



Direction régionale de l'environnement,
de l'aménagement et du logement



Comment favoriser le changement de comportement ? Adopter ses interventions de sensibilisation avec des théories en sciences humaines et sociales.

Compte-rendu de la journée d'immersion
Jeudi 11 Juillet 2024

Rencontre thématique
Comprendre - Échanger - S'approprier



COMMENT FAVORISER LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT ?

*Adapter ses interventions de sensibilisation en croisant sciences
humaines et sociales et éducation à l'environnement.*

Venez vous immerger dans le monde de la recherche en sciences humaines et sociales et découvrir certaines théories du changement de comportement ainsi que leur mise en pratique.

A destination de tous les acteurs du territoire régional qui souhaitent favoriser l'engagement des publics dans la transition écologique.



JEUDI 11 JUILLET 2024

Salle "Bateau" du Port-Fréjus
Quai d'Octave 83600 Fréjus

Pour consulter le [dossier technique](#)



Contexte

Face à la nécessité d'une transition écologique et d'un changement culturel de société, un ensemble d'acteurs du territoire sensibilise et accompagne les citoyens, entreprises et collectivités pour favoriser une mobilisation individuelle et collective. Les sciences humaines et sociales apportent un éclairage spécifique et complémentaire à ces disciplines sur le changement de comportement.

Objectifs

La journée d'immersion poursuivait l'objectif d'accompagner les acteurs dans la compréhension des enjeux et des concepts issus des sciences humaines et sociales, et dans l'appropriation de ces notions en parallèle de leurs pratiques sur le terrain.

Cette journée s'inscrit dans le cadre 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 une journée d'immersion à Aix-en-Provence en 2022 et à Avignon en 2023.

Cette journée du 11 Juillet 2024 donne suite à ces actions et a permis de rassembler 33 acteurs du territoire Varois et alentours pour apprendre et échanger sur la thématique du changement de comportement en EEDD en lien avec les théories des sciences humaines et sociales.

00. Mots d'introduction

GRAINE Provence-Alpes-Côte d'Azur

Margaux MARCEL



Laboratoire de Psychologie Sociale

(Aix-Marseille Université)

Joseph HOWE

GRAINE Provinces Alpes Côte-d'Azur

(Université de Nîmes)

Souleymane NIANG



01. Présentation de l'état de l'art – Cheminement du changement de comportement

1.1. Ateliers parallèles : Cheminement du changement de comportement

1.1.1. Le modèle transthéorique (Prochaska & Diclemente, 1983)

1.1.2. La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991)

1.1.3. Interaction entre les deux modèles

1.2. Les Représentations sociales (Moscovici, 1961)

1.3. Le mur des posters

1.4. Changer ses comportements : Organiser un événement éco-responsable

Annexes

1.1. Ateliers parallèles : Cheminement du changement de comportement

Les participants ont assisté à deux ateliers en sous-groupe sur le changement de comportement afin de découvrir les modèles généraux du changement de comportement. Cette session parallèle s'est terminée par une proposition d'interaction entre les deux modèles présentés.

1.1.1. Le modèle transthéorique (Prochaska & Diclemente, 1983)

Animé par Souleymane NIANG



Ce premier modèle permet de comprendre les étapes par lesquelles les individus passent pour changer de comportement. Dans les deux premières phases (**pré-contemplation** et **contemplation**), les individus ne sont pas conscients ou peu conscients de la problématique. Pour les mettre en mouvement il faut les **informer**. Dans l'étape suivante (**préparation**), l'individu commence à planifier le changement et à l'expérimenter, il faut augmenter le **contrôle perçu** des individus. C'est-à-dire qu'il faut renforcer **l'efficacité perçue de l'action** (*est-ce que les actions préconisées sont utiles ?*) et le sentiment **d'auto-efficacité** (*est-ce que je me sens capable de mettre en œuvre les actions préconisées ?*). Dans les deux dernières étapes (**action et maintien**), il faut continuer d'augmenter le contrôle perçu mais il faut également apporter du **support** à l'individu pour qu'il continue son effort. Sans cet accompagnement, il risque de **rechuter** et de recommencer la boucle.



Figure 1 : Etapes du changement de comportement

Pour aller plus loin: consulter le dossier technique p. 9-10 et un document sur le [modèle transthéorique](#).

1.1.2. La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991)

Animé par Joseph Howe



Ce deuxième modèle montre que la décision d'adopter un comportement est fondée sur les résultats que l'individu attend en conséquence de ce comportement.

Il est prédit par **l'attitude** (*jugement positif ou négatif porté sur la désirabilité du comportement et de ses conséquences*), les **normes subjectives** (*règles qui guident le comportement en société*) et le **contrôle comportemental perçu** (*croyance dans la facilité ou non à mettre en place le comportement*).

Ce qu'il faut retenir de ce modèle est que pour qu'un individu change de comportement, il faut que les trois facteurs cités ci-dessus soient en accord avec ce comportement.

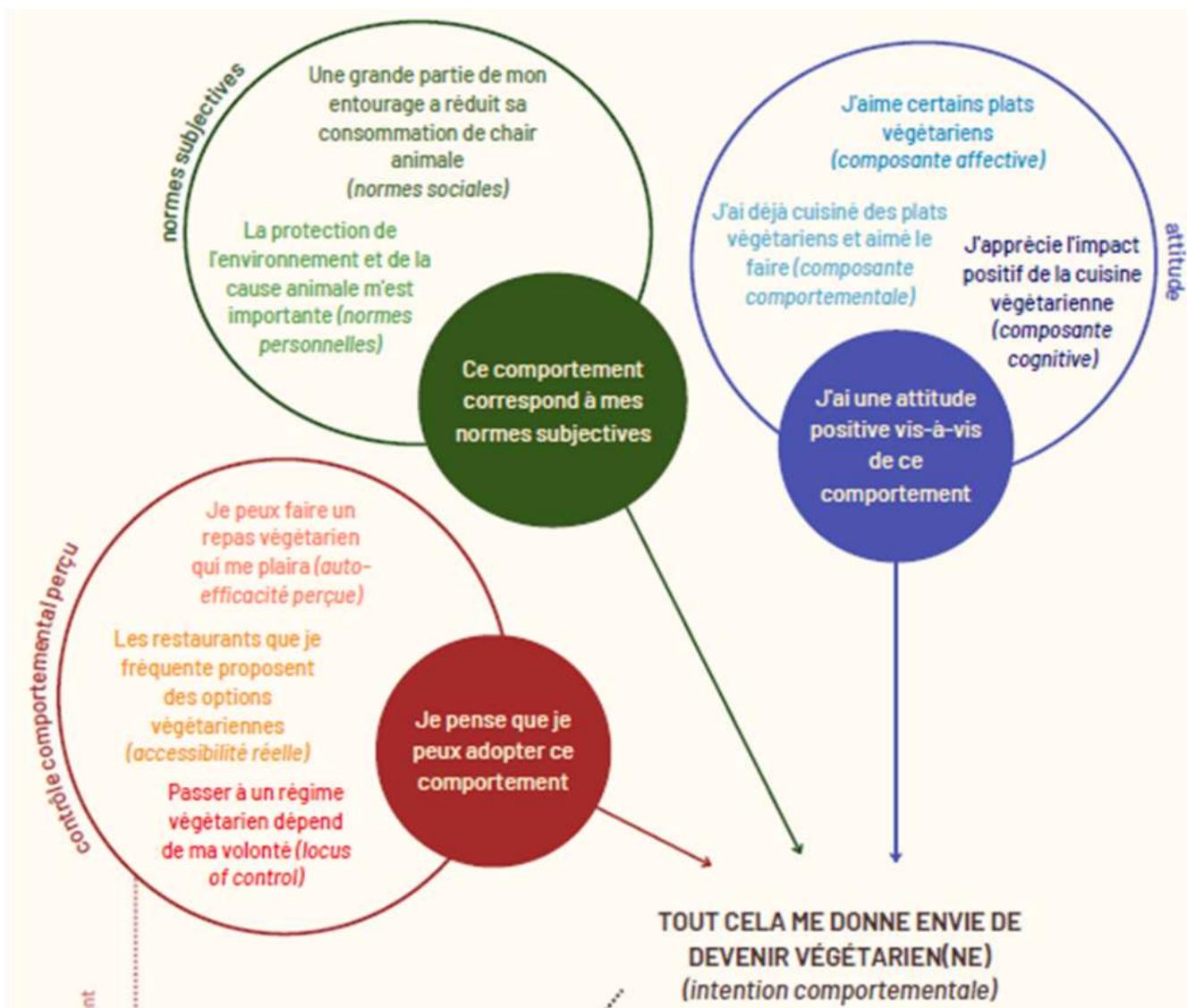


Figure 2: Concepts propres à la théorie du comportement planifié

Ainsi, il est important d'identifier les facteurs défavorables au comportement proposé afin de pouvoir adapter les interventions de sensibilisation selon ces derniers. En effet, si un individu possède déjà une **attitude** positive à l'égard d'un **comportement** pro-environnemental, il semble inutile de lui expliquer les raisons pour lesquelles il doit changer de comportement. À la place, il est préférable de mettre en avant la saillance de la norme et le contrôle comportemental perçu.

