant, cela ne veut pas pour autant dire que la fixation d'objectifs et les co-bénéfices ou toutes autres théories doivent remplacer les communications scientifiques. Il est **important que ces deux types d'interventions existent conjointement** afin de promouvoir un climat propice au changement de comportement.

RÉFÉRENCES

- [1] Bain, P. G., Hornsey, M. J., Bongiorno, R., Kashima, Y., & Crimston, C. R. (2013). Collective futures: How projections about the future of society are related to actions and attitudes supporting social change. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39(4), 523-539.
- [2] Bain, P. G., Milfont, T. L., Kashima, Y., Bilewicz, M., Doron, G., Garðarsdóttir, R. B., ... & Saviolidis, N. M. (2016). Co-benefits of addressing climate change can motivate action around the world. *Nature climate change*, 6(2), 154-157.
- [3] Locke, E., & Latham, G. (2015). Goal-setting theory. In *Organizational Behavior* 1 (pp. 159-183). Routledge.
- [4] Osbaldiston R, Schott JP. Environmental sustainability and behavioral science: Meta-analysis of proenvironmental behavior experiments. *Environ Behav*. 2012;44(2):257-99. doi: 10.1177/0013916511402673
- [5] Staples, S., Webster, J., & Lv, S. C. (2020). Comparing goal setting approaches to boosting pro-environmental behaviors. *Journal of Sustainability Research*, 4(3).