

Master en fondements et pratiques de la durabilité

Favoriser les comportements éco-citoyens : vers une communication environnementale adaptée aux défis psychologiques du changement climatique

Etude empirique sur une plateforme citoyenne digitale dédiée à la durabilité (*La Fourmilière*,
Montreux)

Justine Grandjean

Sous la co-direction du MER Dr. Sophie Swaton (FGSE)
& de la maître-assistante Oriane Sarrasin (SSP)

Juin 2021



Ce travail n'a pas été rédigé en vue d'une publication, d'une édition ou diffusion. Son format et tout ou partie de son contenu répondent donc à cet état de fait. Les contenus n'engagent pas l'Université de Lausanne. Ce travail n'en est pas moins soumis aux règles sur le droit d'auteur. A ce titre, les citations tirées du présent mémoire ne sont autorisées que dans la mesure où la source et le nom de l'auteur-e sont clairement cités. La loi fédérale sur le droit d'auteur est en outre applicable.

Favoriser les comportements éco-citoyens : vers une communication environnementale adaptée aux défis psychologiques du changement climatique. Étude empirique sur une plateforme citoyenne digitale dédiée à la durabilité (La Fourmilière, Montreux)

RÉSUMÉ

Face à l'absolue nécessité d'agir afin de maintenir des conditions climatiques viables pour l'humanité, un constat est récurrent : les actions entreprises ne sont généralement pas à la hauteur des défis que comporte l'Anthropocène (en termes de quantité et d'ambition) et les changements de comportements restent bien souvent timides. Plusieurs raisons expliquent ce décalage et ces dernières varient en fonction de l'angle et de l'échelle d'analyse choisis. Elles peuvent être économiques, politiques, idéologiques, structurelles et/ou psychologiques, ainsi que volontaires ou subies. Dans le cadre de ce travail, nous avons choisi de nous intéresser à l'échelle des comportements individuels en cherchant à mettre en lumière les différentes barrières psychologiques qui se dressent lorsqu'émerge la question de l'adoption de comportements durables. Identifier ces barrières représente une étape essentielle pour la suite de ce travail, qui cherchera précisément à apporter diverses stratégies et outils issus de la psychologie sociale potentiellement aptes à les abaisser. Cette réflexion, d'abord théorique, sera mise à l'épreuve du terrain par notre participation à un projet de recherche visant à augmenter l'engagement et la participation des citoyens sur la plateforme digitale et citoyenne dédiée à la durabilité initiée par la Commune de Montreux : *La Fourmilière*. Ce travail – bien qu'axé sur les comportements individuels – montre notamment l'importance de la dimension sociale dans l'adoption de comportements durables, du nécessaire dépassement de communications individualisantes pour la favorisation de stratégies faisant appel à la dimension collective et collaborative de la transition écologique. À la lumière des divers apports théoriques et observations empiriques accumulés au cours de ce travail, des recommandations générales et appropriables par d'autres collectivités territoriales ayant pour objectif une mobilisation plus importante de leurs citoyens ont pu être émises.

Mots-clés : comportements durables, barrières psychologiques, communication environnementale, influence sociale, collectivités territoriales

Promoting eco-citizen behaviors: towards an environmental communication adapted to the psychological challenges of climate change. Empirical study on a digital citizen platform dedicated to sustainability (La Fourmilière, Montreux)

ABSTRACT

Confronted with the absolute need to act in order to maintain viable climatic conditions for humanity, an observation is recurrent: the actions undertaken are generally not commensurate with the challenges of the Anthropocene (in terms of quantity and ambition) and changes in behavior often remain modest. There are several reasons for this discrepancy, which vary according to the angle and scale of analysis chosen. They may be economic, political, ideological, structural and/or psychological, and voluntary or involuntary. In this work we have chosen to focus on the scale of individual behaviors by seeking to highlight the various psychological barriers that emerge when the question of adopting sustainable behaviors arises. Identifying these barriers is an essential step for the rest of this work, which will seek to provide various strategies and tools from social psychology that could potentially lower them. This reflection, initially theoretical, will be tested on the field by our participation in a research project aiming at increasing the engagement and participation of citizens on the digital and citizen platform dedicated to sustainability initiated by the Commune of Montreux: *La Fourmilière*. This work - although focused on individual behaviors - shows in particular the importance of the social dimension in the adoption of sustainable behaviors, of the necessary overcoming of individualizing communications for the favoring of strategies calling upon the collective and collaborative dimensions of the ecological transition. In light of the various theoretical contributions and empirical findings accumulated during the course of this work, general recommendations that can be adopted by other local authorities aiming to achieve greater mobilization of their citizens have been put forward.

Keywords : sustainable behaviour, psychological barriers, environmental communication, social influence, local authorities

REMERCIEMENTS

Je souhaite tout d'abord et sincèrement remercier mes directrices de mémoire.

Oriane Sarrasin, pour avoir accepté de m'accompagner dans ce travail et pour m'avoir accordé sa confiance en m'intégrant à un projet de recherche. Son ouverture et sa tolérance furent extrêmement précieuses dans la réalisation de ce travail – je le conçois – bien différent des travaux en psychologie.

Sophie Swaton, pour sa confiance et ses encouragements, non seulement durant ce travail, mais également tout au long du master et au-delà. Les moments de doute, de remise en question et de découragement, bien que présents et particulièrement durant ces derniers mois, furent largement contrebalancés par nos échanges.

Je remercie également du fond du cœur ma famille, Ben et mes amis qui ont toujours été présents et qui m'ont encouragée, soutenue et surtout supportée malgré mes humeurs parfois compliquées durant mes études. Sorties, débats, rires, écoute, discussions, ... Chacun a contribué d'une manière ou d'une autre à mon équilibre et par conséquent à la réalisation de ce travail.

Je tiens aussi à remercier Dominique Bourg, à l'origine de ce master, ainsi que tous les professeurs qui le composent. Ces deux années furent extrêmement riches d'apprentissage, de réflexions et ont impacté de manière bénéfique plusieurs aspects de ma vie.

Finalement, je remercie la petite dizaine d'ami(e)s qui a rendu ces deux années exceptionnelles et me réjouit de découvrir ce que nous réserve encore cette nouvelle mais non moins sincère amitié.

Je terminerai par une pensée toute particulière pour Célia, mon amie du premier jour dans ce master et avec laquelle j'aurais souhaité célébrer le dernier.

TABLE DES MATIERES

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | INTRODUCTION | 8 |
| 2 | CONTEXTE ET PROBLÉMATIQUE..... | 11 |
| 2.1 | L'Anthropocène : une responsabilité inédite et globale..... | 11 |
| 2.2 | Des attitudes aux comportements : un défi pour la psychologie..... | 15 |
| 2.3 | Facteurs d'influence et barrières à la modification des comportements..... | 18 |
| 2.3.1 | <i>Barrières structurelles</i> | 18 |
| 2.3.2 | <i>Barrières psychologiques</i> | 19 |
| 2.3.2.1 | De la difficulté à saisir l'enjeu : un « problème parfait »..... | 19 |
| 2.3.2.2 | Une certaine incertitude ou une incertitude certaine ?..... | 21 |
| 2.3.2.3 | Idéologies et visions du monde..... | 22 |
| 2.3.2.4 | Réticences à la modification des modes de vie..... | 23 |
| 2.3.2.5 | Perception sélective..... | 24 |
| 2.3.2.6 | Méfiance..... | 25 |
| 2.3.2.7 | Ignorance..... | 25 |
| 2.3.2.8 | Sentiment d'impuissance..... | 26 |
| 2.3.2.9 | Peur..... | 26 |
| 2.3.2.10 | Les « autres »..... | 27 |
| 2.4 | Constat d'échec ou appel à un renouveau ?..... | 28 |
| 2.5 | Question de recherche et hypothèses..... | 33 |
| 2.6 | Méthodologie..... | 34 |
| 3 | LA RENCONTRE DE LA PSYCHOLOGIE ET DE LA COMMUNICATION POUR DÉPASSER LES BARRIÈRES À L'ADOPTION DE COMPORTEMENTS DURABLES | 35 |
| 3.1 | Créer un sentiment de proximité..... | 35 |
| 3.2 | Ne pas cantonner le changement climatique à une problématique environnementale..... | 36 |
| 3.3 | Valoriser les solutions, les alternatives, la capacité d'action..... | 38 |
| 3.4 | Confronter les fausses informations..... | 40 |
| 3.5 | L'importance des messagers..... | 41 |
| 3.6 | Les « autres » comme levier..... | 42 |
| 3.6.1 | <i>Le recours aux normes sociales dans la fourniture d'informations</i> | 42 |
| 3.6.2 | <i>L'engagement public, ou le contrat comportemental</i> | 43 |
| 3.6.3 | <i>Le recours à la comparaison sociale dans la fourniture d'informations</i> | 45 |
| 3.6.4 | <i>Le feedback sur les performances du groupe</i> | 46 |
| 3.6.5 | <i>La modélisation</i> | 47 |
| 3.6.6 | <i>Les « block leaders »</i> | 47 |
| 3.7 | Conclusion intermédiaire : des outils importants pour les communicants..... | 49 |
| 4 | ETUDE DE CAS : MONTREUX ET LA FOURMILIÈRE | 50 |
| 4.1 | Les communes dans et pour la transition écologique..... | 51 |
| 4.1.1 | <i>Montrer l'exemple</i> | 52 |
| 4.1.2 | <i>Développer des programmes d'action</i> | 53 |
| 4.1.3 | <i>Rendre possibles les pratiques durables</i> | 53 |
| 4.1.4 | <i>Sensibiliser et mobiliser les citoyens</i> | 54 |
| 4.2 | À chaque objectif son/ses instrument(s)..... | 55 |
| 4.3 | Montreux et la durabilité..... | 58 |
| 4.3.1 | <i>Évaluation de la politique communale</i> | 58 |
| 4.3.2 | <i>Agenda 21 et déclaration d'engagement</i> | 58 |
| 4.3.3 | <i>Fonds pour le développement durable (FDD)</i> | 60 |
| 4.3.4 | <i>Agir malin, consommer mieux</i> | 60 |
| 4.3.5 | <i>Promotion et conservation de la biodiversité</i> | 61 |
| 4.3.6 | <i>La Fourmilière : l'objet d'étude</i> | 62 |
| 4.3.6.1 | Public-cible..... | 63 |
| 4.3.6.2 | Comment ça marche ?..... | 64 |
| 4.3.6.3 | La Fourmilière : inciter, informer, influencer, accompagner..... | 66 |
| 4.4 | La communication institutionnelle..... | 69 |
| 4.5 | Méthodologie..... | 71 |
| 4.6 | Premières observations..... | 72 |
| 4.6.1 | <i>Les solutions à l'honneur</i> | 73 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 4.6.2 | <i>La preuve sociale</i> | 74 |
| 4.6.3 | <i>Le contrat comportemental</i> | 74 |
| 4.7 | Conclusion des observations : quelques pistes encore à explorer..... | 75 |
| 4.8 | Expérimentation : la stratégie des <i>block-leaders</i> | 76 |
| 4.8.1 | <i>Pourquoi des block leaders pour La Fourmilière ?</i> | 76 |
| 4.8.2 | <i>Opérationnalisation</i> | 79 |
| 4.8.2.1 | Choix des block leaders..... | 79 |
| 4.8.2.2 | Période et indicateurs considérés..... | 80 |
| 4.8.3 | <i>Résultats</i> | 82 |
| 4.8.3.1 | Fréquentation de la plateforme..... | 82 |
| 4.8.3.2 | Activité des membres | 85 |
| 4.9 | Discussion | 87 |
| 4.9.1 | <i>Des résultats impactés par l'épidémie</i> | 87 |
| 4.9.2 | <i>À chaque stratégie ses impacts</i> | 88 |
| 4.9.3 | <i>Le long terme</i> | 89 |
| 4.9.4 | <i>Du côté des block leaders</i> | 90 |
| 4.9.5 | <i>Limites et pistes</i> | 90 |
| 4.9.6 | <i>Conclusion de l'intervention</i> | 92 |
| 5 | RECOMMANDATIONS | 92 |
| 5.1 | Aider le cerveau | 93 |
| 5.2 | Mobiliser la dimension collective..... | 95 |
| 5.3 | Investir de nouveaux canaux de communication et de mobilisation | 96 |
| 5.3.1 | <i>Des impacts négatifs</i> | 97 |
| 5.3.2 | <i>Mais aussi positifs</i> | 98 |
| 5.4 | Des émotions pour réduire les émissions : le pouvoir du récit | 99 |
| 5.4.1 | <i>Des récits pour les collectivités</i> | 102 |
| 6 | CONCLUSION | 105 |
| 7 | BIBLIOGRAPHIE | 110 |
| 8 | ANNEXES | 120 |
| 8.1 | Lettre envoyée aux block leaders..... | 120 |
| 8.2 | Données statistiques de l'étude sur <i>La Fourmilière</i> | 122 |
| 8.3 | Rapport remis à Montreux au terme de l'étude..... | 133 |

TABLE DES TABLEAUX

| | |
|---|----|
| Tableau 1 : les neufs processus terrestres à surveiller selon Rockström et al. (2009) (Lefèvre, 2013) | 12 |
| Tableau 2: Instruments à disposition des collectivités et soubassements théoriques. Repris du rapport de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (2016) et adapté. 57 | |
| Tableau 3 : Instruments à disposition des collectivités et soubassements théoriques. Repris du rapport de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (2016) et adapté. 68 | |
| Tableau 4 : Synthèse des spécificités discursives en fonction de l'acteur communicant (Marty, et al., 2008)..... | 70 |

TABLE DES FIGURES

| | |
|---|----|
| Figure 1: Emblème de la Charte des Jardins..... | 61 |
| Figure 2: Localisation des utilisateurs de la plateforme La Fourmilière (au 21 janvier 2021) (https://lafourmiliere-montreux.ch/carte) | 64 |
| Figure 3 : Localisation des utilisateurs de la plateforme La Fourmilière (au 21 janvier 2021) (https://lafourmiliere-montreux.ch/carte) | 64 |
| Figure 4: Variable indépendante "temps", tiré du travail de mémoire de Thierry Bobst (2021)..... | 81 |

*« Le probable est la désintégration. L'improbable mais possible est la métamorphose (...)
Il ne suffit plus de dénoncer. Il nous faut maintenant énoncer. Il ne suffit pas de rappeler
l'urgence. Il faut savoir aussi commencer par définir les voies qui conduiraient à la Voie.
Ce à quoi nous essayons de contribuer »*

Edgar Morin, Éloge de la métamorphose, 2010

1 INTRODUCTION

Changer pour que (presque) rien ne change, voilà notre devoir de terrien, sans quoi cette identité-même se verra mise en danger, en atteste le changement d'ère géologique – de l'Holocène à l'Anthropocène – dont nous sommes à la fois victimes et agents. Au fond, comme l'a dit Ludwig Hohl, « *les changements servent-ils à quelque chose ? À rien, si ce n'est à conserver l'immuable* ». Paraphrasée et transposée dans ce contexte, la citation de Ludwig Hohl peut être interprétée comme un appel au changement afin de conserver un écosystème sûr et favorable à l'épanouissement de l'humanité (Rockström et al., 2009). Cette entrée en matière ne manquera certainement pas d'attiser des critiques l'associant à une posture « anthropocentrée », c'est pourquoi nous y répondrons de façon préventive en nous référant à Bryan Norton dont nous partageons la perspective lorsqu'il affirme que « *le problème éthique de la durabilité consiste essentiellement à gérer des ressources naturelles « saines » pour que la vie humaine puisse se perpétuer indéfiniment* » (Hess, 2013, p.201.). En ce sens, la durabilité semble inévitablement anthropocentrée et le débat porte plutôt sur l'intensité de cet anthropocentrisme, d'où l'ajout par Norton de l'adjectif « faible » à la suite du terme « anthropocentrisme » pour caractériser celui qu'il défend. Précisons qu'adhérer à cette posture ne revient pas à dénier toute valeur intrinsèque à la nature, et « *cela ne fait pas pour autant du pragmatisme une posture relativiste* » (Hess, 2013, p.202). Mais puisque « *la pluralité des valeurs au sein d'une société, en particulier dans une société démocratique, est un état de fait que l'on ne peut pas ignorer (...) Il ne s'agit pas d'abord de s'entendre sur une ontologie ou une métaphysique commune. Il importe de trouver un consensus sur ce qu'il faut faire, non sur les raisons qui conduisent à le faire* » (Hess, 2013, p.203).

« *Ce qu'il faut faire* », même si les modalités et les chemins à emprunter restent à clarifier, nous en avons déjà quelques notions. Pourtant, les débats et les négociations lors desquels nous essayons de minimiser les efforts à déployer ou de s'en laver les mains en faisant reposer les responsabilités sur les épaules des uns et des autres se suivent et se ressemblent. Or, nous sommes là, plus que jamais, face à une responsabilité commune¹. Chacun et chaque sphère de la société est appelé à participer à l'effort collectif que représente la transition vers

¹ Les différences de développement économique et social entre pays et parties du monde étant un fait avéré et impossible à ignorer, la répartition des efforts de réduction des émissions est une question d'éthique et de justice fondamentale qui occupe depuis plusieurs années les discussions autour des différents accords internationaux pour le climat. Nous précisons donc que ce travail n'entrera pas dans ces considérations et que nos réflexions se sont construites autour du mode de vie moyen en Occident.

des modes de vie durables, puisque « nous sommes [en revanche] devenus les acteurs d'une responsabilité nouvelle, écologique, celle qui procède du pouvoir qui nous est donné de nuire à autrui, voire aux autres vivants, en transformant la nature » (Bourg, 1999, p.47).

Mais face à un constat souvent décevant d'inertie de la part de gouvernements et d'industriels dont la majorité s'inquiète davantage du noir de leurs chiffres que du vert de leurs pratiques, un réflexe assez commun est de faire reposer l'espoir sur les comportements individuels. Ou sur la technique, mais comme le note Dominique Bourg², en atteste la pandémie de Covid, à chaque fois qu'un trouble dépasse un certain ordre de grandeur, les réponses techniques s'avèrent insuffisantes et débordées, et nous nous en remettons aux comportements individuels. S'ils furent relativement réactifs lors de l'épisode Covid, il n'en va toutefois souvent pas de même lorsqu'il s'agit d'écologie. Plusieurs raisons peuvent expliquer cela : le Covid représente un risque personnel et immédiat, un danger ponctuel et délimité dans le temps (du moins on l'espère), un risque pour ses proches, et requiert des comportements individuels « simples »³ à appliquer et débouchant sur des effets palpables et immédiats (absence d'infection). Autant d'éléments qui font précisément défaut dans le cas de l'écologie. Comme nous le verrons, les dérèglements environnementaux revêtent des caractéristiques fondamentalement différentes : dangers éloignés géographiquement et temporellement, effets des actions entreprises différées dans le temps, nécessaire action collective à adopter sur le temps long, etc.

Pour ces raisons, et pour bien d'autres encore, les changements de comportements nécessaires à la transition écologique peinent à se répandre, quand bien même la considération de leur nécessité ne cesse de croître, dans les médias mais aussi dans les consciences (Stokes, Wike & Cale, 2015). C'est précisément ce phénomène qui nous intéressera ici. Ainsi, le questionnement à la base de ce travail est en réalité double (voire triple) et se présente comme suit : *quelles raisons expliquent que, bien que souvent sensibilisés, les individus ne s'engagent pas davantage dans des comportements durables ? Ce clivage est-il surmontable et si oui, comment ?* Ces questionnements nous inscriront dans

² Nouvo News. (2020, 16 avril). *10 minutes (et plus) avec Dominique Bourg* [Fichier vidéo]. Consulté à l'adresse <https://www.rts.ch/play/tv/nouvo-news/video/10-minutes-et-plus-avec-dominique-bourg?urn=:rts:video:11252057>

³ Nous parlons ici des principaux gestes barrières : distance, désinfection des mains, masques. Nous ne négligeons pas la difficulté et les impacts psychologiques engendrés par cette pandémie et les restrictions associées.

une nécessaire interdisciplinarité, à cheval entre un constat global d'urgence environnementale, une lecture sociale et anthropique de cet événement, et une volonté de comprendre la façon d'appréhender un tel phénomène au niveau « micro » de l'individu. Ainsi, ce travail tirera beaucoup d'éléments de la psychologie. Cette discipline recèle de connaissances aidant à comprendre ce qui constitue probablement le paradoxe le plus criant de notre époque et d'outils aptes à accompagner les changements de comportements requis pour s'orienter vers des modes de vie plus durables.

Afin de répondre à ce double questionnement initial, nous procéderons comme suit : une fois le travail cadré dans le contexte de l'Anthropocène, nous explorerons dans un premier temps les différentes raisons qui peuvent expliquer pourquoi les attitudes favorables envers les comportements écologiques responsables ne débouchent pas systématiquement sur la réalisation effective de ces comportements. Nous mentionnerons notamment des raisons structurelles et externes à l'individu, mais ne nous y attarderons pas outre-mesure, estimant que notre apport ne serait que minime car dépendant de volontés politiques et d'allocation de ressources. Nous verrons toutefois que de nombreuses barrières sont d'ordre psychologique et peuvent être dépassées, en tout cas abaissées, via une communication spécifique ou des stratégies comportementales reposant sur des dimensions individuelles ou collectives. Ces différents leviers seront au coeur de notre seconde partie de travail et l'identification des stratégies possibles nous permettra de poursuivre avec la troisième partie de notre travail. Puisque la théorie n'est pas garante de résultat, nous avons décidé, dans cette troisième partie, de nous essayer à une étude sur le terrain afin de vérifier l'applicabilité de certaines de ces stratégies. Pour ce faire, nous nous sommes tournée vers le laboratoire de psychologie sociale de l'UNIL. Oriane Sarrasin, maître assistante, Fabrizio Butera, professeur ordinaire et Thierry Bobst, mémorant, entamaient un projet de recherche à l'intersection entre durabilité et psychologie sociale. Il s'agissait d'une demande émanant de la commune de Montreux. Cette dernière, venant de mettre en place une plateforme participative pour la durabilité, souhaitait que le laboratoire de psychologie sociale l'oriente vers des stratégies à mettre en œuvre afin de dynamiser cette plateforme. Une opportunité idéale pour mener à bien la recherche-action souhaitée dans le cadre de ce travail. La collaboration avec des psychologues nous a même permis d'aller encore plus loin en testant, avec eux, une stratégie bien spécifique de modification des comportements basée sur le pouvoir de l'influence sociale : la stratégie des *block-leaders*, autrement appelés les

ambassadeurs. Nous voyons en effet dans la dimension collective un levier très prometteur pour la modification des comportements individuels. Si cela peut sonner paradoxal d'aspirer à des changements individuels via le collectif, nous verrons au cours de ce travail que le paradoxe n'est qu'apparent. En effet, en tant qu'êtres sociaux, le lien social est peut-être le plus influent de tous les prédictes à nos comportements, « *mais les individus sous-estiment largement la mesure dans laquelle leur comportement est soumis à l'influence sociale* » (Amel et al., 2017, p.276). La nécessité de faire appel à cette influence sociale pour orienter les comportements individuels devient dès lors évidente.

Au terme de ce travail, grâce à un éclairage d'abord théorique puis une approche plus pratique rendue possible par un travail de terrain, nous serons donc en mesure de formuler diverses recommandations ou suggestions destinées à aider à dépasser le hiatus entre préoccupation et passage à l'action. C'est en ce sens que nous essaierons, à notre échelle, de contribuer au projet d'ampleur que représente une transition vers des modes de vie durables.

2 CONTEXTE ET PROBLÉMATIQUE

2.1 L'Anthropocène : une responsabilité inédite et globale

Au-delà des questions épistémologiques que soulève le terme « Anthropocène » au sujet de sa périodisation, de sa pertinence scientifique ou de ses origines intellectuelles, le phénomène qu'il désigne est unique et inédit : une nouvelle ère géologique marquée par l'empreinte de l'humain (Guillaume, 2015), après 10'000 ans de stabilité climatique idéale au développement de l'humanité (l'Holocène). Si idéale que l'humain ait, semble-t-il, fini par la prendre pour acquise et immuable, malgré les alertes émises depuis les années 1960-70⁴ sur les risques que nous nous faisons courir en poursuivant aveuglément nos objectifs de croissance, de maîtrise et d'expansion.

En 2009, vingt-six chercheurs, dont des climatologues reconnus, publient dans la revue *Nature* le célèbre article « *A safe operating space for humanity* » (Rockström et al.). Ils y théorisent le concept de « limites planétaires », au nombre de neuf, qui représentent les seuils à ne surtout pas dépasser, faute de quoi les équilibres se verraient perturbés et l'écosystème planétaire ne serait plus viable pour l'humanité. Au moment de la publication de l'article, trois des sept limites pour lesquelles des données étaient disponibles étaient déjà franchies

⁴ Rachel Carson, *Le Printemps silencieux*, 1962 ; Rapport Meadows, 1972

(Tableau 1) : changement climatique, érosion de la biodiversité et perturbations des cycles biochimiques de l'azote (Bonneau, 2020). Pire encore : ces taux ne cessent d'augmenter. Par exemple, pour une limite de concentration de CO₂ fixée à 350ppm, la valeur était déjà de 387ppm en 2009, et culminait à 417ppm en 2020 (Bonneau, 2020). Or, les auteurs mettent en garde sur le fait que les limites « changement climatique » et « effondrement de la biodiversité » sont déterminantes (bien qu'une approche systémique soit nécessaire du fait des synergies) et que si elles sont d'ores et déjà franchies, leur dépassement persistant et important pourrait « entraîner le système terrestre vers un nouvel état potentiellement destructeur, sinon pour la planète, au moins pour ses habitants » (Bonneau, 2020, p.45).

| Processus de la biosphère | | Indicateur | Limites proposées ¹ | Valeur actuelle ¹ | Valeur pré-industrielle ¹ |
|---|-----------|---|--------------------------------|------------------------------|--------------------------------------|
| Érosion de la biodiversité | | Rythme d'extinction des espèces (nombre d'espèces disparues par million d'espèces et par an) ² | 10 | > 100 | 0,1-1 |
| Changement climatique | | Concentration atmosphérique de CO ₂ [ppmv] ³ | 350 | 387 | 280 |
| | | Forçage radiatif [W/m ²] ³ | 1 | 1,5 | 0 |
| Cycles biogéochimiques | Azote | Quantités de N ₂ retirée de l'atmosphère pour les activités humaines [millions de tonnes/an] | 35 | 121 | 0 |
| | Phosphore | Quantité de P déversé dans les océans [millions de tonnes/an] | 11 | 8,5-9,5 | -1 |
| Acidification des océans | | État moyen de saturation de l'aragonite dans les océans [sans unité] ⁴ | 2,75 | 2,90 | 3,44 |
| Trou de la couche d'ozone | | Concentration en ozone stratosphérique [unité Dobson] ⁵ | 276 | 283 | 290 |
| Surconsommation de l'eau douce ⁶ | | Consommation en eau douce [km ³ /an] | 4 000 | 2 600 | 415 |
| Changement de vocation des terres | | Pourcentage de terres converties en terres agricoles | 15 | 11,7 | Faible |
| Présence d'aérosols atmosphériques | | Concentration globale de particules | Indéterminé | | |
| Pollution chimique | | Quantité déversée (ou concentration dans l'environnement) de <ul style="list-style-type: none"> • Polluants organiques • Matières plastiques • Perturbateurs endocriniens • Métaux lourds • Déchets nucléaires | Indéterminé | | |

Tableau 1: les neuf processus terrestres à surveiller selon Rockström et al. (2009) (Lefèvre, 2013)

Nous sommes bel et bien entrés dans l'ère de l'Anthropocène, le changement climatique est en cours, et il se poursuivra, puisqu'il résulte de nos émissions passées. Bien que nous n'en ressentions pas encore vraiment les impacts (sous nos latitudes du moins), les effets de ces excès sont déjà là, au sens aristotélicien, en tant que *potentiels* dont l'accomplissement est prédéterminé ontologiquement (Papaux, 2019). Nous pouvons « simplement » en modérer les excès, et s'y adapter, du mieux que l'on peut (Larrère, 2015, p. 48).

Au-delà de ces sombres données, ce qui est intéressant dans la notion d'Anthropocène, c'est « *sa pertinence pour fournir une référence globale à nos actions, qui soit susceptible de leur donner un sens* » (Larrère, 2015, p.46). En effet, l'Anthropocène implique une responsabilité inédite. Puisque ce sont les humains qui sont devenus des agents géologiques, c'est un champ d'obligations nouvelles qui s'ouvre à eux, à la mesure de leur pouvoir de « *modifier ou surpasser certains processus du système planétaire, au point d'influencer la dynamique de la biosphère et d'affecter, en retour, les soubassements de nos sociétés, voire notre propre condition anthropologique* » (Guillaume, 2015, p.34). Nous devons en ce sens nous poser la question des finalités, à la façon de Claude Lorius : « *La seule question qui se pose désormais à nous, c'est : que voulons-nous faire de ce monde dont nous sommes devenus dans le même temps les fossoyeurs et les gardiens ?* » (Guillaume, 2015, p.35).

Saurons-nous être à la hauteur de notre responsabilité ou resterons-nous les spectateurs impuissants de notre toute-puissance au point de faire de l'Anthropocène le récit d'une ère irrespirable ? Au vu des éléments posés en introduction de ce travail, c'est sans grande surprise que nous vous dévoilons notre volonté de croire en une humanité qui saura être à la hauteur, sans quoi les pages suivantes ne valent pas la peine d'être écrites.

Admettre une responsabilité globale est un premier pas. Cependant, le danger, une fois ce pas franchi, est qu'« *à penser l'humanité dans son ensemble responsable de tout, les humains dans leur diversité finissent par n'être responsables de rien* » (Larrère, 2015, p.53). Ainsi, l'assignation des responsabilités - la condition même de l'action – deviendrait impossible (Larrère, 2015, p.55). Il est dès lors impératif de préciser les contours de cette responsabilité globale. Sans nier l'histoire économique et du développement ainsi les différences sociales entre parties du monde, nous faisons toutefois le choix de ne pas entrer dans ces considérations de justice climatique ici. En somme, notre position dans ce travail sera ni plus ni moins précise que le préambule de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (CNUCC), « *le caractère planétaire des changements climatiques requiert de tous les pays qu'ils coopèrent le plus possible et participent à une action internationale efficace et appropriée, selon leurs responsabilités communes mais différenciées, leurs capacités respectives et leur situation sociale et économique* »⁵. Ainsi,

⁵ United Nations (s.d.). Faire Face Au Changement Climatique : Notre Responsabilité A Tous ! Nations Unies. Consulté le 15 mars 2021, à l'adresse <https://www.un.org/fr/chronicle/article/faire-face-au-changement-climatique-notre-responsabilite-tous>

nous poursuivrons ce travail en parlant de « responsabilité globale » par souci de simplicité, sans postuler pour autant une responsabilité homogène et étendue à tous à parts égales. Cette précision faite, nous tenons à en aborder une autre, d'ailleurs liée : celle des « niveaux d'action ». Qui est « plus responsable » : gouvernements, industriels, individus ? Et là aussi, toujours sans dénier les questions que ce débat soulève, nous adopterons une version « simplifiée » en admettant une responsabilité commune à chaque partie. Les marges de manœuvre sont certes limitées de par l'interdépendance entre chaque niveau, et les actes des uns sont toujours conditionnés par ceux des autres (le consommateur dépend de l'offre proposée, l'offre dépend de la demande, et ainsi de suite), mais ce constat ne fait toutefois que confirmer le caractère systémique de cette responsabilité (Amel et al., 2017). Ainsi pouvons-nous réinterpréter le préambule de la CNUCC pour illustrer notre position : *le caractère anthropique des changements climatiques requiert de tous niveaux (gouvernements, industries, citoyens) qu'ils coopèrent le plus possible et participent à une action efficace et appropriée, selon leurs responsabilités communes mais différenciées, leurs capacités respectives et leur situation sociale et économique.*

Ayant choisi d'inscrire ce travail dans le cadre des changements de comportements individuels, nous nous concentrerons donc sur ce niveau principalement, sans toutefois négliger l'importance fondamentale des autres échelles d'action dans l'accomplissement d'une transition vers un monde plus durable. D'ailleurs, bien que partant des individus comme base d'observation et de réflexion, nous nous appliquerons à démontrer l'individualité toute relative des comportements. En effet, comme nous le verrons, un comportement n'est jamais purement individuel. Il dépend – et est conditionné par – de nombreux facteurs (Amel et al., 2017). La conscience de cela nous a d'ailleurs orienté vers une expérimentation reposant sur des dimensions collectives pour orienter les comportements individuels, à savoir l'influence sociale. Nous souhaitons ainsi éviter les solutions simplistes et individualistes à des problèmes pourtant complexes et collectifs (King, 1994 ; Amel et al., 2017).

Mais commençons par saisir la base de la problématique avant d'entrer dans les nuances et précisions. Et la base de la problématique, dans le cadre de ce travail, ce sont les comportements individuels. Face aux enjeux environnementaux, les individus sont appelés à adopter certaines conduites et comportements dont l'impact serait positif pour l'avenir de

la planète et, conjointement, celui de l'humanité. Dans cette optique, l'information et la sensibilisation sont essentiels : ils permettent de présenter les problématiques, d'une part, mais surtout de pointer les conduites qu'il serait nécessaire d'adopter pour y faire face. Ce champ s'est donc fortement développé ces dernières décennies. En effet, « *depuis la mise en œuvre formelle de la promotion environnementale par les organismes publics et certaines grandes ONG, les campagnes de sensibilisation et de persuasion environnementale ont proliféré dans les mass media* » (Pol, Castrechini, Di Masso, 2010, p.106), fondées sur le postulat que l'information fera changer les comportements ; comportements donc souvent envisagés comme une conséquence directe du changement d'attitude (Girandola, Bernard, Joule, 2010). Or, l'équation n'est pas si simple et « *à y regarder de plus près, les résultats sont plutôt décevants, surtout si on s'en tient aux changements comportementaux effectivement obtenus* » (Girandola, Bernard, Joule, 2010, p.221). Essayons de comprendre pourquoi.

2.2 Des attitudes aux comportements : un défi pour la psychologie

Avant toute chose, il convient de définir la notion d'« attitude ». Cette étape permettra d'identifier le nœud de la problématique. Beaucoup de définitions existent pour exprimer en différents termes la même idée, nous retiendrons donc celle d'Eagly & Chaiken, présentant l'attitude comme une « *tendance psychologique qui est exprimée en évaluant une entité particulière en termes de degré de favorabilité ou de non-favorabilité* » (Patruș, 2014, p.112). Ainsi, l'attitude en psychologie correspond aux croyances qu'a l'individu à l'égard d'un sujet, tandis que les comportements correspondent aux « *actes concrets réalisés par les individus* » (Patruș, 2014, p.112). Bien que les attitudes, en tant qu'« *ensemble de croyances sur un objet qui prédispose les gens à se comporter d'une manière particulière envers cet objet* » (traduction personnelle, Weigel, 1983, p. 257), puissent permettre d'estimer les comportements potentiels à l'égard d'un objet, la distinction entre attitude et comportement est importante. Elle nous permet en effet de segmenter deux tendances, certes intrinsèquement liées, mais pour le moins distinctes, puisque, pour diverses raisons que nous aborderons plus loin, « *le lien entre attitudes et comportements n'est pas aussi direct qu'il n'y paraît* » (Patruș, 2014, p.112).

Or, il semble que cette distinction soit parfois oubliée ou simplement ignorée. En effet, « *pour influencer les individus et les conduire à changer leurs habitudes, on évoquera le*

plus souvent des démarches de sensibilisation, des campagnes d'information et de prévention. La logique de ces démarches veut qu'après la perception et la prise de conscience de la nécessité de la durabilité (sensibilisation), la mise à disposition de connaissances plus précises (information) permette à chacun d'adopter les comportements adéquats (prévention) » (Lassare, 2010, p.56). Ainsi, le plus souvent, « les décideurs estiment qu'il suffit de diffuser l'information pour que les individus, supposés réceptifs et rationnels, changent d'attitudes et de comportements » (Lassare, 2010, p.56). Certes, les campagnes de sensibilisation sont nécessaires car peuvent aider à modifier les opinions, les savoirs, les idées, les attitudes et à provoquer des prises de conscience, mais elles ne semblent pas suffisantes puisqu'elles ne changent ni les habitudes, ni les routines (Weiss & Girandola, 2010 ; Patrux, 2014). Pour expliquer ce décalage, « les acteurs publics, mais aussi les sociologues, élaborent souvent des hypothèses en termes de résistances au changement des populations concernées » (Laforgue, 2012, p.1). C'est là que le bât blesse. La cible n'est pas la bonne. Comme le relève justement Laforgue (2012, p.1) :

« Ce type d'analyse permet certes d'imputer les effets limités des mesures publiques à la responsabilité des citoyens ordinaires censés se mobiliser, mais d'un point de vue sociologique, elle n'a pas beaucoup d'atouts. En effet, elle conduit à analyser ces populations par défaut, en creux, c'est-à-dire par ce qu'elles n'ont pas (en l'occurrence des comportements éco-citoyens) : l'observateur décrit alors l'observé (le citoyen ordinaire) à partir de ses propres catégories et, ce faisant, occulte complètement les logiques propres sous-tendant les usages (...) par l'individu observé. Ce qui échappe donc souvent à l'observateur, lorsqu'il parle en termes de "résistante au changement", c'est la cohérence de la pensée, de la pratique, de la vie de l'individu observé, qui est bien réelle et qui ne se réduit pas à des formes de résistance »

Le postulat initial d'individus uniquement réceptifs et rationnels étant biaisé, les modes opératoires ne sont pas les bons et les démarches échouent à atteindre l'objectif escompté. Il est donc fondamental de proposer d'autres outils, mieux adaptés et donc potentiellement plus efficaces. Pour ce faire, il est nécessaire, dans un premier temps, de comprendre pourquoi il est si difficile de modifier les comportements et ce qui les influence.

Les sciences humaines et sociales, en tant qu'ensemble de disciplines qui ont pour objectif de « *comprendre pourquoi des individus [...] ou des groupes sociaux, petits ou grands, font ce qu'ils font, pensent ce qu'ils pensent, sentent ce qu'ils sentent, disent ce qu'ils disent* » (Lahire, 2012, p.21), ont un rôle important à jouer dans les réponses à ces questions. En effet, ces disciplines ont produit - et continuent de produire - des savoirs opérationnels et stratégiques pouvant aider à comprendre et à modifier les comportements des individus (Agence de l'environnement de la maîtrise de l'énergie, 2016). Nous nous concentrerons en particulier sur la psychologie, qui se focalise sur l'individu, les faits psychiques, les comportements et les processus mentaux dans leur ensemble (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, 2016). Cette discipline, qui se penche depuis plusieurs décennies sur la question du changement climatique et du rapport que les individus entretiennent avec ce dernier, est en mesure de nous apporter plusieurs éléments de réponses à notre questionnement initial, à savoir : *quelles raisons expliquent que, bien que souvent sensibilisés, les individus ne s'engagent pas davantage dans des comportements durables ?*

Bien qu'appartenant à un autre domaine d'études et n'ayant pour la psychologie pas de légitimité particulière sinon de l'intérêt, nous tenons à accorder une place importante à cette dernière dans ce travail. En effet, nous sommes convaincue de sa pertinence pour progresser dans la transition écologique, comme le laisse entendre le passage suivant :

« Les psychologues disposent de toute une gamme de compétences et techniques aptes à favoriser le changement ; celles-ci pourraient être utilisées pour un travail visant à aider des individus et des groupes à comprendre les conditions qui favorisent le changement, ou au contraire le bloquent, et pourquoi. Nos recherches ne devraient pas se limiter à pronostiquer les forces qui forgent les modes de consommation des personnes comme si celles-ci vivaient dans un vide social, culturel et politique, mais au contraire analyser comment elles se positionnent en tant qu'acteurs sociaux, comment elles appréhendent le monde, comment elles perçoivent les possibilités et impossibilités d'agir, et enfin comment cela les amène à comprendre les conditions de la vie sociale qui méritent d'être changées » (Uzzell & Rätzsch, 2010, p.249-250).