Il existe une multitude de manières de favoriser un facteur, dont certaines qui en favorisent plusieurs. Voici quelques exemples pour favoriser :

- **l'Attitude** : Mettre en avant les connaissances à travers des ateliers ludiques (*Elaboration Likelihood model, Petty & Cacioppo, 1980*).
- les **Normes Subjectives** : Mettre en avant l'existence de la problématique en montrant que c'est de la responsabilité de tous et qu'ils peuvent avoir un impact sur la situation actuelle (*Modèle de l'activation de la norme, Schwartz, 1997*).
- le **Contrôle Perçu** : Mettre en avant les situations où les individus vont mettre en place le comportement afin d'anticiper les obstacles et de prévoir des solutions (*l'implémentation d'action*).

Pour aller plus loin: consulter le dossier technique 4.2 p. 40.

1.1.3. L'interaction entre les deux modèles

Animé par Joseph Howe



Cette dernière partie avait pour but de conclure sur les deux modèles présentés en proposant une interaction entre les deux. Comme vu précédemment, le modèle transthéorique permet de comprendre les étapes par lesquelles les individus passent lorsqu'ils changent de comportement. Alors que la théorie du comportement planifié a pour but de comprendre les prédicteurs au changement de comportement. Lorsque l'on prend en compte ces deux théories en même temps, on se rend compte que les préconisations du modèle transthéorique sont similaires avec les facteurs de la théorie du comportement planifié.

L'interaction entre ces deux modèles nous permet d'identifier quels facteurs mettre en avant en fonction des étapes auxquelles les individus se trouvent (voir tableau ci-dessous). Cependant, il est important de noter que les trois facteurs restent importants tout le long du processus de changement de comportement, donc si un facteur devient moins favorable à une étape ultérieure alors il faudra le favoriser à nouveau. Voici deux exemples pour comprendre ce processus :

- Si un individu à l'impression d'avoir un **contrôle important** sur son comportement (*ex : il est capable de cuisiner des plats végétariens*) mais que son **attitude est faible** (*ex : il trouve que les plats végétariens manquent de goût*) alors il ne dépassera pas les deux premières étapes (*pré-contemplation et contemplation*).
- De même, si un individu développe une **attitude positive** et un **contrôle perçu important** à l'égard du comportement suite à votre sensibilisation, alors il atteindra probablement la phase d'action. Cependant si pendant qu'il expérimente le comportement, son **attitude se réduit** (*ex : le goût de la viande lui manque*), alors il **chutera à nouveau** à une étape précédente.

	Attitudes	Contrôle Perçu	Normes Sociales
Pré-contemplation	X		
Contemplation	X	X	
Préparation		X	
Action		X	X
Maintien			X

Pour conclure, il est conseillé d'identifier le stade du changement de votre public afin de pouvoir mettre l'accent sur les facteurs qui permettent le plus de favoriser la mise en place du comportement cible. Pour ce faire, il est préférable de réaliser une analyse de besoin, en amont de sa sensibilisation afin de pouvoir l'adopter en fonction du public. Par exemple, selon si vous vous adressez à un public sceptique, peu informé, votre action n'insistera pas sur les mêmes facteurs que pour un public déjà convaincu.

Pour aller plus loin, découvrez les théories du dossier technique en fonction de l'étape du modèle transthéorique identifiée.

1.2 Les Représentations Sociales (Moscovici, 1961)

Animé par Souleymane NIANG



Les représentations sociales sont des **reconstructions** de la réalité, elles se construisent en référence aux **croyances** et aux **valeurs** déjà présentes chez l'individu et son **groupe**. Elles s'organisent également 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 sauveront de la crise écologique, ou encore que l'accès illimité aux ressources

de la nature est un besoin fondamental et un droit humain. Ce ne sont que quelques exemples mais ils permettent d'illustrer comment ces différentes représentations peuvent jouer un rôle sur la motivation défensive.

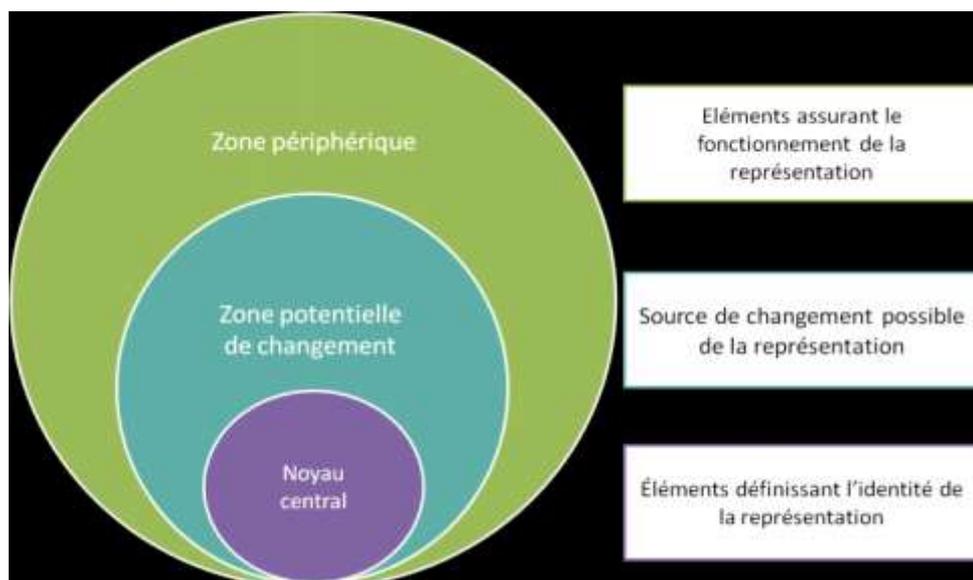


Figure 3 : Organisation des Représentations Sociales

Pour aller plus loin : Accédez au quiz proposé lors de la rencontre : [le Kahoot](#)

1.3. Le mur des posters (+ phrase d'exemple plan action)



Cet espace était dédié à la présentation de recherches-actions ainsi que d'actions sur le territoire, pour illustrer plus concrètement les notions présentées, les préconisations formulées et ce qui peut être fait, notamment dans la collaboration entre acteurs et experts.



Dans cette partie, les participants étaient séparés en groupe avec une problématique de terrain différente par groupe. L'objectif était que les participants puissent proposer un plan d'action pour répondre à une problématique de terrain en mobilisant à la fois les théories présentées sur les poster ainsi que leurs connaissances et expériences personnelles. Pour ce faire, chaque groupe avait un public cible, un comportement cible et une contrainte avec laquelle ils devaient travailler. (Vous trouverez la liste des différents cas concrets dans le tableau ci-dessous.) Les groupes ont ensuite présenté leur plan d'action à l'ensemble avant d'échanger quelques idées sur des potentiels freins ou leviers supplémentaires. Vous trouverez une liste non exhaustive des théories qui pourraient être utilisées pour répondre à chaque cas concret.

Public	Comportement	Contrainte	Théories potentielles
Enfant	Gaspillage alimentaire	Normes sociales fortes de ne pas manger de légume	Nudge, théories des normes
Adulte	Transport en commun	La voiture est deux fois plus rapide	Théories de l'installation
Famille	Limiter douche / chauffage	Ne paye pas le prix de l'électricité	Nudge, hypocrisie
Famille en vacances (AIRBNB)	Tri des déchets	Poubelles sont à 10 minutes en voiture	Distance psychologique, communication engageante
Étudiants	Acheter des produits locaux	Produits coûtent plus chère et étudiants n'ont pas beaucoup de moyens	Norme sociale, conformisme

Pour aller plus loin : consulter en détail les posters en annexe (pdf "posters recherche-action" - *Les fiches en bleu sont des recherches-action, les fiches en vert sont des actions de terrain présentées également dans le dossier technique. Les deux fiches en violet sont de la théorie.*) **ainsi que l'ensemble du dossier technique qui détaille toutes les théories présentées sur les posters.**

Intervenants et animateurs

HÖWE Joseph	AMU / Laboratoire de psychologie sociale	Doctorant en psychologie sociale	joseph.v.howe@gmail.com
MARCEL Margaux	GRAINE Provence- Alpes-Côte d'Azur	Chargée de Projets en réseau	margauxmarcel@grainepaca.org
NIANG Souleymane	GRAINE Provence- Alpes-Côte d'Azur / Université de Nîmes	Psychologue social et environnemental	Souleymane.niang@etudiant.unimes.fr

Pour toute question relative à cette journée et/ou au projet, contactez directement le GRAINE Provence-Alpes-Côte d'Azur à projet@grainepaca.org ou gpaca@grainepaca.org

A DÉCOUVRIR

[L'ensemble du projet sur le site internet du GRAINE Provence-Alpes-Côte d'Azur](#)
Un [outil synthétique présentant les mots clés du dossier technique](#).

