

Et si la durabilité était une question d'habitudes ?

Quand les sciences comportementales se mettent au service de l'écologie



Par l'Association pour la Promotion des Comportements Durables (APCD) – Julien Croisier, Yoann Favre et Thierry Bobst, psychologues sociaux

Thierry Bobst prend la parole en premier et présente l'objectif de la conférence : comprendre comment la psychologie sociale peut être intégrée à des actions et réflexions en vue de faire face aux enjeux climatiques. Il rappelle ensuite brièvement avec quelques chiffres le contexte d'urgence climatique dans lequel nous évoluons aujourd'hui.

Au centre des problèmes actuels se trouvent les êtres humains qui en sont la cause. Le changement pourrait donc passer par le changement de comportements. Et en ce sens, la psychologie environnementale peut se révéler un outil pertinent. Cette discipline, vieille d'une quarantaine d'années seulement, prend ses racines dans les sciences du comportement et dans la psychologie sociale (qui étudie l'impact du groupe sur l'individu). Dans la pratique, ce sont quatre étapes qui sont identifiées :

1. Cibler les comportements
2. Cibler les déterminants qui prédisent les comportements (antécédents psychologiques ou contextuels)
3. Design intérieur
4. Mesure de l'effet des interventions

Les interventions menées chercheront à susciter des comportements dits pro-environnementaux, qui constituent l'ensemble des actions bénéfiques à l'environnement et l'évitement d'action y portant préjudice. Pour cibler les comportements pertinents, il est important de se concentrer sur des comportements à fort impact, mais ceci sans dévaloriser les autres car une petite étape de franchie peut aussi constituer une porte d'entrée pour aller plus loin et ainsi créer un cercle vertueux de comportements de plus en plus durables.

Mais pour cela, il faut faire tomber certaines barrières mentales. En effet, un écart a été identifié entre attitude et comportement, c'est-à-dire entre le fait de se proclamer durable et le fait de le concrétiser dans ses comportements. Cet écart est notamment dû au fait que nombre de nos actions relèvent en fait d'habitudes ancrées. Pour changer cette vision, les psychologues sociaux utilisent la théorie de l'action planifiée. Dans un premier temps, cela consiste à analyser les déterminants d'un comportement, qui sont les suivants :

- L'attitude, soit la façon dont nous nous percevons
- La norme sociale, soit la façon dont nous visualisons ce qui nous entoure et les règles de la société
- Le contrôle comportemental perçu, soit le fait de ressentir que l'on a ou non les ressources et le pouvoir d'agir

- D'autres déterminants internes tels que l'âge, la personnalité, le sentiment de pouvoir agir, etc.

L'activité d'APCD consiste donc à cibler ces déterminants et à les mesurer dans la population afin de créer un profil et ainsi choisir la méthode de changement de comportement qui sera la plus adaptée.

Yohann Favre prend ensuite la parole pour présenter les différentes méthodes à disposition :

- Les méthodes d'influence sociale :
 - L'engagement, qui fonctionne particulièrement bien si l'on s'engage de façon publique
 - Le *feedback* sur les résultats, qui consiste à informer les personnes des conséquences de leurs comportements, en indiquant par exemple la quantité d'énergie économisée (en utilisant toujours des analogies claires)
 - La norme sociale, qui consiste à rendre saillante une norme dans le groupe social concerné
 - Le *modelling*, qui est l'apprentissage d'un comportement par imitation, par exemple via une vidéo explicative
- La planification d'objectifs, qui consiste à prévoir où et quand un comportement sera mis en place. Cette méthode permet de lutter contre des mauvaises habitudes en mettant en place de nouvelles habitudes plus durables.
- L'identité sociale, qui consiste à créer une identité à laquelle vont se raccrocher les personnes et qui va les motiver, dans un souci de cohérence, à agir de la façon dont elles se perçoivent (Yohann Favre cite l'exemple d'une famille qui se construirait une identité de famille éco-responsable et qui agirait donc selon les valeurs véhiculées par cette identité).
- Le nudge, qui consiste à mettre en place un petit « coup de pouce » inconscient qui oriente le comportement. On peut par exemple citer le cas des poubelles à mégots permettant de voter pour son footballeur préféré. Le *nudge* peut aussi être utilisé de façon moins évidente dans la disposition du mobilier et des infrastructures (exemple d'un escalier situé en face de l'entrée ; le choix souhaité est placé en évidence par rapport à l'alternative – prendre l'ascenseur).

Ces méthodes sont toutes utilisées par l'association, mais toujours avec une approche positive, non jugeante et participative. L'association met un point d'honneur à ne pas culpabiliser les personnes, mais plutôt à les inclure dans le débat afin de les pousser à agir.

Yohann Favre présente ensuite l'une des interventions proposées par APCD, l'approche digitale, qui fait notamment intervenir des groupes de messageries avec des groupes de diffusion d'information et des groupes participatifs où les participant·es peuvent échanger. Il présente ensuite quelques résultats et quelques actions concrètes.

Yohann Favre conclut en rappelant les principes de la psychologie sociale lorsqu'elle est mise au service de l'écologie. Il s'agit tout d'abord d'influencer sans manipuler ; le but des méthodes utilisées n'est pas caché. Ensuite, il relève que l'approche d'APCD fait intervenir des méthodes et outils variés. Enfin, il rappelle l'importance du contexte : le travail d'APCD consiste avant tout à analyser le contexte afin de mettre en place une méthode de changement de comportement appropriée.