La psychologie nous apprend déjà un élément fondamental, élément qui constitue d'ailleurs son essence et toute sa pertinence : les individus ne sont pas de simples récepteurs

d'informations fonctionnant sur le schéma stimulus-réponse, mais des êtres psycho-sociaux complexes, pris dans des réalités pratiques et des schémas de pensée qu'il est essentiel de considérer (Verplanken, 2017). Ainsi, les barrières à l'adoption de comportements durables sont multiples et variées et ne se résument donc pas – comme évoqué ci-dessus – à une simple et volontaire « résistance au changement » de la part des individus.

2.3 Facteurs d'influence et barrières à la modification des comportements

Ces barrières peuvent être classées en deux grandes catégories (Gifford, 2011) : *les barrières structurelles*, qui relèvent de tout ce qui est « externe » à l'individu (infrastructures, offres, etc.) et qui entravent la capacité des individus à s'engager dans les comportements souhaités ; et *les barrières psychologiques*. Dans le cadre de ce travail, ce sont ces dernières qui nous intéresseront particulièrement. Lever les barrières structurelles à l'adoption de comportements durables représente certes une condition *sine qua non* de la transition écologique, mais il s'agit là de volontés politiques, de priorités et de moyens financiers auxquels nous estimons que notre apport serait moindre. La question des barrières psychologiques recèle - à notre sens - d'un potentiel d'application plus prometteur, ce qui explique notre choix de concentrer nos efforts sur ces aspects.

2.3.1 Barrières structurelles

Bien que notre travail se concentre principalement sur les mécanismes internes (psychologiques) venant influencer l'adoption – ou non – de comportements durables, d'autres facteurs, structurels et contextuels, sont présents et bien réels. Les plus fréquemment relevés en tant qu'inhibiteurs sont probablement la capacité financière et les infrastructures/services à disposition (Kollmuss & Agyeman, 2002), facteurs qui peuvent d'ailleurs aller de pair.

En effet, certains comportements dépendent – pour leur réalisation – de conditions externes, c'est notamment le cas de la mobilité. S'il est recommandé d'utiliser les transports en commun mais que l'offre est très réduite, que la desserte est pauvre et/ou que les prix sont trop élevés, les chances de voir ce comportement se réaliser sont minces. D'autres comportements sont dépendants des infrastructures à disposition, comme le tri des déchets (centres de tri ou ramassage) ou le recours au vélo (pistes cyclables). Certains comportements dépendent – eux – d'offres et de services également externes à l'individu. Pensons notamment à l'alimentation (offre de produits locaux, bio, sans emballages), ou

même aux systèmes de chauffage ou d'alimentation énergétique des foyers (y a-t-il une offre « énergies renouvelables » dans les mix énergétiques proposés par les fournisseurs régionaux ?).

Loin d'être exhaustifs, les facteurs contextuels énumérés ci-dessus sont toutefois importants à mentionner pour relever le caractère systémique de la transition des comportements et rappeler que – même si nous adoptons une approche en termes de comportements individuels – nous nous distançons d'une focale individualisante faisant reposer le poids de la transition des modes de vie sur les seules épaules des citoyens.

2.3.2 Barrières psychologiques

2.3.2.1 De la difficulté à saisir l'enjeu : un « problème parfait »

Tout, dans le changement climatique, rend compliquée sa conceptualisation pour l'esprit humain. En d'autres termes, la nature-même du problème est un problème. Plusieurs psychologues le qualifient d'ailleurs *problème parfait* (Marshall, 2017). Tony Leiserowitz, directeur du projet de Yale sur la communication dans le domaine du changement climatique, affirme qu'« *il serait presque impossible d'imaginer un problème plus inadapté à notre psychologie de fond* » (Marshall, 2017, p.157). En effet, contrairement à ce que l'on aime à penser, le cerveau humain n'a pas beaucoup évolué depuis quelques milliers d'années. Il a atteint son stade de développement actuel avant l'apparition de l'agriculture, au moment où nos ancêtres étaient préoccupés par « l'immédiat » : les dangers *immédiats* et les ressources *immédiatement exploitables* pour nourrir et protéger *leurs proches* (Gifford, 2011 ; Bohler, 2019).

Le changement climatique relève cependant d'un tout autre ordre. Sa cause principale – les émissions de CO₂ – est invisible et n'a pas d'implications directes et immédiates sur les individus. Ses effets – multiples et pourtant bien réels – sont différés dans l'espace et dans le temps. Il est, en somme, distant psychologiquement. La *distance psychologique* est un phénomène défini par Trope & Liberman comme « *une construction se référant à la mesure à laquelle un objet est éloigné du soi - dans sa probabilité d'occurrence, dans le temps, dans l'espace géographique ou dans sa distance sociale* » (McDonald et al., 2015, p.110). Or, cette dernière – selon qu'elle soit perçue comme plus ou moins grande – a tendance à déboucher sur des interprétations divergentes des objets, et ces interprétations auront des implications en termes d'attitudes et/ou de comportements (McDonald et al., 2015, p.110).

Ainsi, si le changement climatique est perçu comme psychologiquement proche de soi, il est possible que cela accroisse la volonté de l'individu d'entreprendre des actions en ligne avec cette menace concrète (McDonald et al., 2015, p.110). À l'inverse, si le changement climatique est perçu comme psychologiquement éloigné, les individus le construiront comme quelque chose d'abstrait dont la menace est moins réelle (McDonald et al., 2015, p.110), et les actions s'en verront bien souvent entravées.

Aussi, victimes de ce qui se nomme – dans le jargon psychologique – la *sensibilité sélective* (Gifford, 2011), nous avons tendance à ignorer nos environnements physiques (déjà éloignés) tant que ceux-ci ne nous causent pas de difficultés directes et tangibles, ce qui rend doublement complexe la prise de conscience d'un danger réel mais a priori pas assez tangible.

Nous voilà face à un constat quelque peu inquiétant : la mesure de la nécessité d'agir dépend, dans l'esprit humain, de la proximité psychologique et sensorielle du danger, alors que c'est précisément la proximité du danger (en termes scientifiques cette fois) qui dicte la nécessité d'agir avant qu'il soit assez proche pour le ressentir psychologiquement et physiquement, sans quoi il sera trop tard pour en limiter les conséquences.

Certains effets se manifestent d'ailleurs déjà par quelques signaux, certes encore légers, mais notre éloignement de l'environnement nous empêche de les voir ou de les sentir : « *vivre, travailler, étudier, jouer dans des bâtiments à climat contrôlé, se déplacer dans des véhicules protégés à travers des paysages largement modifiés par l'humain et passer relativement peu de temps à être attentif, à observer ou à interagir avec la nature rend difficile la perception de changements environnementaux subtils et progressifs* » (traduction personnelle, Moser, 2010, p.34). Notre mode de vie nous rend donc aveugles et insensibles aux signaux qui pourraient nous inciter à percevoir le danger comme proche, et donc à agir. Et, quand ces effets ne peuvent plus passer inaperçus, l'Humain Moderne s'est armé de divers stratagèmes pour les repousser encore : « *ceux qui sont en mesure de se protéger par des moyens structurels ou une assurance contre la variabilité liée au climat peuvent réduire davantage leur exposition et leur sensibilité aux extrêmes et à la variabilité climatique et ainsi s'éviter*

tout changement » (traduction personnelle, Moser, 2010, p.34). Le meilleur (des pires) exemple étant sans doute le Qatar et ses rues climatisées⁶...

2.3.2.2 Une certaine incertitude ou une incertitude certaine ?

Il y a aussi – liée au changement climatique et sa complexité inhérente - une part d'incertitudes : quantité de ressources restantes, taux de régénération des ressources, réchauffement futur, conséquences sur les phénomènes climatiques, etc. Ces incertitudes représentent un levier puissant pour les réfractaires à une refonte de nos modes de vie : « *dans la politique de communication sur le climat, l'incertitude a été utilisée d'innombrables fois pour plaider en faveur d'un report de l'action (...) ceux qui ont un intérêt significatif à maintenir le statu quo en matière de combustibles fossiles ont délibérément créé une perception publique d'un manque de consensus scientifique et d'une plus grande incertitude sur l'étendue et les causes du changement climatique moderne, suggérant qu'une position attentiste est la ligne de conduite la plus responsable et scientifiquement justifiée* » (traduction personnelle, Moser, 2010, p.35). Cette stratégie fut d'ailleurs manipulée avec brio pendant des décennies par les « marchands de doute » que Conway & Oreskes (2014) mettent à nu dans leur livre éponyme. En jouant sur les incertitudes, une poignée de scientifiques est parvenue, pendant plus de vingt ans, à semer le doute autour des dangers du tabagisme, du trou dans la couche d'ozone et du changement climatique d'origine anthropique, quand bien même des indices et des signes précurseurs commençaient sérieusement à les dénoncer. Leur stratégie reposait précisément sur les incertitudes, et, conjointement, notre fausse compréhension de ce qu'est la science. Ces derniers « *firent du doute une marchandise parce qu'ils comprirent que le doute fonctionne. Et il fonctionne parce que nous avons une idée erronée de la science. Nous pensons que la science produit des certitudes. Par conséquent, si la certitude fait défaut, nous pensons que la science se trompe ou n'est pas achevée* » (Conway & Oreskes, 2014, p.439) Or, « *l'histoire nous montre que la science ne produit pas de certitudes. Elle ne fournit pas de preuves. Elle ne fournit qu'un consensus d'experts, fondé sur l'examen minutieux des faits et de leur organisation* » (Conway & Oreskes, 2014, p.439-440).

⁶ Le Parisien. (2019, 20 octobre). Face à la chaleur, le Qatar installe désormais des climatiseurs dans les rues. Consulté le 3 mai 2020, à l'adresse <https://www.leparisien.fr/environnement/face-a-la-chaleur-le-qatar-installe-desormais-des-climatiseurs-dans-les-rues-20-10-2019-8176590.php>

Une stratégie donc bien connue des professionnels, en atteste les dires de Franz Luntz, spécialiste de la communication, lorsqu'il prépare, en 2002, les candidats républicains à la présidentielle américaine : « *Si le public en vient à croire que les questions scientifiques sont fondées, son opinion sur le changement climatique changera en conséquence. Vous devez donc continuer à faire de l'absence de certitude scientifique un thème clé du débat* » (Marshall, 2017, p.131).

Ce mode opératoire s'avère d'autant plus dangereux (et efficace pour certains) qu'il rencontre un mécanisme psychologique bien connu : l'humain, atteint d'un *biais d'optimisme*, aurait une fâcheuse tendance à sous-estimer les risques en situation d'incertitude (Gifford, 2011).

En bref, la nature-même du changement climatique rend complexe son entrée dans la catégorie de préoccupation réelle majeure pour la population : « *les incertitudes de ce problème global, complexe et invisible doivent rivaliser avec la certitude des défis proches et lointains qu'implique le fait de nourrir sa famille, d'obtenir une éducation, de conserver un emploi ou de conserver sa santé (et les soins). La plupart des individus (même les scientifiques) ne peuvent pas et ne pourront jamais saisir et retenir complètement cette quantité de complexité et d'incertitude scientifique dans leur esprit, et encore moins être capables de la traiter systématiquement* » (traduction personnelle, Moser, 2010, p.35).

2.3.2.3 Idéologies et visions du monde

Certains systèmes de croyance sont si puissants qu'ils représentent des obstacles très importants au changement de comportement. C'est par exemple le cas de la croyance dans le capitalisme et son credo de la liberté inconditionnelle, qui mène à une dévastation des ressources (Gifford, 2011). Mais puisque ce même capitalisme a permis une augmentation du niveau de vie pour une grande partie de la population, l'humain a de prime abord un intérêt dans ce système et n'est donc pas des plus enclins à en changer.

La croyance en des forces suprahumaines peut, elle aussi, représenter un frein à l'action en véhiculant l'idée que ces pouvoirs supérieurs ne sont que bonnes intentions, protecteurs, et résoudront donc les problèmes. Cette « soumission » peut déboucher sur un fatalisme menant à croire que les événements suivront leurs cours sans que nous, simples mortels, puissions y changer quoi que ce soit.

Et puis, il y a cette forme de croyance moderne, rassurante et confortable, véhiculant l'idée que la technologie réglera tous les problèmes et que nous n'aurons qu'à être spectateurs, sans entreprendre quelque modification que ce soit dans nos modes de vie (Manolas, 2015 ; Oskamp, 2000).

2.3.2.4 Réticences à la modification des modes de vie

Rares sont ceux vraiment enjoués à l'idée de devoir changer leur mode de vie. En effet, ordonner son quotidien, son standard de vie, ses habitudes, a nécessité – à un moment - un « investissement » de la part de chacun : un investissement en temps, en argent et en énergie, pour en dépenser le moins possible à l'avenir, une fois que ce mode de vie est sur des rails, stable. Par conséquent, en changer peut s'apparenter à un sentiment d'avoir investi « à fonds perdus » dans le précédent (Gifford, 2011). Peu réjouissant, et c'est compréhensible. À moins que cela soit pour du mieux... Or, « mieux » a tendance à rimer – pour beaucoup et dans l'idéal occidental – avec « plus ». Le problème, c'est que les modes de vie respectueux de l'environnement ont tendance à être associés - à tort - aux sacrifices, à la pauvreté, à l'inconfort, à un « *retour à la lampe à huile et au modèle Amish* », pour reprendre les termes du président Emmanuel Macron⁷. Tous les indices montrent pourtant que le bonheur, dans les pays développés, a atteint un pic au début des années 1970 – époque où, par exemple, l'utilisation de la voiture chez les Américains était pourtant inférieure de 60 %, et celle de l'avion inférieure de 80 % (Marshall, 2017, p.159).

Tant que la définition du « mieux » ne sera plus synonyme de « plus », ou que « plus » ne se mesurera plus à l'aune d'autres critères tels que la matérialité et de la consommation, la transition volontaire sera ardue.

Mais les problèmes environnementaux – et pour beaucoup, la conscience de ces problèmes - reste malgré tout présents. Se déclenche alors bien souvent le mécanisme suivant : plutôt que d'aligner nos comportements, nous préférons modifier notre avis ; démarche bien moins coûteuse en termes d'efforts.

⁷ L'OBS. (2020, 15 septembre). Macron défend la 5G contre le « modèle amish » des écolos et de la gauche. Consulté le 15 février 2021, à l'adresse <https://www.nouvelobs.com/politique/20200915.OBS33312/macron-defend-la-5g-contre-le-modele-amish-et-le-retour-a-la-lampe-a-huile.html>

Prenons un exemple : vous travaillez depuis de nombreuses années dans l'industrie des énergies fossiles. Apprenant que la combustion de ces énergies est mauvaise pour l'environnement, vous êtes donc face à ce qui s'appelle une *dissonance cognitive* (Gifford, 2011). Vous avez investi beaucoup de votre temps dans cette activité et c'est elle qui vous permet de nourrir votre famille, or, vous savez désormais que ce secteur est néfaste pour l'environnement. Deux options s'offrent à vous : vous démissionnez et cherchez un nouvel emploi ou vous gardez votre emploi et vous adaptez votre opinion afin de réduire la dissonance cognitive (« *je ne pense pas que mon activité soit réellement néfaste* »). Que faites-vous ? Une majorité optera pour la deuxième option car comme l'a noté B.F. Skinner, " *Il est souvent plus facile de s'échapper par d'autres moyens - en ignorant ou en oubliant l'information ou en trouvant un moyen de s'échapper qui ne nécessite pas de résoudre le problème* » (traduction personnelle, Gifford, 2011, p.294). Ce mécanisme se produit d'autant plus fréquemment dans le domaine de l'écologie puisque l'adoption de comportements durables ne débouche pas directement et de manière perceptible sur des bénéfices ou des conséquences positives, et ne suffit donc jamais, à elle seule, à « résoudre le problème » (Granon, 2015).

2.3.2.5 Perception sélective

Une autre barrière à la modification des comportements est celle de la *perception sélective*. Ce mécanisme consiste en un filtrage de l'information qui parvient à l'individu (Maisonneuve et al., 2003). Parmi les nombreuses informations portant sur le thème de l'environnement, seule une partie sera retenue, celle « *qui correspond à ses intérêts, opinions et valeurs personnelles* » (Berteau, 2015, p.15). À l'inverse, les messages jugés envahissants, désagréables ou dissonants seront eux automatiquement rejetés ou ignorés (Maisonneuve et al., 2003). Ce mécanisme est ainsi très étroitement lié à celui de la dissonance cognitive abordée dans un point précédent, puisqu'il permet de réduire cette dernière en ne considérant que les informations confortant le mode de vie actuel et en ignorant celles qui le remettent en question.

Ce phénomène peut en partie expliquer pourquoi la grande quantité de conseils, recommandations, *nudges* et astuces pour rendre son quotidien plus durable ne rencontrent pas toujours l'engouement souhaité. Non pas que la méthode ou le contenu soient mauvais, mais à cause de leur caractère dissonant pour une partie des individus. En effet, s'ils ne rencontrent pas leurs intérêts et valeurs, ces messages risquent d'être ignorés et l'objectif de

voir les comportements modifiés par ce biais sera manqué. Pire, ces messages peuvent même déboucher sur un ras-le-bol et donner lieu à des attitudes réfractaires, voire contestataires envers l'écologie en général, étant parfois perçus comme moralisateurs car stigmatisant leurs « mauvais » comportements (Monnot et Reniou, 2013).

2.3.2.6 Méfiance

Pour que les recommandations trouvent oreille attentive, il est primordial que les individus aient confiance en l'émetteur et que les messages leur paraissent honnêtes, tout comme la source du message. Les individus ne seront pas prêts à s'engager dans des programmes de promotion des comportements durables si ces programmes ne leur semblent pas intègres et adaptés à la problématique, ou si ces derniers sont mis en place par des instances qui ne leur semblent pas fiables. Cela peut notamment donner lieu au phénomène de *réactance* : un manque de confiance en la science ou les gouvernements peut déboucher sur un rejet des messages provenant de ces sources (Gifford, 2011). Monnot et Reniou (2013) relèvent en effet qu'un sentiment de manipulation de la part de la source peut déclencher la contestation des discours écologiques en question.

2.3.2.7 Ignorance

L'ignorance constitue l'une des barrières les plus importantes à la modification des comportements. Ne pas connaître l'existence d'une problématique environnementale empêche – trivialement – de modifier son comportement en conséquence (Gifford, 2011). C'est d'ailleurs sur ce présupposé que reposent la plupart des campagnes de communication environnementale : informer pour faire changer. Mais comme dit à plusieurs reprises déjà, ce processus n'est pas linéaire et les comportements ne se s'ajustent pas automatiquement au gré des nouvelles connaissances, pour diverses raisons que nous tentons justement de démontrer dans ce chapitre.

L'ignorance peut toutefois se manifester à un autre niveau : il est possible d'avoir connaissance d'une problématique environnementale mais ne toutefois pas en connaître les causes ou l'ampleur, ni même la marge de manœuvre au niveau individuel pour contribuer à l'atténuation de ce problème (Gifford, 2011 ; Manolas, 2015). Ce sentiment de ne pas savoir comment agir face à un problème peut d'ailleurs lui-même déboucher sur deux autres barrières à la modification des comportements : le sentiment d'impuissance et/ou la peur.

2.3.2.8 *Sentiment d'impuissance*

Face à un problème global et complexe tel que le changement climatique, beaucoup ont le sentiment qu'ils ne peuvent rien faire, ou du moins, rien de bien significatif. L'inaction peut notamment être la conséquence de cette absence de *contrôle perçu* (Gifford, 2011), défini comme « *la croyance que, grâce à nos capacités et à nos actions, nous pouvons déterminer notre propre comportement, influencer notre environnement et/ou provoquer le résultat désiré* » (Wallston et al., 1987, p.5). Ce mécanisme est autrement connu sous le nom de *locus de contrôle* : les individus chez qui ce locus est interne estiment qu'elles ont une certaine maîtrise sur leur vie et peuvent intervenir pour en changer le cours. Ces dernières seront donc plus susceptibles d'agir dans le contexte du changement climatique. Les individus chez qui le locus de contrôle est externe attribuent les événements à des facteurs extérieurs (la chance, le destin, Dieu, etc.) et considèrent donc ne pas être en mesure d'agir efficacement pour la protection de l'environnement (Newhouse, 1990).

Ces éléments sont susceptibles de donner naissance à l'idée que nous ne sommes pas en mesure de changer la situation, ni au niveau individuel, ni au niveau collectif (Gifford, 2011), et ce sentiment peut exacerber la peur, qui constitue également une barrière à la modification des comportements.

2.3.2.9 *Peur*

Le changement climatique et ses conséquences peuvent faire naître de la peur chez certains. Cette dernière peut – dans une certaine mesure – être bénéfique : elle pousse à agir pour éloigner le danger. Mais encore faut-il savoir comment. Alors que certains saisiront cette peur pour s'engager dans diverses actions de protection de l'environnement, d'autres, désarmés, verront leur peur augmenter encore. Lorsqu'elle devient trop importante, la peur peut mener à la tétanie, la paralysie. Afin de contourner ce sentiment désagréable de peur et dans l'incapacité d'éloigner la menace, les individus adopteront divers stratagèmes : le déni ou la répression de l'information (Manolas, 2015 ; Oskamp, 2000 ; Witte, 1992).

Le déni est d'ailleurs - selon la *Terror management Theory* (Solomon et al., 1991) - une réaction commune chez l'Homme face à cet événement qui lui rappelle qu'il est mortel. En effet, « *l'être humain est (souvent sans même s'en rendre compte) habité par une angoisse constante de la mort, qui colore tous les actes de son existence et qui le pousse notamment, à travers l'action collective de longue période, à élaborer des dispositifs culturels qui lui permettront de "gérer" cette terreur. Ainsi, nos religions, nos idéologies politiques, nos*

objectifs économiques et nos valeurs morales participent ensemble d'un effort constant mais inconscient de l'humanité : se construire des ressources existentielles de sens permettant de supporter la mortalité » (Arnsperger, 2019, p.22 ch. V). L'un de ces dispositifs semble ainsi constitué du déni d'un changement environnemental nécessitant la remise en cause de ces ressources existentielles déployées jusqu'ici pour supporter la mortalité que ce même changement climatique vient nous rappeler.

2.3.2.10 Les « autres »

Nous, humains, somme des êtres fondamentalement sociaux et avons besoin des « autres » pour savoir comment nous comporter. Les normes sont à la base du langage, des échanges économiques, du trafic routier, des interactions sociales, etc. Pour le dire plus simplement, « *l'organisme humain est construit pour les normes sociales* » (traduction personnelle, McDonald & Crandall, 2015, p.147). Nous comparons sans cesse nos actions avec celles de nos voisins, de nos collègues, de nos amis, et en tirons des conclusions pour définir ce qu'est la « bonne manière d'agir », les « normes », en fonction de la majorité (Gifford, 2011), et ce même parfois de façon inconsciente (Nolan & al., 2008 ; Amel et al., 2017). En bref, « *les humains se comportent selon les normes de leurs groupes d'affinité afin de s'intégrer et d'afficher cette identité sociale au monde* » (traduction personnelle, Amel et al., 2017). Cette comparaison permanente de l'adéquation de nos actions avec celles des autres peut souvent déboucher sur le phénomène de l'*inégalité perçue*, le fameux « *pourquoi devrais-je changer si les autres ne changent pas ?* », qui représente lui aussi un frein considérable à l'action (Gifford, 2011). Le constat que notre entourage, mais aussi certains pays ou secteurs économiques n'agissent pas en faveur de l'environnement constitue régulièrement une justification pour expliquer notre inaction personnelle.

Mais le mécanisme de comparaison n'est pas *en soi* un obstacle à l'adoption de comportements durables et peut même – au contraire - devenir une force indéniable pour l'adoption de comportements durables à large échelle. Nolan & al. (2008) ont expérimenté à quel point ces normes peut être un levier puissant d'influence sans même que les individus ne s'en rendent compte. L'équipe de recherche démontre que les individus à qui il avait été notifié que leur voisinage avait réduit leur consommation l'ont à leur tour davantage diminuée que ceux pour qui d'autres arguments avaient été utilisé (ex : économiser de l'argent, sauver l'environnement, agir dans le bien de la société), alors même que ces

individus mentionnaient les comportements de leurs voisins comme source d'influence moindre sur leurs propres actions. Aussi intéressant pour nous : il semblerait par conséquent que les normes puissent exercer leur influence sans même que les individus n'aient à voir leur application, mais que le simple fait d'informer – même par écrit - comment les autres se comportent dans une situation donnée suffit à induire une conformité (Nolan & al., 2008).

Nous voyons donc que les « autres » et les normes représentent les deux faces de la même médaille. Ils peuvent représenter des freins tant que de « nouvelles normes » ne seront pas suffisamment répandues et adoptées, mais ils peuvent également constituer des ressources essentielles pour la diffusion de comportements durables (Amel et al., 2017). Faire de ces mécanismes d'influence une force, c'est d'ailleurs la piste que nous privilégions dans ce travail et que nous expérimentons plus tard lors de notre étude de cas. Par conséquent, nous tenons à souligner leur importance, en attendant d'y revenir plus loin.

2.4 Constat d'échec ou appel à un renouveau ?

Dérouler – comme nous venons de le faire – la liste des différentes barrières à la modification des comportements peut mener à deux issues. La première consiste à baisser les bras devant la complexité de la tâche et s'en remettre au fatalisme. Inutile de préciser que cette issue ne sera pas la nôtre. La deuxième – celle que nous privilégions – consiste à prendre acte de cette complexité et de s'en nourrir pour alimenter notre réflexion.

La principale observation que nous pouvons faire à ce stade est la suivante : *les comportements individuels ne le sont que partiellement*. Notre façon de consommer, de nous déplacer, de nous nourrir est tributaire de nombreux facteurs et notre marge de manœuvre est – bien que réelle – limitée (structurellement et psychologiquement). Pour le dire autrement, « *le pouvoir de l'individu d'atténuer les dommages environnementaux est fortement limité par les contextes physiques et sociaux tels que l'infrastructure pour la culture et le transport des aliments, la production d'énergie et de biens, les structures urbaines construites pour vivre, travailler et jouer, ainsi que les règles et les politiques des nombreux groupes et organisations auxquels les individus appartiennent* » (traduction personnelle, Amel et al., 2017, p.3). Une observation triviale pour toute personne initiée aux sciences sociales, mais toutefois importante à rappeler selon nous. En effet, dans un contexte individualiste et libéral prônant l'autonomie et la responsabilité individuelle, il semble

nécessaire de réintroduire un peu de collectif, de décharger les épaules des individus d'un poids bien trop lourd et de réajuster les outils utilisés pour la modification des comportements des citoyens (Amel et al., 2017).

Afin de mieux représenter en quoi les comportements individuels s'inscrivent dans un cadre plus général, faisons un petit détour théorique – non moins pragmatique – par la trilogie « styles, modes et genres de vie » proposée par Christian Arnsperger (2019).

Les *styles de vie* font référence à « *la gamme des possibles où s'exercent nos capacités individuelles de choix* » (Arnsperger, 2019, p.13). Cela peut concerner le domaine de l'alimentation, de l'habillement, des pratiques religieuses, etc. Bien que systématiquement influencés par des déterminants collectifs (mode, appartenance à tel groupe social, pression familiale, etc.), il s'agit du domaine où la marge liberté au niveau de nos choix est la plus grande. Cette liberté renvoie toutefois à l'offre du marché – il s'agit dès lors de libertés d'option. En quête généralisée de rentabilité et requérant d'ailleurs des désirs individuels sans limites pour faire croître le PIB, le marché offre, dans ce domaine, une large palette de choix, de nouveautés, d'« originalités ». Mais cette liberté, cette gamme des possibles, n'est que partielle car ces styles de vie sont insérés – souvent discrètement – dans un genre de vie qui les prédéfinit.

Le *genre de vie* est, pour sa part, essentiellement contraire à la liberté d'option. En effet, renvoyant aux déterminants collectifs de nos existences, nous n'avons quasiment aucune capacité de choix sur ce dernier, notre marge de manœuvre individuelle est infime (Arnsperger, 2019). Le genre de vie renvoie donc aux normes collectives encadrant nos styles de vie. Habitats, emplois du temps, types de transport, loisirs, biens de consommation répondent à une norme dominante, relativement uniforme et quasiment universellement répartie, sur laquelle l'individu ne dispose que de très peu de marge de manœuvre. Le genre de vie engendre des styles de vie en majorité organiquement compatibles avec ce dernier et les renforçant puisque agissant comme validation permanente, aux yeux des citoyens qui les adoptent, des principes le régissant (Arnsperger, 2019).

Mais entre les choix individuels liés aux styles de vie et les contraintes collectives inhérentes au genre de vie se trouve une dimension intermédiaire, les *modes de vie alternatifs*.

Également engendrés par le genre de vie qui les laisse émerger, ils ont toutefois de différent avec les styles de vie qu'ils sont centrifuges à ce dernier. Ainsi, ils ont plutôt tendance à affaiblir au cours du temps la force d'adhésion au genre de vie dominant à travers la contestation qu'ils représentent. Revoir son mode de vie initial pour réduire son empreinte écologique, aller vivre dans un éco-village, s'alimenter via des réseaux de proximité, etc. Ces initiatives visent à faire naître un espace nouveau, en marge du genre de vie dominant. Elles ont cependant la particularité de nécessiter une dimension collective. En effet, « *nul ne saurait ouvrir une crèche coopérative ou pratiquer le car sharing tout seul (...) l'action elle-même ne peut exister sans la jonction simultanée de plusieurs projets individuels, forgeant un réel projet collectif* » (Arnsperger, 2019, p.16). Cette dimension des modes de vie alternatif est puissante, car c'est par ce biais que peut, petit à petit, changer un genre de vie. En se présentant comme des microcosmes, ces proto-genres de vie cherchent à préfigurer, en taille réduite mais par des actes concrets et durables, un monde différent que celui dominant actuellement (Arnsperger, 2019).

Du style de vie conventionnel au mode de vie alternatif, le comportement individuel est fondamentalement dépendant et/ou influencé par un cadre externe à l'individu. Et le collectif, lui, est également tributaire de la dimension individuelle. Les styles de vie conventionnels (individuels) dépendent du genre de vie dominant (collectif). Le genre de vie dominant (collectif) est renforcé et alimenté par les styles de vie conventionnels (individuels), tandis qu'il est altéré et affaibli par les modes de vie alternatifs. Les modes de vie alternatifs, eux, nécessitent une dimension collective, mais cette dimension collective ne peut exister que par la jonction de plusieurs projets individuels.

Un va-et-vient incessant et indénouable qui mène à un constat relativement évident : le genre de vie dominant ne changera que par une émulation de modes de vie durables, qui eux doivent être rendus possibles et généralisables à plus large échelle. Cela passe notamment par un droit à l'expérimentation (Arnsperger, 2019) et/ou un revenu de transition écologique (Swaton, 2018) ; en tout cas par la suppression des barrières structurelles (souvent implicites) retenant les individus de se lancer dans des modes de vie alternatifs. Ce débat – fondamental et essentiel – dépasse toutefois la portée du présent travail. L'aborder nous permet cependant de mettre en exergue le fait que le changement de comportement au niveau individuel n'est pas binaire, qu'il est dépendant de nombreux paramètres – internes ou

externes à l'individu – et qu'il nécessite donc plusieurs mesures à différentes échelles (Amel et al., 2017).

Une tribune rédigée par le sociologue Edgar Morin en 2010 - dont nous partageons ici quelques passages - relève parfaitement cette imbrication d'échelles essentielle à une (r)évolution des modes de vie :

Quand un système est incapable de traiter ses problèmes vitaux, il se dégrade, se désintègre ou alors il est capable de susciter un méta-système à même de traiter ses problèmes : il se métamorphose. (...)

Qu'est-ce qu'une métamorphose ? Nous en voyons d'innombrables exemples dans le règne animal. La chenille qui s'enferme dans une chrysalide commence alors un processus à la fois d'autodestruction et d'auto-reconstruction, selon une organisation et une forme de papillon, autre que la chenille, tout en demeurant le même. (...) La formation des sociétés historiques, au Moyen-Orient, en Inde, en Chine, au Mexique, au Pérou constitue une métamorphose à partir d'un agrégat de sociétés archaïques de chasseurs-cueilleurs, qui a produit les villes, l'État, les classes sociales, la spécialisation du travail, les grandes religions, l'architecture, les arts, la littérature, la philosophie. (...)

L'idée de métamorphose, plus riche que l'idée de révolution, en garde la radicalité transformatrice, mais la lie à la conservation (de la vie, de l'héritage des cultures). Pour aller vers la métamorphose, comment changer de voie ? Mais s'il semble possible d'en corriger certains maux, il est impossible de même freiner le déferlement techno-scientifico-économico-civilisationnel qui conduit la planète aux désastres. Et pourtant l'Histoire humaine a souvent changé de voie. Tout commence, toujours, par une innovation, un nouveau message déviant, marginal, modeste, souvent invisible aux contemporains. Ainsi ont commencé les grandes religions : bouddhisme, christianisme, islam. Le capitalisme se développa en parasite des sociétés féodales pour finalement prendre son essor et, avec l'aide des royaumes, les désintégrer. La science moderne s'est formée à partir de quelques esprits déviants dispersés, Galilée, Bacon, Descartes, puis créa ses réseaux et ses associations, s'introduisit dans les universités au XIX^e siècle, puis au XX^e siècle dans les économies et les États pour devenir l'un des quatre puissants moteurs du vaisseau spatial Terre. (...)

Tout en fait a recommencé, mais sans qu'on le sache. Nous en sommes au stade de commencements, modestes, invisibles, marginaux, dispersés. Car il existe déjà, sur tous les

continents, un bouillonnement créatif, une multitude d'initiatives locales, dans le sens de la régénération économique, ou sociale, ou politique, ou cognitive, ou éducationnelle, ou éthique, ou de la réforme de vie. Ces initiatives ne se connaissent pas les unes les autres, nulle administration ne les dénombre, nul parti n'en prend connaissance. Mais elles sont le vivier du futur. Il s'agit de les reconnaître, de les recenser, de les collationner, de les répertorier, et de les conjuguer en une pluralité de chemins réformateurs. Ce sont ces voies multiples qui pourront, en se développant conjointement, se conjuguer pour former la voie nouvelle, laquelle nous mènerait vers l'encore invisible et inconcevable métamorphose. Pour élaborer les voies qui se rejoindront dans la Voie, il nous faut nous dégager d'alternatives bornées, auxquelles nous contrainst le monde de connaissance et de pensée hégémoniques.
(...)

Éloge de la métamorphose, par Edgar Morin, 2010 (extraits) (Le Monde, 2010)

Comment changer de voie ? Comment aller vers la métamorphose ? L'ambition est élevée pour y prétendre ici et individuellement. En effet, il s'agit d'un cheminement collectif et de longue haleine pour lequel il n'existe pas de « marche à suivre » si ce n'est favoriser l'émulation et la rendre visible. Mais nous venons de le voir, il n'est pas toujours aisé pour les individus de s'engager dans ces voies alternatives. Même sans parler de projets professionnels ou d'initiatives à l'échelle d'un territoire, le « simple » fait d'adopter des comportements différents de ceux auxquels nous a formaté le mode de pensée hégémonique menant la planète aux désastres peut représenter un véritable défi pour les raisons énumérées ci-dessus.

Toutefois, plusieurs stratégies sont proposées dans les champs de la psychologie et/ou de la communication afin d'aider à dépasser ces nombreuses barrières. C'est ce que nous verrons dans le chapitre suivant, où l'on tentera d'identifier - en fonction des barrières à l'adoption de comportements recensés ci-dessus - les pistes qui nous semblent prometteuses par leur pertinence mais aussi par leur applicabilité. En effet, il nous semble fondamental que les pistes explorées soient appropriables par les différents acteurs qui le souhaitent, qu'elles soient opérationnelles et qu'elles ne restent pas lettre morte. Pour ce faire, après avoir passé en revue différentes stratégies, nous irons donc sur le terrain afin de voir comment elles peuvent être mises en œuvre.

2.5 Question de recherche et hypothèses

Au vu du questionnement général à l'origine de ce travail et du cadre théorique posé ci-dessus, la question de recherche à laquelle nous souhaitons apporter des éléments de réponse est la suivante : *Comment surmonter les barrières psychologiques à l'adoption de comportements durables ?*

De cette question de recherche découlent les hypothèses suivantes qui seront à vérifier tout au long de ce travail :

- 1) *La communication/sensibilisation environnementale est un outil utile pour promouvoir les comportements durables, à condition d'être enrichi par l'apport de connaissances issues de la psychologie sociale*
- 2) *La source des messages de sensibilisation est un élément essentiel et peut influencer l'adoption des comportements préconisés*
- 3) *L'influence sociale est un levier puissant pour l'adoption de comportements durables au niveau individuel*
- 4) *La dimension collective de la transition constitue un des points centraux pour dépasser les barrières psychologiques à l'adoption de comportements durables au niveau individuel*

L'hypothèse 1) est fondée sur le constat d'une difficulté pour les campagnes de sensibilisation à déboucher sur des comportements effectifs. En ce sens, il est à supposer que les méthodes « classiques » ne sont pas efficaces. Toutefois, plutôt que de considérer la communication environnementale comme définitivement incapable d'influencer les comportements, nous estimons que la psychologie sociale est en mesure d'apporter des éléments permettant de renouveler ces méthodes et d'en augmenter l'efficacité.

L'hypothèse 2) part elle aussi du constat de l'inefficacité des méthodes classiques de sensibilisation à déboucher sur des comportements effectifs. Le postulat ici est celui que l'efficacité des messages de sensibilisation pourrait finalement reposer davantage sur la forme de ces derniers que sur leur contenu. Nous pensons effectivement qu'un même

message, mais délivré par un messenger différent, n'aura pas le même impact. Cette hypothèse-ci a d'ailleurs été à la source de notre étude de terrain.

L'hypothèse 3) est fondée sur l'idée que si beaucoup de barrières psychologiques émergent des « autres » et de notre rapport aux normes sociales, c'est par des méthodes ayant recours à ces « autres » qu'il sera possible de les dépasser.

L'hypothèse 4) part du constat dressé ci-dessus, à savoir une responsabilité globale face aux phénomènes environnementaux ainsi que les nombreuses barrières psychologiques liées à l'aspect collectif (ce que les « autres » font ou ne font pas, l'efficacité d'une action isolée VS une action collective, l'inégalité perçue, etc.). Par conséquent, même si nous parlons de comportements individuels, il semble fondamental de considérer cette dimension collective dans la réponse à notre question de recherche.