1.4. Changer ses comportements : organiser un événement éco-responsable

- Afin de limiter l'empreinte carbone générée par notre journée, nous avons mis à disposition un système de covoiturage pour les inscrits et renseigner comment accéder à la salle en transports. Vous pouvez calculer votre empreinte sur le site : <https://agirpoulatransition.ademe.fr/particuliers/bureau/calculer-emissions-carbone-trajets>)

Empreinte générée par le Graine pour un aller-retour avec 4 personnes :



- Nous avons également choisi un traiteur vegan, local et bio pour le repas du midi, le tout en prenant en compte les allergies alimentaires. Les ustensiles étaient réutilisables et leur emballage en papier recyclé. **Bonne nouvelle, durant l'événement, il n'y a eu aucun gaspillage de nourriture et nos déchets et restes alimentaires ont été triés.**
- La documentation mise à disposition pendant l'événement est issue d'anciennes ressources réutilisées. De plus, notre communication s'est faite uniquement via internet et il n'y a pas eu de goodies distribués.
- Enfin nous avons pu bénéficier d'un éclairage naturel et aucun produits chimiques n'ont été utilisés pour le ménage.



Annexes

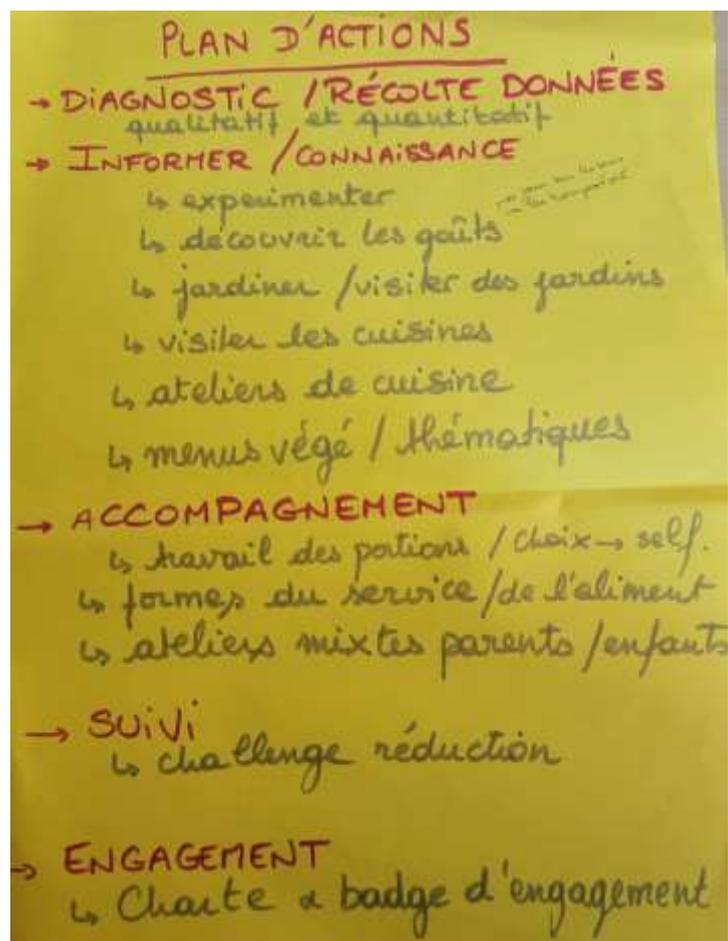
Annexe 1 : [Diaporama de la rencontre](#)

Cette annexe contient toutes les théories présentées durant la journée, ainsi que les exemples de cas concrets.

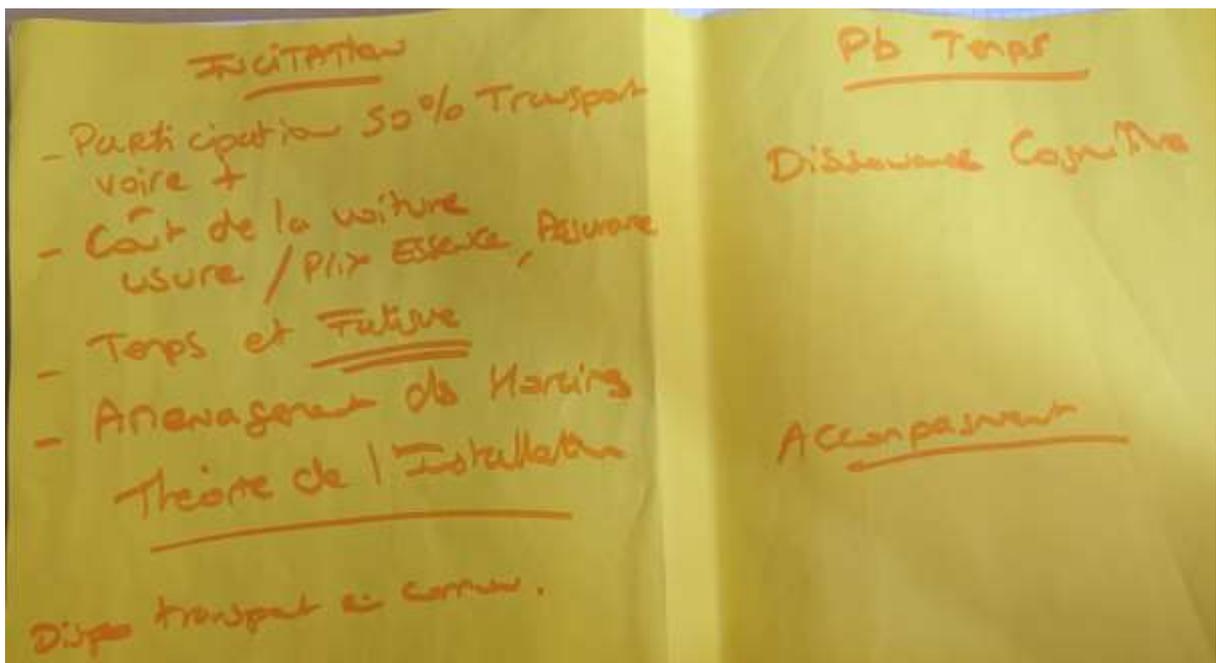
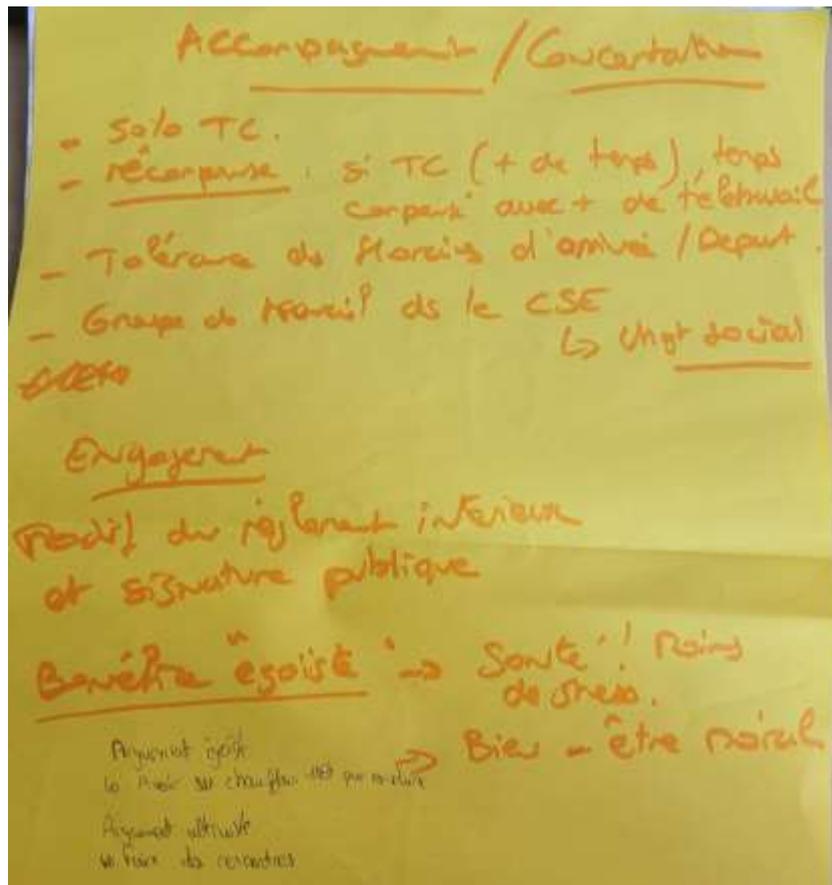
Annexe 2 : Production des groupes

Durant le dernier Atelier, les participants se sont vus attribuer des cas pratiques présentant des scénarios dans lesquels il leur était demandé de promouvoir un changement de comportement malgré une difficulté identifiée, à l'aide de posters (Cf. Annexe 3) disséminés dans l'espace de travail. Pour ce faire, les participants se sont réunis par groupe de 5 pour réfléchir à des outils et méthodes issus des Sciences Humaines et Sociales pour répondre à la problématique posée. Vous pouvez retrouver ces exemples dans le diaporama des rencontres (Cf. Annexe 1).

Cas concret A : Le gaspillage alimentaire



Cas concret B : L'utilisation des transports en commun



Cas concret D : Le Tri des déchets

- Exposer une création artistique à partir de déchets dans le logement.
 - "Affiche : Ici, on tri!"
 - Fournir un bac + notice de tri : consigne. ↳ vous
 - Identifier le lieu de la collecte Américain
 - "Récompense" pour une course de réduction ~~des~~
 - Associer le trajet : Airbnb → tri
à → boulangerie
- ↳ trajet utile
- Inviter à réduire les déchets afin de limiter les trajets.
 - Proposer un jeu ludique "Flap - Flap"
 - logement éco-responsable dans son ensemble
la locataire ne fournit qu'un tout petit effort.

- Existence d'une frise avec des camions à remplir par des cases magnétiques
- = 1 case = 1 pts de rizguez = 1 bouteille de tri vide



chaque locataire pourra y contribuer.

Annexe 3 : Posters affichés durant la rencontre.

La forêt de bois pétrifié d'Arizona

Influence des normes sociales

Connue pour ses troncs d'arbres fossilisés, vestiges de forêts disparues il y a 200 millions d'années et apprécié par de très nombreux touristes...
la forêt pétrifiée d'Arizona n'en est pas moins victime **d'une quantité de vols importante qui conduisent à la dégradation du parc naturel**

Pour sensibiliser à cette problématique, les autorités ont affiché le message suivant :

Chaque jour, votre patrimoine est vandalisé par des vols de bois pétrifié. 14 tonnes par an disparaissent, morceau par morceau

Le psychologue social américain Robert Cialdini souligne alors la présence de deux messages contradictoires :

- 1) Vous ne devez pas prélever de fossiles dans le parc
- 2) Vous êtes très nombreux à le faire

Ce dernier estime que le message est susceptible de générer un effet contraire à celui recherché ("nous ne sommes plus à quelques grammes prêts" ; "Tout le monde le fait...") et propose un autre message très simple, uniquement basé sur la norme injonctive :

Merci de laisser le bois pétrifié dans le parc

Afin de quantifier les vols : les chercheurs numérotent des morceaux de bois.

Chaque message est exposé 5 semaines, on obtient alors les résultats suivants

Les vols ont été divisés par 4,7 !
Cela impliquerait la sauvegarde de plus de 11 tonnes de bois par an !

Proportion de morceaux volés

Message	Proportion de morceaux volés
Message paradoxal	1,92%
Message simple	1,57%

Source : Cialdini, R. B., Demaine, L. J., Sagarin, B. J., Barrett, D. W., Rhoads, K., & Winter, P. L. (2008). Managing social norms for persuasive impact. *Social influence*, 1(1), 3-15.
Infographistes : Thomas Bernhous, Théo Casnier, Perrine Ollier

GRAINE PROVENCE-ALPES CÔTE D'AZUR Le Réseau Régional pour l'Éducation à l'Environnement

Laboratoire de Psychologie SOCIALE

RÉGION SUD PROVENCE-ALPES CÔTE D'AZUR



Le Hutchinson Smoking Project

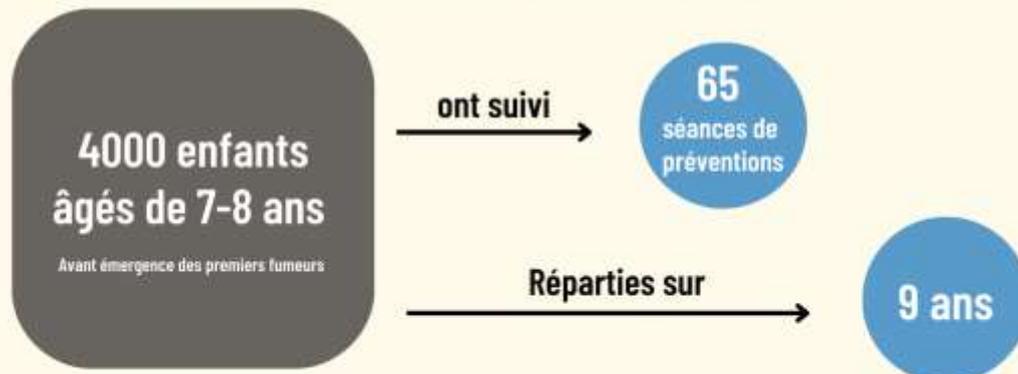
Homo Economicus or not ?



Le tabagisme reste aujourd'hui l'une des principales **cause de décès évitable aux États-Unis, tuant chaque année plus de 400 000 personnes**

En frais de santé, cette problématique implique 50 milliards de dollars de dépenses par an.

Dans l'état de Washington, des acteurs de prévention ont élaboré un programme de prévention particulièrement ambitieux adressé aux plus jeunes



Le chercheur en cancérologie Arthur Peterson Jr. et son équipe ont cherché à connaître l'impact de cette campagne de sensibilisation en comparant à un autre groupe de **4000 enfants** sur la même période et qui ne suit aucune prévention

A terme, on compare la prévalence de fumeurs entre les 2 groupes



A terme : même nombre de fumeurs des 2 côtés

L'information est indispensable au changement d'idée mais insuffisante pour changer de comportements !
L'individu est astreint à une logique d'influence sociale

Source : Peterson, A. V., Kealey, K. A., Mann, S. L., Mark, P. M., & Sarason, J. G. (2000). Hutchinson Smoking Prevention Project: long-term randomized trial in school-based tobacco use prevention—results on smoking. *JNCI: Journal of the National Cancer Institute*, 92(24), 1879-1891.
Infographistes : Thomas Berrhoun, Théo Cosnier, Perrine Olier



Brûlage des déchets verts

Comparaison de deux paradigmes



© Graine Provence-Alpes-Côte d'Azur 2020

Cette campagne du GRAINE Provence-Alpes-Côte d'Azur, en collaboration avec le laboratoire de psychologie sociale d'Aix-Marseille Université 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 ». Puis, ils rappelaient aux clients leurs transgressions passées de ce principe en leur demandant s'ils avaient déjà brûlé des déchets. Puis ils distribuait une étiquette à plante ("Jardinier responsable"). Dans le cas la communication engageante, les clients remplissaient un questionnaire sur les connaissances et habitudes des jardiniers (acte préparatoire engageant). Puis ils recevaient l'étiquette.

Résultats

- Dans cette étude, l'hypocrisie induite a fermé les clients à l'échange. Pour que le paradigme fonctionne, il est important qu'une norme consensuelle existe sur la problématique, ce qui n'est pas nécessairement le cas du brûlage des déchets verts.
- La communication engageante a en revanche était bien plus efficace et a prédit plus d'intention comportementale

Partenaires : DREAL Provence-Alpes-Côte d'Azur
Infographistes : Thea Cosnier, Thomas Berthou, Perrine Ollier





Les cantines de Carolyn

Influence des nudges



Comment inciter les usagers d'une cantine à choisir les options les plus saines ?

Carolyn, directrice de cantine, constate que les choix des élèves dépendent de la disposition des plats : en proposant les repas sains en début ou en fin de rayonnage, en les mettant en avant dans la vitrine et à hauteur des yeux, ou encore en proposant les options les moins saines dans un stand à part, les choix des élèves sont guidés.



Cette directrice est une **architecte de choix** selon les économistes comportementaux Richard Thaler et Cass Sunstein. Autrement dit, elle peut manipuler et organiser le contexte pour créer un chemin tout fait vers l'option qu'elle souhaite voir adopter. C'est le principe même des **nudges** : des "coups de pouce", des incitations vers le comportement promu.