2.6 Méthodologie

Afin de répondre à notre question de recherche et les hypothèses qui en découlent, nous procéderons en deux parties.

Des éléments de réponse seront d'abord amenés via un tour d'horizon de la littérature s'étant penché sur la problématique du hiatus entre attitudes favorables à la protection de l'environnement et comportements réellement adoptés. Il s'agit en effet d'un champ foisonnant depuis quelques années, à mesure que le besoin d'agir se fait plus criant et que le constat de lenteur de la transition s'accroît. Nous insisterons davantage sur quelques-unes de ces stratégies, à savoir celles qui nous semblent particulièrement résonner avec les principales barrières psychologiques à l'adoption de comportements durables exposées précédemment.

Après la lecture, l'observation puis la pratique. Dans un second temps donc, nous procéderons à une étude de cas. Intégrée à un projet de recherche entre le Laboratoire de psychologie sociale de l'UNIL (UNILaPS) et la commune de Montreux, nous avons pu mettre nos hypothèses à l'épreuve des faits en ayant à disposition – pour observation et expérimentation – *La Fourmilière*, plateforme numérique, citoyenne et participative dédiée à la durabilité mise en place à l'initiative de Montreux. Nous en dirons davantage au sujet de cette plateforme dans la troisième partie du travail. Nous précisons qu'une seconde partie « méthodologie » figurera également dans cette partie afin de détailler la méthodologie

utilisée pour l'étude de cas précisément. Il nous est paru en effet plus cohérent (et plus clair) de traiter indépendamment ces deux parties méthodologiques.

3 LA RENCONTRE DE LA PSYCHOLOGIE ET DE LA COMMUNICATION POUR DÉPASSER LES BARRIÈRES À L'ADOPTION DE COMPORTEMENTS DURABLES

Les différents éléments abordés jusqu'ici ont non seulement le mérite de nous aider à comprendre l'un des paradoxes les plus criant de notre époque, mais aussi et surtout de nous enseigner sur quels leviers agir pour tenter de dépasser les obstacles aux changements de comportements. Comme dit, de nombreuses mesures sont nécessaires à différentes échelles et il n'existe pas de solution miracle. Nous nous concentrerons toutefois, dans ce travail, sur la communication environnementale en tant qu'outil à même de permettre de surmonter certaines des barrières énumérées ci-dessus. En effet, de nombreuses études attestent que l'efficacité d'un message dépend de plusieurs variables, sur lesquelles il est précisément possible de travailler. Ces variables sont les caractéristiques de la source (crédible, inspirant, incohérent, etc.), la construction du message (arguments et valeurs mobilisés dans le discours, etc.), le type de conclusion (explicite ou implicite) et le contexte dans lequel le message est émis (contexte de contrainte ou non, contexte agréable ou non, etc.). (Joule & Beauvois, 2014 ; Girandola, 2003 ; Girandola & Joule, 2008).

Ainsi, en adoptant une approche interdisciplinaire et en intégrant les apports des dernières décennies dans les domaines de la psychologie, de la communication, de l'engagement public et/ou des autres sciences s'intéressant à la façon dont les messages influencent la façon dont les individus se (dés)engagent, plusieurs données peuvent servir à améliorer les efforts de communication environnementale (Markowitz & Guckian, 2018). Abordons ici quelques-unes des pistes proposées.

3.1 Créer un sentiment de proximité

Le changement climatique représente un problème extrêmement difficile à anticiper pour notre psychologie de fond. Les menaces associées paraissant majoritairement distantes dans le temps et dans l'espace, il est alors nécessaire de le ramener dans une sphère proche en soulignant l'idée que ce changement a déjà lieu, ici et maintenant (Marshall, 2017). Afin de créer ce sentiment de proximité, les communicants devraient particulièrement veiller à éviter

de placer le changement climatique dans le cadre d'une menace pour des populations lointaines et pour les non-humains majoritairement car ce faisant, ils participent à ce sentiment d'éloignement (Marshall, 2017).

Les épisodes récents de gel – qui ont détruit de nombreuses cultures de vignes et d'arbres fruitiers en Europe en 2021 – représentent des exemples de la façon dont le changement climatique peut être ramené dans une sphère plus proche. En faisant dans leurs titres un lien entre les désastres sur les cultures et réchauffement climatique, plusieurs médias^{8 9} ont à notre sens contribué à faire de ce phénomène paraissant invisible et lointain une préoccupation tangible et perceptible. C'est par ce type de communications que le sentiment de proximité du changement climatique peut être éveillé. Ces événements sont évidemment dramatiques et nous n'en souhaitons pas la réalisation pour servir ce sentiment de proximité. Toutefois, lorsqu'ils ont lieu, il est important que les discours mettent systématiquement en lumière leur lien avec le dérèglement climatique.

Mais réduire le sentiment d'éloignement ne se résume pas à jouer sur les dimensions géographiques et temporelles. En effet, les valeurs mobilisées dans les discours de sensibilisation influencent elles aussi la résonance des informations transmises et peuvent accentuer ce sentiment d'éloignement – idéologique cette fois – du changement climatique.

3.2 Ne pas cantonner le changement climatique à une problématique environnementale

La base de toute communication n'est-elle pas le fait de trouver un langage que le destinataire est en mesure de comprendre ? Si cette question rhétorique peut paraître triviale, elle nous semble toutefois fondamentale et légitime car outre la langue en tant que telle, les valeurs nous semblent elles aussi constituer une forme de langage. Or, souvenons-nous de « *la pluralité des valeurs au sein d'une société, en particulier dans une société démocratique* », pour reprendre les termes de Norton (Hess, 2013, p.203) cité en introduction de ce travail.

⁸ Guyonnet, P. (2021, 9 avril). Si les gelées d'avril sont aussi terribles, c'est à cause du réchauffement climatique. Consulté le 20 avril 2021, à l'adresse https://www.huffingtonpost.fr/entry/si-les-gelees-davril-sont-aussi-terribles-cest-a-cause-du-rechauffement-climatique_fr_607071d4c5b6c795e1529b92

⁹ Mauges-sur-Loire. Le gel des vignes et vergers est lié au réchauffement climatique. (2021, 18 avril). Consulté le 20 avril 2021, à l'adresse <https://www.ouest-france.fr/pays-de-la-loire/mauges-sur-loire-49620/le-gel-des-vignes-et-vergers-est-lie-au-rechauffement-climatique-c01b51b9-667d-4892-9871-711a053eb1cc>

Si cette pluralité est un état de fait, il devient alors évident que les discours de sensibilisation doivent reposer sur plusieurs valeurs, différentes en fonction des publics, afin que le message transmis soit compris de tous (Spence & Pidgeon, 2010).

Il est donc temps de faire sauter les frontières et de prendre en compte la pluralité de valeurs qui compose la société. Le changement climatique – bien que s’inscrivant dans le cadre des préoccupations environnementales – n’appartient pas aux écologistes et n’est pas uniquement une question environnementale. Il s’agit en effet d’une problématique bien plus large et dès que nous le plaçons dans une catégorie, nous limitons la compréhension du problème et réduisons son audience (Marshall, 2017). Ainsi, il serait judicieux de limiter tous les éléments de langage, images ou symboles qui cantonnent le changement climatique au domaine exclusif de l’écologie (ours polaires, « sauvons la planète », etc.). Un discours écologiste faisant référence à la valeur intrinsèque de la nature pour en appeler à des comportements durables résonnera chez ceux dont les valeurs s’en rapprochent mais ne fera que peu de sens pour d’autres. Or, les discours de sensibilisation n’ont pas pour objectif de prêcher des convaincus, au contraire.

Faire sauter les frontières et identifier ce qui motive l’audience, quelles sont les valeurs des individus qui la composent, quelles contraintes et barrières sont rencontrées, qui écoutent-ils et respectent-ils, et adapter la communication à ces données représente donc une étape cruciale (Spence & Pidgeon, 2010 ; Markowitz & Guckian, 2018). Des cadrages qui parlent et correspondent aux différentes audiences sont essentiels, puisque « *les cadres construisent un problème, fournissent une perspective à partir de laquelle l’interpréter et influencent profondément le degré de persuasion que nous trouvons dans l’information communiquée* » (Moser, 2010, p.39).

En fonction de l’audience, ce cadrage peut par exemple passer par le fait de mettre en exergue les pertes ou les gains économiques résultant respectivement de l’inaction ou de l’action (Spence & Pidgeon, 2010).

De manière générale, il est suggéré de faire le lien entre les informations que l’on souhaite véhiculer et les besoins/valeurs de l’auditoire afin de modeler le discours et de l’adapter en ce sens (par exemple : santé publique, répercussions locales, économie, etc.) (Markowitz & Guckian, 2018). L’hypothèse sous-jacente est relativement simple : les individus qui

partagent des croyances et valeurs communes devraient être plus enclins à réagir de manière semblable à une communication environnementale adaptée, alors que cette même communication ne fonctionnera certainement pas sur un public animé par d'autres valeurs et croyances (Markowitz & Guckian, 2018). Comme évoqué plus tôt, via le mécanisme de perception sélective, parmi les nombreuses informations portant sur le thème de l'environnement, seule une partie sera retenue, celle « *qui correspond à ses intérêts, opinions et valeurs personnelles* » (Berteau, 2015, p.15).

Illustrons ce point par un exemple concret comté par Rob Hopkins, fondateur du mouvement des « villes en transition » (Dion, 2018). Ce dernier raconte comment un groupe qui cherchait à lancer une ville en transition en Angleterre échouait à éveiller l'intérêt des habitants. Un jour, ils se posèrent tout simplement la question de savoir ce qui rassemblait les habitants de leur petite ville, ce qui intéressait tout le monde ou presque. Sans aucun doute, ni le réchauffement climatique, ni le pic pétrolier. Mais la bière. Le groupe lança donc un projet de microbrasserie locale et pari réussi : il y eut foule. Une fois les habitants réunis autour de la bière, le groupe introduisit gentiment l'idée de relocaliser la nourriture, l'énergie, l'économie, ... et petit à petit, ils parvinrent à rassembler autour d'un projet de transition. Une anecdote qui fait sourire, mais aussi prendre conscience que non, l'écologie n'est malheureusement pas, à cause des idées reçues associées (sacrifice, inconfort, etc.), une cause qui rassemble les foules et qu'il est nécessaire de sortir d'un discours unilatéral pour susciter l'intérêt et la mobilisation.

3.3 Valoriser les solutions, les alternatives, la capacité d'action

Nous l'avons évoqué, le changement climatique suscite parfois de la peur qui peut devenir paralysante dont l'origine est un sentiment d'impuissance ou d'ignorance quant aux possibilités d'action au niveau individuel. Il est donc important de veiller à la « dose » d'alarmisme injectée dans les discours de sensibilisation. En effet, communiquer sur la gravité de la situation, l'urgence d'agir, les risques encourus devrait se faire de façon à en dire assez pour susciter l'action sans toutefois basculer dans des discours paralysants. Les réactions aux discours teintés d'alarmisme peuvent être radicalement opposées en fonction de la construction du discours. Une communication « négative » et alarmiste concentrée principalement sur les conséquences du changement climatique aura tendance à conduire les individus à se détourner du problème, à sombrer dans le désespoir, voire le déni (Ereaut &

Segnit, 2006 ; Stern, 2012 ; Weinstein & al., 2015 ; Hornsey & Fielding, 2016). À l'inverse, proposer et valoriser les solutions possibles peut faire place à une peur « utile », incitant à agir et à s'engager face au danger car renforçant le sentiment d'efficacité et d'espoir (Stern, 2012 ; Markowitz & Guckian, 2018). Ainsi, un certain nombre de précautions doivent être prises afin de provoquer des émotions mobilisatrices plutôt que paralysantes (Moser, 2007).

Le sentiment d'efficacité et l'encouragement peuvent eux-mêmes aussi être augmentés en ayant recours à la rétroaction : en communiquant aux individus les effets positifs de leurs modifications de comportement, cette technique est un bon moyen d'encourager au maintien de nouveaux comportements (Dupré, Dangeard, Meineri, 2014). En effet, la causalité positive entre efficacité, espoir et comportements est démontrée depuis longtemps dans le champ de l'action collective et du changement social (Hornsey & Fielding, 2016). Nous reviendrons plus en détail sur cette méthode de la rétroaction en abordant les stratégies d'influence sociale.

Afin de valoriser les solutions et les alternatives, une stratégie consiste à en faire un récit positif, de lier les solutions au changement climatique aux sources du bonheur (Marshall, 2017 ; Dion, 2018). Non seulement pour défaire la représentation (trop) répandue de sacrifices, d'inconfort et de retour à l'âge de pierre associée aux modes de vie respectueux de l'environnement, mais aussi simplement pour inciter au changement. En effet, nous avons fondamentalement tous envie de protéger le statu quo, position plus confortable que celle de devoir remettre en question nos modes de vie. Pour contrer cela, nous avons donc besoin d'un récit dans lequel notre adaptation au changement climatique offre la possibilité de créer un monde plus juste, plus équitable, plus coopératif et solidaire. Car les individus sont très sensibles aux valeurs de coopération, de vie meilleure pour leurs enfants, de communautés prospères et aux rapports qu'ils entretiennent avec leurs amis, voisins, familles (Marshall, 2017). Ainsi, contrairement aux hypothèses qui sous-tendent la communication conventionnelle, les incitations à passer à l'action qui font appel à l'intérêt personnel uniquement sont vouées à l'échec (Marshall, 2017). La forme du récit est aussi plus recevable et plus efficace pour susciter du changement que des données scientifiques puisqu'elle en appelle à notre cerveau émotionnel, tandis que les données scientifiques ne touchent que notre cerveau rationnel (Marshall, 2017). Il est donc essentiel de raconter des histoires engageantes et positives, en ayant recours à des formes et des éléments narratifs

connus afin de transmettre les informations de façon originale et impactante pour nos cerveaux émotionnels. Et bien sûr, des histoires qui se terminent sur une issue positive et des solutions (Markowitz & Guckian, 2018), car il a maintes fois été démontré que les messages d'espoir étaient associés aux efforts destinés à créer du changement social (Greenaway & al, 2016).

Parler de récit positif et de valorisation des alternatives nous fait inévitablement penser au film *Demain*, qui a rempli les salles pendant plusieurs mois après sa sortie en 2015. Un documentaire sur l'écologie qui dépasse le million d'entrées en France¹⁰, qui l'aurait parié ? Il est justifié de parler ici de phénomène social, prouvant la pertinence et le besoin de récits positifs et orientés vers des solutions concrètes. Nous rejoignons Cyril Dion et Mélanie Laurent lorsqu'ils attribuent le succès de leur film au fait qu'« *après avoir vu tous les autres documentaires qui montraient ce qui va mal, plein de gens sont prêts à agir. Et le film leur donne à la fois des idées et leur montre des gens qui leur ressemblent et qui agissent déjà. Ça leur donne du courage* » (Trudel, 2016). Et face aux critiques qui leur ont reproché une vision « bisounours », occultant la gravité des problèmes, ces derniers de répondre : « *On ne les occulte pas ! On alterne entre les deux. On explique d'abord ce qui ne va pas avant de parler des solutions. Et c'est ça qui marche. Des études dans le domaine des neurosciences montrent que quand vous arrivez avec une énorme mauvaise nouvelle sans proposer de solution, vous laissez les gens dans une forme d'angoisse, qui conduit souvent à du déni, de la fuite* » (Trudel, 2016).

3.4 Confronter les fausses informations

Le climat étant un sujet complexe et comportant son lot d'incertitudes, il est facilement gangrené par de fausses informations ou mauvaises interprétations qui peuvent interférer avec les informations scientifiques précises et justifier une inaction. La méthode la plus efficace pour réduire la désinformation consiste à contrer ces dernières par des alternatives factuelles (Markowitz & Guckian, 2018). Ces alternatives doivent être simples, convaincantes et – idéalement – expliquer l'origine et la motivation de la désinformation. Par exemple, au sujet de la soi-disant absence de consensus scientifique sur le changement climatique, les communicants devraient mettre en avant les études démontrant un consensus de 97 % parmi les scientifiques, mettre en garde les individus et réfuter le raisonnement

¹⁰ Demain (film, 2015) (s.d.). Dans Wikipédia. Consulté le 29 avril 2021, à l'adresse [https://fr.wikipedia.org/wiki/Demain_\(film,_2015\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Demain_(film,_2015))

derrière le mythe erroné. Pour éviter les effets de retour, il est également important de chercher à affirmer plutôt que d'attaquer les identités individuelles, encourager le scepticisme vis-à-vis des sources et des intentions de désinformation, et à démystifier celles-ci via des réfutations simples et brèves.

Mais si cette stratégie fonctionne pour réfuter les doutes chez certains, elle s'avérera inefficace envers les plus sceptiques (Bain et al., 2012). Ainsi, la réponse naturelle consistant à redoubler d'efforts pour convaincre de la réalité du changement climatique semble être un leurre vis-à-vis de ce public. Cela tient tout simplement au fait que l'évaluation de l'évidence (ou non) du changement climatique se fait par des cadrages différents selon que l'on y croie ou non. C'est – en somme – ce que nous évoquions en parlant des valeurs mobilisées dans les discours. Ainsi, pour toucher ces personnes, les communications devraient davantage se concentrer sur la manière dont les efforts d'atténuation peuvent participer à une meilleure société plutôt que de se concentrer sur les réalités scientifiques du changement climatique (Bain et al., 2012). Il n'y a évidemment pas de garantie que cela puisse suffire, toutefois, les chances sont plus élevées qu'en restant sur un discours purement scientifique, car *« les négationnistes sont unis sur le fait de ne pas croire au changement climatique anthropique, mais beaucoup croient déjà que les efforts d'atténuation peuvent avoir des effets positifs sur la société »* (Bain et al., 2012).

3.5 L'importance des messagers

Dans la formation d'une conviction, la confiance est plus importante que l'information. En effet, *« même lorsque nous sommes face à des preuves directes des extrêmes climatiques, nous restons principalement influencés par les opinions de ceux que nous connaissons et en qui nous plaçons notre confiance »* (Marshall, 2017, p.380). Ainsi, la meilleure façon de sensibiliser et de mobiliser est de passer par des communicants respectés et sincères. Des projets de communication déshumanisés – aussi grands soient-ils – ne parviendront pas à faire rentrer la nécessité d'agir dans la tête des gens, *« ce dont nous avons besoin, c'est des voix sincères et réelles, pas des slogans désinvoltés d'agences publicitaires »* (Marshall, 2017, p.387), ni des slogans greenwashés d'entreprises de mauvaise foi, ou encore de beaux discours tenus par des gouvernements dénués de réelles intentions.

Tous les efforts de communication abordés dans ce chapitre seront vains s'ils finissent délivrés par les mauvais messagers. En effet, une communication engageante efficace passe

par le recrutement de messagers de confiance et par le recours aux canaux de communication qui sont habituellement ceux de l'audience visée (Markowitz & Guckian, 2018). Revenons d'ailleurs un instant sur le succès du film *Demain*. Ce qui semble avoir aussi participé au succès de ce film, c'est le sentiment d'avoir à faire à un récit « *honnête, sincère* » (Krémer, 2016), que ce récit soit raconté par « *des gens qui ne sont pas dans la lumière mais qui créent, inventent, préparent l'avenir* » (Krémer, 2016), pour reprendre les termes de Nicolas Hulot au sujet de ce film-phénomène.

Cette importance des messagers à l'origine des démarches de sensibilisation fut d'ailleurs prise en compte dans notre étude de cas. Nous y reviendrons.

3.6 Les « autres » comme levier

En abordant les différentes barrières psychologiques à l'adoption de comportements durables, nous avons souligné l'importance particulière des « autres » en tant que frein et/ou levier à l'adoption de comportements durables, précisant que nous y reviendrions plus tard dans le travail. Et nous y sommes. Si les « autres » et les normes sociales représentent souvent – nous l'avons vu – un frein à l'évolution des comportements, n'est-il pas légitime de supposer qu'y réside également un potentiel prometteur ? La logique nous amène en tout cas à le penser. Mais la logique n'étant pas un argument suffisant, heureusement, la littérature scientifique nous le confirme. En effet, la psychologie sociale, en élargissant aux interactions sociales l'étude des processus mentaux (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, 2016, p.61), démontre par plusieurs études que les stratégies basées sur l'influence sociale sont efficaces à faire évoluer les comportements (Abrahamse & Steg, 2013 ; Amel et al., 2017). Mais avant d'aborder quelques-unes de ces stratégies, commençons par définir l'influence sociale : cette dernière fait référence à la manière dont notre comportement est influencé par ce que les autres font ou pensent (Abrahamse & Steg, 2013), à la façon dont des personnes ou groupes influencent nos pensées, sentiments ou actions (Forgas & Williams, 2001).

En nous basant sur la méta-analyse de Abrahamse & Steg (2013), passons en revue quelques stratégies d'influence sociale ayant fait preuve d'une efficacité particulière. La stratégie des *block leaders*, que nous avons sélectionné pour notre expérimentation, en fait partie.

3.6.1 Le recours aux normes sociales dans la fourniture d'informations

Il s'agit là de la stratégie d'influence sociale probablement la plus populaire et la plus utilisée pour encourager les changements de comportements (Abrahamse & Steg, 2013). Les normes sociales – abordées plus tôt dans le travail en tant que barrières psychologiques – sont, rappelons-le, les règles et standards guidant et/ou contraignant les comportements des membres d'un groupe (Cialdini & Trost, 1998). Les normes permettent – consciemment ou non (Nolan et al., 2008) - aux individus de s'orienter dans la manière d'appréhender les situations sociales, et en particulier celles dont le degré d'ambiguïté ou d'incertitudes est élevé (Cialdini and Goldstein, 2004). Or, nous l'avons vu, l'incertitude est inhérente aux problématiques environnementales. Nous pouvons ainsi en déduire que le poids des normes sociales est important quand il s'agit de savoir comment se comporter face à ces dernières.

Fournir des informations au sujet de ce que les « autres » font et ce à quoi ils adhèrent ou au contraire s'opposent encouragerait les récepteurs de ces informations à ajuster leurs comportements à ces normes (Abrahamse & Steg, 2013). Partant, si l'on parvient à intégrer, dans les discours de sensibilisation, un message laissant entendre que « les autres » économisent l'énergie, trient leurs déchets, mangent peu de viande, ne prennent pas l'avion, etc., et que, de plus, il semblerait qu'il n'y ait pas forcément besoin de le voir pour le croire (Nolan et al., 2008), cette stratégie devrait logiquement pouvoir servir la cause environnementale.

Mais malgré tout, comme le relèvent Abrahamse et Steg (2013), les normes saillantes et évidentes l'emportent et continuent de guider les comportements. Si l'on cherche à promouvoir un comportement en le présentant comme norme, voir une norme « inverse » répandue annulera alors l'effet recherché. Les chercheurs affirment par exemple que les individus seront plus enclins à jeter leurs déchets au sol dans des environnements pollués, quand bien même la norme dominante préconise de ne pas le faire. Par conséquent, comme abordé dans la partie « barrières psychologiques à l'adoption de comportements durables », il semblerait que tant que les normes dominantes n'auront pas changé de façon assez saillante, il restera compliqué de miser sur ces dernières pour modifier les comportements.

3.6.2 L'engagement public, ou le contrat comportemental

Il s'agit du comportement préparatoire le plus utilisé dans l'objectif de modifier durablement des pratiques (Dupré, Dangeard, Meineri, 2014). Il vise à obtenir des personnes un

« engagement contractuel » à s'engager dans un/des comportement(s), puis à rendre visible le nom des personnes qui se sont engagées (elles peuvent refuser cette publication si elles le souhaitent). Cette technique permet non seulement de matérialiser l'engagement, mais également de rendre visible la mobilisation collective à l'échelle du quartier, de la ville, ou de la commune.

Plusieurs raisons sont avancées pour justifier l'efficacité de cette technique. D'abord, il semblerait que quand les individus s'engagent à adopter un comportement, les attitudes et croyances rendant ce comportement « pertinent » deviennent plus saillantes (Kiesler, 1971) et se stabilisent dans le temps (Pallak et al., 1980). Dans la même logique, après s'être engagés publiquement, les individus seront plus sensibles et attentifs aux informations qui vont dans le sens de leur engagement (Pallak et al., 1972), renforçant et stabilisant ainsi leur position (Kiesler & Sakumura, 1966).

Joule & Beauvois (2014) distinguent toutefois deux types d'actes dans lesquels l'individu peut s'engager : ceux qui sont conformes à ses idées ou motivations (*actes non problématiques*), et ceux y sont contraires (*actes problématiques*). Ainsi, en fonction de l'acte envers lequel l'individu prend un engagement (problématique ou non problématique), les mécanismes à l'œuvre seront différents, mais toutefois efficaces : « *l'engagement dans un acte non problématique a pour effet de rendre l'acte et tout ce qui s'y rapporte (sur le plan comportemental aussi bien qu'idéal : idées, opinions, croyances, etc.) plus résistant au changement ; tandis que l'engagement dans un acte problématique conduit à une modification des contenus idéels dans le sens d'une rationalisation de l'acte* » (Joule & Beauvois, 2014, p.82).

Le besoin de consistance et de cohérence représente un mécanisme sous-jacent important pour l'efficacité de cette technique. En effet, l'individu ressentira non seulement un besoin de tenir son engagement afin d'éviter une dissonance, mais encore davantage si ce dernier l'engage publiquement, de par la pression sociale ressentie (Lokhorst et al., 2013). Il ressentira ainsi le besoin d'ajuster ses attitudes relatives à l'acte envers lequel il s'est engagé (Joule & Beauvois, 2014). Si la logique est assez triviale dans le cas d'actes non problématiques, cela peut être plus difficile à saisir pour les actes problématiques. Illustrons cela afin de faciliter la compréhension du mécanisme : il a pu être observé que lorsqu'un individu – peu favorable au mariage pour tous - était amené, dans un contexte de liberté et

d'engagement, à tenir un discours en faveur du mariage pour tous (donc contraire à ses attitudes), il modifiait ultérieurement ses attitudes dans le sens de l'argumentation développée, et devenait, en l'occurrence, plus favorable au mariage pour tous (Joule & Beauvois, 2014, p.82-83).

Cet engagement – pour fonctionner – doit être obtenu de manière volontaire, sans constituer un acte oppressant qui pourrait s'avérer dissuasif pour les individus. Il est important que l'individu se sente libre de s'engager et responsable de son engagement, que « *tout se passe (...) comme si l'individu faisait librement ce qu'il n'aurait jamais fait sans qu'on l'y ait habilement conduit et qu'il n'aurait d'ailleurs peut-être pas fait sous une contrainte manifeste* » (Joule & Beauvois, 2014, p.78).

Cette stratégie repose sur le postulat selon lequel « *l'individu n'est pas rationnel, mais rationalisant ; il agit et pense en fonction de ses actes antérieurs* » (Dupré, Dangeard, Meineri, 2014, p.3). Les expériences réalisées sur le contrat comportemental concluent majoritairement à des changements durables des comportements (Dupré, Dangeard, Meineri, 2014 ; Abrahamse & Steg, 2013).

3.6.3 Le recours à la comparaison sociale dans la fourniture d'informations

Nous l'avons évoqué, les individus ont une forte tendance à se comparer aux opinions et comportements des « autres » pour donner sens aux leurs et les orienter (Abrahamse & Steg, 2013). Basée sur ce mécanisme, la méthode de la comparaison sociale consiste précisément à fournir aux individus des données au sujet de leurs performances, comparée à celles des « autres » (Abrahamse & Steg, 2013). Plusieurs études expérimentales font état de l'efficacité de la comparaison sociale à influencer les comportements (Ferguson et al., 2011 ; Rabinovich et al., 2011).

Il existe toutefois deux processus de comparaison sociale : la comparaison sociale *ascendante* (*upward social comparison*), et la comparaison sociale *descendante* (*downward social comparison*) (Abrahamse & Steg, 2013). La comparaison sociale ascendante consiste à se comparer à des individus faisant « mieux » (Robert et al., 1976), ce qui peut avoir un caractère dévalorisant ; tandis que la comparaison sociale descendante consiste à se comparer à des individus qui font « pire », procurant ainsi un sentiment rassurant et

valorisant sur notre propre situation (Suls et al., 2002). Pour bénéficier de l'efficacité de ce mécanisme, nous estimons qu'avoir recours à une comparaison sociale ascendante sera plus appropriée. En effet, la comparaison sociale descendante peut amener les individus à se conforter dans leurs pratiques actuelles, estimant qu'ils en font déjà assez, et qu'ils n'ont pas à en faire davantage que les « autres » (sentiment d'inégalité perçue, abordé plus tôt, Gifford, 2011). Par contre, la comparaison sociale ascendante peut amener l'individu à se considérer « en décalage », et l'inciter à s'aligner aux performances mobilisées dans la comparaison.

En outre, selon la théorie de la comparaison sociale (Festinger, 1954), nous avons naturellement davantage tendance à nous comparer à des individus « similaires » à nous-même en termes de caractéristiques socio-économiques, les considérant comme, précisément, « comparables ». Ils sont aussi perçus comme plus convaincants, et plus « appréciables » (Cialdini, 2001) que des individus trop « différents ». Par conséquent, le recours à la comparaison sociale comme stratégie pour modifier les comportements sera plus efficace lorsque des « semblables » sont comparés entre eux (Festinger, 1954), par exemple les habitants d'un même quartier (Nolan et al., 2008). Ce postulat a également été retenu pour notre terrain.

3.6.4 Le feedback sur les performances du groupe

Bien que les effets globaux de nos changements de comportements en matière environnementale soient différés dans le temps, il est toutefois possible de procéder à des feedbacks « ponctuels » et « localisés » sur une pratique en particulier afin de souligner les effets directement mesurables des pratiques durables. Cette stratégie peut influencer sur le *locus de contrôle* des individus en démontrant les impacts positifs obtenus grâce aux nouveaux comportements adoptés (Kluger & DeNisi, 1996). Un feedback peut être – nous l'avons évoqué – donné au niveau individuel, augmentant le sentiment d'auto-efficacité (Bandura, 1997), ou à un niveau collectif, augmentant le sentiment d'efficacité du groupe, par exemple lorsque les données individuelles ne sont pas disponibles (Abrahamse & Steg, 2013). Le mécanisme de feedback collectif repose sur la même logique que celui des normes sociales, en ce qu'il informe sur ce que les « autres » font. La différence est que le feedback intègre l'individu auquel sont fournies ces informations (Abrahamse & Steg, 2013). Fournir ce feedback collectif peut alors mettre en avant l'effort collectif et augmenter le sentiment d'efficacité collective (Bandura, 1997). Il permet aussi de renforcer la preuve sociale

d'engagement. Or, êtres fondamentalement sociaux, nous sommes plus motivés à agir lorsque nous savons que nos pairs passent à l'action, que nos actions renforcent ainsi notre identification et notre sentiment d'appartenance au groupe social. À contrario, une communication trop individualisante n'incite pas à l'action collective car elle est associée aux thèmes de la solitude, de l'isolement et du désespoir (Marshall, 2017).

Finalement, ce mécanisme de feedback collectif participe à et alimente celui des normes sociales (Siero et al., 1989) en faisant possiblement émerger une nouvelle norme au sein du groupe, et conjointement, une pression des pairs à se conformer à cette norme.

3.6.5 La modélisation

Cette intervention vise – comme son nom l'indique – à avoir recours à des « modèles » adoptant eux-mêmes le comportement recommandé afin de « montrer l'exemple ». L'hypothèse sous-jacente est que les individus s'engagent dans un comportement après avoir vu d'autres individus le faire (Abrahamse & Steg, 2013). Toutefois, s'il est reconnu que la modélisation encourage le changement de comportements, il n'est pas encore clair si cette efficacité dépend des caractéristiques du modèle (semblables à celui qui l'observe), ou du niveau d'appréciation du modèle (personne appréciée, admirée) (Abrahamse & Steg, 2013). Il semble également que les normes viennent y jouer un rôle : si plusieurs « modèles » adoptent un comportement, la conformité à ce comportement est plus élevée (Aronson and O'Leary, 1982). Par conséquent, il est probable que la modélisation débouche gentiment - une fois le nombre de personnes engagées dans le comportement promu ayant augmenté – sur une nouvelle norme, encourageant les autres à s'y conformer (Abrahamse & Steg, 2013).

3.6.6 Les « block leaders »

Si cette stratégie se rapproche de celle décrite ci-dessus, quelques nuances viennent toutefois l'en différencier. Si les « modèles » ne font « que » réaliser le comportement recherché, les *block leaders*, eux, aident aussi à informer, à sensibiliser d'autres individus sur un sujet défini et à promouvoir des comportements précis (Abrahamse & Steg, 2013). Leur rôle peut donc être défini comme plus « actif » que celui des modèles.

Aussi appelés *ambassadeurs*, ces derniers ont une particularité qui représente d'ailleurs le fondement théorique de la stratégie : ils partagent des caractéristiques similaires à celles des

personnes que l'on souhaite informer/sensibiliser/influencer et font partie du même « cercle social » (Abrahamse & Steg, 2013). Or, selon la théorie de la diffusion de l'information (Rogers, 1995), ces « cercles sociaux »¹¹ jouent un rôle important dans la diffusion de l'information. La transmission d'informations serait plus efficace lorsqu'elle est effectuée par des individus du même cercle.

Deux paramètres sont identifiés comme expliquant cette efficacité : d'une part, le fait qu'il préexiste un réseau entre le *block leader* et les destinataires profite à une diffusion large et rapide de l'information. Plus les liens sont nombreux, forts et serrés entre le *block leader* et son cercle, plus l'information se diffusera rapidement et plus cette dernière aura de chance d'influencer les comportements (Granovetter, 1973). L'information aura ainsi davantage de chances d'atteindre l'effet escompté si elle est fournie via des liens forts (membres de la famille) que si elle nous parvient par des liens faibles (simples connaissances, autorités) (Abrahamse & Steg, 2013 ; Dupré, Dangeard, Meineri, 2014). L'efficacité de cette méthode repose donc également sur le « principe d'appréciation » : plus le *block leader* est apprécié, plus son action sera efficace (Cialdini, 2001).

D'autre part, les individus sont davantage enclins à se conformer lorsqu'ils perçoivent des similarités avec la personne qui fournit l'information et/ou appelle au changement de comportement (Burger et al., 2004). Ces similarités peuvent être même très futiles : partager le même prénom ou la même date d'anniversaire suffirait parfois à provoquer un effet de conformisme (Burger et al., 2004).

À la différence des campagnes de communication/sensibilisation « classiques », l'approche *block leaders* ne repose donc pas sur une transmission d'informations « top-down », où la relation est asymétrique, mais sur une transmission horizontale, où la source de l'information est un « semblable ». Il apparaît désormais indéniable que la mobilisation de *block leaders* est bénéfique à la modification des comportements dans divers domaines (santé, éducation, environnement, etc.) (Dupré, Dangeard, Meineri, 2014). Cette approche a par exemple été

¹¹ L'auteur, anglophone, parle de « social networks ». La traduction littérale de ce terme étant « réseaux sociaux », nous préférons parler « cercles sociaux » afin d'éviter toute confusion.

mise en œuvre par l'association *Pro Natura* avec ses Ambassadeurs Nature¹² ou par *PET-Recycling Schweiz* pour sa campagne de sensibilisation au tri juste des déchets¹³.

De plus, ce type d'intervention présente plusieurs avantages : les *ambassadeurs/block leaders*, en faisant la promotion de comportements durables autour d'eux, auront tendance à chercher la cohérence et l'exemplarité en adoptant eux-mêmes les comportements qu'ils cherchent à promouvoir. Ceci participe donc à renforcer la dynamique de changement. Cette forme d'intervention – participative – permet également de décupler les efforts afin d'atteindre un public plus large - et de façon plus individualisée - que ne le permettrait une opération traditionnelle de communication (Dupré, Dangeard, Meineri, 2014).

Pour plusieurs raisons que nous évoquerons ci-dessous, cette stratégie nous a semblé particulièrement adaptée pour répondre à la demande de Montreux. De plus, y avoir recours dans ce cadre nous permettra de vérifier si cette stratégie, menée généralement en face à face, est également efficace sur des plateformes virtuelles. Les résultats obtenus pourraient ainsi potentiellement ouvrir la voie à une nouvelle forme de sensibilisation.

3.7 Conclusion intermédiaire : des outils importants pour les communicants

Nous avons jusqu'ici passé en revue les difficultés de communiquer au sujet de l'environnement, ainsi que les différents freins et barrière à l'adoption des comportements préconisés par cette même communication. Ce chapitre-ci, en abordant quelques pistes à la communication environnementale, permet ainsi d'ouvrir un champ des possibles qui avait été quelque peu terni jusqu'ici. La communication environnementale semble ainsi - paradoxalement peut-être - offrir au moins autant de possibilités d'action qu'elle recèle de difficultés et d'obstacles. Cependant, ce chapitre révèle également l'importance d'être attentif à chaque étape de la communication. Rien ne doit être laissé au hasard : émetteur, récepteur, message, support utilisé, tout doit être analysé, étudié et travaillé minutieusement afin de structurer sa communication de manière efficace en fonction de l'objectif visé.

¹² Pro Natura Genève (s.d.). Ambassadeurs Nature. Consulté le 1 mai 2021, à l'adresse <https://www.pronatura-ge.ch/fr/ambassadeurs-nature>

¹³ Lafargue, X. (2020, 16 septembre). Solutions – Des ambassadeurs pour mieux trier le PET. Consulté le 1 mai 2021 à l'adresse <https://www.tdg.ch/des-ambassadeurs-pour-mieux-trier-le-pet-614926286608>

Ces différentes stratégies de communication peuvent être d'une aide précieuse pour tous ceux qui souhaitent élaborer ou améliorer leur communication environnementale afin de la rendre plus engageante. Communiquer au sujet des thématiques environnementales n'est en effet pas une tâche aisée, pour diverses raisons. D'abord, il s'agit souvent de phénomènes complexes, non seulement à visualiser (puisqu'invisibles) mais aussi à comprendre (interdépendances, explications scientifiques, phénomènes globaux, etc.). Ramener ces phénomènes à une échelle appropriable pour l'individu représente par conséquent un réel défi. Une fois le phénomène vulgarisé, il est ensuite nécessaire – si l'on souhaite une mobilisation – d'offrir les pistes d'action appropriées, en tenant compte des marges de manœuvre, des motivations et valeurs mais aussi des freins et barrières des individus.

Afin de poursuivre notre réflexion, nous souhaitons à présent observer ce que peuvent donner quelques-unes des stratégies abordées ci-dessus en situation concrète. Aussi, percevant en l'influence sociale un puissant levier d'activation des comportements durables, nous souhaitons l'expérimenter dans la mesure du possible et avec les ressources à disposition (compétences, temps, terrain à disposition, marge de manœuvre).

Pour ce faire, nous avons pu intégrer un projet de recherche portant sur une plateforme numérique citoyenne et participative dédiée à la durabilité. Initiée par la commune de Montreux, celle-ci souhaitait recevoir des conseils de la part du laboratoire de psychologie sociale de l'UNIL afin de dynamiser sa plateforme, la jugeant jusqu'ici davantage consultative que participative. La volonté de la commune, à terme, est de voir émerger une véritable communauté autour de sa plateforme, espérant ainsi donner naissance à une dynamique durable et citoyenne sur le territoire également.

4 ETUDE DE CAS : MONTREUX ET *LA FOURMILIÈRE*

Avant d'entrer dans l'étude de cas en tant que telle, nous souhaitons d'abord procéder à une brève contextualisation. Il nous semble en effet important de préciser les rôles, objectifs et attentes du partenaire, puisque ces données influencent forcément l'étude que nous avons menée sur leur plateforme. Aussi, partant du principe que la problématique rencontrée par Montreux – un engagement jugé « trop faible » de ses citoyens – n'est pas propre à cette commune et se retrouve dans d'autres collectivités territoriales, nous commencerons par une vision d'ensemble des rôles, objectifs et attentes des communes vis-à-vis de la transition

écologique. Nous terminerons aussi, dans la quatrième et dernière partie de ce travail, par des recommandations globales pouvant servir à toutes les collectivités confrontées à ce défi.

4.1 Les communes dans et pour la transition écologique

Lors de la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement qui s'est tenue à Rio de Janeiro en 1992, plus de 180 États - dont la Suisse - se sont engagés à adopter l'Agenda 21, un vaste programme d'action visant à promouvoir le développement durable sur l'ensemble du globe au 21^{ème} siècle¹⁴. Géographiquement parlant, bien sûr, mais également à travers les différentes collectivités territoriales. Cela signifie que les engagements ne doivent pas uniquement être pris au niveau du gouvernement signataire, mais ruisseler sur le territoire de l'État en question : régions, départements, communes, établissements publics, communautés de communes, communautés d'agglomération. D'ailleurs, le document adopté à Rio stipule, dans sa Section III : *Renforcement du rôle des principaux groupes* ; article 28 : *Initiatives des collectivités locales à l'appui d'Action 21*, que :

« Les problèmes abordés dans Action 21 qui procèdent des activités locales sont si nombreux que la participation et la coopération des collectivités à ce niveau seront un facteur déterminant pour atteindre les objectifs du programme. En effet, ce sont les collectivités locales qui construisent, exploitent et entretiennent les infrastructures économiques, sociales et environnementales, qui surveillent les processus de planification, qui fixent les orientations et la réglementation locales en matière d'environnement et qui apportent leur concours à l'application des politiques de l'environnement adoptées à l'échelon national ou infranational. Elles jouent, au niveau administratif le plus proche de la population, un rôle essentiel dans l'éducation, la mobilisation et la prise en compte des vues du public en faveur d'un développement durable » (ONU, s.d.).

Les communes – l'échelle qui nous intéresse particulièrement ici - sont donc appelées à remplir plusieurs rôles dans la transition écologique. Dans le cadre de ce travail, nous nous concentrons essentiellement sur leur rôle d'éducation/mobilisation de leurs citoyens. Voyons

¹⁴ Agenda 21 (s.d.). Dans *Wikipédia*. Consulté le 19 avril 2021, à l'adresse https://fr.wikipedia.org/wiki/Agenda_21

toutefois les différents rôles qui leur incombent (symboliquement et moralement ; puisque l'Agenda 21 constitue un cadre non contraignant).

4.1.1 Montrer l'exemple

Les communes (tout comme les cantons et la Confédération) ont un rôle important d'exemplarité à tenir (Office fédérale du développement territorial & Direction du développement et de la coopération, 2007). Tout d'abord, dans la plupart des collectivités publiques, le potentiel d'économies de ressources est considérable. Cette démarche de réduction des ressources à l'interne est bénéfique en plusieurs points. Cela permet d'abord à l'institution de soutenir le développement durable à son échelle ; une démarche significative en termes d'économies de ressources mais aussi cohérente pour une instance publique qui incite ses citoyens à en faire autant. La crédibilité et la confiance sont les principaux atouts de la communication d'une instance publique (Office fédérale du développement territorial & Direction du développement et de la coopération, 2007). De simples valeurs proclamées et restant lettres mortes ne suffisent évidemment pas. Il est nécessaire de les appliquer à l'interne avant de vouloir les insuffler à l'externe, sans quoi tous les efforts de mobilisation resteront certainement vains. Bien sûr, il est également important de communiquer sur ce point, afin de rendre visibles les efforts réels entrepris par l'institution.

De plus, chaque institution constitue une « société miniature », avec de nombreux collaborateurs. Insuffler la durabilité à l'interne permet d'une part d'impliquer ces derniers et de les sensibiliser via les démarches entreprises. Mais cela permet aussi d'amorcer une démarche collective au sein de l'institution, où les différents acteurs peuvent amener leurs points de vue, idées, réticences, fêter leurs succès ensemble, et garantir le maintien de cette tâche sur le long terme. Du moment que la notion de durabilité est largement ancrée dans l'institution, sa pérennité a plus de chance d'être assurée indépendamment des changements de personnes dans l'administration. Et puisque chaque collaborateur est également un citoyen, il y a fort à parier que ces derniers, si sensibilisés et convaincus par les démarches, seront davantage enclins à perpétuer les bonnes pratiques entreprises dans le cadre professionnel, à se mobiliser dans la sphère citoyenne, ainsi qu'à, possiblement, porter le message de sensibilisation plus loin (famille, amis).

4.1.2 Développer des programmes d'action

Il est également du ressort des communes de développer des programmes d'action. Le plus connu d'entre eux est certainement le fameux *Agenda 21* (ou *Agenda 2030*, plus récemment), dont disposent déjà de nombreuses communes suisses. Ce dernier sert de cadre aux actions et projets, fixe les priorités et donne les moyens pour s'orienter vers un développement durable. En tant que référentiel relativement répandu, ce dernier permet aux communes de communiquer entre elles afin d'échanger leurs expériences, idées et résultats. C'est notamment l'objectif visé par l'association suisse *Coord21, Collectivités pour un développement durable*¹⁵, association des collectivités et institutions de droit public de Suisse romande et du Tessin qui sont engagées dans une démarche de développement durable. Elle regroupe actuellement 4 cantons et 63 communes, qui peuvent alors accéder à une plateforme d'échange de leurs expériences respectives. Les échanges et la mutualisation des efforts sont des composants essentiels de tels programmes, non seulement pour leur adaptation en fonction de l'évolution des connaissances et de la situation environnementale, mais également pour leur développement et leur mise en place. En effet, leur élaboration est appelée à être participative, c'est-à-dire à impliquer différents acteurs tels que les associations locales, les citoyens, les entreprises. La trajectoire vers une commune (pays, monde) durable se devant d'être collective, et l'une des composantes du triptyque du développement durable étant la dimension sociale, il est fondamental de penser et d'élaborer ces programmes en représentant une majorité d'acteurs possibles afin de parvenir à des programmes adaptés, acceptés, mais aussi applicables.

4.1.3 Rendre possibles les pratiques durables

Les communes disposent de certains pouvoirs qui sont en mesure de favoriser l'adoption de comportements durables sur le territoire en question. En effet, comme le stipule l'Agenda 21 de Rio, « *ce sont les collectivités locales qui construisent, exploitent et entretiennent les infrastructures économiques, sociales et environnementales* » (ONU, s.d.). Or, bon nombre de comportements dépendent des infrastructures territoriales. Prenons l'exemple de la mobilité. Afin de diminuer les émissions de CO₂ liées à la combustion de carburants fossiles, il est nécessaire de favoriser les transports publics et la mobilité douce. Toutefois, si le

¹⁵ Coord21, Collectivités pour un développement durable. (s.d.). Qui sommes-nous ? Consulté le 10 mars 2021, à l'adresse <https://www.coord21.ch/>

territoire en question ne dispose d'aucune piste cyclable (ou très peu), et que la desserte en matière de transports publics laisse à désirer, il y a fort à parier que les habitants continueront d'utiliser leur véhicule privé. Il est alors du ressort de la collectivité territoriale de mettre en œuvre les développements requis pour favoriser cette transition vers la mobilité douce. Et il en va de même pour de nombreux autres comportements dépendants de paramètres externes, sur lesquels le citoyen n'a pas de prise directe mais sur lesquels les collectivités territoriales peuvent, elle, avoir une influence.

4.1.4 Sensibiliser et mobiliser les citoyens

Une commune, c'est un territoire géographique défini, une administration, des politiques ; mais ce sont avant tout des citoyens. D'ailleurs, le mot « commune » est issu du latin *communia*, qui signifie « réunion de gens ayant une vie commune »¹⁶. Il est alors évident que si une commune décide de s'engager sur le chemin de la durabilité, elle ne peut pas uniquement verdir son administration et les infrastructures (bien que cela soit une étape nécessaire), elle doit aussi emmener ses citoyens avec elle. En effet, viser un territoire durable sous-entend notamment d'agir pour la maîtrise de la consommation d'énergie, pour le développement de la collecte des déchets, pour un recours accru aux transports publics et à la mobilité douce, etc. ; pratiques dont les citoyens sont les acteurs. De plus, les changements de comportements en matière d'environnement sont devenus un objet d'intervention des pouvoirs publics car « *historiquement, la volonté des pouvoirs publics d'influer sur le comportement des individus peut être considérée comme nécessaire et donc légitime lorsque les individus vont contre leur propre intérêt en raison de leurs addictions (tabac, alcool, drogues, etc.) et quand, et c'est le cas le plus fréquent, les comportements individuels ont des conséquences sur le reste de la société. Les politiques publiques cherchent alors à réduire les comportements ayant des conséquences collectives négatives et à favoriser ceux dont l'impact est positif* » (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, 2016, p.11). La question des comportements éco-citoyens entre donc en ce sens dans le domaine du pouvoir public.

Comme précisé tout au long de ce travail, nous souhaitons nous concentrer sur la question de la modification des comportements individuels, et plus particulièrement sur le

¹⁶ Centre national de ressources textuelles et lexicales (s.d.). Commune. Dans *Centre national de ressources textuelles et lexicales*. Consulté à l'adresse <https://www.cnrtl.fr/definition/academie9/commune>

dépassement des barrières psychologiques à ceux-ci. Par conséquent, nous focaliserons notre attention sur cette dimension précise, sans pour autant – une fois de plus – sous-estimer leur importance et leur implication dans la modification des comportements eux-mêmes. Voyons donc comment les communes peuvent procéder pour agir sur les comportements écocitoyens.

4.2 À chaque objectif son/ses instrument(s)

Les méthodes et outils disponibles pour agir sur les comportements des citoyens sont multiples : éducation, information, communication engageante, *nudges*, accompagnement au changement, incitations économiques, obligations réglementaire ou juridiques, etc. Ces instruments à disposition ne sont toutefois pas neutres et combinent différentes caractéristiques révélatrices des objectifs visés ainsi que des voies privilégiées pour les atteindre (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, 2016, p.14).

D'une part, les outils choisis sont plus ou moins coercitifs, laissant ou non le choix à l'acteur de modifier son comportement. Ils répondent également à des objectifs différents : informer, offrir plus d'alternatives, supprimer la disponibilité de certaines alternatives, etc. Les cibles varient aussi : si certains instruments sont destinés à l'individu, d'autres visent « *des acteurs individuels ou collectifs qui vont modifier l'environnement social et matériel dans lequel l'individu évolue* » (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, 2016, p.14). L'orientation vers l'un ou l'autre des instruments dépendra de l'appréciation par les communes des problèmes à résoudre, car comme le relève Perret (2010, p.41), le choix d'un objectif plutôt qu'un autre révèle « *l'état des représentations sociales d'un problème à un moment donné* ».

Il s'agit aussi, pour les collectivités, de savoir quel type de pouvoir elles souhaitent mobiliser (pouvoir d'influence, pouvoir de fourniture de biens et services, pouvoir rémunérateur, pouvoir de contrainte). En fonction des instruments choisis, des légitimités différentes sont engagées, « *la légitimité de l'intérêt général à travers la loi qui oblige et sanctionne ; la recherche de l'efficacité économique et sociale à travers des incitations (fiscales, financières, etc.) à adopter les "bons" comportements ; la responsabilisation et l'éducation des citoyens à travers l'information* » (Dujin & Maresca, 2012, p. 20).

Bien sûr, étant donné les sous-bassements propres à chacun de ces instruments, ces derniers ne sont pas interchangeables et recourir à l'un ne dispense pas de recourir à l'autre. Au

contraire, il est important de choisir un instrument adapté à chaque objectif, et si plusieurs objectifs sont visés, il est alors nécessaire de se prémunir de plusieurs instruments. Toutefois, il est essentiel pour les communes de se positionner sur ces questionnements, puisque *« l'instrumentation de l'action publique est un enjeu majeur de l'action publique car elle est révélatrice d'une théorisation (plus ou moins explicite) du rapport gouvernant/gouverné, chaque instrument étant une forme condensée de savoir sur le pouvoir social et les façons de l'exercer »* (Lascoumes & Le Galès, 2004, p. 29).

Dans le tableau ci-dessous (tableau 2) – tiré d'un rapport de l'Agence de l'Environnement et de la maîtrise de l'énergie (2016) intitulé *« Changer les comportements, faire évoluer les pratiques sociales vers plus de durabilité »* puis adapté en fonction de nos besoins – sont synthétisés les différents instruments à disposition des collectivités en fonction de leurs objectifs et de la façon dont elles souhaitent y parvenir. Y figurent également les sous-bassement théoriques, autrement dit les approches scientifiques à l'origine des théories derrière chaque type d'instrument.

| | | | | |
|-----------------------------------|---|---|--|--|
| Niveau de coercition | Non coercitif/incitatif : la puissance publique aide les acteurs à faire les choix allant dans le sens de l'intérêt général | | Coercitif : la puissance publique impose l'intérêt général | |
| Objectif | Inform er sur l'existence des alternatives ou sur les « pour » et les « contre » de chacune / Modifier la perception des « pour » et des « contre » des alternatives | Offrir plus d'alternatives « matérielles » aux acteurs | Modifier le poids relatif des « pour » et des « contre » des alternatives et supprimer la disponibilité de certaines alternatives | |
| Type de pouvoir mobilisé | Pouvoir d'influence : se fonde sur un travail sur les normes sociales et les représentations | Pouvoir de fourniture de biens et services | Pouvoir rémunérateur | Pouvoir de contraintes |
| Type d'instrument mobilisé | Instruments d' information , de communication , d' accompagnement individuel ou par le groupe | Instrument d' aménagement et d' infrastructure | Instruments économiques (subventions et/ou taxes) | Instruments légaux (obligation/interdiction) Instruments d' aménagement et d' infrastructure |
| Savoirs opérationnels | Psychologie et psychosociologie : liens entre pensée et action, « les autres » comme levier d'évolution des comportements | Anthropologie, sociologie des sciences, techniques et environnement : rôles des réalités et dispositifs matériels | Économie néo-classique : l'individu rationnel et le signal-prix Théorie des jeux : l'action rationnelle pour soi et contre-productive pour tous | Économie et sociologie : jouer sur l'offre pour faire évoluer la demande, l'action individuelle et les choix matériels et techniques à l'échelle de la société |

Tableau 2: Instruments à disposition des collectivités et soubassements théoriques. Repris du rapport de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (2016) et adapté.

Cette contextualisation nous ayant permis d’avoir une vision d’ensemble des rôles, objectifs et instruments à définir par les collectivités territoriales, nous pouvons à présent nous rapprocher de notre terrain afin de cerner les objectifs de notre partenaire et par quels chemins elle souhaite y parvenir. Cela nous permettra de justifier la manière dont nous avons procédé pour mener notre expérience sur le terrain.

4.3 Montreux et la durabilité

Depuis plusieurs années, les autorités de Montreux s’engagent pour la durabilité à travers plusieurs actions¹⁷. Bien que nous ayons été sollicités pour un instrument en particulier (*La Fourmilière*), nous jugeons important d’avoir une vision d’ensemble de leur stratégie afin de pouvoir cerner les biais privilégiés par la commune¹⁸. Cet exercice nous permettra en effet de placer la commune dans le tableau ci-dessus et de proposer ensuite une stratégie adaptée à leur vision et à leurs attentes.

4.3.1 Évaluation de la politique communale

Cité de l’Énergie depuis 1999, Montreux s’engage depuis plusieurs années dans le développement durable. En 2005, puis en 2009, la politique communale a été analysée sous l’angle de la durabilité par le biais de l’outil « Facteur21 ». Ces évaluations auraient permis de démontrer que la politique communale ne présentait pas de déséquilibre vis-à-vis des trois piliers du développement durable (écologie, social, économie).

4.3.2 Agenda 21 et déclaration d’engagement

Afin de poursuivre dans cette voie, la commune décide, en 2012, de se doter d’une déclaration d’engagement sur la voie du développement durable (Bio-Eco & Municipalité de Montreux. (2012). Au travers de cette déclaration, la municipalité définit des objectifs et pistes d’action pour le développement durable de la commune, et s’engage à se donner les moyens de cette mise en œuvre.

¹⁷ Commune de Montreux – Durabilité (s.d.). Consulté le 2 février 2021, à l’adresse <https://www.montreux.ch/durabilite-energie-et-dechets/durabilite>

¹⁸ Pour réaliser cette revue des actions entreprises par Montreux pour la durabilité, nous nous référons aux communications officielles de la Commune de Montreux sur son site (<https://www.montreux.ch/durabilite-energie-et-dechets>). L’objectif ici n’est pas de juger de l’application ni de l’efficacité des actions entreprises, d’autant que nous ne disposons pas des données nécessaires à ces fins.

Un groupe de travail Agenda21 – formé de membres de la Municipalité et de l’administration – a élaboré un programme d’actions concrètes pour répondre à ces engagements. Pour compléter ce programme en y incluant un maximum d’acteurs, des représentants d’entreprises et associations locales ont été consultés lors d’une démarche participative en 2014, validée en 2015.

L’Agenda21 de Montreux se concentre principalement sur cinq thèmes¹⁹ :

- Économie locale et durable : maintenir et développer l’attrait économique, touristique et culturel de la commune, faire du développement durable un moteur de la création d’emplois, promouvoir l’économie locale répondant à des critères de développement durable.

- Énergie et mobilité : mettre en œuvre les principes de la Société à 2000watts et intégrer les objectifs du 3x20 d’ici 2020, soit augmenter de 20 % l’efficacité énergétique, diminuer de 20 % les émissions de CO₂, couvrir 20 % des besoins en énergie par des énergies renouvelables

- Qualité du patrimoine : léguer un patrimoine naturel et bâti préservé aux générations futures, offrir un cadre de vie de qualité, assurer un développement urbain harmonieux

- Prospérité sociale : garantir un développement social équitable et solidaire, développer le bien-être collectif, maintenir la mixité sociale

- Communication et participation : promouvoir une démarche citoyenne et active, entrer dans une dynamique participative

Et s’engagent à se donner les moyens d’atteindre ces objectifs, ainsi qu’à en contrôler les résultats au moyen de divers indicateurs. Des mesures de développement durable sont depuis lors mises en œuvre par les services communaux, et une déléguée à l’Agenda21 est en charge de la coordination du programme d’actions.

¹⁹ Commune de Montreux. (s.d.). Commune de Montreux – Agenda 21. Consulté le 3 mars 2021, à l’adresse <https://www.montreux.ch/durabilite-energie-et-dechets/durabilite/agenda-21/>

4.3.3 *Fonds pour le développement durable (FDD)*

Depuis 2007, Montreux a instauré un fonds de soutien communal aux énergies renouvelables et au développement durable²⁰. Alimenté par la perception de 0,2 centimes par kWh électrique consommé sur le territoire communal, ce fonds est destiné à soutenir les habitants de la commune et les entreprises dans leur démarche de transition, pour autant que leur projet soit implanté sur le territoire communal et corresponde aux critères établis par la Municipalité.

Sous réserve de disponibilité des fonds, la Municipalité octroie des financements aux projets suivants : la pose de capteurs solaires thermiques, la pose de cellules photovoltaïques, l'installation d'un chauffage central au bois avec réseau hydraulique en remplacement d'un chauffage électrique, l'obtention du label Minergie/Minergie P/Minergie A pour l'assainissement ou la construction de bâtiments, l'établissement de bilans énergétiques et de plans de mesures énergétiques, l'achat d'un vélo électrique, l'assainissement énergétique, le suivi énergétique et l'assainissement pour les milieux économiques, les plans de mobilité pour entreprises, la promotion des tavillons/anseilles/bardeaux, l'établissement d'analyses électriques et de plans de mesures d'optimisation, ainsi que d'autres actions de développement durable selon les cas.

Si la somme disponible n'est pas entièrement dépensée durant l'année, le solde reste dans le fonds et vient s'ajouter aux montants restant des années précédentes.

4.3.4 *Agir malin, consommer mieux*

Afin de promouvoir une économie locale et durable, la commune de Montreux a mis en place, en 2017, une exposition intitulée « *Agir malin, consommer mieux* »²¹, destinée à sensibiliser aux impacts écologiques de la consommation courante comme l'alimentation et l'habillement. Déployée sur douze panneaux, l'objectif est de proposer des pistes d'amélioration, le tout dans un esprit positif et engageant. Mobilisée lors d'événements comme *La Semaine du Goût* en 2019 ou certaines éditions de l'*Energyday* organisé chaque année à Montreux depuis 2014, l'exposition est à disposition des institutions intéressées.

²⁰ Commune de Montreux. (s.d). Commune de Montreux – Fonds et subventions. Consulté le 5 mars 2021, à l'adresse <https://www.montreux.ch/fdd>

²¹ Commune de Montreux. (s.d). Commune de Montreux – Agir malin. Consulté le 5 mars 2021, à l'adresse <https://www.montreux.ch/durabilite-energie-et-dechets/durabilite/agir-malin>

4.3.5 Promotion et conservation de la biodiversité

Un effort particulier est fourni par le Service Voirie et Espaces verts dans l'objectif de contrer la propagation des espèces invasives afin d'éviter la mise en danger des espèces indigènes. La population est d'ailleurs invitée, de temps à autres, à de vastes opérations d'arrachage d'espèces invasives telles que la renouée du Japon ou le buddleia²².

Aussi, les citoyennes et citoyens au bénéfice d'un jardin sont encouragé(e)s à en prendre soin tout en préservant l'environnement. Chacun(e) peut d'ailleurs démontrer son engagement en signant la *Charte des Jardins*. Cet engagement moral peut être rendu visible par l'affichage, à l'entrée de sa propriété, de l'emblème de la Charte des Jardins (figure 1).



Figure 1: Emblème de la Charte des Jardins

Cette Charte référence quelques bonnes pratiques favorisant la survie de la faune sauvage (hérissons, oiseaux, papillons, lézards) et de la biodiversité en général. Y figurent notamment des conseils pour s'occuper de sa pelouse en respectant les insectes et le sol (éviter les biocides, laisser quelques trèfles et petites fleurs, favoriser les prairies fleuries, etc.), pour entretenir sa haie sans négliger la faune (ne pas la tailler entre mars et septembre, privilégier les espèces sauvages indigènes, préserver les fruits lors de la taille), pour éviter de déranger la vie nocturne (éteindre l'éclairage du jardin la nuit, éclairer vers le bas plutôt que vers le ciel, privilégier les lampes LED avec température d'éclairage bas pour éviter de déranger les insectes, etc.), pour adapter le terrain à la faune sauvage (passages à hérissons, etc.).

²² Commune de Montreux. (s.d.). Commune de Montreux – Biodiversité. Consulté le 5 mars 2021, à l'adresse <https://www.montreux.ch/durabilite-energie-et-dechets/durabilite/biodiversite>

La dernière grande action que nous mentionnerons est aussi la plus récente, il s'agit précisément de la plateforme digitale et citoyenne pour la durabilité mise en place en 2019 et pour laquelle Montreux a approché le laboratoire de psychologie de l'UNIL : *La Fourmilière*.

Il s'agit ici des principales actions d'ampleur entreprises par la commune telles que présentées sur son site officiel. Nous n'excluons pas l'existence d'autres actions - comme la présence d'une ressourcerie dans l'enceinte de la déchetterie communale destinée à offrir une seconde vie aux objets inutilisés - que la commune n'aurait pas référencé dans son onglet « durabilité » sur son site internet²³.

4.3.6 *La Fourmilière : l'objet d'étude*

Persuadée que l'engagement citoyen est un puissant levier pour le développement de la durabilité, la commune a souhaité développer une plateforme interactive et participative s'adressant directement aux citoyens. Elle lance donc en octobre 2019 *La Fourmilière*²⁴. Cette plateforme vise à faire connaître les actions dans lesquelles les citoyens sont engagées pour la durabilité, celles dans lesquelles ils peuvent encore s'engager, et de « *renforcer l'émulation citoyenne* » (Commune de Montreux, 2018, p.3). L'objectif de *La Fourmilière* est de « *mettre en valeur la dynamique durable du territoire* » (Commune de Montreux, 2018, p.3) en partageant actions, astuces, échanges, conseils, partages d'expériences, bonnes adresses et actualités régionales autour des thèmes de l'énergie, la mobilité douce, les déchets, les achats responsables, etc. En plus des citoyens, les associations, commerces ou entreprises proposant des prestations durables sont également invitées à partager leurs offres gratuitement dans l'annuaire de *La Fourmilière*.

Après quelques mois de vie de la plateforme et plus de 1000 utilisateurs inscrits, Montreux constate un intérêt de la part des citoyens pour la plateforme, mais aussi une certaine « inertie ». La plateforme, qui se veut *participative, interactive et émulative*, n'est pas

²³ Commune de Montreux. (s.d.). Commune de Montreux – Ressourcerie. Consulté le 6 mars 2021, à l'adresse <https://www.montreux.ch/dechets/ressourcerie>

²⁴ Commune de Montreux (2018, 26 septembre). La Commune lance une plateforme web en faveur de la durabilité « La Fourmilière ». Consulté le 22 février 2021, à l'adresse <https://www.montreux.ch/news/vue/article/la-commune-lance-une-plateforme-web-en-faveur-de-la-durabilite-la-fourmiliere>

autant vivante que souhaité. Face à ce constat, la Commune de Montreux, qui collabore depuis plus de cinq ans avec l'UNIL, décide de faire appel à elle afin de se pencher sur cette problématique.

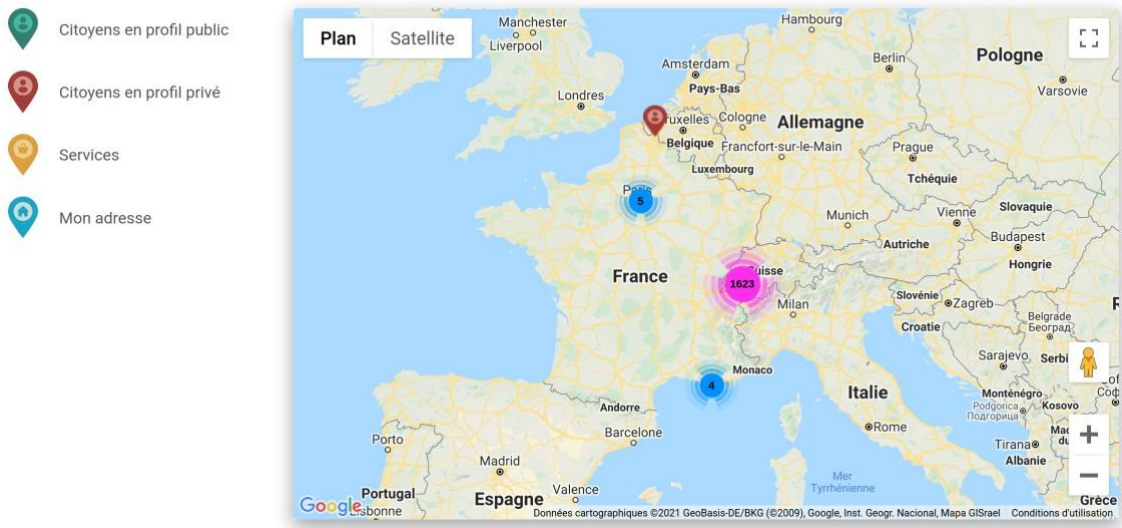
Comment rendre *La Fourmilière* plus vivante, plus interactive, plus dynamique ? Comment faire pour que les citoyens se l'approprient et créent une communauté autour du thème de la durabilité ? Voilà, en quelques mots, la demande de la Commune de Montreux.

L'équipe de recherche s'attelle donc – à la demande de Montreux – à l'élaboration d'un projet de recherche afin de dynamiser la plateforme. En nous basant sur nos connaissances interdisciplinaires (psychologie sociale et durabilité) et en menant des recherches de littérature, nous tentons de faire émerger les pistes d'action qui pourraient être applicables et appliquées à *La Fourmilière*. Mais avant d'entrer dans la partie méthodologique de notre travail de terrain, faisons un petit tour sur la plateforme et présentons-en les aspects principaux.

4.3.6.1 Public-cible

La plateforme, initiée par la Commune de Montreux, est initialement destinée aux citoyens de la Riviera puisqu'elle se concentre sur les initiatives/services présents dans la région. Toutefois, son annuaire d'actions et de comportements durables valables globalement et son inscription libre permettent à tout un chacun de rejoindre la communauté de *La Fourmilière*. On y trouve alors des utilisateurs présents à divers endroits en Suisse (principalement en Suisse Romande), mais aussi quelques utilisateurs au-delà des frontières helvétiques (France, Belgique) (Figures 2&3). Si l'inscription est libre et volontaire, il existe toutefois une partie des utilisateurs dont l'inscription était requise pour pouvoir bénéficier d'une subvention du *Fonds pour le Développement Durable* de la commune.

Carte



Carte



4.3.6.2 Comment ça marche ?

Une fois inscrit, l'utilisateur trouve une liste d'actions durables possibles à mettre en œuvre dans différents domaines (mobilité, énergie, nature, déchets, achats durables). En fonction de l'action qui l'intéresse, il peut, en ouvrant la page correspondante, découvrir les étapes de mises en œuvre de cette action.

Si, parmi les actions proposées, certaines font déjà partie de ses habitudes, il peut cocher la case « *je le fais déjà* » ; et ainsi obtenir des *Greenpoints*. Cette action ne lui sera alors plus proposée, et l'utilisateur peut à tout moment visualiser ses actions déjà mises en œuvre afin d'obtenir une vue d'ensemble de ce qu'il fait déjà pour l'environnement.

Si une action proposée ne fait pas encore partie des comportements de l'utilisateur et que celui-ci souhaite s'engager à la mettre en œuvre, il cochera la case « *je m'engage* » ; et il obtiendra le nombre de *Greenpoints* correspondant à la complexité estimée de la mise en œuvre de cette action (exemple : « *J'utilise une gourde plutôt que des bouteilles en PET* » correspond à 10 *greenpoints* ; tandis que « *J'installe des panneaux solaires photovoltaïques* » correspond à 50 *greenpoints*). Le paramètre « *greenpoints* » est purement indicatif. Il sert principalement à se rendre compte de son propre engagement dans les diverses actions.

Pour chaque action proposée, l'utilisateur a la possibilité de laisser un commentaire (conseil, astuce, avis, remarque, questions) et de visualiser les commentaires laissés par les autres utilisateurs. Aussi, sur chaque action figure le nombre de « *mises en œuvre* », correspondant au nombre d'utilisateurs ayant cliqué sur « *je m'engage* » ou « *je le fais déjà* ».

Pour chaque action est expliqué, en quelques phrases simples, en quoi cette dernière est bénéfique pour l'environnement (ou en quoi sa non-mise en œuvre est néfaste). Y sont également donnés quelques astuces, ainsi que les étapes de mises en œuvre de l'action. Quelques « *liens utiles* » sont également proposés pour chaque action. Il peut s'agir d'informations propres à la Commune, mais également d'articles de sensibilisation ou d'explication plus approfondis sur la thématique. En conclusion de chaque action figurent les « *services recommandés pour cette action* ». À cet endroit figurent tous les acteurs/entreprises/associations du territoire ayant un lien avec l'action en question et qui peuvent aider l'utilisateur dans sa mise en œuvre.

Tous ces services figurent également dans la partie « *annuaire* » de la plateforme, auquel l'utilisateur peut se référer si besoin.

L'annuaire d'actions est alimenté régulièrement par l'équipe en charge de la plateforme (une action par semaine environ), certaines actions déjà publiées sont parfois remises au haut de l'annuaire et des « *semaines thématiques* » sont organisées ponctuellement, durant lesquelles

les actions portant sur un domaine particulier (mobilité, énergie, nature, déchets, achats durables) seront mises en avant.

4.3.6.3 *La Fourmilière : inciter, informer, influencer, accompagner*

Nous souhaitons à présent identifier, à l'aide du tableau présenté plus haut, les principales caractéristiques de cet outil. Cela nous permettra de cerner précisément les objectifs et moyens privilégiés par la municipalité à travers cette plateforme, ainsi que de proposer une expérimentation en ligne avec la philosophie globale de cette dernière.

De façon évidente, *La Fourmilière* se situe dans la catégorie d'outils non coercitifs et donc incitatifs. Il serait ici possible d'objecter que l'inscription sur la plateforme est obligatoire pour pouvoir bénéficier d'une subvention pour l'achat d'un vélo électrique par exemple, mais nous précisons que si cette inscription est certes une condition *sine qua non* pour obtenir la subvention, rien n'empêche le bénéficiaire de ne jamais se connecter à la plateforme si tel est son souhait. Il s'agit donc d'une inscription strictement formelle (bien que l'objectif visé soit évidemment que les différents bénéficiaires de la subvention prennent part à la plateforme et en fassent usage). Cette précision est nécessaire afin de justifier la classification de cet outil dans la catégorie « non coercitif ».

De par son annuaire d'actions, son partage d'astuces, de liens utiles, d'adresses, de services recommandés sur le territoire en fonction de chaque action, etc., *La Fourmilière* vise à informer les citoyens sur les impacts écologiques négatifs de certaines actions et, conjointement, à informer sur l'existence d'alternatives ainsi que sur les manières d'y parvenir. En proposant une « marche à suivre » en quelques brèves étapes pour chaque alternative, la municipalité cherche aussi à présenter ces dernières comme accessibles et relativement faciles à adopter.

La Fourmilière se place donc dans la catégorie des instruments de communication, d'information et d'accompagnement, d'une part au niveau individuel, mais aussi par le groupe de par l'aspect participatif de la plateforme. Via cet outil, la municipalité opte donc pour le pouvoir d'influence (cf. tableau 2). Précisons que l'influence n'est pas exercée par la municipalité en tant que telle, mais bien par l'information qu'elle met à disposition de ses citoyens afin de modifier les normes sociales et les représentations de ces derniers.

En fonction de ces éléments et de leur catégorisation dans le tableau tiré du rapport de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (2016) figurant ci-après (tableau 3), nous pouvons désormais identifier les savoirs opérationnels vers lesquels nous diriger pour notre proposition d'expérimentation. Si les « liens entre pensée et actions » ont déjà été décortiqués plus tôt dans ce travail, notre travail de terrain s'attachera d'une part à identifier ce que la plateforme met d'ores et déjà en œuvre pour resserrer les liens entre pensée et action et d'autre part à proposer une stratégie visant à avoir recours aux « autres » comme levier d'évolution des comportements.

| | | | | |
|-----------------------------------|---|---|--|--|
| Niveau de coercition | Non coercitif/incitatif : la puissance publique aide les acteurs à faire les choix allant dans le sens de l'intérêt général | | Coercitif : la puissance publique impose l'intérêt général | |
| Objectif | Inform er sur l'existence des alternatives ou sur les « pour » et les « contre » de chacune / Modifier la perception des « pour » et des « contre » des alternatives | Offrir plus d'alternatives « matérielles » aux acteurs | Modifier le poids relatif des « pour » et des « contre » des alternatives et supprimer la disponibilité de certaines alternatives | |
| Type de pouvoir mobilisé | Pouvoir d'influence : se fonde sur un travail sur les normes sociales et les représentations | Pouvoir de fourniture de biens et services | Pouvoir rémunérateur | Pouvoir de contraintes |
| Type d'instrument mobilisé | Instruments d' information , de communication , d' accompagnement individuel ou par le groupe | Instrument d' aménagement et d' infrastructure | Instruments économiques (subventions et/ou taxes) | Instruments légaux (obligation/interdiction) Instruments d' aménagement et d' infrastructure |
| Savoirs opérationnels | Psychologie et psychosociologie : liens entre pensée et action, « les autres » comme levier d'évolution des comportements | Anthropologie, sociologie des sciences, techniques et environnement : rôles des réalités et dispositifs matériels | Économie néo-classique : l'individu rationnel et le signal-prix Théorie des jeux : l'action rationnelle pour soi et contre-productive pour tous | Économie et sociologie : jouer sur l'offre pour faire évoluer la demande, l'action individuelle et les choix matériels et techniques à l'échelle de la société |

Tableau 3 : Instruments à disposition des collectivités et soubassements théoriques. Repris du rapport de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (2016) et adapté

Communiquer, pour une institution, s'accompagne de quelques principes que nous souhaitons ici aborder. Être informé au sujet de ceux-ci est important pour la suite de notre travail, afin de proposer, une fois de plus, une stratégie adaptée lors de notre expérience de terrain.

4.4 La communication institutionnelle

Afin d'informer, sensibiliser et mobiliser les citoyens, les collectivités territoriales auront recours à la communication environnementale. Et pas n'importe laquelle. En effet, l'expression est large puisqu'elle désigne « *l'ensemble des pratiques de communication réalisées par les médias, les organisations, les partis politiques, ou tout autre intervenant sur la scène publique, portant sur le thème de l'environnement* » (Marty, Burguet, Marchand, 2008). Ces différents acteurs (médias, organisations, partis politiques, etc.) occupant des positions distinctes au sein de la vie sociale, leurs motivations, contraintes et pratiques de communication sont différentes. Il convient dès lors de dépasser l'étiquette homogène de « communication environnementale » pour laisser apparaître l'existence d'une pluralité de discours. En fonction du statut de l'énonciateur, différentes spécificités se retrouvent dans la forme ainsi que dans le contenu du discours. En effet, un message venant de militants écologistes ne ressemblera pas à un discours institutionnel, tout comme un message institutionnel sera différent d'un discours commercial.

Au terme d'une analyse sémantique et morphosyntaxique de communications provenant de diverses sources institutionnelles, militantes et commerciales (Ministère de l'Écologie, Greenpeace, Leclerc, etc.), Marchand a dressé un tableau synthétique des spécificités discursives de chacun de ces trois acteurs (institutionnel, militant et commercial) (tableau 4) (Marty et al., 2008, p.8). Cette synthèse nous démontre bien qu'il n'existe pas une seule et unique communication environnementale, et en quoi le discours qui nous intéresse dans le cadre de ce travail se distingue des autres types de discours.

| Type de discours | Discours militant | Discours institutionnel | Discours commercial |
|---|---|--|---|
| Caractéristiques | | | |
| Univers de référence | La mobilisation citoyenne dans le débat politique et l'action écologique globale | L'information, l'éducation citoyenne et l'incitation sur le territoire | Les techniques de gestion environnementale et la consommation éthique |
| Spécificités énonciatives | Le « nous » fédérateur. L'opposition. Forte implication de la source. | Localisation spatiale. Individualisation du discours. Faible implication de la source. | Le « nous » associé au « vous ». La valorisation de l'individu. Forte implication de la source |
| Vision des autres acteurs et du citoyen | Questionnement de l'industrie et du commerce. Interpellation des politiques et des citoyens. | Médiation industrie-commerce et militants. Incitation des citoyens. | Prise en compte des associations, partenariats avec institutions. Responsabilisation des citoyens. |

Tableau 4 : Synthèse des spécificités discursives en fonction de l'acteur communicant (Marty, et al., 2008)

La communication environnementale provenant des collectivités territoriales vise donc deux objectifs principaux : informer/éduquer les citoyens, et les inciter à agir. Cette forme de communication est également appelée *communication comportementale* : principalement utilisée par les pouvoirs publics ou les associations, « elle vise à faire évoluer les comportements individuels dans un sens plus respectueux de l'environnement » (Bourg & Papaux, 2015, p.179).