Si l'exemple de la cantine fonctionne en **facilitant l'accès à un choix plus qu'à un autre**, il existe plusieurs mécanismes sur lesquelles les nudges reposent, par exemple :

Rendre un choix plus ludique

© Planète Nudge



Rappeler les normes sociales

© NudgeMe



Source : Thaler, R. & Sunstein, C. (2009). *Nudges: Improving decisions about health, wealth and happiness*. Penguin Editions.

Infographistes : Thomas Barriou, Théo Casnier, Perrine Olier



Les cantines de Carolyn

Influence des nudges



Comment inciter les usagers d'une cantine à choisir les options les plus saines ?

Carolyn, directrice de cantine, constate que les choix des élèves dépendent de la disposition des plats : en proposant les repas sains en début ou en fin de rayonnage, en les mettant en avant dans la vitrine et à hauteur des yeux, ou encore en proposant les options les moins saines dans un stand à part, les choix des élèves sont guidés.



Cette directrice est une **architecte de choix** selon les économistes comportementaux Richard Thaler et Cass Sunstein. Autrement dit, elle peut manipuler et organiser le contexte pour créer un chemin tout fait vers l'option qu'elle souhaite voir adopter. C'est le principe même des **nudges** : des "coups de pouce", des incitations vers le comportement promu.

Si l'exemple de la cantine fonctionne en **facilitant l'accès à un choix plus qu'à un autre**, il existe plusieurs mécanismes sur lesquelles les nudges reposent, par exemple :

Rendre un choix plus ludique

© Planète Nudge



Rappeler les normes sociales

© NudgeMe



Source : Thaler, R. & Sunstein, C. (2009). *Nudges: Improving decisions about health, wealth and happiness*. Penguin Editions.

Infographistes : Thomas Barriou, Théo Casnier, Perrine Olier



2. Le gaspillage alimentaire

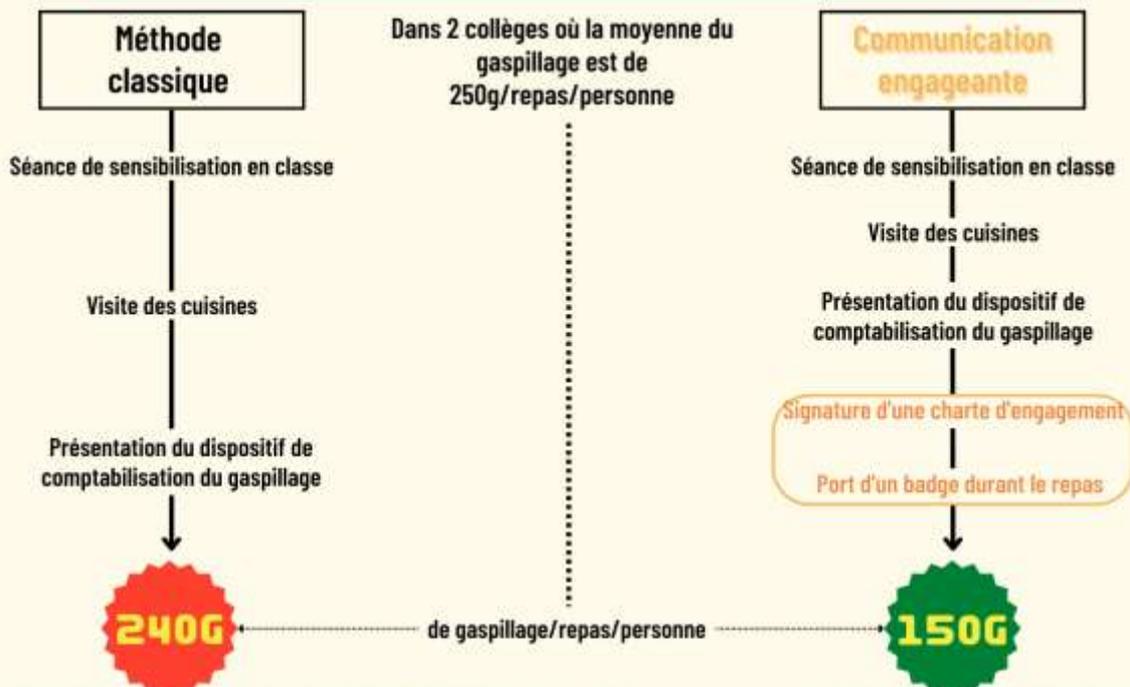
Sensibiliser pour engager (2)



En France, le gaspillage alimentaire représente **10 tonnes par an** !

Dans les cantines scolaires c'est **30 à 40 % des produits du repas qui finit à la poubelle**.
On compte en moyenne : **70g/repas/personne** en primaire,
135g/repas/personne au collège,
150g/repas/personne au lycée

Afin de réduire ce gaspillage, le CPIE Tarnais a décidé de tester 2 méthodes :



En comparaison à la sensibilisation classique, la simple procédure d'engagement réduit le gaspillage de **37,5%**



Source : « Comment réduire le gaspillage alimentaires à la cantine, à domicile, et sur le lieu de vente » Union Nationale des CPIE, Journée d'information 19/06/2014

Infographistes : Thomas Berninon, Théo Cosnier, Perrine Olier



Théorie de l'installation

Espace interne, physique et social



En Europe, la consommation d'eau des foyers est bien au-dessous des recommandations : véritable problématique de santé publique, les campagnes de communication ne semblent pas suffire à générer le changement attendu.



Dans la théorie de l'installation, Saadi Lahlou propose d'étudier l'effet des installations dans lesquelles nous évoluons et des trois espaces qui les constituent : espace interne, physique et social.

Modification des trois espaces pour promouvoir la consommation d'eau :

1. ESPACE INTERNE

Les parents ont été sensibilisés sur les bénéfices d'une consommation d'eau plus importante : cela a permis une modification des croyances

2. ESPACE PHYSIQUE

Des bouteilles d'eau adaptées aux enfants (taille et forme) ont été livrées aux familles : l'accessibilité et la visibilité du comportement ont été accrues, c'est l'affordance

3. ESPACE SOCIAL

Les parents se retrouvaient sur un forum en ligne pour échanger des conseils sur leurs habitudes de consommation et leurs changements : cela a permis l'instauration d'une norme sociale

Les couches internes et sociales reposent sur le contrôle social et l'influence : en sensibilisant les parents, on s'attend à observer un effet sur les enfants !

Les résultats montrent une **multiplication de la consommation d'eau par 8 en moyenne** dans les foyers !

L'affordance est la variable qui a eu le plus d'effet, d'autant plus lorsqu'elle est combinée à la norme sociale

Source : Lahlou, S., Boesen-Mariant, 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, 28-30.

Infographistes : Théa Cosnier, Thomas Bernhoum, Perrine Ollier



Dissonance cognitive et hypocrisie

Réduire la consommation d'eau sous la douche



Dans les campus universitaires californiens, **région particulièrement touchée par la sécheresse**, de nombreuses campagnes de communication sur l'importance de la conservation de l'eau sont visibles. Mais si ces campagnes peuvent avoir un effet sur l'attitude des étudiants, elles ne résultent pas en un changement de comportement effectif...



Selon la théorie de la dissonance cognitive de Léon Festinger, la coexistence d'une cognition et d'un comportement incohérent génère de la dissonance cognitive, un état d'inconfort psychologique duquel nous sommes motivés à sortir.

C'est en utilisant cette motivation que Chris Ann Dickerson et ses collaborateurs proposent de réduire la consommation d'eau des étudiants d'un campus. Comment ?

En éveillant la dissonance cognitive et en **soulignant l'hypocrisie** dont ils peuvent faire preuve en ayant des comportements incohérents.

1. Des nageuses répondent à un questionnaire sur leurs habitudes de conservation d'eau
2. Elles sont invitées à s'engager dans une conduite de conservation en signant un flyer

= conscience des mauvaises habitudes

= comportement conservateur



DISSONANCE COGNITIVE

Les nageuses sont alors motivées à réduire cet état d'inconfort, en changeant leurs habitudes.

Une complice mesure le temps des douches des participantes dans les vestiaires : **elles prennent des douches moins longues, et elles stoppent même l'eau pendant qu'elles se savonnent.**

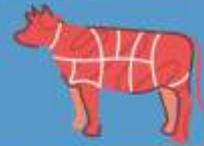
Dickerson, C.A., Thibodeau, R., Armon, E. and Miller, D. (1992), Using Cognitive Dissonance to Encourage Water Conservation, *Journal of Applied Social Psychology*, 22: 841-854.