De plus, comme démontré dans ce tableau, la forme des communications prendra une forme particulière lors de communications environnementales. Il s'agira de discours relativement « neutres » en termes d'implication de la source, tout en incitant les citoyens à agir sur le territoire d'exercice de la municipalité. Les citoyens seront orientés vers une collaboration positive entre eux et avec les entreprises locales.

Après cette contextualisation du rôle des communes dans la transition écologique et des stratégies associées, une introduction présentant la commune de Montreux, ses principaux axes d'action pour la durabilité dont *La Fourmilière* qui nous intéresse particulièrement ici,

abordons maintenant l'étude de cas en tant que telle. Dans la section suivante, nous verrons quelles actions ont été entreprises afin d'apporter des éléments de réponse à la demande du partenaire, qui est, rappelons-le : *comment dynamiser La Fourmilière afin d'en faire une plateforme véritablement participative et espérer pouvoir ainsi voir émerger une « communauté écologique » autour de cet outil, et par prolongement, sur le territoire montreusien ?* Nous avons procédé en deux étapes, que nous détaillons ci-dessous.

4.5 Méthodologie

En réunissant les éléments posés en première partie de travail - à savoir les écarts entre attitudes et comportements ainsi que les différentes barrières psychologiques pouvant les éclairer -, les différentes stratégies proposées par la littérature en psychologie et/ou en communication pour dépasser ces barrières, ainsi que la demande de notre partenaire qu'est la commune de Montreux concernant sa plateforme participative et citoyenne pour la durabilité, nous sommes désormais en possession des éléments qui nous permettront de mener notre expérience de terrain.

Deux étapes pourront être identifiées. Dans un premier temps, nous analyserons les stratégies auxquelles la municipalité a eu recours sur sa plateforme afin de tenter de la rendre engageante et mobilisatrice. Cette première partie de l'étude consistera donc en une analyse de la plateforme à la lumière des stratégies abordées plus tôt. Nous précisons que cette observation a été menée individuellement et relativement indépendamment de l'équipe de recherche, qui s'est principalement concentrée sur la partie « expérimentation ». Il nous a toutefois semblé important de procéder à cette analyse afin de voir comment les suggestions théoriques sont appliquées sur le terrain.

Dans un second temps, nous nous sommes jointe à l'équipe de recherche pour une phase cette fois-ci expérimentale, dans le cadre de laquelle nous²⁵ avons proposé de tester une stratégie basée sur l'influence sociale afin de faire des « autres » – comme le suggère le tableau mobilisé plus tôt – des leviers d'évolution des comportements, ou du moins pour dynamiser *La Fourmilière*.

En effet, étant donné les ressources à disposition, de la complexité que cette tâche représente ainsi que de la nécessité de disposer d'une longue période d'analyse pour pouvoir la mener à bien, nous ne pourrions pas juger de l'efficacité de ces stratégies sur les comportements

²⁵ Le « nous » se réfère ici à l'équipe de recherche et non au nous de modestie utilisé dans le reste du travail

effectifs. Nous reviendrons sur ce point lors de la discussion. Par conséquent, notre étude de cas se contentera d'identifier des pistes d'action, de juger de leur potentiel prometteur et d'ainsi proposer des pistes de réflexions pour des recherches plus approfondies et plus spécifiques sur ces outils en particulier.

Cette expérience a pu être réalisée grâce aux membres de l'équipe de recherche issus du laboratoire de psychologie sociale. En effet, ces derniers disposent des compétences pour mener à bien une telle recherche statistique ainsi que des connaissances théoriques propres à leur domaine d'études. Issue d'une formation en sociologie puis en humanités environnementales, une telle étude n'aurait pas pu être intégrée dans ce travail sans cette collaboration précieuse. Nous avons personnellement participé à la réflexion globale sur la plateforme, sur la stratégie que nous souhaitions tester, ainsi qu'à la récolte des données, mais ce sont Thierry Bobst, mémorant en psychologie sociale ayant également *La Fourmilière* comme terrain d'étude, et Oriane Sarrasin, maître assistante en psychologie sociale, qui se sont chargés de traiter ces données. Grâce à leurs explications et à leur aide, nous avons pu interpréter une partie de ces données pour les intégrer à notre travail et donner un ancrage à notre recherche théorique. Ainsi, les données statistiques présentées au sujet de l'expérience *blockleaders* seront tirées des documents et graphiques réalisés par Oriane Sarrasin et du travail de mémoire final rendu par Thierry Bobst (Bobst, 2021). Nous avons personnellement davantage cherché à tirer de ces données statistiques des tendances générales qui serviraient notre ancrage plus théorique. Nous souhaitons par conséquent appeler à l'indulgence des psychologues ou statisticiens qui pourraient nous lire...

4.6 Premières observations

D'entrée, nous notons plusieurs points intéressants présents sur la plateforme et allant dans le sens d'une communication engageante et mobilisatrice. Les passer en revue et les mettre en parallèle avec les éléments de communication théoriques développés ci-dessus nous permettra non seulement d'illustrer la façon dont la théorie peut être appliquée, mais aussi d'identifier – en creux – ce qui pourrait être expérimenté de supplémentaire sur la plateforme.

4.6.1 *Les solutions à l'honneur*

Le premier point que nous relevons semble assez évident puisqu'il fait partie de l' « ADN » de la plateforme *La Fourmilière* : les alternatives. En effet, comme dit plus tôt, se focaliser uniquement sur les conséquences du changement climatique n'a aucune chance de déboucher sur un engagement des citoyens, au contraire. En revanche, proposer des pistes d'actions à la portée de tous est une stratégie plus prometteuse. L'équipe de *La Fourmilière*, en basant sa plateforme autour de ce principe, l'a compris. De plus, en proposant une « marche à suivre » des différentes étapes à mettre en œuvre pour la réalisation de chaque action et en mettant à disposition diverses adresses et services de proximité, la commune accompagne le citoyen dans sa démarche.

D'aucuns reprocheront à la plateforme d'encourager la politique des « petits gestes »²⁶, souvent qualifiée d' « inutile », pas assez ambitieuse, etc. Entendable et défendable, cette critique n'est toutefois pas toujours justifiée. Si elle est pertinente au niveau global et systémique (ce n'est effectivement pas uniquement avec des petits gestes que nous changerons le cours des événements climatiques), elle doit toutefois être nuancée et adoucie dans un contexte plus « local » et à une échelle plus petite. Encourager à la mise en œuvre de comportements individuels ne signifie pas (ou, du moins, ne devrait pas signifier) que toute la stratégie environnementale repose sur cette dimension. Cette dernière est toutefois justifiée lorsqu'elle est intégrée à un panel d'autres outils mis en œuvre à d'autres niveaux (assainissement des bâtiments, adaptation des infrastructures de mobilité, etc.).

La problématique peut aussi être prise par l'autre bout, en prétendant que c'est précisément parce qu'il faut initier des actions rapidement que ces comportements individuels sont importants. En effet, « *une multitude d'expériences montrent que vouloir s'attaquer immédiatement à un objectif trop grand est voué à l'échec. Alors qu'une stratégie globale faite d'une succession de petits pas, de petits objectifs stratégiques, de petites batailles remportables et remportées peut conduire plus rapidement à de grandes transformations* » (Dion, 2018, p.116). Après tout, pour reprendre les paroles d'Edgar Morin dans son *Éloge de la métamorphose*, « *Tout commence, toujours, par une innovation, un nouveau message déviant, marginal, modeste* » (Le Monde, 2010).

²⁶ Les « petits gestes » sont ici le terme générique pour qualifier les comportements individuels tels qu'ils sont parfois qualifiés pour en dénoncer l'« inutilité » face à la nécessité d'actions de plus grande ampleur et collective. Par « petits gestes » sont compris des actes du quotidien, par exemple le tri des déchets, l'achat de produits bio, faire un compost, etc.

4.6.2 La preuve sociale

En rendant visible le nombre de citoyens engagés dans les différentes actions et en incitant l'utilisateur à « rejoindre la mouvement », *La Fourmilière* joue intelligemment la carte de la preuve sociale. Valoriser l'aspect collectif de la dynamique de transition – d'autant plus lorsque les participants sont identifiables et proches car concitoyens – favorisera l'engagement des citoyens pas encore engagés. En effet, cela peut atténuer le sentiment exprimé ci-dessus - à savoir que ses actions individuelles ne servent à rien - car ils font désormais partie d'un mouvement plus vaste et ne se cantonnent justement plus au niveau individuel. Aussi, réaliser que son/sa voisin(e) - dont les caractéristiques socio-économiques sont relativement proches - met en œuvre telle ou telle action peut inciter à en faire de même en prenant conscience que les barrières qu'on avait imaginées sont surmontables par des semblables, et donc par soi également.

Le sentiment d'appartenance au groupe est lui aussi un aspect important qui est influencé par la preuve sociale. Si l'on constate que tout son voisinage – auquel il nous plaît d'appartenir – met en œuvre des actions durables, on aura tendance à en faire de même afin de s'identifier à ce groupe sur ces aspects également et de renforcer son appartenance à ce dernier.

Un des objectifs principaux de la plateforme est d'ailleurs de faire naître une communauté autour de *La Fourmilière*. Ainsi, les citoyens qui se sentent appartenir à *La Fourmilière* seront plus enclins à rendre la plateforme dynamique, vivante, à s'engager dans les différentes actions - voire à en proposer - et à participer aux différents événements organisés sur le territoire. La communauté créée le serait donc autour d'un enjeu commun : celui de l'engagement éco-citoyen. Le nom choisi pour la plateforme – *La Fourmilière* – va d'ailleurs dans cette direction : chaque utilisateur et alors une fourmi dans une colonie composée de nombreuses autres fourmis, travaillant toutes à la construction d'une fourmilière (la commune) plus durable.

4.6.3 Le contrat comportemental

Avec la fonctionnalité « je m'engage » disponible pour chaque action, Montreux met en œuvre la stratégie du contrat comportemental. En proposant cet engagement contractuel de s'engager dans une (ou plusieurs) actions, *La Fourmilière* permet non seulement de

matérialiser les engagements pris par chaque utilisateur, ce qui, comme dit plus haut, consiste déjà en un comportement préparatoire ; mais cela permet également de rendre visible la mobilisation collective et par conséquent de renforcer la preuve sociale abordée ci-dessus.

4.7 Conclusion des observations : quelques pistes encore à explorer

Nous constatons que plusieurs stratégies de communication engageante sont déjà prises en compte et appliquées sur *La Fourmilière*. Nous avons toutefois identifié quelques éléments qui seraient susceptibles d'être mis en œuvre afin de compléter l'instrument, ou du moins méritant d'être testés. C'est d'ailleurs l'objet de la demande de Montreux formulée à notre équipe de recherche.

Le principal élément « absent » de la plateforme et qui pourrait avoir une influence est la question du « messenger ». Bien que la commune ait volontairement souhaité ne pas se mettre trop en avant afin de laisser place à une appropriation de la plateforme par les utilisateurs, il semblerait que cette position « hésitante » puisse être une lacune. C'est en tout cas notre sentiment : qui est réellement *La Fourmilière* ? Comme vu plus tôt, la communication institutionnelle s'accompagne généralement d'une faible implication de la source, et la commune de Montreux est claire sur ce point : elle souhaite que les citoyens se l'approprient et qu'ils en soient le visage. Toutefois, il nous semble que pour y parvenir, il est important que le rôle de communicant soit mieux défini et attribué – du moins au départ – afin d'espérer pouvoir donner naissance à une appropriation de la part des citoyens. Comme dit précédemment, les individus ont besoin de savoir qui communique et de savoir s'ils peuvent avoir confiance dans les sources des messages. Par conséquent, bien que l'objectif participatif et citoyen visé par Montreux soit louable, certaines étapes doivent selon nous être franchies avant d'y parvenir.

Un autre élément manquant – relevé par une utilisatrice de la plateforme lors d'une réunion organisée en février 2020 – est la question de la rétroaction. Permettre aux citoyens de se rendre compte des progrès réalisés par la commune en matière de réduction des émissions de gaz à effet de serre notamment (-40 % depuis l'année 2000)²⁷ offrirait une vision positive et encourageante. Pour reprendre les termes d'une utilisatrice et citoyenne de la commune,

²⁷ Chiffres donnés par Pascal Mullener, délégué à l'énergie de la commune de Montreux, lors de la réunion de février 2020 avec les candidats block leaders.

« ce serait une fierté d'être citoyenne d'une commune qui met en œuvre beaucoup pour la durabilité, et cela stimulerait de se sentir membre d'un mouvement plus large »²⁸.

Finalement, nous sommes d'avis que ces deux points sont indirectement liés. En réglant la question du positionnement de la commune par rapport à la plateforme, ce genre de « flou » pourrait être éclairci. Mettre en place un outil citoyen et participatif ne signifie pas que l'implication de la commune doit disparaître, au contraire. Elle peut – et doit – rester présente en tant que membre et partie prenante du mouvement qu'elle a initié. Cela n'empêche pas, selon nous, d'enranger un mouvement citoyen et participatif. Au contraire, comme en attestent les dires de l'utilisatrice citée ci-dessus.

4.8 Expérimentation : la stratégie des *block-leaders*

Sur la base de ces différentes observations et de la demande de la commune de Montreux, l'équipe de recherche a élaboré une proposition d'intervention sur la plateforme dont les effets ont été mesurés sur une période d'environ deux mois. Afin de proposer une stratégie correspondant à la « politique » de communication de Montreux sur *La Fourmilière* (informer, sensibiliser, inciter, mobiliser) et en puisant dans la littérature en psychologie, nous avons fait le choix d'une stratégie basée sur le recours à l'influence sociale : la stratégie des *block leaders* - autrement appelés les *ambassadeurs* – présentée ci-dessus. Plusieurs raisons peuvent expliquer le choix de cette stratégie plutôt qu'une autre parmi celles présentées en chapitre 2.

4.8.1 Pourquoi des *block leaders* pour *La Fourmilière* ?

La technique des *block leaders* rassemble plusieurs critères qui en font la stratégie la plus adaptée à *La Fourmilière*. Ci-dessous différents éléments qui nous ont menés à ce constat, issus de réflexions tant personnelles que collectives, durant lesquelles l'équipe de recherche et la municipalité de Montreux ont échangé afin de trouver la stratégie la plus adaptée.

Se posaient d'abord des questions de faisabilité. En effet, s'agissant d'une plateforme en ligne, une stratégie transposable au monde numérique était requise. Même si aucune des techniques développées ci-dessus n'est explicitement destinée au numérique, certaines s'y

²⁸ Propos d'une citoyenne de Montreux présente lors de la rencontre entre les potentiels futurs *block leaders*, le laboratoire de psychologie sociale et quelques représentants de la municipalité de Montreux

prêtent mieux que d'autres. Par exemple, la stratégie de la modélisation (*modelling*), reposant sur un postulat d'adoption des comportements par observation et imitation, n'aurait pas vraiment pu être appliquée. Il serait possible de le faire en publiant, par exemple, des petites vidéos de modèles en train de réaliser certaines actions (trier leurs déchets, se déplacer à vélo, etc.), mais cela aurait demandé beaucoup de ressources, un investissement plus conséquent des citoyens sélectionnés (ce qui aurait pu les démotiver à s'investir), mais cela aurait surtout «dénaturé» la plateforme qui repose davantage sur un partage horizontal de savoirs et d'astuces que sur la «valorisation» de quelques citoyens «modèles».

Aussi, nous l'avons évoqué, quelques stratégies sont déjà appliquées sur la plateforme. Nous pensons notamment au contrat comportemental (avec la fonction « je m'engage ») qui incite à tenir ses engagements et qui participe à alimenter la preuve sociale, ou à la valorisation des solutions/alternatives qui constitue la stratégie centrale de *La Fourmilière*. Il était donc évident que ces stratégies allaient être écartées de nos propositions.

La stratégie de la rétroaction/feedback collectif aurait pu être instaurée, elle a d'ailleurs été citée par une citoyenne, lors de la rencontre en février 2020, comme outil à même de motiver à s'investir pour sa commune. Toutefois, si la fourniture de ce type de données est possible à l'échelle communale, elle s'avérait compliquée à mettre en œuvre dans le cadre de la présente recherche (récolter les données, disposer d'assez de données précédentes pour pouvoir les comparer, temps à disposition). La municipalité de Montreux a toutefois pris note de cette suggestion cohérente et réfléchira à la mettre en application sur *La Fourmilière* à l'avenir. Des calculateurs d'impact sont d'ailleurs en cours d'élaboration.

Mais nous n'avons pas uniquement réfléchi « en creux », en fonction de ce qui n'était pas applicable. Proposer une stratégie qui respecte la philosophie et l'ADN de la plateforme était fondamental et a largement orienté notre réflexion. Plusieurs discussions avec l'équipe de Montreux nous ont permis d'identifier des termes et expressions récurrentes qui nous ont dès lors semblé essentielles pour orienter notre réflexion. Les voici, pêle-mêle²⁹ : « *obtenir plus de visibilité et d'activité horizontale* », « *qu'une sorte de communauté se crée, sans que cela ne vienne de la commune* », « *dépasser l'aspect consultatif pour avoir quelque chose de participatif* », « *stimuler l'engagement et les changements de comportements des*

²⁹ Eléments issus des notes prises personnellement durant les différentes réunions

citoyens », « bien qu'il s'agisse d'une initiative de la commune, cette dernière ne souhaite pas trop se mettre en avant, que les citoyens s'approprient la plateforme », « augmenter les interactions sur le forum », « installer une forme de confiance entre les utilisateurs », « partage & communauté comme valeurs centrales », « idée de collectif, de participer à un effort commun », « favoriser le sentiment d'appartenance à la communauté », « éviter que les gens aient l'impression qu'on les prend par la main, qu'ils s'approprient la plateforme », « volonté que les gens créent des réseaux, se rencontrent », « effet boule de neige », « émulsion citoyenne ».

Nous retenons donc de ces échanges que les aspects d'horizontalité, de communauté, de partages et d'appropriation par les citoyens sont fondamentaux pour le partenaire. La technique des *block leaders* semble dès lors idéale : demander à quelques citoyens d'endosser – durant quelques semaines – un rôle un peu plus actif sur la plateforme afin de la dynamiser et de favoriser une émulsion citoyenne pourrait permettre, en jouant précisément sur une interaction entre semblables pour promouvoir les informations et les comportements durables, de tendre vers l'objectif posé par la municipalité tout en respectant entièrement la philosophie de *La Fourmilière*. Comme évoqué, il s'en faut de peu pour qu'une « similitude » soit identifiée par les individus. Ainsi, nous partons de l'hypothèse que le fait d'être citoyens d'une même commune et membres d'une même plateforme (donc intéressé par les questions de durabilité, par déduction) peut suffire à identifier ces *block leaders* comme des semblables. De plus, attribuer à des citoyens un rôle de communicant sur la plateforme devrait également permettre de palier ce « flou » communicationnel abordé plus haut, et aux utilisateurs d'identifier quelques voix de la communication sur *La Fourmilière*. Nous précisons que s'il a été communiqué qu'une campagne spéciale avait initiée sur la plateforme, l'identité des *block leaders* n'a pas été révélée aux autres utilisateurs. L'objectif était, d'une part, de ne pas influencer les résultats de la recherche, mais aussi de respecter l'aspect horizontal voulue par cette stratégie et sur *La Fourmilière*. En révélant leur identité, le risque aurait été que les autres utilisateurs les assimilent à la municipalité et la stratégie se serait ainsi vue dénaturée car ils ne seraient plus vus comme « semblables ».

Cette technique se trouve de plus être tout à fait adaptable au numérique, il s'agit même d'une piste de recherche innovante : s'il est avéré que cette dernière porte ses fruits en face

à face, elle n'a encore – à notre connaissance – jamais été testée en ligne. Et force est de constater que de nos jours, le numérique prend une place considérable, d'autant plus en cette période de pandémie. Il semble dès lors judicieux de se questionner sur les possibilités qu'il offre, malgré les reproches (légitimes) que peut parfois lui adresser la communauté écologiste³⁰.

4.8.2 Opérationnalisation

Une fois la technique des *block leaders* présentée à notre partenaire et approuvée par ce dernier, nous passons à son opérationnalisation. Il était d'abord question de trouver les citoyens qui tiendraient ce rôle de *block leaders*. Ensuite, il a fallu définir quels indicateurs nous allions observer pour évaluer l'efficacité de l'implémentation de ces *block leaders*. Finalement, au terme de la période d'observation et grâce à une veille des indicateurs tout au long de la période, est venu le moment d'analyser et d'interpréter les résultats observés.

Nous précisons que pour cette partie, nous nous sommes appuyée sur les compétences d'Oriane Sarrasin et de Thierry Bobst qui nous ont permis d'avoir accès à des données et résultats auxquels nous n'aurions pas pu prétendre, ne disposant pas de compétences particulières dans ce domaine. Ainsi, plusieurs éléments de cette partie seront tirés du travail de mémoire de Thierry³¹. Nous rendons également attentif au fait que notre niveau d'analyse sera moins poussé que celui trouvé dans des travaux issus du domaine de la psychologie. Cependant, notre ambition étant plutôt d'observer une tendance générale et en tirer des recommandations globales et généralisables, nous estimons qu'un pareil niveau de précision ne nous serait pas nécessairement utile.

4.8.2.1 Choix des *block leaders*

Afin d'identifier les futurs *block leaders*, nous avons observé l'activité et l'implication des différents utilisateurs/trices sur la plateforme. En effet, nous estimons que les utilisateurs/trices déjà particulièrement actifs sur *La Fourmilière* seront probablement plus enclins à accepter d'endosser un rôle d'ambassadeur/drice pendant quelques semaines. Nous référençons alors ces utilisateurs/trices en fonction de leur engagement dans les différentes

³⁰ Une réflexion et des nuances sur ce sujet figurent plus loin dans le travail

³¹ Des annexes sont dédiées aux analyses de données effectuées par Thierry Bobst, offrant ainsi un accès aux données brutes à ceux qui le souhaitent

actions, du nombre de commentaires laissés et de leur implication sur le forum de discussion. Nous contactons une quinzaine d'utilisateurs/trices afin de leur présenter le projet de recherche et leur proposons – dans ce cadre – d'endosser un rôle plus actif en postant davantage sur le forum, en sélectionnant leurs « actions préférées », en partageant leurs expériences et astuces, etc., afin de dynamiser les échanges sur la plateforme. Nous les convions à un apéritif en février 2020 afin de faire connaissance, de leur présenter plus précisément les buts de l'étude et de répondre à leurs questions. Au final, neuf utilisateurs/trices accepteront de participer à l'expérience de *block leaders*.

4.8.2.2 Période et indicateurs considérés

L'intervention des *block leaders* a eu lieu du 25 février 2020 au 17 avril 2020. La période d'observation s'est toutefois étendue du 1^{er} novembre 2019 au 30 juin 2020. En effet, sur cette période, d'autres campagnes de communication ont eu lieu et il nous a semblé important de les prendre en compte dans nos observations afin de pouvoir en mesurer les effets et comparer les effets des différentes stratégies. Une variable « temps » a donc été créée et codée afin de permettre la comparaison entre la période « block leader » et les autres périodes (figure 4). Cette dernière fût divisée en plusieurs parties dont deux périodes « covid » furent ajoutés en cours de route au vu des événements et de leur impact sur notre recherche :

| Date - Begin | Date - Stop | Event | Code |
|--------------|-------------|-----------------------|------|
| 01.11.19 | 17.11.19 | Usual Activity | 0 |
| 18.11.19 | 29.11.19 | LED Screens | 1 |
| 30.11.19 | 24.02.20 | Usual Activity | 2 |
| 25.02.20 | 12.03.20 | Block Leaders | 3 |
| 13.03.20 | 16.04.20 | Block Leaders/Covid | 4 |
| 17.04.20 | 31.05.20 | Usual Activity /Covid | 5 |
| 01.06.20 | 30.06.20 | Seed distribution | 6 |

Figure 4: Variable indépendante "temps", tiré du travail de mémoire de Thierry Bobst (2021)

- *Usual activity* : aucune activité spécifique de promotion de *La Fourmilière*, activités « standards » de la plateforme
- *LED screens* : période de campagne de promotion par écrans LED organisée par la municipalité en décembre-janvier,
- *Usual activity* : afin de mesurer les effets et retombées de la campagne LED
- *Block leaders* : mise en place de la stratégie *block leaders*
- *Block leaders + Covid* : concordant avec le début du semi-confinement de mars 2020, jugeant important de considérer cet élément perturbateur et son impact sur les résultats de l'expérience
- *Covid* : fin de la stratégie *block leaders*, afin de mesurer les retombées de la stratégie (toujours dans un contexte de Covid)
- *Graines + Covid* : période de distribution des 15'000 sachets de graines estampillés *La Fourmilière* sur le territoire montreusien (toujours dans un contexte de Covid)

Plusieurs indicateurs ont été analysés afin de voir s'ils avaient été affectés par les différentes interventions et dans quelle mesure :

- Nombre de sessions quotidiennes et leur longueur
- Nombre quotidien de pages consultées et moyenne quotidienne par utilisateur
- Nombre de pages du forum consultées quotidiennement
- Nombre de commentaires laissés sur le forum quotidiennement
- Nombre d'actions consultées
- Nombre de mises en œuvre quotidienne d'actions

Notons que pour tous ces paramètres, seules des moyennes journalières ont été retenues. Les activités d'aucun/e membre spécifique n'ont été enregistrées. En effet, c'est bien l'activité globale sur la plateforme qui nous a intéressé dans cette recherche – l'« émulsion citoyenne » - et non des données spécifiques à des utilisateurs. Cette raison explique aussi pourquoi nous n'avons pas précisé le profil des *block leaders* et que nous n'avons donné (ni recueilli) d'autre élément que ceux de « citoyen(ne)s de Montreux » et « membre de la plateforme *La Fourmilière* ». Ces caractéristiques devraient, selon la littérature sur l'influence sociale, suffire à susciter un sentiment de similarité et de comparabilité chez individus concernés. En effet, si tous ne sont pas montreusiens, tous sont à minima membres de la plateforme et ont donc un intérêt commun pour la durabilité.

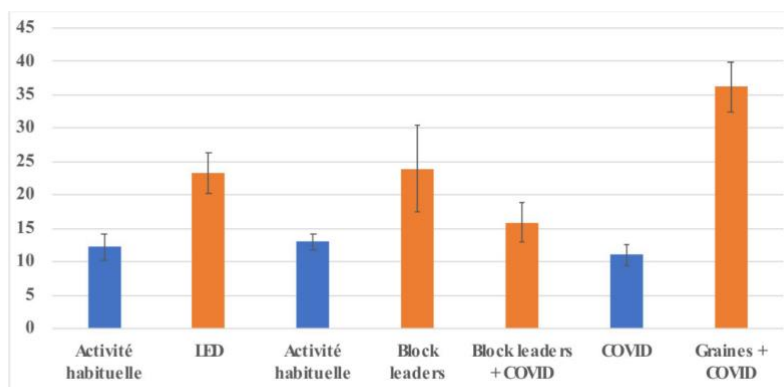
4.8.3 Résultats

Afin de faciliter la compréhension des résultats et de n'en garder que ce qui fait réellement sens dans le cadre du présent travail – davantage orienté sur une tendance générale que sur les précisions statistiques – nous n'en présenterons pas l'intégralité et éviterons le recours à des termes trop spécifiques. Les graphiques et données présentés sont ceux ayant été fournis à la municipalité de Montreux dans le rapport final remis au terme de la recherche (en annexe). L'intégralité des résultats et les statistiques précises sont toutefois intégrées en annexe.

4.8.3.1 Fréquentation de la plateforme

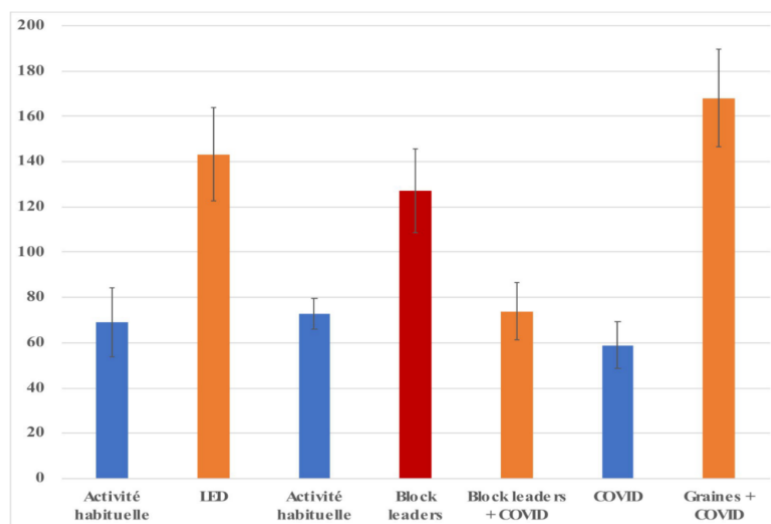
Des différences importantes ont pu être identifiées en termes de fréquentation de la plateforme entre les différentes périodes. D'abord, nous avons pu observer un **nombre de**

sessions quotidiennes plus élevé durant les périodes d'interventions que pendant les périodes d'activité habituelles. Nous pouvons toutefois remarquer que le nombre de sessions a légèrement diminué après l'annonce du semi-confinement. Un nombre important de sessions a par contre été enregistré durant la période de distribution des sachets de graines.



Graphique 1. Nombre de sessions quotidiennes (les barres représentent les erreurs standards)

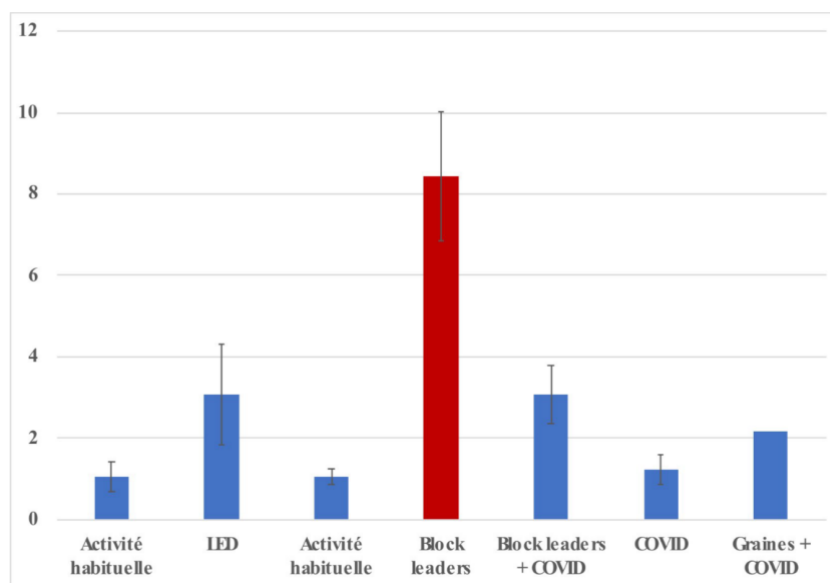
Concernant le **nombre de pages consultées quotidiennement**, on constate également une activité supérieure durant les périodes d'intervention que durant les périodes d'activité habituelles. Aussi, plus de pages ont été consultées durant la première partie de l'activité *block leaders*, pour diminuer ensuite après l'annonce du semi-confinement.



Graphique 2. Nombre de pages consultées quotidiennement.

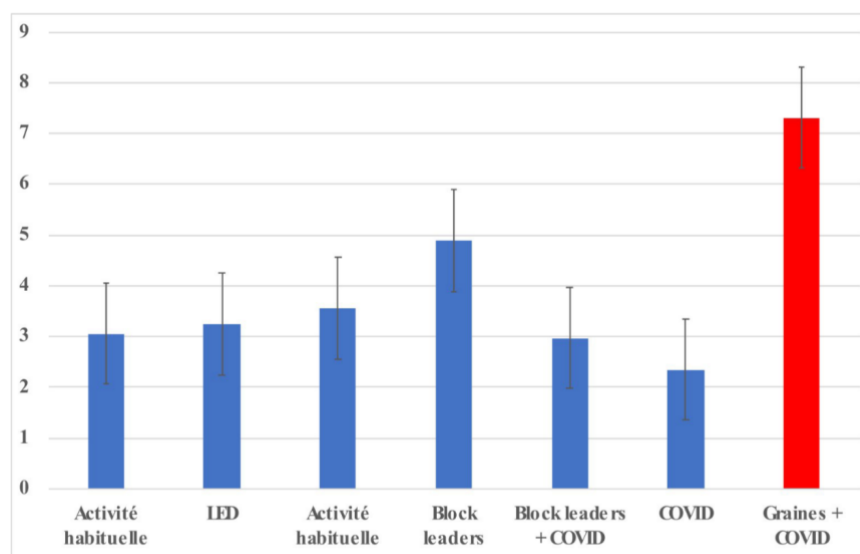
Le **nombre de pages du forum consultées quotidiennement** a lui aussi connu une activité plus importante durant les périodes d'intervention que durant les périodes d'activité

habituelle. Nous pouvons toutefois noter une augmentation particulièrement importante au moment de l'intervention des block leaders, qui a toutefois aussi connu une baisse après l'annonce du semi-confinement.



Graphique 3. Nombre de pages du forum consultées quotidiennement.

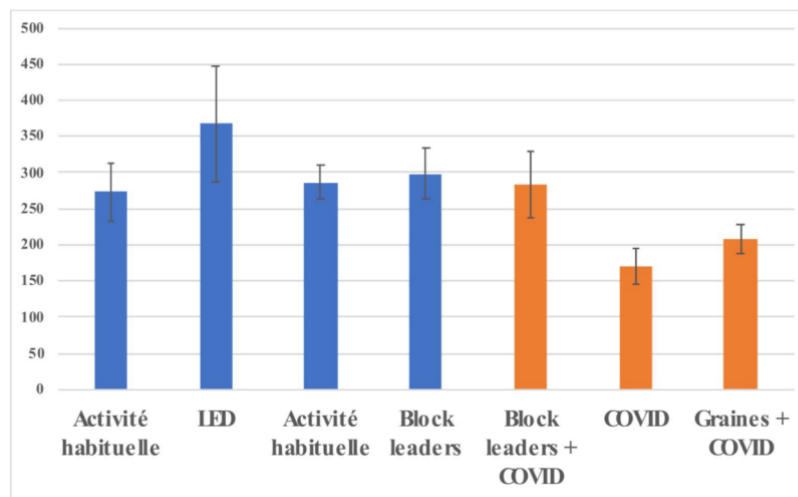
Quant à l'indicateur **actions consultées quotidiennement**, les différences sont moins prononcées que pour les autres paramètres, mais nous notons toutefois une légère augmentation durant la période *block leaders*, et une augmentation encore plus importante durant la distribution de graines.



Graphique 4. Nombre de pages d'actions consultées quotidiennement

4.8.3.2 *Activité des membres*

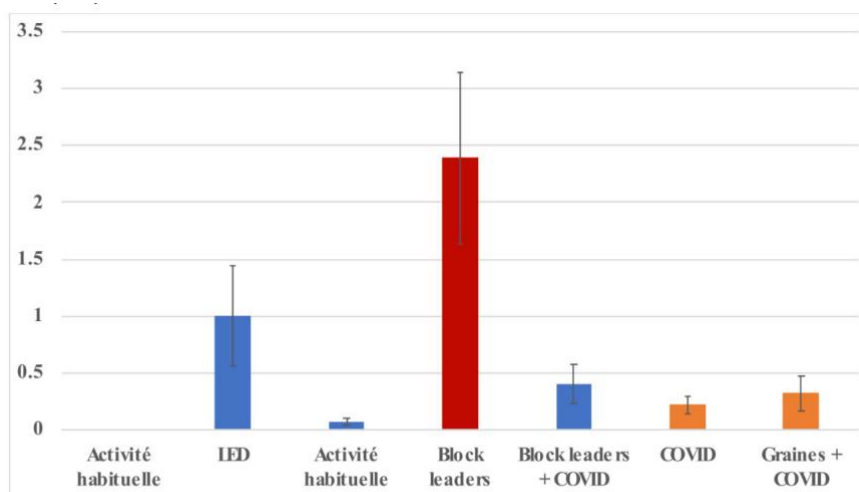
Intéressons-nous maintenant à l'activité des utilisateurs/trices de la plateforme. En ce qui concerne le **temps moyen par session**, on observe une baisse depuis le semi-confinement.



Graphique 5. Temps moyen des sessions.

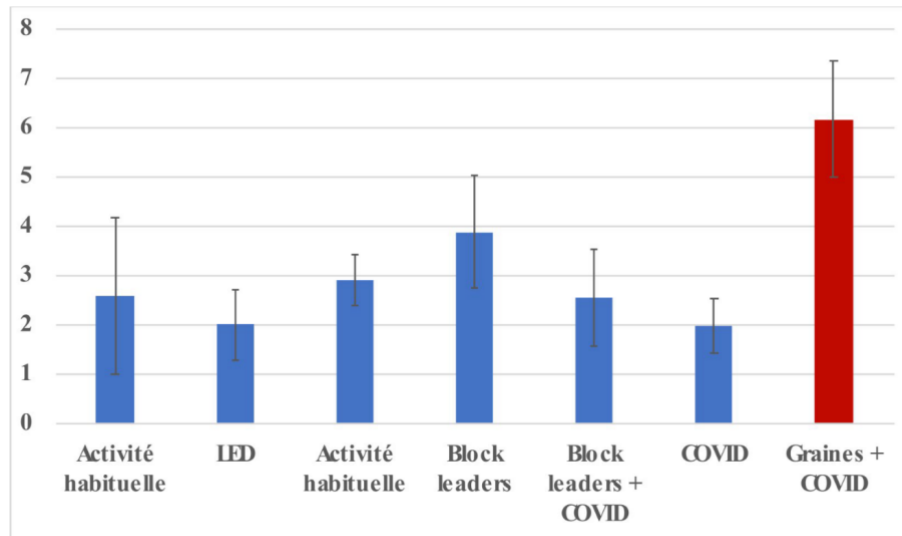
Aucun résultat significatif n'a été observé concernant le **nombre moyen de pages consultées quotidiennement** par utilisateur, c'est pourquoi nous n'avons pas de graphique à présenter pour ce paramètre.

Le **nombre de commentaires dans le forum** a été plus élevé durant la période *block leaders*, pour diminuer au moment du semi-confinement.



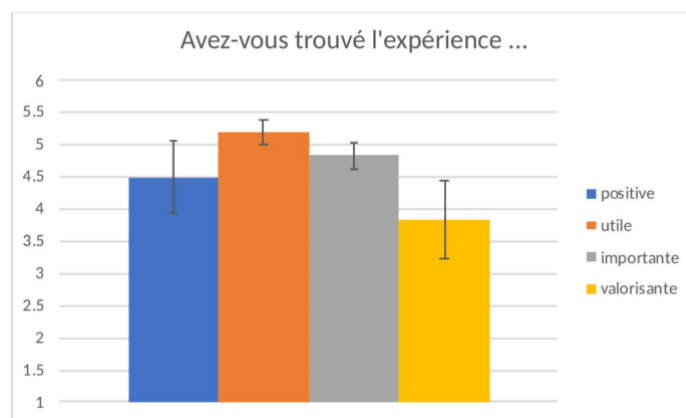
Graphique 6. Nombre de commentaires dans le forum.