Infographistes : Théa Cosnier, Thomas Berthoum, Perrine Olier



Changement social

Impliquer les participants



En 1943, le psychologue social Kurt Lewin met en place une expérimentation visant à inciter les foyers à acheter et consommer des abats de boeuf : en pleine guerre mondiale, l'objectif est de réserver les viandes de qualité aux soldats américains. Pour ce faire, il sépare les volontaires de la Croix Rouge en deux groupes :



Groupe 1

Exposé sur la nécessité d'une meilleure alimentation pour les soldats
Conseils sur la préparation des abats de boeuf



3% des participantes cuisinèrent des abats dans la semaine qui suivit



Groupe 2

Exposé sur la nécessité d'une meilleure alimentation pour les soldats

Discussion entre les participantes, pour échanger sur leurs réticences et donner des conseils



32% des participantes cuisinèrent des abats dans la semaine qui suivit

Impliquer les participantes par la discussion et l'échange a suffit à réduire la résistance au changement et a permis une modification des habitudes



la transformation des représentations impactent les normes

Source : Lewin K. (1947), « Group decision and social change », in E. Swanson, T. M. Newcomb & E. L. Hartley (dir.), Readings in Social Psychology, New York, Holt.

Infographistes : Théa Cosnier, Perrine Ollier, Thomas Berrhoun



Perception du risque

L'appel à la peur et la motivation défensive



Face à un risque de santé, comment construisons-nous du sens ? Plus les médias évoquent une problématique sanitaire, plus celle-ci est perçue comme importante et dangereuse : c'est l'amplification du risque. Mais les effets de cette perception ne sont pas nécessairement positifs pour le changement de comportement : comment cadrer les campagnes de communication ?

Objectif : mieux connaître les processus de réception de l'information de lutte contre le tabac chez des étudiants à Nice et étudier l'impact de la répétition d'un message d'appel à la peur.

Méthodologie :

- 108 étudiants sont exposés à trois messages de prévention différents :

Faible vivacité
Message persuasif

Vivacité modérée
Message + images en noirs et blancs

Vivacité forte
Message + images en couleurs et réalistes

- Les participants y sont exposés au minimum une fois, au maximum cinq fois

Le message avec vivacité forte permet une plus grande intention comportementale, **seulement s'il est répété plusieurs fois**. Si l'individu n'y est exposé qu'une fois, il n'aura pas le temps de contrôler sa peur et se distanciera de la problématique pour réduire la menace au plus vite.

L'appel à la peur doit s'accompagner **de piste d'actions concrètes** pour que l'individu ne cherche pas à ignorer l'information menaçante.

Courbet, D et Marchetti, A. (2014). Risques et communication de santé publique en contexte méditerranéen. Deux expérimentations en région PACA. Recherche Action en Méditerranée, CNRS, 57-75

Infographistes : Théa Cosnier, Thomas Berrouin, Perrine Olier



Eco-citoyenneté

Dispositif d'éducation informelle et débats entre pairs



Le Loubatas, association d'éducation à l'environnement, accueille dans son association des classes de découverte, des séjours-loisirs, des stages de formation, etc. Elle sensibilise sur de nombreuses problématiques : protection et gestion des espaces naturels pollutions diverses liées aux activités humaines, alimentation, etc.



Ce dispositif de recherche avec le Centre d'études, de recherche et d'intervention de crise avait pour objectif d'évaluer les outils pédagogiques utilisés par l'association .

Sur une dizaine de groupe (184 adultes) et six classes (132 enfants)

- Questionnaire en amont sur les connaissances (adultes)
- Expériences des outils pendant des séjours de 2 à 3 jours ou des classes de 4 à 6 jours
- Evaluation des connaissances acquises :
 - Entretiens plusieurs mois après les séjours
 - Auprès des enfants : dessins, activité théâtre, débats entre pairs

L'utilisation d'entretiens pour évaluer permet d'explorer en profondeur les représentations des participants

Résultats :

- Les outils complètent la sensibilisation en donnant des **pistes d'actions concrètes** : l'expérimentation et l'imitation des modèles sont essentiels. Les outils sans la sensibilisation perdent toutefois de leur efficacité : **les deux approches se complètent.**
- Certains outils ne sont pas adaptés à tous les publics, ce qui empêche leur efficacité totale : **importance de l'affordance.**

Source : Cellier, H., Pesca, S., Birck, C., Tixier, G. (2008). Outils de sensibilisation informels et débats entre pairs : une approche expérientielle, interprétative et critique au service de comportement pro-environnementaux. Colloque "L'éducation au développement durable, de l'école au campus".

Infographistes : Théo Cosnier, Thomas Berthou, Perrine Ollier



Dimensions psychosociales du tri sélectif

Théorie du comportement planifié

La Martinique fait face à une véritable problématique sur la gestion des déchets : **territoire isolé et éloigné, les politiques d'externalisation des déchets recyclables sont complexes à réaliser**. En outre, L'ADEME montrait en 2013 que les consignes de recyclage n'étaient pas bien comprises et appliquées : 18% des déchets recyclables ne peuvent être collectés en raison d'un trop grand nombre d'erreurs de tri.



1. DIAGNOSTIC PSYCHOSOCIAL

Interrogation des déterminants psychosociaux pouvant avoir un impact sur le choix de recycler : lorsque le comportement est proche, les individus expriment des croyances sur la **faisabilité**, lorsqu'il est éloigné, les individus expriment surtout de la **désirabilité et s'orientent vers l'autre**.

2. INTERVENTION PSYCHOSOCIALE

Comparaison des erreurs de recyclage avant et après la sensibilisation des foyers. Plusieurs interventions :

- Basée sur l'identité : peu d'effet sur le comportement, peut s'expliquer par le fort multiculturalisme de l'île. **Importance de prendre en compte le contexte culturel**.
- Basée sur la théorie du comportement planifié : agir sur les **attitudes** (évaluation du comportement), **normes subjectives** (influence sociale) et le **contrôle comportemental perçu** (accessibilité et auto-efficacité)

Les foyers sensibilisés par l'intervention basée sur la théorie du comportement planifié passent de 25% d'erreurs de tri à 18% d'erreurs de tri.

Source : Feintziat, Y. et Pelt, A. (2022). Psychosocial dimensions of recycling in small islands : psychoenvironmental diagnostic and evidence-based intervention in Martinique. *Front. Psychol.* 13

Infographistes : Théa Cosnier, Perrine Ollier, Thomas Berthoum



Campagne Inf'eau Mer

Collectif de 15 structures*

Depuis 2001, les structures porteuses de la campagne Inf'eau Mer interviennent en Provence-Alpes-Côte d'Azur sur plusieurs plages de la région pour sensibiliser leurs usagers.

Trois objectifs principaux :

- 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. Le public peut participer à une enquête d'opinion sur sa perception de l'environnement.

© Méditerranée 2000 2020



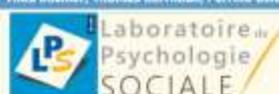
Ce que les sciences humaines et sociales nous révèlent

- Définir un public précis (les usagers de plage) permet de **personnaliser le message** : le public ciblé ne peut alors que se sentir concerné par celui-ci
- La nature amusante des affiches minimise la **peur qu'elles engendrent** : nous sommes motivés à éviter une trop forte peur, notamment en ignorant l'information.
- La distribution de cendrier de plage rend le **comportement promu accessible**
- En informant sur les actions portées par les collectivités, on met en parallèle les **actions individuelles avec les actions collectives** : le public-cible se sent accompagné et efficace dans son changement.

..... Pour aller plus loin (dossier technique) : distance psychologique, motivation défensive

* Structures : Ecoute ta planète, AIEJE, Naturscope, Chercheurs en herbes, CPIE Iles de Lérins et Pays d'Azur, Méditerranée 2000, A.P.G., CIETH, AIRE, Parc National de Port-Cros, Communauté de Communes du Golfe de Saint-Tropez, CPIE Bastia Solo Méditerranée, CCI, Ville de Hyères.

Partenaires principaux : Région Provence-Alpes-Côte d'Azur ; Agence de l'Eau Rhône Méditerranée Corse ; Suez
Infographistes : Théo Cuznier, Thomas Berthou, Perrine Olier





#TuGères

Geres



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.



© Geres, 2021

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.**

Ce que les sciences humaines et sociales nous révèlent

- En aidant les jeunes à identifier les solutions et en les accompagnant dans la mise en œuvre de leur projet, ils développent un pouvoir d'action qui favorise leur engagement
- En devenant les créateurs.trices de contenus ou de projet qu'ils souhaitent être, le programme permet aussi d'ériger les participant.es 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.

..... Pour aller plus loin (dossier technique) : contrôle comportemental perçu, attitudes, normes

Partenaires : Euracia Net, Clean My Calanques, Agence Française de Développement, Coordination Sud, Yeulla
Infographistes : Thea Cosnier, Thomas Berthou, Perrine Ollier





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...).

La sensibilisation se faisait à l'aide d'un protocole de communication engageante (questionnaire). Puis plusieurs écocgestes leurs étaient proposés, afin de mettre en évidence l'accessibilité des actions de réduction des déchets, ainsi que de valoriser le commerçant et de lui donner un statut d'acteur dans le changement. Lors d'une dernière rencontre, les commerçants pouvaient expliciter leurs difficultés à mettre en place l'écogeste après expérimentation.

Ce que les sciences humaines et sociales nous révèlent

- Accompagner les collectivités dans l'adoption de nouvelles pratiques permet de favoriser la transversalité des démarches de changement de comportement : ainsi, la responsabilité est partagée, la culpabilisation individuelle est réduite et l'individu se sent soutenu dans sa démarche de transition par son environnement social.

..... Pour aller plus loin (dossier technique) : communication engageante, théorie du comportement planifié

Infographistes : Thea Cosnier, Thomas Berthou, Perrine Ollier



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

Ce que les sciences humaines et sociales nous révèlent

Cette action permet d'accompagner le groupe sur trois plans :

- **Leurs connaissances** : l'information est toujours la première étape du changement. Si elle ne suffit pas, elle est malgré tout nécessaire pour la suite.
- **Leurs compétences** : si l'individu a conscience de la problématique mais ne se sent pas capables de déployer les solutions pour y faire face, il n'entamera aucun changement.
- **Leur environnement physique** : un environnement physique cohérent avec le comportement promu permet de le rendre accessible et agit aussi comme un rappel de ce comportement, ce qui favorise son maintien.

..... Pour aller plus loin (dossier technique) : théorie des installations

Infographistes : Thea Cosnier, Thomas Berthou, Perrine Olier

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 des 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.

Ce que les sciences humaines et sociales nous révèlent

Ce type d'action et de lieu permet de se retrouver en groupe autour d'un objectif commun issu de valeurs partagées :

- Renforcement d'un sentiment de **cohésion sociale** lié à une **identité commune**
- Développement d'une **efficacité collective** : les participants acquièrent de nouvelles compétences, les expérimentent sur le terrain.

Les actions auprès de groupe permet de **favoriser un changement collectif de comportements**. Elles peuvent même permettre la création de **groupes fondés sur des croyances communes, porteurs de pratiques durables**.

..... Pour aller plus loin (dossier technique) : [Identité sociale, efficacité collective, contamination positive](#)

Infographistes : Thea Cosnier, Thomas Berthout, Perrine Ollier

Eco-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.

Ce que les sciences humaines et sociales nous révèlent

- Les éco-ambassadeurs sont des pionniers, des porteurs de l'innovation écologique dans leurs établissements scolaires. Ils font figure de modèles et inspirent l'engagement de leurs camarades.
- A leur niveau, ce rôle leur permet de développer des valeurs biosphériques (tournées vers l'environnement) et altruistes qui motiveront intrinsèquement leur propre engagement.
- En étant encadrés par l'établissement et le dispositif, les éco-ambassadeurs peuvent se saisir 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

..... Pour aller plus loin (dossier technique) : identité sociale, efficacité collective, contamination positive, nature de la motivation

Infographistes : Thea Cosnier, Thomas Berthou, Perrine Ollier



Ecogestes Méditerranée

CPIE Îles de Lérins et Pays d'Azur



© ecogeste-mediterranee.fr 2022



Issue d'une recherche-action, Ecogestes Méditerranée est une campagne de sensibilisation à la préservation des habitats marins et littoraux le long la Méditerranée française. Portée par un collectif de 16 structures*, 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.

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 : ancrage, gestion des déchets, choix des produits d'entretien, pêche, plongée, etc. Cet échange repose sur un bulletin d'engagement et un guide pratique, qui accompagne l'adoption des écogestes. Les plaisanciers peuvent afficher un fanion "Ecogeste Méditerranée" qui rend leur engagement public.

Ce que les sciences humaines et sociales nous révèlent

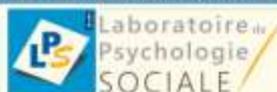
- La communication engageante (être sensibilisé puis s'engager dans un comportement) a des effets plus importants sur le changement effectif que la sensibilisation classique
- Rendre l'engagement public permet de le renforcer et d'accentuer les effets positifs de la méthode. Les plaisanciers peuvent aussi afficher leur engagement sur le site, ce qui permet un maintien du comportement et l'instauration d'une norme

**En 20 ans, 70000 usagers du littoral régional ont été informés et sensibilisés.
Chaque année, 2000 nouveaux fanions sont hissés sur les navires !**

..... Pour aller plus loin (dossier technique) : communication engageante

* Structures : Parc Naturel régional de Camargue, Ecoutes la planète, Parc Nautique de la Côte Bleue, A.E.J.E., Naturoscope Marseille, Les Marielles de la Drome, Naturoscope Var, CIETM, Les Amis de la Proche-Mer de Giens, Parc national Port-Cros, Communauté de communes Gulla de Saint Tropez, Estaire Côte d'Azur Agglomération, AGE, Méditerranée 2000, Centre de Découverte Mer et Montagne, CPIE Îles 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
Infographistes : Théa Cuznier, Thomas Berthou, Perrine Olier





L'escape-game XXL

G-addiction citoyenne

L'escape game "Environnement, biodiversité et changement climatique" 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.



© Escape Game Citoyen 2020



© Escape Game Citoyen 2020

Le jeu repose donc sur un principe d'intelligence collective et de travail en groupe. la région pour sensibiliser leurs usagers. 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.

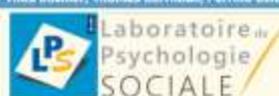
Ce que les sciences humaines et sociales nous révèlent

- 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 : identifier les solutions permet de planifier l'action et de se sentir à même de faire face à la menace
- 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.

..... Pour aller plus loin (dossier technique) : traitement de l'information, motivation défensive

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

Infographistes : Théa Cuznier, Thomas Berthou, Perrine Ollier



La recherche-action



La recherche-action est une forme de recherche appliquée, une démarche collaborative et une méthode d'intervention ciblant le changement individuel et collectif. Elle **articule une activité de recherche et un projet d'action, dans une relation de réciprocité entre savoir savant et savoir utile.**