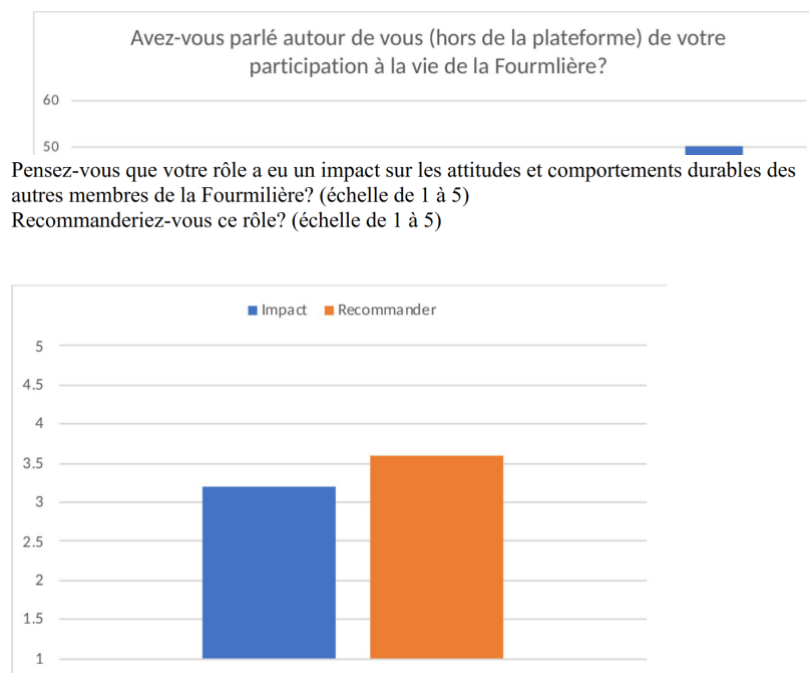
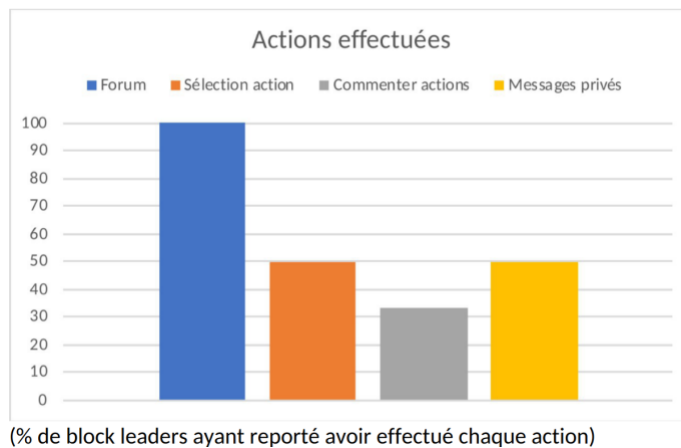
Pour finir, le **nombre de mises en œuvre d'actions** est plus élevé durant la période graines, bien qu'il ait connu une légère augmentation durant la période *block leaders*.



Graphique 7. Nombre d'actions mises en œuvre.

Le **ressenti** des citoyens ayant endossé le rôle de *block leaders* nous a également semblé important à prendre en considération. Nous leur avons donc posé plusieurs dont les réponses figurent ci-dessous. Six des neuf block leaders y ont répondu. Bien que l'échantillon ne soit pas très conséquent, nous estimons que leur retour peut être éclairant pour identifier les pistes d'amélioration de cette stratégie d'influence sociale.





Quelles conclusions pouvons-nous tirer de ces résultats ? Quelles sont les limites de cette recherche et quelles pistes peuvent être imaginées à la lumière de ces observations ?

4.9 Discussion

4.9.1 Des résultats impactés par l'épidémie

Si certains facteurs ont effectivement été impactés par la stratégie *block leaders*, d'autres ne reflètent pas vraiment de différence significative. Il est toutefois difficile d'interpréter ces résultats étant donné l'élément perturbateur nommé Covid qui est intervenu durant l'intervention. Les résultats observés – bien qu'encourageant – ne sont donc pas

représentatifs de ce qu'ils auraient pu être en situation « normale ». En effet, avec l'annonce du semi-confinement à la mi-mars, la vie quotidienne de la population suisse – et par conséquent des utilisateurs de la plateforme – a connu de nombreux chamboulements. Télétravail, fermeture des écoles, incertitudes, stress, ... autant de paramètres à prendre en compte dans les résultats de l'expérience menée sur *La Fourmilière*.

Les résultats indiquent une augmentation globale de l'activité sur la plateforme lors de la période « graines ». Mais ici aussi, l'élément Covid complexifie l'évaluation de l'efficacité de la campagne en tant que telle. En effet, les mois de mai/juin (période de distribution des sachets de graines) furent également les périodes d'assouplissement des mesures de semi-confinement en Suisse, de réouverture des écoles et d'amélioration globale de la situation sanitaire. L'activité accrue sur la plateforme est-elle alors imputable à une campagne particulièrement efficace ou est-elle le fait d'un « retour à la normale » par rapport au semi-confinement, et donc de davantage d'« espace mental » pour réaccorder du temps aux comportements durables après avoir dû concentrer toute son attention (ou presque) sur les gestes barrières et les mesures de distanciation sociale ? Nous ne sommes pas en mesure de répondre à cette question et ne pouvons proposer que des hypothèses.

4.9.2 À chaque stratégie ses impacts

Un élément explicatif pourrait également être le public visé par la campagne, qui est différent du public visé avec la stratégie *block leaders*. En effet, les sachets de graines ayant été distribués à tous les ménages de la région, la campagne s'adressait également aux non-membres de la plateforme. Il se peut alors que cette campagne ait amené de nouveaux utilisateurs sur la plateforme, ce qui justifierait pourquoi les paramètres ayant connu la plus forte augmentation soient le nombre de sessions quotidiennes (plus d'utilisateurs), le nombre de pages consultées, le nombre de pages d'action consultées et le nombre d'actions mises en œuvre.

Avec la stratégie *block leaders*, ces paramètres (nombre de sessions quotidiennes, nombre de pages consultées, nombre de pages d'action consultées et nombre d'actions mises en œuvre) ont certes légèrement augmenté par rapport à l'activité habituelle, mais de manière moins significative qu'avec la stratégie « distribution de graines ». Ceci peut être expliqué par le fait que la stratégie des *block leaders* visait d'abord les utilisateurs déjà présents sur la plateforme. Déjà inscrits, ayant déjà probablement fait un tour de la plateforme et mis en œuvre des actions auparavant, ces paramètres n'ont donc pas connu d'augmentation majeure.

Il est toutefois intéressant de noter que les paramètres « nombre de pages du forum consultées » et « nombres de commentaires dans le forum » ont connu une augmentation durant la période *block leaders*, augmentation qui ne se retrouve à aucun autre moment de la période observée. Ainsi, nous pouvons en déduire que la stratégie *block leaders* a effectivement – malgré le contexte important à considérer – permis de dynamiser la plateforme, de donner naissance à des échanges entre utilisateurs dans le forum, et de rendre *La Fourmilière* active et non plus seulement consultative. Ces observations confirment également un élément évoqué plus tôt : il n'existe pas de stratégie miracle et c'est via le déploiement de plusieurs instruments que les objectifs de sensibilisation pourront être atteints.

4.9.3 *Le long terme*

Reste toutefois à savoir si cette activité et ces échanges perdureront sur le long terme. En effet, bien que les diverses stratégies (LED, *block leaders*, graines) s'avèrent efficaces pour stimuler ponctuellement la plateforme, cette efficacité semble généralement de courte durée. Un pic d'augmentation est observé aux alentours de chaque campagne, puis une nouvelle diminution de l'activité. Il serait alors judicieux de penser à une manière de maintenir ces effets dans le temps. Cela pourrait consister en une augmentation du nombre de campagnes, rapprochées dans le temps, afin d'empêcher l'engouement de retomber. Ceci nécessite par contre un investissement en temps et en moyens financiers. En ce sens, la stratégie des *block leaders* peut être intéressante puisqu'en plus de son efficacité démontrée, elle offre une alternative à une campagne de communication classique et coûteuse, faisant des citoyens des acteurs du bien commun et non plus seulement des « récepteurs » de consignes à suivre pour le bien de la société. Aussi, nous pouvons supposer qu'une fois la dynamique d'échanges entre utilisateurs installée, il est probable qu'elle se maintienne d'elle-même. Selon cette hypothèse, maintenir un peu plus longtemps la stratégie des *block leaders* pourrait potentiellement suffire à faire naître une dynamique d'échanges qui serait en mesure de se maintenir par la suite sans que des interventions récurrentes soient nécessaires. Tout comme nous l'avons évoqué au sujet de la stratégie de la modélisation, il est tout à fait imaginable qu'après quelques temps, de nouvelles normes sociales s'installent grâce à la participation des *block leaders*, et que ce soient finalement elles qui entretiennent la participation et l'engagement des citoyens dans des comportements durables.

4.9.4 Du côté des *block leaders*

Si la plupart *block leaders* expriment un sentiment globalement positif vis-à-vis de l'expérience à laquelle ils ont participé, certains semblent perplexes quant à l'utilité de leur rôle. Ce ressenti n'est pas vraiment surprenant : comme évoqué plus tôt dans le travail, les individus ont besoin de connaître l'impact des actions qu'ils entreprennent. Il serait alors judicieux de communiquer aux *block leaders* – durant l'opération – les effets de leur participation sur la plateforme. La rétroaction, si importante pour le maintien des comportements durables, est également importante pour maintenir l'implication des *block leaders* dans leur rôle d'ambassadeurs/drices.

Un participant estime, lui, que le rôle d'ambassadeur/drice nécessite certaines qualités communicationnelles que tout le monde n'a pas. Ce commentaire est pertinent et – tout comme la question de la rétroaction – il s'agit en quelques sortes d'une « mise en abîme » des problématiques abordées plus tôt dans ce travail. On l'a vu – c'est d'ailleurs la trame de ce travail - communiquer de manière efficace au sujet des problématiques environnementales est complexe. Si la stratégie des *block leaders* semble efficace dans sa forme, il serait judicieux d'en travailler le fond. Certes, la richesse de cette stratégie repose notamment dans son authenticité, dans le fait que ce soient des « citoyens lambda » qui s'expriment, de manière spontanée, etc. Or, donner quelques outils/conseils/astuces communicationnels à ces ambassadeurs/drices pourrait être une piste afin de les accompagner et les aider dans ce rôle.

Un élément intéressant à relever dans les retours des *block leaders* est que leur rôle ne semble pas s'être arrêté aux frontières de *La Fourmilière*. Comme plus de la moitié d'entre eux l'affirment, ils en ont parlé à plusieurs personnes de leur entourage (entre 2 et 5 personnes). On peut alors émettre l'hypothèse qu'en endossant ce rôle pour dynamiser la plateforme, les ambassadeurs/drices ont en réalité un impact plus large et parviennent peut-être – sans forcément le chercher – à sensibiliser et amener de nouveaux utilisateurs (d'autres pairs tels que leurs amis, des membres de leur famille, des collègues, ...) sur la plateforme.

4.9.5 Limites et pistes

Nous souhaitons attirer l'attention sur le fait que cette expérience ne nous permet pas de tirer de conclusions à la question de son impact sur les comportements effectifs. Il aurait fallu, pour ce faire, disposer de beaucoup plus de temps et de moyens afin de pouvoir mesurer

l'impact de cette stratégie sur les comportements réels. Prolonger l'étude jusqu'à ce stade constituerait toutefois une piste pour de futures recherches. Si des études de ce genre ont été réalisées en face-à-face et que l'efficacité de la stratégie à modifier les comportements été confirmée, il serait intéressant de savoir si une même efficacité sur les comportements peut être atteinte tandis que la stratégie est menée via des canaux numériques. Expérimenter cette stratégie nous a toutefois permis de vérifier son applicabilité au numérique, et de déceler une certaine efficacité malgré l'élément perturbateur considérable qu'a été le semi-confinement. Renouveler l'expérience de façon identique mais « après Covid » pourrait d'ailleurs également constituer une piste afin de comparer les résultats obtenus.

Un élément est également important à considérer car il fait de ce terrain une situation particulière : s'agissant d'une plateforme en faveur de la durabilité, nous nous permettons de présumer que tous les membres sont en accord avec le constat d'une situation écologique inquiétante et la nécessité d'agir pour en atténuer les impacts. Il ne s'agissait donc en aucun cas de « convaincre » des personnes sceptiques, tâche qui s'avère sans nul doute plus complexe. Autrement dit, l'objectif des *block leaders* n'a pas été pas de persuader des individus contre les valeurs pro-environnementales mais de fournir un soutien à ceux qui ont des difficultés à agir au-delà de leurs attitudes (O'keefe, 2015).

Toutefois, nous émettons l'hypothèse que la stratégie des *block leaders* en tant que telle pourrait tout de même fonctionner face à un public moins convaincu. Le cœur de cette stratégie consistant à trouver des « semblables » pour aider à mieux faire passer un message, il s'agirait alors de trouver des ambassadeurs/drices « proches » des publics que l'on cherche à convaincre (idées, discours, caractéristiques sociodémographiques, ...) prêts à défendre la cause environnementale et l'importance d'agir. Les arguments et valeurs mobilisés seront certainement différents, mais si l'on reprend les éléments évoqués précédemment, cela est même conseillé : mobiliser des valeurs « éloignées » ne sert à rien, il faut parler le langage de l'auditeur. Nous citerons à nouveau Brian Norton pour illustrer cela, lorsqu'il affirme qu' « *il importe de trouver un consensus sur ce qu'il faut faire, non sur les raisons qui conduisent à le faire* » (Hess, 2013, p.203). Rappelons cet argument de Georges Marshall pour justifier la nécessité de « faire sauter les frontières » : le changement climatique n'appartient pas aux écologistes et n'est pas uniquement une question environnementale (Marshall, 2018). Nous aimons à croire que tous les individus dont l'écologie n'est pas la

préoccupation première ne sont pas pour autant « anti-écologie » et qu'ils pourraient donc être des relais précieux pour atteindre une audience plus large.

De plus, l'échantillon observé étant relativement restreint, les conclusions tirées ne permettent pas de faire de ces résultats des « vérités absolues ». Il s'agit uniquement de pistes qu'il serait judicieux d'explorer plus profondément dans de futures recherches.

4.9.6 Conclusion de l'intervention

Pour résumer, nous tirons donc un bilan plutôt positif de l'expérience menée. Malgré le contexte particulier et perturbateur que fut la pandémie de Covid19, nous avons tout de même pu observer un impact effectif de la stratégie des *block leaders* sur *La Fourmilière*. Il ne fut pas aussi grand qu'espéré, mais il confirme et ouvre des pistes intéressantes et prometteuses pour des recherches futures. L'observation des stratégies déjà mises en place sur *La Fourmilière* fut elle aussi intéressante et éclairante : elle nous a permis d'identifier des éléments qui nous auraient semblé futiles en temps normal mais que nous avons pu analyser à la lumière des connaissances acquises tout au long de ce travail.

Nous exprimons aussi une satisfaction d'avoir eu l'opportunité d'expérimenter la stratégie des *block leaders* pour la première fois à notre connaissance dans le monde numérique, qui plus est sur une plateforme elle aussi unique en Suisse³². La collaboration avec des acteurs institutionnels et des chercheurs issus de la psychologie a aussi été extrêmement enrichissante. Elle a confirmé la nécessité et la pertinence des savoirs interdisciplinaires ainsi que les avantages de collaborer avec des acteurs de domaines variés afin de tendre vers des connaissances et des outils utiles et applicables.

5 RECOMMANDATIONS

Dans ce dernier chapitre, nous souhaitons, à partir des résultats et observations obtenus au cours de ce travail, proposer une série de recommandations à l'attention d'autres collectivités désireuses de mobiliser leurs citoyens. Bien que notre terrain se soit concentré sur une plateforme particulière, nous estimons toutefois que les tendances observées et les stratégies

³² Selon les dires de Pascal Mullener, délégué à l'énergie de la commune de Montreux. Nous n'avons pas réalisé de recherche exhaustive à ce sujet, mais il ne nous semble en effet pas avoir eu connaissance de plateformes de ce type initiées par une autre municipalité en Suisse romande.

appliquées ou simplement envisagées dans les parties plus théoriques de ce travail peuvent être exportables et valables à large échelle. En effet, les enjeux environnementaux sont globaux, ils se retrouvent donc sur tous les territoires. Les mécanismes psychologiques à l'origine de la difficulté à adopter des comportements durables sont également sensiblement les mêmes partout³³. Le terrain précis de *La Fourmilière* a donc représenté une façon d'expérimenter l'applicabilité de stratégies valables plus globalement.

Le constat le plus important à retenir au terme de ce travail est celui d'un besoin de renouveau dans les communications environnementales institutionnelles. Nous l'avons dit, le mécanisme stimulus-réponse (informations sur la situation environnementale-comportement adapté) est un leurre et continuer selon ce modèle sera inefficace si la volonté est réellement une évolution des comportements des citoyens. Face à un contexte inédit, les collectivités sont appelées à réinventer leurs stratégies. Heureusement, les avancées de la psychologie sociale et des sciences humaines proposent d'autres outils ou techniques pour favoriser le changement de façon plus efficace puisque éclairés par l'analyse et la compréhension des mécanismes à la base des comportements. Plusieurs stratégies ont été exposées au cours de ce travail afin d'adapter les messages aux caractéristiques des enjeux environnementaux et aux différentes barrières psychologiques qui en découlent. Nous ne les reprendrons pas toutes ici afin d'éviter les effets de répétition, mais tenterons plutôt d'en ressortir des recommandations générales à retenir en insistant sur les dimensions qui nous semblent particulièrement importantes à considérer.

5.1 Aider le cerveau

Les individus ne choisiront jamais – volontairement et spontanément – de s'orienter vers des solutions qui leur paraissent complexes, coûteuses, dont les bénéfices ne sont pas visibles à court terme pour répondre à une problématique qui leur semble lointaine dans le temps et dans l'espace. Et personne ne peut les en blâmer, il s'agit d'un mécanisme inscrit dans nos cerveaux. En effet, comme l'explique le psychologue et économiste Daniel Kahneman (2016), nous avons deux systèmes de pensée. Le premier – *la pensée rapide* – est celui de l'intuition, le résultat automatique de notre expérience de vie acquise (consciemment ou non). Le deuxième – *la pensée lente* – fait appel à la réflexion, la concentration, l'effort. Or,

³³ Précisons à nouveau que ce travail est basé sur le contexte et le mode de vie moyen occidental. Les affirmations telles que « partout » présentes dans ce travail ne valent donc que pour ce contexte-ci.

il s'avère que « *depuis cinq cents millions d'années, enfoui au plus profond de notre encéphale, notre striatum cherche fondamentalement à ne rien faire* » (Bohler, 2019, p.100). Les raisons expliquant cette « paresse » de notre cerveau sont biologiques. En effet, « *le système nerveux consomme plus de glucose que les autres organes du corps humain, et apparemment, une activité mentale difficile coûte très cher en glucose. Quand vous êtes activement impliqué dans un raisonnement cognitif complexe ou engagé dans une tâche qui nécessite le contrôle de soi, votre niveau de glucose dans le sang chute. C'est un effet comparable à celui d'un coureur qui puis dans le glucose stocké dans ses muscles pendant un sprint* » (Kahneman, 2016, p.68). Or, « *un organisme biologique qui minimise ses dépenses d'énergie augmente brutalement ses chances de survie dans un environnement hostile* » (Bohler, 2019, p.100). En outre, nos modes de vie compliquent eux aussi l'activation de la pensée lente (système 2). En effet, puisque l'économie d'énergie est un mécanisme de survie en milieu hostile, le cerveau cherchera encore plus à minimiser ses efforts « *lorsqu'il s'agit d'aller vite et qu'il est en situation de stress et d'exigence de rapidité comme nos modes de vies actuelles nous l'imposent* » (Hamed, 2019, p.12).

L'idée d' « énergie mentale » est donc bien plus qu'une simple métaphore... Toutefois, il semblerait, selon plusieurs expériences, que « *les gens parvenaient à résister aux effets de l'épuisement de l'ego quand on leur donnait une bonne raison de le faire* » (Kahneman, 2016, p.68).

« Une bonne raison de le faire », c'est précisément sur ce paramètre que les communications peuvent (et devraient) se concentrer. Pour cela, quelques règles de base peuvent être appliquées systématiquement (Hamed, 2019) :

- Communiquer visiblement sur les **conséquences à court terme** sur l'environnement et la santé des individus
- Communiquer sur les **bénéfices immédiats et à court terme** que le changement peut apporter
- Communiquer sur les **solutions existantes et faciles** à prendre en main
- Communiquer sur les **actions, initiatives et solutions réussies** qui ont été efficaces et ont rencontré un succès dans d'autres territoires

Face à une problématique aussi complexe à appréhender que le changement climatique, de subtiles manœuvres dans les discours sont nécessaires afin de mieux l'adapter à ce que nos mécanismes cognitifs sont en mesure de traiter. Il est après tout beaucoup plus réaliste et facile de modifier des discours que de changer la structure de nos cerveaux...

5.2 Mobiliser la dimension collective

Il a été démontré à plusieurs reprises dans ce travail à quel point l'aspect collectif de la transition était important. Pour parvenir à une société durable, d'une part, mais aussi pour motiver les individus à s'engager dans la poursuite de cette société. En effet, de nombreuses barrières psychologiques à l'adoption de comportements durables par les individus résident dans le sentiment d'impuissance individuelle, d'inégalité perçue, d'isolement face à un enjeu trop massif pour leur marge de manœuvre, ... C'est d'ailleurs en raison du potentiel prometteur que nous voyons en cette dimension collective que nous avons orienté notre expérience de terrain vers une stratégie d'influence sociale.

Ainsi, une recommandation générale et fondamentale que nous adressons aux collectivités est de – précisément – faire apparaître dans leurs communications l'aspect collectif de la transition initiée sur leur territoire. Cela peut passer par diverses stratégies et outils ; nous en avons abordé quelques-uns en nous inspirant de la littérature et nous avons également démontré comment ils pouvaient être appliqués au travers de l'étude de terrain menée sur la plateforme *La Fourmilière*. Feedback collectif, contrats comportementaux, preuve sociale, ... autant d'outils à disposition des collectivités afin de révéler aux citoyens la dimension collective des démarches et de les aider à dépasser les sentiments neutralisants d'impuissance et d'isolement face à un enjeu trop vaste et complexe pour eux seuls.

Nous en revenons, finalement, à la trilogie styles, genres et modes de vie abordée plus tôt. Les comportements individuels ont besoin du collectif pour évoluer et le collectif a besoin des initiatives individuelles pour émerger. Cela peut ressembler à l'image d'un serpent qui se mord la queue, ou celle de la poule et de l'œuf. Nous y voyons plutôt une piste prometteuse et – de plus – à portée de main. En effet, les initiatives éclosent déjà partout depuis plusieurs années. Pour reprendre les mots d'Edgar Morin cité plus tôt, « *Tout en fait a recommencé, mais sans qu'on le sache. (...) il existe déjà, sur tous les continents, un bouillonnement créatif, une multitude d'initiatives locales, dans le sens de la régénération économique, ou*

sociale, ou politique, ou cognitive, ou éducationnelle, ou éthique, ou de la réforme de vie » (Le Monde, 2010). Seulement voilà, « ces initiatives ne se connaissent pas les unes les autres, nulle administration ne les dénombre, nul parti n'en prend connaissance. Mais elles sont le vivier du futur » (Le Monde, 2010).

Les collectivités pourraient dès lors explorer cette piste prometteuse en recensant les différentes initiatives présentes sur leur territoire (et au-delà, mais l'aspect de proximité joue à notre sens également un rôle important ici) et en les rendant visibles afin de faire prendre conscience qu'un mouvement est déjà en route, qu'il s'agit « simplement » de le rejoindre et que *« ce sont ces voies multiples qui pourront, en se développant conjointement, se conjuguer pour former la voie nouvelle, laquelle nous mènerait vers l'encore invisible et inconcevable métamorphose » (Le Monde, 2010). Après tout, comme le relève Cyril Dion (2018), « une poignée de personnes bien organisées peut prendre le dessus sur des millions qui ne le sont pas. C'est ainsi que fonctionne le monde depuis des siècles » (p.130).*

Mais pour ce faire, il faut, précisément, être bien organisé, être capable de mobiliser au-delà des cercles militants, de permettre la coopération. Et il existe un outil utile pour cela : internet. La capacité de nous organiser en réseau que nous offre cet outil est sérieusement à considérer (Dion, 2018, p.130). Nous l'avons en partie expérimenté via l'étude de terrain menée sur une plateforme numérique initiée par Montreux et - après avoir mené une réflexion (présentée ci-après) sur la pertinence de mobiliser le numérique pour favoriser la transition écologique - nous encourageons les collectivités à investir ce terrain.

5.3 Investir de nouveaux canaux de communication et de mobilisation

Nous admettons avoir été tiraillée par un questionnement sur le potentiel paradoxe apparent à cette recommandation : est-il contradictoire de promouvoir des comportements écologiques et plus globalement la transition écologique en ayant recours au numérique ? Il ne fait en effet aucun doute sur le fait que les technologies numériques ne sont pour le moins pas intrinsèquement écologiques. Faut-il pour autant renoncer à l'une lorsque l'on défend l'autre ? Une rencontre entre ces deux domaines n'est-elle pas envisageable ? En souhaitant éclairer ce questionnement, nous nous sommes rendu compte qu'en réalité, nous ne connaissons pas réellement les tenants et aboutissants de cette problématique. Il va sans dire que ce débat est vaste et complexe, nous ne prétendons donc pas l'avoir épuisé via la

réflexion présentée ici mais nous souhaitons plutôt montrer en quoi, selon nous, une rencontre entre numérique et écologique est possible et même souhaitable.

5.3.1 Des impacts négatifs

Lorsque l'on considère les impacts écologiques du numérique, nous comprenons rapidement les réticences de la communauté écologique à son égard. En effet, les émissions de GES générées par le secteur numérique s'élèvent aujourd'hui à 4 %, contre 2 % en 2010 et des études prévoient qu'elles devraient atteindre entre 6 et 8 % d'ici 2025 ; un pourcentage qui dépasse celui généré par le trafic aérien (Luneau, 2021) et qui semble augmenter de façon exponentielle. Mais avant de les critiquer catégoriquement et de façon globale, il nous semble important de comprendre d'où proviennent ces sources d'émissions afin de pouvoir mieux se positionner sur la question d'une possible (ou non) convergence entre numérique et écologie.

Frédéric Bordage, spécialiste français du numérique responsable, explique que les impacts environnementaux du numérique se concentrent principalement dans trois phases (Luneau, 2021). La phase de fabrication des équipements, qui représente 80 % des impacts négatifs du secteur : extraction de métaux rares, procédés polluants et consommant beaucoup d'eau, déforestation pour extraire toujours davantage de minéraux, détournement des eaux potables pour l'extraction des matériaux, rejets de particules et de terres radioactives, etc., sont autant d'étapes à fort impact négatif cachées derrière chacun de nos appareils numériques ; et d'autant moins visibles qu'elles ont lieu dans des pays émergents, hors de la zone européenne (Chine, Mongolie, RDC, Amérique du Sud, etc.). La seconde phase génératrice d'impacts est la phase d'« alimentation » des équipements précédemment fabriqués, qui représente à elle seule environ 20 % des impacts environnementaux liés au secteur numérique. Il s'agit là de l'électricité nécessaire pour alimenter les serveurs, les data center, nos smartphones et nos ordinateurs. Puis, la troisième et dernière étape est constituée des déchets mal recyclés - ou non recyclés - que représentent les appareils en fin de vie.

Ainsi, selon Frédéric Bordage, la phase d'« utilisation » n'est pas très significative. Du moment que nos ordinateurs et smartphones ont été fabriqués et sont alimentés en énergie, les impacts ont déjà eu lieu et que l'on regarde des vidéos ou que l'on écrive des mails, cela ne change pas grand-chose en termes d'impacts à l'instant T. Par contre, évidemment, si nous nous mettons tous à regarder des vidéos en haute résolution dans le TGV qui roule à 300 km/h, il faudra implanter du réseau 5G partout, donc fabriquer à nouveau des

infrastructures, et là se posera à nouveau un problème en termes d'impacts environnementaux.

En ce sens, la réduction de l'empreinte numérique au niveau individuel consiste principalement à prendre soin de son terminal (ordinateur ou smartphone) pour pouvoir le garder le plus longtemps possible. Finalement, le numérique durable peut se résumer au slogan « moins d'équipements, qui durent plus longtemps » (Luneau, 2021). En ce sens, il semblerait donc que le numérique puisse rencontrer l'écologique, ou du moins s'en rapprocher ; et qu'avec une consommation modérée et réfléchie, il soit possible de réduire l'empreinte numérique de façon assez drastique.

5.3.2 *Mais aussi positifs*

Si la phase d'utilisation n'est pas réellement significative en termes d'impacts environnementaux négatifs directs, elle peut l'être en termes de contribution (ou non) aux efforts de transition. En effet, le numérique n'est finalement qu'un outil, et les fins qu'il sert sont elles aussi éclairantes pour notre question. Et en ce sens, plusieurs convergences nous semblent possibles (et nécessaires) entre transition écologique et outils numériques.

En effet, on ne le sait que trop bien, le projet de transition écologique nécessite de sensibiliser, convaincre et embarquer les citoyens. Le numérique offre des outils intéressants pour ces fins. Dans leur *Livre Blanc Numérique et Environnement*, l'Institut du développement durable et des relations internationales (Iddri), la Fondation Internet Nouvelle Génération (Fing), le WWF France et GreenIT.fr passent outre cet à priori et présentent plusieurs pistes pour « *mettre le potentiel de transformation du numérique au service de la transition écologique* » (Iddri, FING, WWF France, & GreenIT.fr., 2018). Civic Tech pour favoriser de nouvelles formes de débat public, interrelation et coordination d'acteurs (citoyens, collectifs, start-up, etc.) et de leurs initiatives, plateformes de budgets participatifs pour permettre à ces initiatives de se concrétiser, applications d'incitations comportementales, plateformes d'échanges de biens entre particuliers, systèmes de mobilité collaborative, partage d'informations et de connaissances, forums de discussion, mobilisations collectives, etc., sont autant de nouveaux leviers d'action pour la transition écologique rendus possibles par le numérique.

En bref, « *nos actions en faveur de l'écologie ont beaucoup à gagner à s'appuyer sur le numérique en matière d'information, d'implication des citoyens et des parties prenantes, de collaboration, d'organisation, de passage à l'échelle...* » (Demailly et al., 2017, p.15).

Si ce secteur est aujourd'hui souvent diabolisé, c'est notamment parce qu'il est « *le support technique privilégié de nos modes de vie, que nous savons trop dispendieux pour l'équilibre de notre planète* » (Demailly et al., 2017, p.15), mais si l'usage que l'on en fait et les causes qu'il sert vont dans la sens d'une transition écologique, ce dernier peut devenir un allié. André Gorz, philosophe écologiste et penseur de la technique, exprime parfaitement cette dualité lorsqu'il affirme qu'« *il existe des technologies-verrou qui interdisent un usage convivial, et des technologies-carrefour (par exemple, les télécommunications, les ordinateurs, les cellules photovoltaïques) qui peuvent être utilisées de manière conviviale aussi bien qu'à des fins de domination. Il n'y a donc de déterminisme technologique* » (Vidalenc, 2017).

Dans ce cadre et tenant compte de ces nuances, « *les solutions du numérique et de l'économie collaborative représentent un réservoir d'innovations dans lequel les pouvoirs publics peuvent puiser pour renouveler leurs services publics* » (Demailly et al., 2017, p.16), afin de tendre vers une transition écologique menée en collaboration avec les différents acteurs. Mais pour cela, nous devons d'abord élaborer une fiction qui place la coopération et la convivialité comme valeurs cardinales. Ce sera notre prochain et ultime point.

5.4 Des émotions pour réduire les émissions : le pouvoir du récit

« En amont du savoir, du vouloir, du pouvoir, il y a une sensibilité, des impressions, des sensations. Elles constituent des ajustements permanents à notre environnement et composent le vrai moteur de notre évolution »
(EcoDDS, 2017, p.7)

On espère généralement parvenir à des changements de comportements via une exposition à des informations, des faits, des chiffres et des risques, que nous rangeons dans la catégorie de « démarches de sensibilisation ». Face à un constat d'échec de ces méthodes, réalisons que la clé se trouve – depuis le début – dans le terme même de « sensibilisation » : « sensibilité », « sensible », « sens », ... Des termes qui font référence à notre cerveau émotionnel. Pourquoi, dès lors, faire appel à notre cerveau rationnel ? Il n'y a, en réalité, pas de démarche plus irrationnelle que celle de vouloir sensibiliser uniquement via des arguments rationnels. En effet, « *il existe une division fondamentale, ancrée dans la structure*

physique de notre cerveau, entre les systèmes de traitement analytique et expérientiel – ce que j’ai appelé cerveau rationnel et cerveau émotionnel. Les deux cerveaux fonctionnent ensemble sur des tâches complexes, mais l’implication du cerveau émotionnel est essentielle pour passer à l’action, particulièrement sur le plan social » (Marshall, 2017, p.372). Par conséquent, tenir des discours axés sur les dangers et les risques ne fera pas réagir dans le sens souhaité, puisque ces informations s’adressent au cerveau rationnel. Or, « *des années d’évolution ont conduit notre cerveau émotionnel à prendre souvent le dessus sur le cerveau rationnel. Pour une raison toute simple : c’est lui qui nous permet de faire face au danger »* (Dion, 2018, p.114). En insistant sur l’urgence d’agir, les degrés qui augmentent, les années qui défilent, ... nous faisons donc appel au « mauvais cerveau ». Ces données ne seront finalement « *qu’une abstraction de plus à ranger dans ce que le cerveau rationnel sait, mais ne veut pas croire »* (Dion, 2018, p.114).

Mais alors, comment faire ? Nous l’avons évoqué plus tôt, les histoires et les récits ont en ce sens une fonction cognitive fondamentale car ils sont « *le moyen par lequel le cerveau émotionnel donne du sens aux informations recueillies par le cerveau rationnel »* (Marshall, 2017, p.177). Le récit est un outil très fort, capable de fédérer des foules. Et tout comme le doute et l’incertitude que nous avons évoqués plus tôt dans ce travail, d’autres l’avaient compris bien avant nous, et à mauvais escient... Hitler déclarait « *l’art de la propagande consiste à être capable d’éveiller l’imagination publique en faisant appel aux sentiments des gens, en trouvant des formules psychologiquement appropriées qui attirent l’attention des masses et toucheront les cœurs »* (Dion, 2018, p.122). Voyez les horreurs auxquelles cet homme est parvenu, en « touchant les cœurs » ...

Nous sommes actuellement pris dans un autre récit qui complique fortement les modifications de nos modes de vie. En effet, « *notre société s’est soudée autour de récits communs qui font que nous envisageons nos modes de vie aujourd’hui, qui épuisent les ressources naturelles que peuvent fournir la planète, comme la norme. Cela est même valorisé socialement »* (Hamed, 2019, p.15). C’est donc à une bataille culturelle que nous devons nous livrer. Pour parvenir à la normalisation de nouveaux modes de vie, « *il est fondamental de proposer une vision écologique désirable de l’avenir, de constituer des références culturelles fortes, de projeter un imaginaire puissant, de structurer un projet tangible »* (Dion, 2018, p.82). Et pour cela, il faut rêver, imaginer, et proposer. À travers des

films, des romans, des documentaires, des œuvres de toute nature. La narration connecte à quelque chose en soi par un processus d'identification à une situation ou à un personnage. Ainsi, se sentant concerné, notre cerveau limbique s'implique émotionnellement dans le récit raconté. Il comprend donc la situation avec de nouveaux sens, des émotions (Demange, 2020).

Comment procéder ? Illustrons cela par un exemple bien connu dans le monde écologiste (et au-delà).

Déjà mobilisé plus tôt dans ce travail, nous souhaitons revenir sur le film *Demain* pour en l'analyser en termes de construction de récit. Ce film a été réalisé selon la technique du storytelling « en pétales », qui tisse un ensemble de récits autour d'un même thème ou message, mêlant ainsi plusieurs personnages et différentes situations à l'intérieur d'un même métarécit (Demange, 2020). Une brève présentation sur la page du financement participatif lancé pour la réalisation du film détaille d'ailleurs parfaitement la structure du récit :

« Alors que l'humanité est menacée par l'effondrement des écosystèmes, Cyril, Mélanie, Alexandre et Laurent, tous trentenaires, partent à travers le monde en quête d'une solution capable de sauver leurs enfants et, à travers eux, la nouvelle génération. A partir des expériences les plus abouties dans tous les domaines (agriculture, énergie, habitat, économie, éducation, démocratie...), ils vont tenter de reconstituer le puzzle qui permettra de construire une autre histoire de l'avenir »³⁴.

Dans ce seul passage figurent la situation initiale, la quête et l'enjeu du film. Les réalisateurs partent ensuite à la recherche de solutions dans un voyage enthousiasmant, positif, à la rencontre de personnalités accessibles, honnêtes et spontanées. Ce film est potentiellement critiquable sur certains aspects, mais rien ne peut remettre en doute son immense succès et son pouvoir d'inspiration en montrant comment des individus lambda sont parvenus à innover concrètement, à transformer leur village, leur école, leur entreprise, leur territoire. Et cela a été rendu possible par l'histoire que les réalisateurs ont su raconter. Lors d'un échange avec le journaliste Clément Montfort, Cyril Dion affirme que « *c'est à travers les*

³⁴ KissKiss BankBank. (s.d.). Demain le film par Cyril et Mélanie. Consulté le 6 avril 2021, à l'adresse <https://www.kisskissbankbank.com/fr/projects/demain-le-film>

histoires qu'on comprend la réalité et c'est aussi à travers les histoires qu'on la retranscrit » (Montfort, 2018). Le film *Demain*, faisant office de métahistoire, montre au grand public comment des personnes se sont collectivement emparées d'une histoire pour en faire leur réalité.

Mais les récits ne sont pas que l'œuvre des artistes, des réalisateurs, des écrivains ; *« chaque entrepreneur qui invente une nouvelle façon de conduire son activité, chaque ingénieur qui élabore de nouveaux fonctionnements, chaque économiste imaginant de nouveaux modèles, chaque élu qui réinvente l'administration de son territoire, chaque collectif qui se forme pour accomplir quelque chose qui sort de l'ordinaire, chaque journaliste qui en rend compte, chaque personne qui prend des orientations nouvelles dans son quotidien raconte à sa manière une histoire qui peut inspirer son entourage, si tant est qu'elle ne cherche ni à convaincre, ni à évangéliser »* (Dion, 2018, p.82-83).

Ainsi, les collectivités peuvent, elles aussi, proposer des récits à leur manière.

5.4.1 Des récits pour les collectivités

*« Si tu veux construire un bateau, ne rassemble pas tes hommes et femmes pour leur donner des ordres, pour expliquer chaque détail, pour leur dire où trouver chaque chose...
Si tu veux construire un bateau, fais naître dans le cœur de tes hommes et femmes le désir
de la mer »*

Antoine de Saint-Exupéry

Une collectivité territoriale ne va bien sûr pas devenir réalisatrice de films pour sensibiliser ses citoyens. Cependant, ces dernières peuvent selon nous initier des récits à leur échelle afin de fédérer leur population. Nous pensons ici au mouvement des « villes en transition » initié par Rob Hopkins en 2006 en Angleterre. Expliquons-nous.

À travers un récit et un imaginaire collectif, les citoyens prenant part à ce mouvement sont appelés à « construire » une société plus durable et respectueuse de l'environnement, du vivant. En libérant notre pouvoir créatif, en inventant de nouveaux récits, nous serions capables de nous projeter dans d'autres réalités et de développer des solutions durables, adaptées à la situation actuelle. L'imagination collective devient ainsi un véritable levier

d'actions pour initier les changements nécessaires à l'atteinte de cette société durable (LDV Studio Urbain, 2020). Certes, ce mouvement est basé sur une philosophie « bottom-up », dans laquelle les citoyens imaginent eux-mêmes les récits de sociétés plus durables et plus résilientes. Cette approche bottom-up est née en réaction à un constat d'inertie des autorités, amenant son fondateur Rob Hopkins à affirmer que « *dans la société, tout ce qui se fait d'innovant et d'excitant est mené par des citoyens* »³⁵.

Mais heureusement – et cela explique la mobilisation de ce mouvement ici – tous les décideurs ne correspondent pas à ce portrait peu flatteur. Certains territoires sont engagés dans des démarches réellement innovantes, et ce, à l'initiative de leur municipalité. Nous pensons ici à une ville française pionnière en matière de transition écologique et sociale qui est parvenue à embarquer ses citoyens dans un récit fédérateur et engageant : la ville de Grande-Synthe. Depuis 2001 et l'arrivée du maire Damien Carême, elle accumule les initiatives novatrices en matière écologique et sociale. Et depuis 2011, la ville s'est engagée – par délibération du Conseil Municipal – dans une démarche de... « ville en transition » ! L'objectif de cet engagement est la résilience par l'engagement de tous, le renforcement du pouvoir d'initiative et d'action des habitants et des acteurs locaux, la préservation de l'environnement et des ressources, la relocalisation de l'économie et la concrétisation de nouveaux modèles économiques (Ville de Grande-Synthe, 2018). Plutôt que d'imposer un discours moralisateur, cette ville a pris le chemin de l'enchantement et de l'émerveillement pour embarquer ses citoyens dans le défi de la transition.

La démarche ne correspond certes pas intrinsèquement à l'ADN du mouvement initié par Rob Hopkins puisqu'il s'agit ici plutôt d'une démarche « top-down » dont l'initiateur est la municipalité. Mais Rob Hopkins, invité en 2017 à Grande-Synthe, n'y voit pas de contradiction avec son mouvement. Au contraire, il s'est dit « enthousiasmé » de voir tous les projets initiés par la ville et ses habitants, et même « *fasciné par le niveau d'ambition de la ville* » (Berthe, 2017). Preuve en est que la « ville en transition » peut certes rester un récit par et pour les citoyens, mais peut aussi devenir un récit commun, imaginé par les citoyens et les collectivités, donnant ainsi naissance à un cercle vertueux que Rob Hopkins décrit comme « *des habitants qui initient des projets et entraînent les responsables politiques ; mais aussi des initiatives de collectivités qui « montrent l'exemple » et impulsent une dynamique* » (Berthe, 2017). Les collectivités peuvent donc, en construisant un récit collectif

³⁵ Midionze. (2021, 11 février). À Grande-Synthe, une transition municipale « top-down ». Consulté le 5 avril 2021, à l'adresse <http://www.midionze.com/2017/10/25/a-grande-synthe-une-transition-municipale/>

et en le communiquant chemin faisant, donner naissance à une réelle dynamique vertueuse sur leur territoire. Pour boucler avec la métaphore de début, en se sentant impliqués et acteurs du projet de construction d'un navire commun qui les mènera ensemble vers un bel horizon, les citoyens verront sans nul doute naître en eux le désir de la mer.

Alors certes, nous ne sommes pas ici dans une démarche pure de communication. Le récit tel que décrit ici nécessite une implication de la part des collectivités. Mais comme évoqué plus tôt, les collectivités ont plusieurs rôles à jouer dans la transition écologique et celui de communication/sensibilisation n'en constitue qu'un. Nous avons pu constater, au cours de ce travail, que ce rôle de communication/sensibilisation était intrinsèquement lié aux autres et que son efficacité dépendait de la manière dont les autres rôles sont tenus (ou non). Les collectivités ne seront pas crédibles dans leur communication environnementale si elles-mêmes ne s'impliquent pas dans la réalisation des pratiques qu'elles préconisent. Et pour qu'une communication soit efficace, la confiance dans les messagers et la cohérence des messages sont des éléments-clé. Les collectivités ne peuvent définitivement pas se contenter de communiquer et espérer voir leurs citoyens changer ensuite. La communication doit devenir et *communic'action* et la transition écologique amorcée sur leur territoire doit être un récit partagé. Partagé au sens de « valorisé » dans les communications, mais aussi partagé en termes de rôles et d'efforts entre autorités et citoyens, tous personnages-clé du récit qu'ils sont en train d'écrire ensemble.

Finalement, les communes, les villes, pourraient devenir de véritables lieux de transformation culturelle et une échelle privilégiée pour amorcer la métamorphose dont parle Edgar Morin. D'une part, les villes, rassemblant désormais plus de la moitié de la population mondiale, seraient responsables de 70 % des émissions de gaz à effet de serre (Dion, 2018, p.129). On comprend donc vite leur rôle (et leur pouvoir). Mais les villes peuvent aussi se transformer plus vite que les États. En effet, si ces États semblent (et sont) autant inertes, c'est à cause de « *l'impossibilité de satisfaire tout le monde, l'influence démesurée des multinationales et de leurs lobbyistes, la lourdeur institutionnelle, la déconnexion des élus par rapport à leurs électeurs, le désintérêt et la méfiance grandissante des citoyen(ne)s* » (Dion, 2018, p.129-130). Les villes, les communes, les collectivités ont, à l'inverse, « *une agilité plus grande, les élus administrent des lieux dans lesquels ils vivent, les hommes et les femmes qui votent peuvent plus directement s'impliquer dans les prises de décision locales*

et dans leur mise en œuvre. La coopération entre élus, citoyens et entrepreneurs est bien plus facile à organiser » (Dion, 2018, p.130).

Et si les villes, les communes, devenaient les voies qui, en se développant conjointement, nous mèneraient vers l'encore invisible et inconcevable métamorphose ? Un beau récit pour l'avenir des collectivités.

6 CONCLUSION

La motivation à l'origine de ce travail était certainement ambitieuse, mais surtout nécessaire à titre individuel. En effet, mieux comprendre ce qui explique que, bien que souvent sensibilisés, les individus ne s'engagent pas davantage dans des comportements durables occupe notre esprit depuis quelques années déjà. Il s'agit toutefois d'une problématique bien trop complexe pour l'étudier superficiellement, en lisant quelques livres pendant notre temps libre. La réalisation d'un travail de cette ampleur représentait donc une opportunité idéale pour s'y plonger plus sérieusement. Nous avons déjà profité du bachelor pour aborder la question à travers un travail intitulé « *Exploration des décalages entre sensibilité environnementale et pratiques quotidiennes* », qui nous avait certes permis d'approcher le sujet, mais encore superficiellement. D'ailleurs, ce dernier se terminait sur le constat suivant : « *nous avons pris conscience, au cours de ce travail, de l'enchevêtrement des facteurs à analyser ainsi que de l'interdisciplinarité requise pour comprendre ce qui motive ou retient les comportements. Ce sont donc beaucoup de pistes de réflexion qui ont émergé et que nous gardons en tête pour d'éventuelles autres recherches à mener durant la suite de notre cursus* ». Le présent travail peut donc être considéré comme un approfondissement de cette réflexion initiée en 2018. Cet approfondissement fut rendu possible par l'acquisition, à titre personnel, de davantage de connaissances dans les domaines de la durabilité et de la psychologie sociale, mais aussi par l'opportunité d'être entourée de personnes dont le domaine d'étude rejoint cette problématique. Nous avons ainsi pu mener plus loin la réflexion en nous demandant, cette fois-ci, comment surmonter ces décalages entre attitudes et comportements.

Ainsi, le présent travail s'est articulé autour de la question de savoir ***comment surmonter les barrières psychologiques à l'adoption de comportements durables.***

Après avoir fait le tour de ces principales barrières dans une première partie, nous avons fait appel à l'interdisciplinarité à laquelle nous faisons référence en 2018 afin d'y déceler

quelques pistes permettant de les surmonter. Identifiant un décalage majeur dans la méthode « classique » adoptée – à savoir présenter des informations, des faits et espérer successivement un ajustement des comportements – nous avons orienté notre réflexion sur ce domaine de la communication/sensibilisation en particulier. Nos lectures en psychologie et communication nous ont ainsi permis de proposer plusieurs techniques et stratégies à intégrer dans les communications afin d'aider à surmonter les barrières psychologiques abordées plus tôt. Dans un troisième temps, par souci de retirer de ce travail jusqu'ici théorique quelques savoirs opérationnels, nous avons pu participer à une étude de cas sur une plateforme participative initiée par la commune de Montreux et dédiée à la durabilité sur le territoire. Ce fut l'occasion d'observer comment les stratégies abordées plus tôt peuvent être appliquées concrètement à l'échelle d'une commune et de tester leur efficacité. Au terme de cette recherche-action, plusieurs recommandations ont pu être formulées à l'égard des collectivités désireuses de mobiliser leurs citoyen(ne)s dans la poursuite d'un territoire durable. Nous précisons toutefois que ces recommandations ne sont pas réservées exclusivement aux collectivités et que plusieurs autres acteurs dont l'objectif est identique pourraient y trouver des pistes à adopter et adapter à leur échelle.

Les principaux enseignements tirés de ce travail peuvent être résumés en répondant aux quatre hypothèses posées en début de travail.

La première que nous avons émise était que ***la communication/sensibilisation environnementales sont des outils utiles pour promouvoir les comportements durables, à condition d'être enrichies par l'apport de connaissances issues de la psychologie sociale.*** Le constat posé en début de travail – à savoir celui de l'efficacité toute relative des campagnes de sensibilisation « classiques » – nous a amené à conclure que ces dernières devaient être revues et améliorées. Informer est essentiel pour éclairer les pratiques, toutefois, les faits ne suffisent pas à déboucher sur des comportements. Il est par conséquent essentiel de mieux comprendre ce qui dirige et motive les comportements durables dans l'optique de pouvoir ensuite agir sur ces variables précises. Or, c'est précisément en se penchant sur les apports de la psychologie sociale qu'une meilleure compréhension des déterminants et/ou des freins comportementaux est envisageable. Une fois ces éléments connus, il devient alors possible d'adapter et d'améliorer les communications.

La deuxième hypothèse, que nous avons pu éclairer d'une part par nos lectures mais également par l'étude de cas, était que ***la source des messages de sensibilisation est un***

élément essentiel et peut influencer l'adoption des comportements préconisés. Il ne fait aucun doute que le contenu des messages est important. Toutefois, la psychologie nous enseigne que leur source l'est encore davantage. En fonction de la personne, l'institution ou l'entreprise émettant le message, sa réception sera différente. Plusieurs raisons expliquent cela, comme la fiabilité du communicant, la confiance qui lui est attribuée, sa proximité, etc. Ce paramètre « source des messages » est d'autant plus important dans le cas où les sujets dont il est question sont teintés de complexité et/ou d'incertitudes, ce dont il est précisément le cas pour l'écologie et les comportements durables. C'est ce postulat qui est à la base de plusieurs stratégies destinées à influencer les comportements comme celle des *block leaders* que nous avons expérimenté lors de notre étude de cas. Stratégie qui a d'ailleurs – malgré les limites de la recherche détaillées plus tôt – permis de rendre la plateforme plus dynamique que lorsque la source des messages était moins propice à l'identification et donc à la confiance.

La troisième hypothèse était que *l'influence sociale représente un levier puissant pour l'adoption de comportements durables au niveau individuel.* Cette hypothèse a été établie au terme du constat de l'importance que représentait les « autres » en tant que déterminants des comportements individuels. Êtres profondément et naturellement sociaux, chacun de nos comportements se forge et est influencé par les normes sociales. Nous l'avons évoqué, ce point peut représenter un frein autant qu'un accélérateur à l'adoption de comportements durables. Tant que les normes en matière d'alimentation, de mobilité, de consommation resteront « non durables » et ce, de façon saillante, la généralisation de comportements durables restera compliquée. Par contre, si un mouvement assez large de modification de ces normes se met en place et est rendu visible, il se peut que les normes actuelles se voient gentiment métamorphosées vers de nouvelles normes plus respectueuses de l'environnement.

La dernière hypothèse posée rejoint la précédente en supposant que *la dimension collective de la transition constitue un des points centraux pour dépasser les barrières psychologiques à l'adoption de comportements durables au niveau individuel.* La période de l'Anthropocène nous ayant fait entrer dans un contexte de responsabilité commune vis-à-vis de la réduction de nos impacts négatifs sur l'environnement, il est dès lors assez naturel que le fait d'en appeler à l'adoption de comportements individuels puisse sembler dissonant pour les individus et donner lieu à des sentiments tels que l'impuissance et l'absence de contrôle perçue. Si la modification des comportements reste essentielle au niveau individuel,

il semble toutefois primordial d'en appuyer l'aspect collectif également. Puisque nous sommes entrés collectivement dans l'Anthropocène, c'est également collectivement que nous pourrions en atténuer les conséquences. Le fait que cette démarche ait déjà été initiée par de nombreuses associations, collectivités, entreprises, populations est un élément fondamental à valoriser afin que chaque individu ne se sente pas, justement, individualisé dans une tâche de telle ampleur. Un équilibre est alors à trouver entre le fait de mettre en avant cette transition collective sans toutefois trop généraliser la responsabilité au risque que, comme évoqué plus tôt, plus personne ne s'en sente vraiment responsable.

Si ce travail nous a permis d'étudier et de proposer plusieurs pistes destinées à réduire les obstacles psychologiques à l'adoption de comportements durables, nous tenons toutefois à relever quelques limites à ce travail, qui constituent par là même des pistes à explorer. Nous parlions de « motivation ambitieuse » à l'origine de ce travail, c'est pour la simple et bonne raison qu'il reste très difficile de mesurer l'impact de diverses stratégies sur les comportements effectifs par une recherche de courte durée et sur un échantillon restreint comme ce fut le cas pour ce travail. De plus, les mécanismes psychologiques abordés se forment (et se transforment) sur le long terme, ce qui complique également la mesure de l'efficacité des différentes stratégies, elles aussi à appliquer sur le long terme. Nous pouvons simplement suggérer une efficacité supposée et éclairée par la mobilisation de différentes expériences déjà réalisées par d'autres chercheurs en psychologie sociale, ainsi que par l'étude de cas sur *La Fourmilière*. Une étude de cas était souhaitée dans ce travail pour, précisément, proposer une approche plus appliquée et évaluer – avec nos moyens et nos contraintes aussi – l'efficacité d'une stratégie en situation réelle. Toutefois, outre les limites inhérentes à cette étude de cas abordées plus tôt, cette expérience fut fortement perturbée par la pandémie de Covid19, ce qui rendit quasiment impossible d'en tirer autre chose que des suppositions. De futures recherches, de plus longue durée et de plus large ampleur, seraient alors nécessaires afin de pouvoir évaluer l'efficacité de ces diverses stratégies sur les comportements effectifs. Nous rappelons aussi que le contexte de ce travail (temps et nombres de pages à disposition) nous a contraint de délimiter un cadre et qu'il nous était impossible de répondre à la question des barrières à l'adoption des comportements durables de manière exhaustive. Nous avons donc décidé de nous concentrer sur les obstacles psychologiques, mais les barrières externes et structurelles à l'adoption de comportements durables représentent elles aussi des facteurs importants à prendre en compte.

Malgré ces limites, le présent travail offre surtout un éclairage méthodologique valant selon nous la peine d'être considéré : l'importance et la richesse de l'interdisciplinarité. En effet, face à une problématique aussi complexe que le changement climatique, qui recèle non seulement de paramètres purement scientifiques (données, scénarios, etc.), mais aussi de questions sociétales, sociales et psychologiques, il semble plus que jamais fondamental de collaborer et de partager savoirs et compétences. La conscience de l'importance de cette interdisciplinarité fut acquise au cours de ce master, non seulement par la structure du programme (économie, sciences politiques, psychologie, philosophie, climatologie, éthique), mais aussi par la diversité des personnes rencontrées durant cette formation, ce master étant ouvert à beaucoup de profils. Travailler avec des étudiants issus de l'économie, du droit, de la psychologie, des relations internationales, etc. apporta une richesse inestimable au parcours. Cela permit de prendre conscience des multiples enjeux liés à la durabilité et, conjointement, de la nécessité de partager ces savoirs pour répondre à ces enjeux. Sentiment d'ailleurs confirmé – s'il le fallait encore – par ce travail de mémoire réalisé en collaboration avec le laboratoire de psychologie sociale et sous la codirection de directrices issues de facultés différentes (géosciences et psychologie). Et cela vaut également au-delà du domaine purement académique. Le fait que la municipalité de Montreux ait fait appel au laboratoire de psychologie sociale de l'UNIL dans l'optique de l'aider à dynamiser sa plateforme pour la durabilité représente en ce sens une démarche prometteuse. Ainsi, nous ne pouvons qu'encourager la poursuite de ce type de collaborations car ce n'est qu'en combinant les domaines, les savoirs et les idées que nous pourrions progresser sur le chemin de la durabilité.

7 BIBLIOGRAPHIE

Abrahamse, W., & Steg, L. (2013). Social influence approaches to encourage resource conservation: A meta-analysis. *Global Environmental Change*, 23(6), 1773-1785. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.07.029>

Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie. (2016). *Changer les comportements, faire évoluer les pratiques sociales vers plus de durabilité. L'apport des sciences humaines et sociales pour comprendre et agir*. Consulté à l'adresse <http://www.centresources-gusp.org/sites/default/files/changer-les-comportements.pdf>

Agenda 21. (s. d.). Dans *Wikipédia*. Consulté le 19 avril 2021, à l'adresse https://fr.wikipedia.org/wiki/Agenda_21

Amel, E., Manning, C., Scott, B., & Koger, S. (2017). Beyond the roots of human inaction: Fostering collective effort toward ecosystem conservation. *Science*, 356(6335), 275-279. <https://doi.org/10.1126/science.aal1931>

Arnsperger, C. (2019), II. Durabilité et anthropologie économique (cours). Université de Lausanne, Faculté des géosciences et de l'environnement, Suisse.

Aronson, E., & O'Leary, M. (1982). The Relative Effectiveness of Models and Prompts on Energy Conservation: A Field Experiment in a Shower Room. *Journal of Environmental Systems*, 12(3), 219-224. <https://doi.org/10.2190/ubd5-4y9b-61ef-wum6>

Bain, P. G., Hornsey, M. J., Bongiorno, R., & Jeffries, C. (2012). Promoting pro-environmental action in climate change deniers. *Nature Climate Change*, 2(8), 600-603. <https://doi.org/10.1038/nclimate1532>

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. New York, Etats-Unis: W.H Freeman.

Berteau, M.-J. (2015, juillet). *Évaluation d'une campagne de communication : le cas de l'argile du frêne à Granby* (Essai). Consulté à l'adresse https://www.usherbrooke.ca/environnement/fileadmin/sites/environnement/documents/Essais_2015/Berteau_Marie_Josée_MEnv_2015.pdf

Berthe, P. (2017, 23 octobre). Rob Hopkins, concepteur de la Transition, découvre les actions de Grande-Synthe et ses habitants. Consulté le 5 avril 2021, à l'adresse <https://www.ville-grande-synthe.fr/2017/10/23/rob-hopkins-concepteur-de-la-transition-decouvre-les-actions-de-grande-synthe-et-ses-habitants/>

Bio-Eco Sàrl & Municipalité de Montreux. (2012). *Déclaration d'engagement sur la voie du développement durable*. Consulté à l'adresse https://www.montreux.ch/fileadmin/documents/commune-de-montreux.ch/pdf/Environnement_et_energie/Plaquette_developpement_durable.pdf

Bobst, T. (2021). *A social influence perspective on the implementation of block leaders*

within a pro-environmental digital platform (master non publié). Université de Lausanne, Faculté des sciences politiques et sociales, Institut de psychologie sociale et psychologie interculturelle, Suisse.

Bohler, S. (2019). *Le bug humain. Pourquoi notre cerveau nous pousse à détruire la planète et comment l'en empêcher*. Paris, France : Robert Laffont.

Bonneau, C. (2020). Les limites planétaires. *Regards croisés sur l'économie*, n°26(1), 41-46. <https://doi.org/10.3917/rce.026.0041>

Bourg, D. (1999). La responsabilité écologique. *Raison présente*, 132(1), 47-76. <https://doi.org/10.3406/raipr.1999.3575>

Bourg, D., & Papaux, A. (2015). *Dictionnaire de la pensée écologique (Quadrige) (French Edition)* (1re éd.). Paris, France : Presses Universitaires de France.

Burger, J. M., Messian, N., Patel, S., del Prado, A., & Anderson, C. (2004). What a Coincidence! The Effects of Incidental Similarity on Compliance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(1), 35-43. <https://doi.org/10.1177/0146167203258838>

Centre national de ressources textuelles et lexicales. (s. d.). Commune. Dans *Centre national de ressources textuelles et lexicales*. Consulté à l'adresse <https://www.cnrtl.fr/definition/academie9/commune>

Cialdini, R. B. (2001). *Influence : Science and Practice* (4e éd.). Boston, États-Unis : Allyn & Bacon.

Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (1998). Social Influence: social norms, conformity, and compliance. Dans D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindsey (Éd.), *The Handbook of Social Psychology* (4e éd., Vol. 2, p. 151-192). New York, États-Unis : McGraw-Hill Education.

Clément MONTFORT - Web-Séries Documentaires. (2018, 10 juin). « L'EFFONDREMENT EST DEJA LA » CYRIL DION - S01 E10 [NEXT] [Fichier vidéo]. Consulté à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=Gtw3VfBRzpk>

Commune de Montreux. (2018a, octobre). *Vivre à Montreux. Bulletin d'information communal* (42). Consulté à l'adresse https://www.montreux.ch/fileadmin/documents/commune-de-montreux.ch/pdf/Vivre_a_Montreux/VAM_42_Octobre_2018.pdf

Commune de Montreux. (2018b, septembre 26). La Commune lance une plateforme web en faveur de la durabilité « La Fourmilière ». Consulté le 22 février 2021, à l'adresse <https://www.montreux.ch/news/vue/article/la-commune-lance-une-plateforme-web-en-faveur-de-la-durabilite-la-fourmiliere>

Commune de Montreux. (s. d.). Commune de Montreux - Agenda 21. Consulté le 3 mars 2021, à l'adresse <https://www.montreux.ch/durabilite-energie-et-dechets/durabilite/agenda-21/>

Commune de Montreux. (s. d.). Commune de Montreux - Agir malin. Consulté le 5 mars

2021, à l'adresse <https://www.montreux.ch/durabilite-energie-et-dechets/durabilite/agir-malin>

Commune de Montreux. (s. d.-c). Commune de Montreux - Biodiversité. Consulté le 5 mars 2021, à l'adresse <https://www.montreux.ch/durabilite-energie-et-dechets/durabilite/biodiversite>

Commune de Montreux. (s. d.-d). Commune de Montreux - Fonds et subventions. Consulté le 5 mars 2021, à l'adresse <https://www.montreux.ch/fdd>

Commune de Montreux. (s. d.-e). Commune de Montreux - Ressourcerie. Consulté le 6 mars 2021, à l'adresse <https://www.montreux.ch/dechets/ressourcerie>

Commune de Montreux - Durabilité. (s. d.). Consulté le 2 février 2021, à l'adresse <https://www.montreux.ch/durabilite-energie-et-dechets/durabilite>

Conway, E. M., & Oreskes, N. (2014). *Les marchands de doute*. Paris, France : Le Pommier.

Coord21. Collectivités pour un développement durable. (s. d.). Qui sommes-nous ? Consulté le 10 mars 2021, à l'adresse <https://www.coord21.ch/>

Demailly, D., Francou, R., Kaplan, D., & Saujot, M. (2017). Faire converger les transitions numérique et écologique. *Annales des Mines - Responsabilité et environnement*, N° 87(3), 13-16. <https://doi.org/10.3917/re1.087.0013>

Demain (film, 2015). (s. d.). Dans *Wikipédia*. Consulté le 29 avril 2021, à l'adresse [https://fr.wikipedia.org/wiki/Demain_\(film,_2015\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Demain_(film,_2015))

Demange, E. (2020, 29 avril). Accélérer la transformation écologique des entreprises grâce au storytelling. Consulté le 10 avril 2021, à l'adresse <https://www.plume-interactive.fr/accelerer-la-transformation-ecologique-grace-au-storytelling/>

Dion, C. (2018). *Petit manuel de résistance contemporaine*. Arles, France : Actes Sud.

Dujin, A., & Maresca, B. (2012, décembre). *Changer les comportements. L'incitation comportementale dans les politiques de maîtrise de l'énergie en France*. (CREDOC, Éd.). Consulté à l'adresse <https://www.credoc.fr/publications/changer-les-comportements-lincitation-comportementale-dans-les-politiques-de-maitrise-de-la-demande-denergie-en-france>

Dupré, M., Dangeard, I., & Meineri, S. (2014). Comment sensibiliser localement à des pratiques écoresponsables ? *Gestion*, 39(4), 151-155. <https://doi.org/10.3917/riges.394.0151>

EcoDDS. (2017). *Comment faire changer les comportements des français face à la nécessité des gestes citoyens*. Consulté à l'adresse <https://fr.calameo.com/read/00484474367529f0d711d>

Ereaut, G., & Segnit, N. (2006). *Warm Words: How are we telling the climate story and can we tell it better?* (Institute for Public Policy Research, Éd.). Consulté à l'adresse <https://www.ippr.org/publications/warm-wordshow-are-we-telling-the-climate-story-and->

can-we-tell-it-better

Ferguson, M. A., Branscombe, N. R., & Reynolds, K. J. (2011). The effect of intergroup comparison on willingness to perform sustainable behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 31(4), 275-281. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2011.04.001>

Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>

Forgas, J. P., & Williams, K. D. (Éd.). (2001). *Social Influence: Direct and Indirect Processes*. Philadelphia, USA: The Psychology Press.

Gifford, R. (2011). The dragons of inaction: Psychological barriers that limit climate change mitigation and adaptation. *American Psychologist*, 66(4), 290-302. <https://doi.org/10.1037/a0023566>

Girandola, F. (2003). *Psychologie de la persuasion et de l'engagement* (Vol. 4). Besançon, France : Presses Universitaires de Franche-Comté.

Girandola, F., Bernard, F., & Joule, R.-V. (2010). Développement durable et changement de comportement : applications de la communication engageante. Dans K. Weiss & F. Girandola (Éd.), *Psychologie et développement durable* (p. 221-245). Paris, France : IN PRESS.

Girandola, F., & Joule, R.-V. (2008). La communication engageante. *Revue électronique de Psychologie Sociale*, (2), 41-51. Consulté à l'adresse <https://www.psychologiescientifique.org/wp-content/uploads/2018/02/Girandola-et-Joule-2008-La-communication-engageante.pdf>

Granon, S. (2015, 7 décembre). Environnement : comment changer nos comportements ? Consulté le 5 février 2021, à l'adresse <https://lejournel.cnrs.fr/billets/environnement-comment-changer-nos-comportements>

Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380. <https://doi.org/10.1086/225469>

Greenaway, K. H., Cichocka, A., van Veelen, R., Likki, T., & Branscombe, N. R. (2014). Feeling Hopeful Inspires Support for Social Change. *Political Psychology*, 37(1), 89-107. <https://doi.org/10.1111/pops.12225>

Guillaume, B. (2015). Anthropocène (Point de vue 1). Dans D. Bourg & A. Papaux (Éd.), *Dictionnaire de la pensée écologique* (p. 32-35). Paris, France : Presses Universitaires de France.

Guyonnet, P. (2021, 9 avril). Si les gelées d'avril sont aussi terribles, c'est à cause du réchauffement climatique. Consulté le 20 avril 2021, à l'adresse https://www.huffingtonpost.fr/entry/si-les-gelees-davril-sont-aussi-terribles-cest-a-cause-du-rechauffement-climatique_fr_607071d4c5b6c795e1529b92

Hamed, L. (2019). *La transition écologique*. (Centre National de la Fonction Publique

Territoriale, Éd.). Consulté à l'adresse <https://universiteinnovationpublique.files.wordpress.com/2019/07/carnet-enjeuxrecherche-cnft-tranecologique.pdf>

Hess, G. (2013). *Éthiques de la nature (Éthique et philosophie morale) (French Edition)*. Paris, France: PUF.

Hornsey, M. J., & Fielding, K. S. (2016). A cautionary note about messages of hope: Focusing on progress in reducing carbon emissions weakens mitigation motivation. *Global Environmental Change*, 39, 26-34. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2016.04.003>

Iddri, FING, WWF France, & GreenIT.fr. (2018). *Livre blanc numérique et environnement. Faire de la transition numérique un accélérateur de la transition écologique*. Consulté à l'adresse https://www.wwf.fr/sites/default/files/doc-2018-03/180319_livre_blanc_numerique_environnement.pdf

Joule, R.-V., & Beauvois, J.-L. (2014). *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*. Grenoble, France : Presses Universitaires de Grenoble.

Kahneman, D., & Clarinard, R. (2016). *Système 1 / Système 2 : Les deux vitesses de la pensée*. Paris, France: Flammarion.

Kiesler, C. A. (1971). *The Psychology of Commitment: Experiments Linking Behavior to Belief*. New York, Etats-Unis: Academic Press.

Kiesler, C. A., & Sakumura, J. (1966). A test of a model for commitment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3(3), 349-353. <https://doi.org/10.1037/h0022943>

King, D. L. (1994). Captain Planet and the Planeteers: Kids, Environmental Crisis, and Competing Narratives of the New World Order. *The Sociological Quarterly*, 35(1), 103-120. <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.1994.tb00401.x>

KissKiss BankBank. (s. d.). Demain le film par Cyril et Mélanie. Consulté le 6 avril 2021, à l'adresse <https://www.kisskissbankbank.com/fr/projects/demain-le-film>

Kluger, A. N., & DeNisi, A. (1996). The effects of feedback interventions on performance: A historical review, a meta-analysis, and a preliminary feedback intervention theory. *Psychological Bulletin*, 119(2), 254-284. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.119.2.254>

Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260. <https://doi.org/10.1080/13504620220145401>

Krémer, P. (2016, 16 février). « Demain », un phénomène de société. Consulté le 18 avril 2021, à l'adresse https://www.lemonde.fr/planete/article/2016/02/03/demain-un-phenomene-de-societe_4858559_3244.html

Lafargue, X. (2020, 16 septembre). Solutions – Des ambassadeurs pour mieux trier le PET. Consulté le 1 mai 2021, à l'adresse <https://www.tdg.ch/des-ambassadeurs-pour-mieux-trier-le-pet-614926286608>

Laforgue, D. (2012, 20 juin). Être ou ne pas être éco-citoyen : une question d'institutions ? Consulté le 2 février 2021, à l'adresse <http://hal.univ-smb.fr/hal-00710116>

Lahire, B. (2012). *Monde pluriel. Penser l'unité des sciences sociales*. Paris, France : Seuil.

Larrère, C. (2015). Anthropocène : le nouveau grand récit. *Esprit, Décembre* (12), 46-55. <https://doi.org/10.3917/espri.1512.0046>

Lascoumes, P., & Le Galès, P. (2004). *Gouverner par les instruments*. Paris, France : Presses de Sciences Po.

Lassarre, D. (2010). Les problématiques psychosociales du développement durable : analyse prospective. Dans K. Weiss & F. Girandola (Éd.), *Psychologie et développement durable* (p. 51-70). Paris, France : IN PRESS.

LDV Studio Urbain. (2020, 9 novembre). Comment l'imaginaire peut-elle réenchanter la transition de nos villes ? Consulté le 11 avril 2021, à l'adresse <https://www.demainlaville.com/comment-limaginaire-peut-elle-reenchanter-la-transition-de-nos-villes/>

Le Monde. (2010, 31 décembre). Eloge de la métamorphose, par Edgar Morin. Consulté le 27 mars 2021, à l'adresse https://www.lemonde.fr/idees/article/2010/01/09/eloge-de-la-metamorphose-par-edgar-morin_1289625_3232.html

Le Parisien. (2019, 20 octobre). Face à la chaleur, le Qatar installe désormais des climatiseurs dans les rues. Consulté le 3 mai 2020, à l'adresse <https://www.leparisien.fr/environnement/face-a-la-chaleur-le-qatar-installe-desormais-des-climatiseurs-dans-les-rues-20-10-2019-8176590.php>

Lefèvre, T. (2013, 20 janvier). [Les neufs processus terrestres à surveiller selon Rockström et al.]. Consulté à l'adresse <https://planeteviable.org/limites-planetaires-monde-viable/>

L'OBS. (2020, 15 septembre). Macron défend la 5G contre le « modèle amish » des écolos et de la gauche. Consulté le 15 février 2021, à l'adresse <https://www.nouvelobs.com/politique/20200915.OBS33312/macron-defend-la-5g-contre-le-modele-amish-et-le-retour-a-la-lampe-a-huile.html>

Lokhorst, A. M., Werner, C., Staats, H., Van Dijk, E., & Gale, J. L. (2013). Commitment and behavior change : a meta-analysis and critical review of commitment-making strategies in environmental research. *Environment and Behavior*, 45(1), 3-34. <https://doi.org/10.1177/0013916511411477>

Luneau, A. (2021, 5 janvier). Le numérique peut-il être écologique et responsable ? Consulté le 22 mars 2021, à l'adresse <https://www.franceculture.fr/emissions/de-cause-a-effets-le-magazine-de-lenvironnement/de-cause-a-effets-le-magazine-de-lenvironnement-du-mardi-05-janvier-2021>

Maisonneuve, D., Lamarche, J.-F., & St-Amand, Y. (2003). *Les relations publiques dans une société en mouvance* (3e éd.). Québec, Canada : Presses de L'Université du Québec.

Manolas, E. (2015). Promoting pro-environmental behavior : Overcoming barriers. *Aegan Journal of Environmental Sciences*, 1, 13-21. Consulté à l'adresse https://www.env.aegean.gr/wp-content/uploads/2015/06/Manolas_AEJES_2015.pdf

Markowitz, E. M., & Guckian, M. L. (2018). Climate change communication: Challenges, insights, and opportunities. Dans C. Manning & S. Clayton (Éd.), *Psychology and Climate Change: Human Perceptions, Impacts and Responses* (1re éd., p. 35-63). Cambridge MA, USA : Elsevier.

Marshall, G. (2017). *Le syndrome de l'autruche : Pourquoi notre cerveau est programmé pour ignorer le changement climatique*. Arles, France : Actes Sud.

Mauges-sur-Loire. Le gel des vignes et vergers est lié au réchauffement climatique. (2021, 18 avril). Consulté le 20 avril 2021, à l'adresse <https://www.ouest-france.fr/pays-de-la-loire/mauges-sur-loire-49620/le-gel-des-vignes-et-vergers-est-lie-au-rechauffement-climatique-c01b51b9-667d-4892-9871-711a053eb1cc>

McDonald, R. I., Chai, H. Y., & Newell, B. R. (2015). Personal experience and the 'psychological distance' of climate change: An integrative review. *Journal of Environmental Psychology*, 44, 109-118. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2015.10.003>

McDonald, R. I., & Crandall, C. S. (2015). Social norms and social influence. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 3, 147-151. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2015.04.006>

midionze. (2021, 11 février). A Grande-Synthe, une transition municipale « top-down ». Consulté le 5 avril 2021, à l'adresse <http://www.midionze.com/2017/10/25/a-grande-synthe-une-transition-municipale/>

Monnot, E., & Reniou, F. (2013). « Ras le bol d'entendre parler d'écologie ! » : comprendre la contestation des discours écologiques par les consommateurs. *Décisions Marketing*, (71), 93-109. <https://doi.org/10.7193/dm.071.93.109>

Moser, S. (2010). Communicating climate change: history, challenges, process and future directions. *WIREs Climate Change*, 1, 31-53. <https://doi.org/10.1002/wcc.011>

Moser, S. C. (2007). More bad news : the risk of neglecting emotional responses. Dans S. C. Moser & L. Dilling (Éd.), *Creating a Climate for Change: Communicating Climate Change and Facilitating Social Change* (p. 64-80). <https://doi.org/10.1017/CBO9780511535871.006>

Newhouse, N. (1990). Implications of Attitude and Behavior Research for Environmental Conservation. *The Journal of Environmental Education*, 22(1), 26-32. <https://doi.org/10.1080/00958964.1990.9943043>

Nolan, J. M., Schultz, P. W., Cialdini, R. B., Goldstein, N. J., & Griskevicius, V. (2008). Normative Social Influence is Underdetected. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(7), 913-923. <https://doi.org/10.1177/0146167208316691>

Nouvo News. (2020, 16 avril). *10 minutes (et plus) avec Dominique Bourg* [Fichier vidéo].

Consulté à l'adresse <https://www.rts.ch/play/tv/nouvo-news/video/10-minutes-et-plus-avec-dominique-bourg?urn=urn:rts:video:11252057>

Office fédérale du développement territorial & Direction du développement et de la coopération. (2007). *Communiquer le développement durable. Guide pratique*. Consulté à l'adresse <https://www.are.admin.ch/are/fr/home/media-et-publications/publications/developpement-durable/kommunikation-fur-eine-nachhaltige-entwicklung.html>

O'Keefe, D. J. (2015). *Persuasion: Theory and research*. New York, Etats-Unis : SAGE Publications.

ONU. (s. d.). Action 21 - Chapitre 28. Consulté le 15 mars 2021, à l'adresse <https://www.un.org/french/ga/special/sids/agenda21/action28.htm>

Oskamp, S. (2000). Psychology of Promoting Environmentalism: Psychological Contributions to Achieving an Ecologically Sustainable Future for Humanity. *Journal of Social Issues*, 56(3), 373-390. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00173>

Pallak, M. S., Cook, D. A., & Sullivan, J. J. (1980). Commitment and energy conservation. Dans L. Bickman (Éd.), *Applied Social Psychology Annual* (p. 235-253). Beverly Hills, CA, Etats-Unis: SAGE Publications, Inc.

Pallak, M. S., Mueller, M., Dollar, K., & Pallak, J. (1972). Effect of commitment on responsiveness to an extreme consonant communication. *Journal of Personality and Social Psychology*, 23(3), 429-436. <https://doi.org/10.1037/h0033363>

Papaux, A. (2019). Philosophie du droit de l'environnement (cours). Université de Lausanne, Faculté des géosciences et de l'environnement, Suisse.