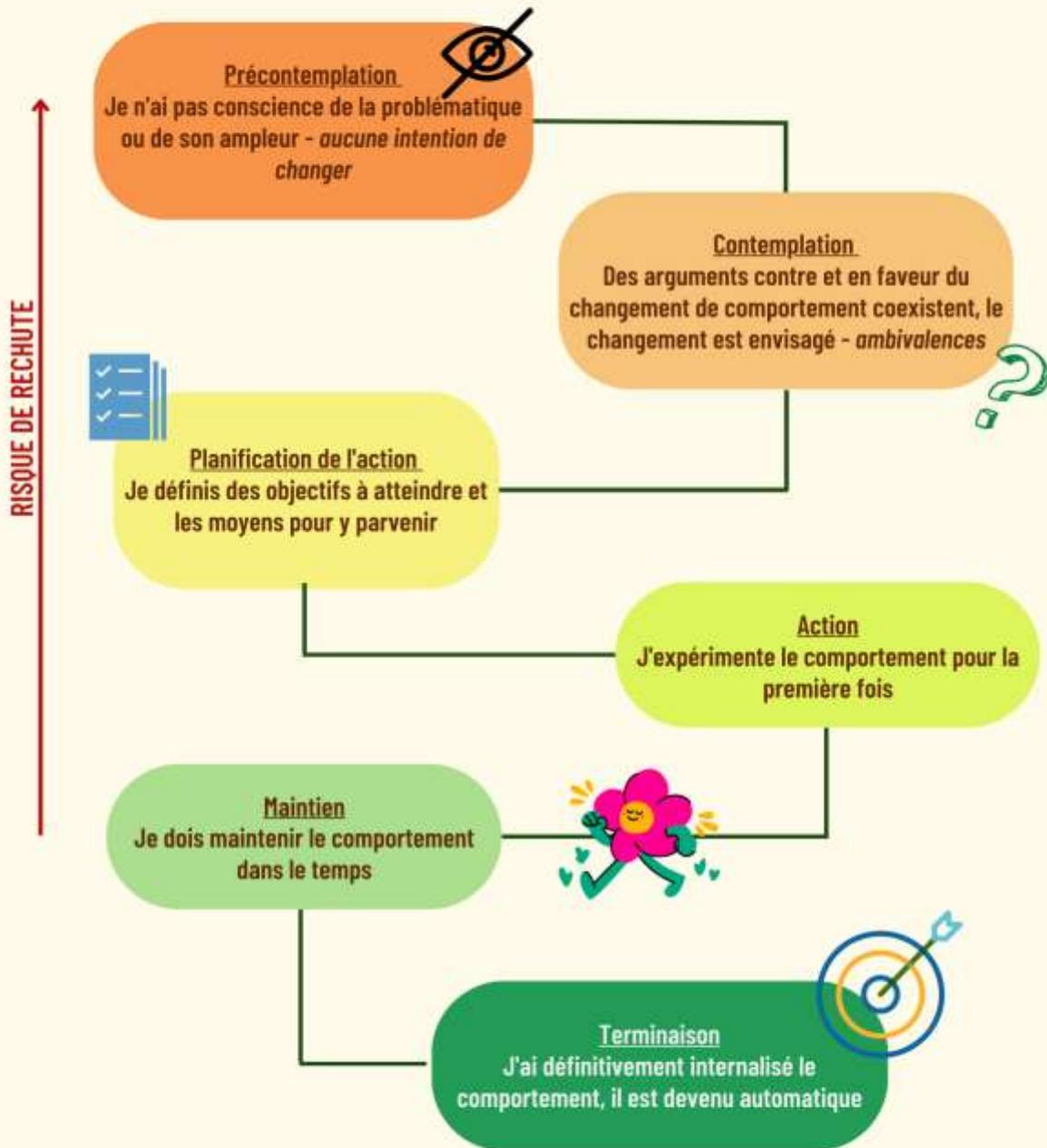
ÉTAPES DE L'INGÉNIERIE PSYCHOSOCIALE

- 1. Evaluer le problème de terrain (audit) :** identifier le problème à traiter, évaluer l'efficacité des dispositifs déjà existants et leurs limites
- 2. Conceptualiser une solution alternative :** identifier les pistes d'action permettant d'aller au-delà du constat établi lors de l'audit, en se référant à la littérature scientifique
- 3. Construire un modèle d'action :** comparer l'efficacité des alternatives et des pratiques habituelles
- 4. Appliquer le modèle d'action :** diffuser le modèle d'action validé
- 5. Evaluation :** évaluer son efficacité dans l'accompagnement des changements de pratiques

Source : Somat, A., et Morchain, P. (2010). De la vitalité de la recherche en psychologie sociale appliquée. In Morchain, P. & Somat, A. (Eds). *La psychologie sociale : applicabilité et applications*. Presses universitaires de Rennes.
Infographistes: Théo Cesnier, Thomas Berthouin, Perrine Ollier

Le changement de comportement

Modèle transthéorique du changement



Source : Prochaska, J.O. et DiClemente, C.C. (1985). Stages and processes of self-change of smoking : toward an integrative model of change. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 53(3), 389-395.
Infographistes : Théa Cosnier, Perrine Ollier, Thomas Berrhoun

Classes de découverte de la mer

CPIE Îles de Lérins et Pays d'Azur



© cpleazur.fr 2022

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.

Ce que les sciences humaines et sociales nous révèlent

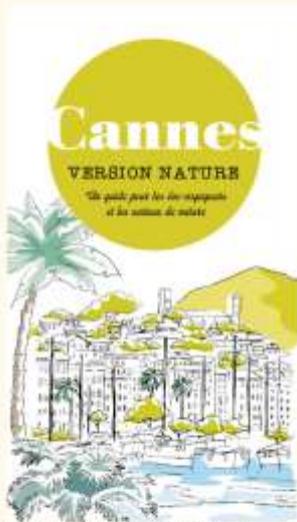
- Sensibilisation aux thématiques et transmission de valeurs partagées : les enfants peuvent développer des valeurs biosphériques et comprendre dès le plus jeune âge le lien entre leurs comportements et les conséquences sur l'environnement.
- La durée du séjour rend l'expérience marquante, les enfants sont soutenus par un groupe et un collectif dans l'action
- Les outils permettent une transmission ludique et donc plus efficace des savoirs.

..... Pour aller plus loin (dossier technique) : dilemme social (valeurs), traitement de l'information

Infographistes : Théa Cosnier, Thomas Berthoum, Perrine Ollier

Cannes Version Nature

Méditerranée 2000



© Méditerranée 2000 2016

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 que les sciences humaines et sociales nous révèlent

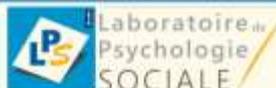
Ce livret propose ainsi une alternative au tourisme classique, qui est très important dans la ville de Cannes : il invite le lecteur à concilier objectifs écologiques et identité de la ville. Cela illustre bien la façon dont les enjeux environnementaux peuvent être présentés au public en menaçant le moins possible leur système.

Le mode de vie promu semble alors compatible avec le mode de vie actuel, le changement paraît plus accessible et moins menaçant

..... Pour aller plus loin (dossier technique) : motivation défensive (théorie de la justification du système)

Partenaire : Hyatt Community Grants

Infographistes : Théo Cosnier, Thomas Berthou, Perrine Olier



Changement

Préparation à l'action et action



Marie-Claude ; Retraitée

Prendre le



La théorie des installations

On parle souvent d'une accessibilité délicate comme d'un frein potentiel mais une accessibilité simplifiée peut aussi être un véritable levier

L'ESPACE PHYSIQUE

Un arrêt proche, une fréquence élevée, une amplitude suffisante pour répondre aux besoins de la personne. La question du coût peut également être abordée dans cet espace

L'ESPACE INTERNE

Le sentiment d'être en capacité de pouvoir avoir recours à l'installation. A la croisée des chemins entre savoir-faire et représentations personnelles

L'ESPACE SOCIAL

La symbolique socialement partagée concernant l'installation et la clairvoyance de la personne sur ces représentations sociales

Si tous ces espaces concordent positivement alors Marie-Claude va se mettre à prendre le bus



Cedric ; Etudiant

Réduire la



La norme sociale

Puissant levier comportemental, la norme sociale a fait l'objet de dizaines d'années de recherche fondamentale et appliquée

1) La norme injonctive

Les valeurs relatives au comportement (ou à son absence)

Pour la viande :

L'argument écologique : pollution engendrée par l'élevage

L'argument éthique : la souffrance animale à travers les conditions d'élevage

2) La norme descriptive

Ce que les gens font

Cette dernière n'est pas systématiquement en accord avec les valeurs déclarées :

Dans le cas de la consommation de viande :

Plus de 97% des français mangent de la viande.

3) La norme dynamique

...Un changement est en cours...

En 2015, 25% avaient décidé de réduire pour passer à 34% en 2016 puis à 49% en 2022

Préparation au changement

Pré-contemplation et contemplation



Marie-Claude ; Retraitée

Prendre le 

Motivation défensive

Menace à deux niveaux

- Pérennité de l'environnement et de notre espèce
- Maintien de nos habitudes de vie



Besoin de certitude

→ **Déni ; Minimisation ; Renforcement des croyances initiales ; Fatalisme**



l'information n'est pas traitée et/ou le changement pas envisagé

Sauf si on donne les ressources nécessaires :

- Messages d'espoir
- Identifier les solutions et son rôle dans celle-ci
- Intégrer le comportement promu au mode de vie actuel



Cedric ; Etudiant

Réduire la 

Dilemme social

1. Consommer toujours autant de viande : bénéfices individuels, coûts collectifs
2. Réduire sa consommation : coûts individuels, bénéfice pour le collectif

Scénario optimal : la majorité choisit l'option 2 - Comment ?

Valeurs altruistes et biosphériques Valeurs égoïstes et hédoniques



Sensibilisation, coopération



Récompense externe

Pérennisation du changement

Maintien et terminaison



Marie-Claude ; Retraitée

Prendre le 



Expérimentation du comportement

Construire l'habitude ? Motivations et auto-régulation

- Environnement favorable ✓
- Capacités nécessaires ✓

→ **Identifier** les situations dans lesquelles il est facile et pertinent de prendre le bus

Exemple : aller chez sa fille pour garder les petits-enfants

→ Identifier les **motivations**

- Accepter la rechute

→ **Généralisation**

Exemple : faire les courses

Développer les motivations intrinsèques,
favoriser le spill-over positif
Éviter la culpabilisation



Cedric ; Etudiant

Réduire la 



Expérimentation du comportement

Identification au groupe des "écoresponsables" ou des "végétariens"

- Cohérence entre valeurs et croyances de l'individu et celles du groupe ✓
- Valorisation sociale ✓

Apprentissage → **Intériorisation**

des valeurs, normes et pratiques prégnantes et valorisées dans et par le groupe

- Menace de la sanction sociale

→ **Conformisme**

Communiquer avec des groupes formés sur l'opinion/ les valeurs
Saillance des normes groupales valorisées