Patrux, R. (2014). Sensibiliser pour un engagement plus fort de nos concitoyens en faveur de l'environnement. *Pour*, 223(3), 109-121. <https://doi.org/10.3917/pour.223.0109>

Perret, S. (2010, février). *Vers une nouvelle approche instrumentale des politiques publiques de protection de l'environnement* (Thèse de doctorat). Université de Genève, Faculté des Sciences économiques et sociales. <https://doi.org/10.13097/archive-ouverte/unige:12057>

Pol, E., Castrechini, A., & Di Masso, A. (2010). Développement durable : attitudes, compétences et cohésion sociale. Dans K. Weiss & F. Girandola (Éd.), *Psychologie et développement durable* (p. 95-117). Paris, France : IN PRESS.

Pro Natura Genève. (s. d.). Ambassadeurs Nature. Consulté le 1 mai 2021, à l'adresse <https://www.pronatura-ge.ch/fr/ambassadeurs-nature>

Rabinovich, A., Morton, T. A., Postmes, T., & Verplanken, B. (2011). Collective self and individual choice : The effects of inter-group comparative context on environmental values and behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 51(4), 551-569. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.2011.02022.x>

Robert B., C., Richard J., B., Avril, T., Marcus Randall, W., Stephen, F., & Lloyd Reynolds,

- S. (1976). Basking in reflected glory : Three (football) field studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34(3), 366-375. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.34.3.366>
- Rockström, J., Steffen, W., Noone, K., Persson, S., Chapin, F. S., Lambin, E. F., ... Foley, J. A. (2009). A safe operating space for humanity. *Nature*, 461(7263), 472-475. <https://doi.org/10.1038/461472a>
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations* (4e éd.). New York, Etats-Unis: The Free Press.
- Siero, S., Boon, M., Kok, G., & Siero, F. (1989). Modification of driving behavior in a large transport organization: A field experiment. *Journal of Applied Psychology*, 74(3), 417-423. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.74.3.417>
- Solomon, S., Greenberg, J., & Pyszczynski, T. (1991). A Terror Management Theory of Social Behavior: The Psychological Functions of Self-Esteem and Cultural Worldviews. *Advances in Experimental Social Psychology*, 24, 93-159. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60328-7](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60328-7)
- Spence, A., & Pidgeon, N. (2010). Framing and communicating climate change: The effects of distance and outcome frame manipulations. *Global Environmental Change*, 20(4), 656-667. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2010.07.002>
- Stern, P. C. (2012). Fear and hope in climate messages. *Nature Climate Change*, 2(8), 572-573. <https://doi.org/10.1038/nclimate1610>
- Stokes, B., Wike, R., & Carle, J. (2015, 5 novembre). 2. Public Support for Action on Climate Change. *Pew Research Center's Global Attitudes Project*. Consulté à l'adresse <https://www.pewresearch.org>
- Suls, J., Martin, R., & Wheeler, L. (2002). Social Comparison: Why, With Whom, and With What Effect? *Current Directions in Psychological Science*, 11(5), 159-163. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00191>
- Swaton, S. (2018). *Pour un revenu de transition écologique* (1re éd.). Paris, France : Presses Universitaires de France.
- Trudel, J. (2016, 8 juillet). Le succès du film Demain : un phénomène social. Consulté le 17 avril 2021, à l'adresse <https://lactualite.com/culture/le-succes-du-film-demain-un-phenomene-social/>
- United Nations. (s. d.). Faire Face Au Changement Climatique : Notre Responsabilité A Tous | Nations Unies. Consulté le 15 mars 2021, à l'adresse <https://www.un.org/fr/chronicle/article/faire-face-au-changement-climatique-notre-responsabilite-tous>
- Uzzell, D., & Räthzel, N. (2010). La contextualisation de la psychologie environnementale : une nécessaire évolution. Dans K. Weiss & F. Girandola (Éd.), *Psychologie et développement durable* (p. 247-277). Paris, France: IN PRESS.

Verplanken, B. (2017). Promoting Sustainability: Towards a Segmentation Model of Individual and Household Behaviour and Behaviour Change. *Sustainable Development*, 26(3), 193-205. <https://doi.org/10.1002/sd.1694>

Vidalenc, E. (2017, 25 septembre). André Gorz pour penser la transition énergétique. Perspectives sur la transition énergétique. . . parfois numérique. Consulté le 20 mars 2021, à l'adresse <https://blogs.alternatives-economiques.fr/vidalenc/2017/09/25/andre-gorz-pour-penser-la-transition-energetique>

Ville de Grande-Synthe. (2018, mai). *Grande-Synthe. Une ville en transition, vers un nouveau modèle de développement*. Consulté à l'adresse <http://www.ville-grande-synthe.fr/wp-content/uploads/2018/06/dossier-transition-light.pdf>

Wallston, K. A., Wallston, B. S., Smith, S., & Dobbins, C. J. (1987). Perceived control and health. *Current Psychology*, 6(1), 5-25. <https://doi.org/10.1007/bf02686633>

Weigel, R. H. (1983). Environmental attitudes and the prediction of behavior. Dans S. E. Geller & N. R. Feimer (Éd.), *Environmental Psychology : Directions and Perspectives* (p. 257-287). New York, USA: Praeger.

Weinstein, N., Rogerson, M., Moreton, J., Balmford, A., & Bradbury, R. B. (2015). Conserving nature out of fear or knowledge? Using threatening versus connecting messages to generate support for environmental causes. *Journal for Nature Conservation*, 26, 49-55. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2015.04.002>

Weiss, K., & Girandola, F. (Éd.). (2010). *Psychologie et développement durable*. Paris, France : IN PRESS.

Witte, K. (1992). Putting the fear back into fear appeals: The extended parallel process model. *Communication Monographs*, 59(4), 329-349. <https://doi.org/10.1080/03637759209376276>

8 ANNEXES

8.1 Lettre envoyée aux block leaders

Oriane Sarrasin
Faculté des Sciences Sociales et Politiques
Université de Lausanne, Bâtiment Géopolis (5532)
1015 Lausanne
oriane.sarrasin@unil.ch
021 692 37 69

Madame/Monsieur
Prénom NOM
Adresse
1820 Montreux

Lausanne, le 23 janvier
2020

Objet : Etude sur la plateforme *La Fourmilière*

Madame, Monsieur,

Nous nous permettons de vous contacter dans le cadre d'**un projet de recherche que nous menons en collaboration avec la Commune de Montreux**, dont le but est de motiver les membres de La Fourmilière à s'engager dans encore plus d'actions durables. Nous avons en effet constaté que peu de personnes font preuve d'autant d'engagement que vous en matière de durabilité, et c'est pour cette raison que nous vous écrivons aujourd'hui.

Notre étude repose sur le constat général que l'on a tendance à développer plus d'intérêt pour des propositions soumises par des personnes avec qui l'on partage des caractéristiques (être voisin·e·s, avoir des enfants, etc.) plutôt que lorsque les mêmes propositions parviennent d'une source extérieure, comme une commune. Démontré de maintes fois, cet effet n'a pourtant jamais été testé dans le monde virtuel. Nous faisons l'hypothèse **que de par le fait d'être membre de la même plateforme, les autres utilisateurs/trices s'impliqueraient davantage dans la communauté de La Fourmilière, et plus généralement, la durabilité, si des propositions étaient émises par vous.**

Nous tablons sur votre aide pour vérifier cette hypothèse et espérons vivement que vous serez d'accord de collaborer avec nous pour cette étude. Nous vous proposons de prendre, pendant quelques semaines, un rôle de leader sur la plateforme, en suggérant des actions et en communiquant des informations utiles aux autres membres. De manière générale, votre

participation ne devrait vous prendre que **peu de temps (15-20 minutes par semaine au maximum)**. Afin de vous donner plus d'informations sur la démarche et vous permettre de connaître les autres personnes qui s'engageront comme vous, Montreux organise **un apéritif dînatoire le 13 février à 19h** (Maison de quartier Jaman 8, salle 22, Rue de Jaman 8, 1815 Clarens). Si vous ne pouvez vous y rendre, nous vous appelons volontiers afin de répondre à vos questions, à un moment à votre convenance.

Dans l'attente de votre réponse, nous avons priions d'agréer, Madame, Monsieur, nos salutations les meilleures.

Oriane Sarrasin, maître
assistante
Avec le Prof. Fabrizio Butera,
Justine Grandjean (mémorante)
&Thierry Bobst (mémorant)

8.2 Données statistiques de l'étude sur *La Fourmière*

Afin de rendre compte de l'étude statistique réalisée et de laquelle nous avons retiré des tendances générales dans le présent travail, nous insérons ci-après les parties statistiques du travail de Thierry Bobst (mémorant) (Bobst, 2021) :

Method

1. Digital platform – *La Fourmilière*

Before describing the methodology itself, a description of the website - *La Fourmilière* - and the criteria used to select the block leaders for this study will be given. According to the website, "its goal [the website's] is to make visible the sustainable dynamics of the territory by exposing its local network of actions, tips, experience sharing and good addresses. This platform is oriented towards the citizen, because his commitment is a powerful lever for the development of sustainability." To achieve this goal, the website offers a range of possible operations. To begin with, and at the heart of the process, users can earn a certain number of green points – depending on the level of commitment it requires or the resulting sustainable impact - by engaging in actions. Actions are various and go from avoiding plastic bottles (in favor of reusable ones), to calculating one's water consumption or even repairing one's bike. These actions reflect exclusively private or individual behaviors and are presented as "I" statements – e.g. I ride my bike to work.

Furthermore, the website offers a map showing the locations of users who accepted to switch their account to "public", as well as a list of services. These services are also indexed, adding email addresses and phone number – when available – to the location. Finally, a forum allows the users to interact with each other: sharing experiences, asking for advice or advertising for events and services in the commune of Montreux. To enter the forum, users can either comment an existing action – it will go up in the feed – or simply start a new discussion. Moreover, to contact the platform's users, the administrators can use either a newsletter – send via email - or news directly published on the home page of the site.

2. Block Leaders

In this research, the Block Leaders were chosen based on their total number of green points, implemented actions and comments. Since this approach supposedly works because of the liking-principle and individuals tend to like people more who have something in common with them, the goal was to assemble a heterogeneous group. The idea is that the more varied the profile range of block leaders, the greater the chance of reaching a large heterogeneous number of users. The first contact was made in the form of a letter on January 23, 2020. This letter mentioned the study, explaining why it was important for them to get involved and finally invited them to a casual aperitif, which was planned on the 13th of February. The selection of this group is subject to the constraints of individuals' personal lives: participation in the study was voluntary, so only those individuals who had the time and desire to participate finally did so. In the end, seven women and two men accepted to act as block leaders for the time of the experiment. During this aperitif, the potential block leaders were asked to begin by announcing their role through a newsletter – taking the form of an email – and in the news, published directly on the website. Then, during the actual intervention, they were asked to take a more engaged role by promoting actions, sending messages¹, commenting actions or initiating new discussions in the forum. The intervention, beginning 25th February 2020, was supposed to last one month but ended up being expanded until 16th April 2020 because of COVID 19.

3. Data extraction - Variables

La Fourmière counts 1605 users in November 2020. However, this research's purpose is to measure the block leaders' impact on the platform's overall activity. Hence, since the study is not aiming at highlighting interindividual differences – based on sociodemographic or psychological characteristics – more precise information about the participants was not examined. In fact, the independent – grouping – variable is time. A time variable was created and

coded in a manner that allows comparisons between the block leader period and other periods of time. As seen in figure 4, there is a first control moment until the 17th November where there was no particular event that could have influenced the platform [code=0]. Afterwards, the municipality of Montreux made an advertisement campaign with LED screens displaying news about *La Fourmière* in the city until the 29th November [code=1]. The data were analyzed as early as November, as this not only provided a control period but also made it possible to compare the block leaders' intervention with another one (LED screens). Moreover, it showed whether the block leaders stabilized, increased or reduced the activity caused by the LED screens. Until the 29th February there was nothing unusual to report again [code=2]. Followingly, the block leader intervention lasted from the 1st March until the 16th April. However, it was divided into two periods of time (01.03 – 12.03 [code = 3], 13.03-16.04 [code = 4]) because of the covid crisis. The Swiss government declared the state of semi lockdown on the 13th March. And since this period of lockdown [4] has impacted individual through substantial situational factors - such as the disturbance of home life and public life - it seemed pertinent to distinguish it in order to be able to analyze a more standard period of time as well [3]. Followingly, the next period [code = 5] corresponds mostly to the month of May, during which nothing unusual happened. And finally, during the last period [code = 6], until the end of June, seeds were distributed in the municipality of Montreux.

Figure 4 – Independent Variable

| Date - Begin | Date - Stop | Event | Code |
|---------------------|--------------------|-----------------------|-------------|
| 01.11.19 | 17.11.19 | Usual Activity | 0 |
| 18.11.19 | 29.11.19 | LED Screens | 1 |
| 30.11.19 | 24.02.20 | Usual Activity | 2 |
| 25.02.20 | 12.03.20 | Block Leaders | 3 |
| 13.03.20 | 16.04.20 | Block Leaders/Covid | 4 |
| 17.04.20 | 31.05.20 | Usual Activity /Covid | 5 |
| 01.06.20 | 30.06.20 | Seed distribution | 6 |

Usual activity refers to periods of time when news is published on the website, newsletters are sent via email once a month and campaigns - containing a specific selection of pro-environmental actions – as well as Facebook posts are published occasionally. LED screens, block leaders and seed distribution all describe major interventions which do not occur as regularly as activities such as a newsletter or Facebook post. During the Led screen campaign, big screens advertising *La Fourmilière* were displayed all around the commune, the block leader intervention refers to the undertaking carried out during this study and the seed distribution is a campaign carried out in June which aimed at distributing 15'000 packets of seeds to households in the municipality.

Followingly, the dependent variables analyzed according to the time period are as follows: number of daily sessions and their length; daily number of pages viewed and daily average per

user, number of pages viewed in the forum daily and the number of comments left there; number of actions viewed and number of implementations daily. Thus, it was possible to analyze not only whether the average activity has increased, but also whether the activity of the members present on the platform has increased. Note that for all the parameters listed, only daily averages were extracted from the platform. In no case were the activities of a specific member recorded.

4. Statistics

All the statistical analyses were made on Jamovi 1.0.8.0. Periods of time were coded as orthogonal contrasts in order to allow relevant comparisons for this study. Linear regressions were made to determine whether there were significant differences between periods of time for each parameter. T1 compared interventions to periods of usual activity, it is therefore a question of seeing whether the interventions generally have a significant impact in relation to the platform's usual activity. T2 compares the block leaders' intervention to periods of usual activity. T3 refers to the distinction, which was made in anticipation of the Corona virus impact, between the start of the Block Leader intervention and the moment the confinement began. T4's purpose is to see the effect of a new intervention after the COVID 19 appeared. And finally, the last (T5) contrast's purpose is to highlight differences which might have occurred due to Corona Virus. For the purpose of this study, only the contrast comparing the block leader period to periods of usual activity is being retained (T2). However, for further analyses, additional tables are available in the appendices.

T2 was separated from the other comparisons in the model because its comparison (block leaders vs. usual activity) was comprised in T1 (major interventions compared with periods of usual activity) and they probably account for much of the common variance. Indeed, using the model with five contrasts, fewer parameters appear to have increased significantly during T2 than

when using the model containing only T2. The coding of the analysis is shown in the table below and for comprehensibility purposes, the reference period is shown in gray.

Figure 5 – Orthogonal Contrast Coding

| Orthogonal Contrast | | Time - Variable | | | | | | |
|---------------------|------------------------------|-----------------|------------|----------------|------------|-------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | Usual activity | LED Screen | Usual activity | Block Load | Block Load during Covid | Usual activity during COVID | social distribution during COVID |
| T2 | Block Load vs Usual Activity | -1 | 0 | -1 | 3 | 0 | -1 | 0 |

Results

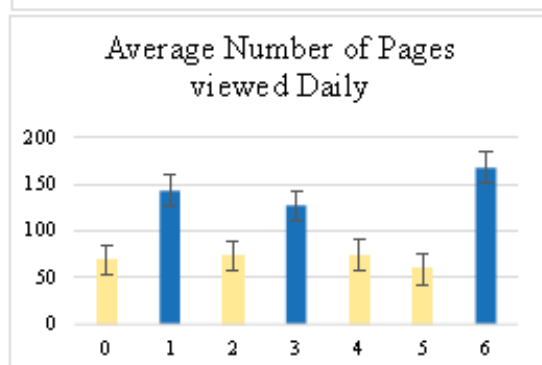
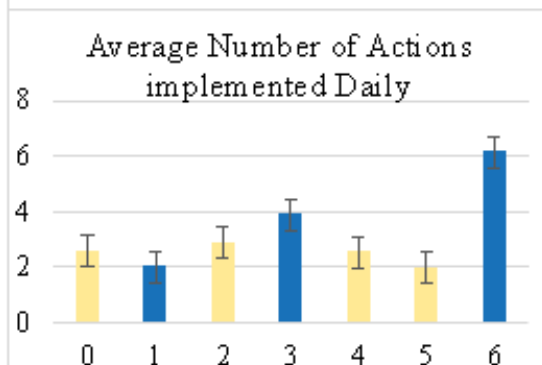
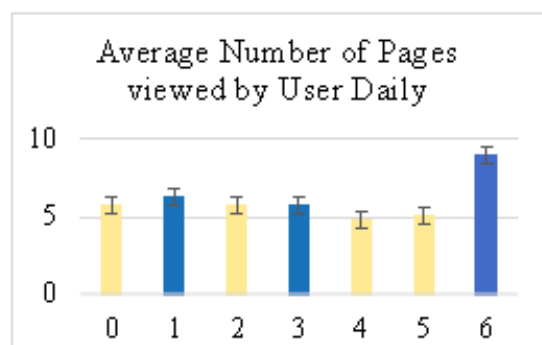
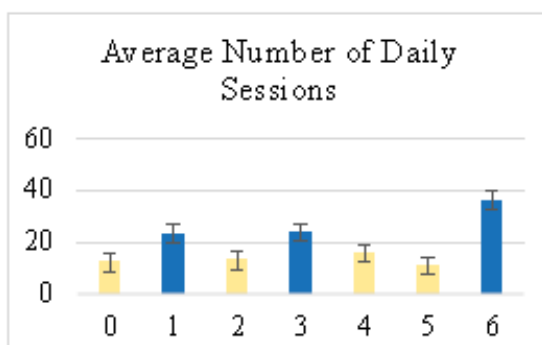
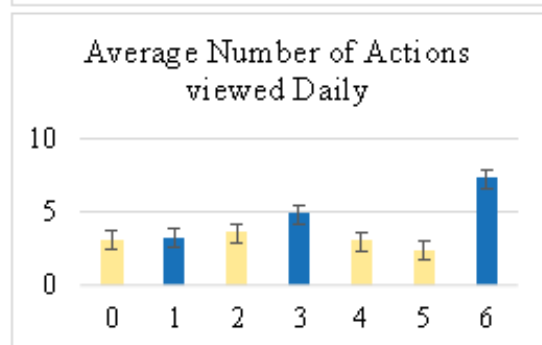
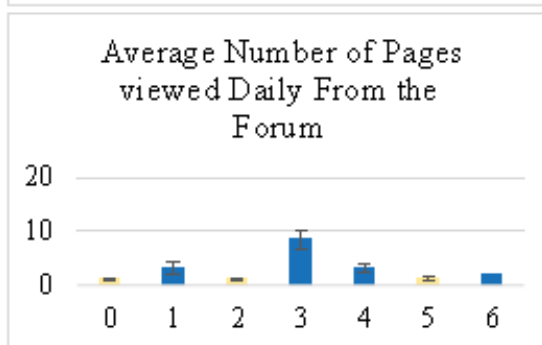
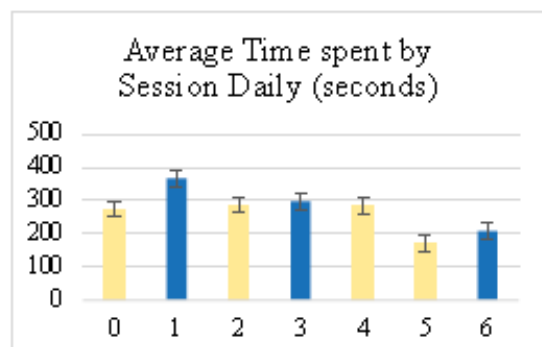
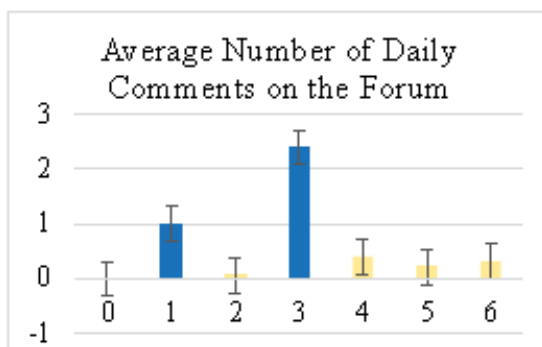
1. Group Descriptives

This section will begin by displaying group descriptives, namely: the number of days (N), mean, standard deviation and standard error. Each indication is listed by period of time and per parameter. Moreover, for visibility reasons and to highlight differences between the means, graphs are provided subsequently.

Figure 6 – Means, N, SD and SE per parameter and period of time

| Parameters (daily averages) | Period of Time | N | Mean | SD | SE |
|--------------------------------------|----------------|----|----------|---------|---------|
| Number of sessions | 0 | 17 | 12.1765 | 7.860 | 1.9063 |
| | 1 | 12 | 23.2500 | 10.515 | 3.0355 |
| | 2 | 85 | 13.0353 | 10.669 | 1.1572 |
| | 3 | 18 | 23.9444 | 18.891 | 4.4527 |
| | 4 | 34 | 15.8824 | 17.492 | 2.9999 |
| | 5 | 35 | 11.0286 | 9.599 | 1.6226 |
| | 6 | 29 | 36.2069 | 20.226 | 3.7559 |
| Length of sessions | 0 | 17 | 273.5294 | 164.106 | 39.8014 |
| | 1 | 12 | 367.1667 | 279.792 | 80.7689 |
| | 2 | 86 | 286.5814 | 210.499 | 22.6987 |
| | 3 | 18 | 298.3333 | 149.933 | 35.3394 |
| | 4 | 35 | 283.3143 | 266.155 | 44.9883 |
| | 5 | 46 | 170.2826 | 172.539 | 25.4395 |
| | 6 | 29 | 208.3183 | 106.385 | 19.7553 |
| Number of pages viewed per user | 0 | 17 | 5.6918 | 2.959 | 0.7176 |
| | 1 | 12 | 6.3217 | 2.426 | 0.7003 |
| | 2 | 85 | 5.7462 | 3.837 | 0.4162 |
| | 3 | 18 | 5.7244 | 1.877 | 0.4425 |
| | 4 | 34 | 4.8279 | 3.504 | 0.6010 |
| | 5 | 34 | 5.0759 | 3.537 | 0.6065 |
| | 6 | 29 | 8.9645 | 22.749 | 4.2244 |
| Number of pages viewed | 0 | 17 | 69.0588 | 62.096 | 15.0605 |
| | 1 | 12 | 143.2500 | 71.150 | 20.5394 |
| | 2 | 85 | 72.9176 | 63.959 | 6.9373 |
| | 3 | 18 | 126.5000 | 78.381 | 18.4745 |
| | 4 | 34 | 73.9412 | 73.937 | 12.6801 |
| | 5 | 34 | 58.9412 | 60.731 | 10.4153 |
| | 6 | 29 | 168.0690 | 115.715 | 21.4877 |
| Number of pages viewed in the forum | 0 | 17 | 1.0588 | 1.519 | 0.3685 |
| | 1 | 12 | 3.0833 | 4.316 | 1.2460 |
| | 2 | 85 | 1.0588 | 1.721 | 0.1866 |
| | 3 | 18 | 8.4444 | 6.767 | 1.5950 |
| | 4 | 34 | 3.0882 | 4.137 | 0.7095 |
| | 5 | 34 | 1.2353 | 2.119 | 0.3633 |
| | 6 | 29 | 2.1724 | 3.723 | 0.6914 |
| Number of actions viewed | 0 | 17 | 3.0588 | 7.040 | 1.7074 |
| | 1 | 12 | 3.2500 | 3.745 | 1.0810 |
| | 2 | 86 | 3.5581 | 5.534 | 0.5968 |
| | 3 | 18 | 4.8889 | 5.656 | 1.3331 |
| | 4 | 35 | 2.9714 | 6.613 | 1.1178 |
| | 5 | 46 | 2.3478 | 4.244 | 0.6257 |
| | 6 | 29 | 7.3103 | 7.256 | 1.3474 |
| Number of actions implemented | 0 | 17 | 2.5882 | 6.558 | 1.5905 |
| | 1 | 12 | 2.0000 | 2.523 | 0.7282 |
| | 2 | 86 | 2.8953 | 4.802 | 0.5178 |
| | 3 | 18 | 3.8889 | 4.813 | 1.1344 |
| | 4 | 35 | 2.5429 | 5.878 | 0.9935 |
| | 5 | 46 | 1.9783 | 3.768 | 0.5556 |
| | 6 | 29 | 6.1724 | 6.291 | 1.1682 |
| Number of comments left in the forum | 0 | 17 | 0.0000 | 0.000 | 0.0000 |
| | 1 | 12 | 1.0000 | 1.537 | 0.4438 |
| | 2 | 86 | 0.0698 | 0.299 | 0.0322 |
| | 3 | 18 | 2.3889 | 3.202 | 0.7547 |
| | 4 | 35 | 0.4000 | 1.035 | 0.1749 |
| | 5 | 46 | 0.2174 | 0.554 | 0.0817 |
| | 6 | 28 | 0.3214 | 0.819 | 0.1548 |

The table above shows, number of days, means, standard deviations and standard errors for the parameters used in this study for each period of time. It is possible to observe higher averages in periods 1, 3, and 6 for the number of sessions and the number of pages viewed. The averages for periods 1 and 3 stand out for the length of sessions and the number of comments left in the forum. Means for periods 3 and 6 appear to be the highest for number of actions viewed. The means for the 3rd period exceeds the others substantially for the number of pages viewed in the forum, and the 6th for the number of actions implemented. To address more specifically the results relevant for this study, the block leader intervention – before the semi-confinement [3] – had higher means than periods of usual activity for all parameters. In addition, the standard errors of the block leaders prior to the confinement period never crossed with those of the usual activity periods, except for the duration of the daily sessions. It should also be noted that the parameters' means dropped in average by 37.73% after the semi lockdown was announced started – between the third (block leader before coronavirus) and the fourth (block leaders during corona virus) period of time. To facilitate comparisons, graphs with averages are presented below



2. Orthogonal Contrasts

Figure 7 – Linear Regressions

| Results by Parameter - Model coefficients | | | | | | | | | |
|---|----------|-------|-------|--------|--|----------|--------|-------|--------|
| Number of daily sessions | | | | | Number of pages viewed in the forum daily | | | | |
| Predictor | Estimate | SE | t | p | Predictor | Estimate | SE | t | p |
| Intercept | 18.79 | 1.065 | 17.63 | < .001 | Intercept | 2.86 | 0.226 | 12.69 | < .001 |
| BL | 3.85 | 0.934 | 4.12 | < .001 | BL | 1.81 | 0.198 | 9.17 | < .001 |
| Daily length of sessions | | | | | Number of actions viewed daily | | | | |
| Predictor | Estimate | SE | t | p | Predictor | Estimate | SE | t | p |
| Intercept | 263.8 | 14.0 | 18.80 | < .001 | Intercept | 3.960 | 0.401 | 9.87 | < .001 |
| BL | 13.0 | 12.4 | 1.05 | 0.296 | BL | 0.560 | 0.355 | 1.58 | 0.116 |
| Average number of pages viewed daily | | | | | Number of actions implemented daily | | | | |
| Predictor | Estimate | SE | t | p | Predictor | Estimate | SE | t | p |
| Intercept | 5.994 | 0.605 | 9.909 | < .001 | Intercept | 3.238 | 0.351 | 9.22 | < .001 |
| BL | 0.144 | 0.530 | 0.271 | 0.787 | BL | 0.430 | 0.310 | 1.38 | 0.168 |
| Number of pages viewed per user daily | | | | | Number of comments left in the forum daily | | | | |
| Predictor | Estimate | SE | t | p | Predictor | Estimate | SE | t | p |
| Intercept | 97.2 | 5.59 | 17.40 | < .001 | Intercept | 0.603 | 0.0745 | 8.10 | < .001 |
| BL | 18.2 | 4.90 | 3.72 | < .001 | BL | 0.548 | 0.0657 | 8.34 | < .001 |

Statistically significant results are highlighted in grey in the figure above. It can be observed that four out of eight variables display significant results by running a regression. In other words, during the block leaders' intervention, fifty percent of the parameters significantly increased on the platform. These parameters are the following: number of daily sessions, number of pages viewed in the forum, number of pages viewed per user daily, and finally, the number of comments left in the forum. On the other hand, no significant results have been noted for: the daily length of sessions, the number of actions viewed daily, the average number of pages viewed daily, and the number of actions implemented daily.

8.3 Rapport remis à Montreux au terme de l'étude

Etude de l'activité de la plateforme La Fourmilière de Montreux Impact de diverses interventions de communication

1. Objectif et contexte de l'étude

Le présent rapport a pour objectif de quantifier et de comparer l'impact de diverses interventions ayant été opérées sur la plateforme de durabilité de la Commune de Montreux, la Fourmilière. Ces analyses ont été menées au Laboratoire de psychologie sociale de l'Université de Lausanne (UNILaPS), au sein d'une collaboration avec la Commune de Montreux et écloSION. Deux étudiant·e·s de master (l'un en psychologie sociale et l'autre en fondements et pratiques de la durabilité) effectuent leur mémoire de fin d'études dans le cadre du présent projet.

La plateforme la Fourmilière [*@Montreux : pouvez-vous rajouter une courte description de la Fourmilière ?*]

Comme précisé dans la section suivante, l'effet de trois interventions a été analysé. L'objet n'est ici nullement de comparer l'impact des trois types de communication, mais, au contraire, de porter un regard sur la manière dont l'enchaînement d'événements influence la fréquentation d'une plateforme sur la durabilité, et le niveau d'activité des membres qui s'y connectent.

2. Période, interventions et indicateurs considérés

2.1. Période

La période analysée s'étend du 1^{er} novembre 2019 au 30 juin 2020. Elle couvre trois événements majeurs de la communication autour et au sein de la plateforme³⁶ :

1. Une campagne d'affichage sur les **écrans LED** de la commune, du xx novembre au xx décembre 2019 [*@Montreux : pouvez-vous rajouter quelques phrases sur cette campagne ?*]
2. L'opération dite « **block leaders** » (BL), organisée par l'UNILAPS du 25 février au 17 avril 2020. Des « block leaders » (aussi communément appelés ambassadeurs/drices) sont des personnes qui, dans un cadre donné, sont recrutées pour convaincre d'autres individus de se comporter de manière plus durable. Le public visé doit pouvoir facilement s'identifier à ces sources d'influence, à travers certaines caractéristiques communes (par exemple, vivre dans le même quartier ou être membre de la même plateforme). Il a été démontré que cette technique est efficace pour promouvoir les comportements durables³⁷. Dans le cadre de la Fourmilière, neuf utilisateurs/trices de la plateforme ont accepté de prendre un rôle plus actif pendant quelques semaines, afin de dynamiser les échanges sur la plateforme. Ils/elles étaient ainsi invité·e·s à poster davantage de messages sur le forum, à signaler leurs actions préférées ensuite diffusées

³⁶Une multitude d'autres informations ont été communiquées durant la même période, telles que via des campagnes d'actions ou la newsletter de la plateforme ; il n'a malheureusement pas été possible de tester leur effet, pour de raisons de manque de puissance statistiques

³⁷Abrahamse, W., & Steg, L. (2013). Social influence approaches to encourage resource conservation: A meta-analysis. *Global Environmental Change*, 23(6), 1773–1785.
<https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.07.029>

sous la forme d'une campagne, etc. Un apéritif organisé en février 2020 a permis de faire leur connaissance et leur expliquer précisément les buts de l'étude.

3. La distribution, fin mai 2020, de **sachets de graines** à tous les ménages résidant sur le sol de la Commune de Montreux. [[@Montreux : pouvez-vous rajouter quelques phrases su cette campagne ?](#)]

La majorité de la période considérée ayant été marquée par l'apparition du COVID et le semi-confinement qui en a suivi (ainsi que la sortie de celui-ci), l'effet de la pandémie a été incorporé aux analyses présentées ci-après. Ainsi, sept périodes ont été comparées :

- A. Période ayant précédé la campagne LED
- B. Campagne LED
- C. Période intermédiaire entre la campagne LED et l'opération BL
- D. Première phase de l'opération BL, avant l'annonce du semi-confinement
- E. Deuxième phase de l'opération BL, pendant le semi-confinement
- F. Période intermédiaire entre la fin de l'opération BL et l'envoi des sachets de graine
- G. Semaine de l'envoi des sachets de graine (jour de réception et les six suivants)
- H. Période qui a suivi l'envoi des sachets de graines

2.2. Indicateurs

L'équipe de l'UNILaPS a analysé, si durant ces divers périodes d'intervention, les paramètres suivants de la plateforme ont été affectés :

- nombre de sessions quotidiennes (3.1) et leur longueur (3.2)
- nombre quotidien de pages consultées (3.1) et moyenne quotidienne par utilisateur/trice (3.2)
- nombres de pages consultées du forum quotidiennement (3.1) et quantité de commentaires qui y ont été laissés (3.2)
- nombre d'actions consultées (3.1) et nombre de mises en œuvre quotidiennement (3.2)

Ainsi, il a été possible d'analyser non seulement si l'activité moyenne a augmenté (3.1. *Fréquentation de la plateforme*), mais également si l'activité des membres présents sur la plateforme s'est renforcée (3.2. *Activités des membres*). A noter que pour tous les paramètres listés, uniquement des moyennes journalières ont été extraites de la plateforme. En aucun cas, les activités d'un·e membre spécifique n'ont été enregistrées et analysées.

3. Résultats

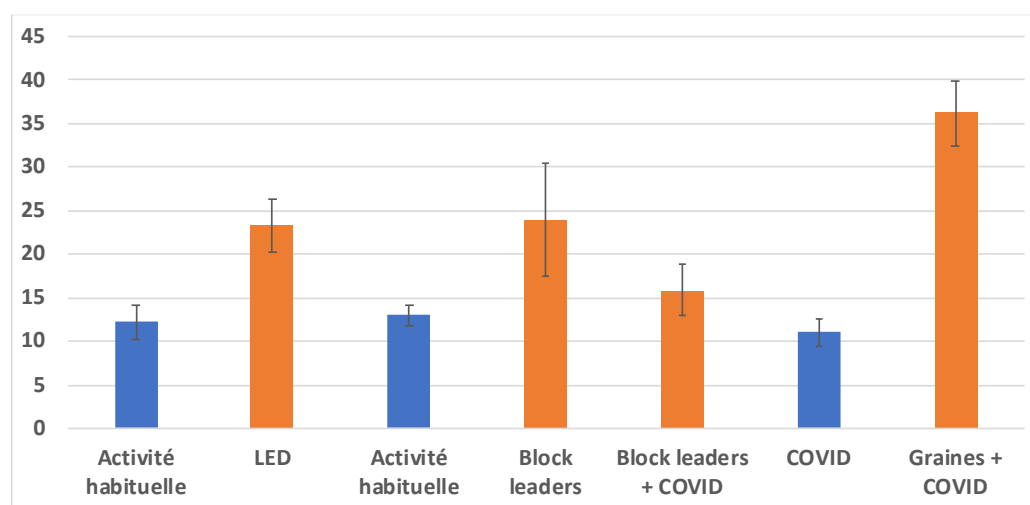
Des analyses de régression ont été menées sur les données à disposition. Afin de comparer les différentes périodes, des contrastes, résumés dans le Tableau 1 ci-dessous ont été utilisés. Pour chaque ligne, correspondant à l'un de ces contrastes, les périodes en violet sont comparées à celles en orange. Celles laissées en blanc ne sont pas prises en compte.

| | Période | | | | | | |
|--|---------------------|--------|---------------------|---------------|-----------------------|--------|-----------------|
| | A | B | C | D | E | F | G |
| | Activité habituelle | LED | Activité habituelle | Block leaders | Block leaders + COVID | COVID | Graines + COVID |
| (C1) Intervention majeure vs. activité habituelle | Yellow | Purple | Yellow | Purple | Purple | Yellow | Purple |
| (C2) Block leaders vs. activité habituelle | Yellow | White | Yellow | Purple | White | Yellow | White |
| (C3) Block leaders avant et après l'annonce du confinement | White | White | White | Purple | Yellow | White | White |
| (C4) Juste avant vs. pendant la distribution des graines | White | White | White | White | White | Yellow | Purple |
| (C5) Avant vs. pendant le COVID | Yellow | Yellow | Yellow | Yellow | Purple | Purple | Purple |

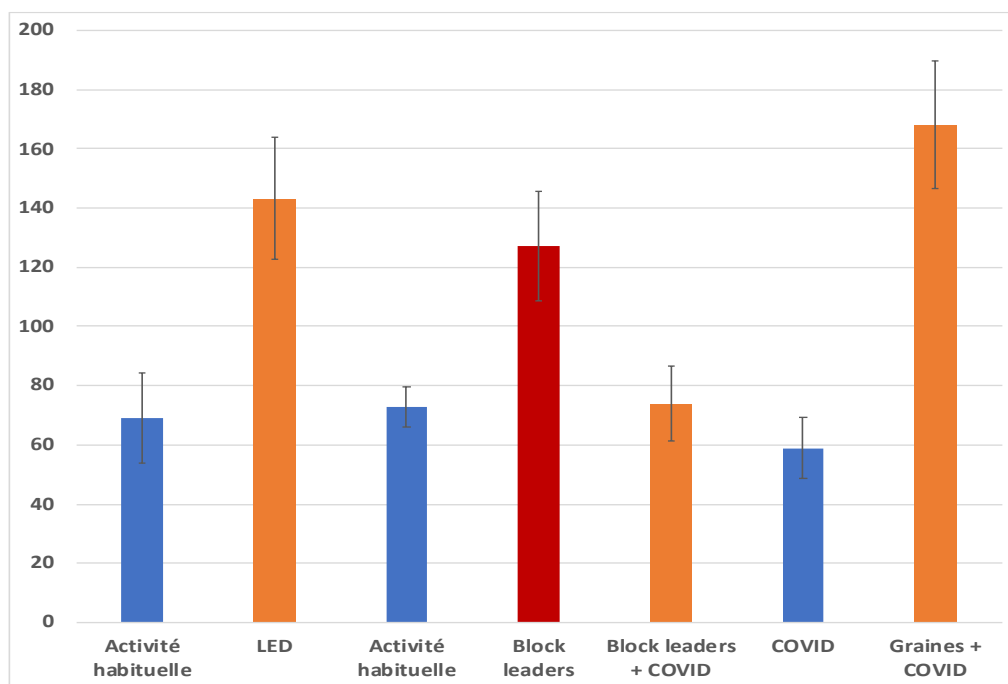
Tableau 1. Résumé des contrastes utilisés dans les analyses.

3.1. Fréquentation de la plateforme

Des différences significatives entre les périodes considérées ont été observées en ce qui concerne tous les paramètres de fréquentation de la plateforme. Tout d'abord, on observe que **le nombre de sessions** quotidiennes est plus élevées pendant les périodes d'interventions (C1) que pendant les périodes d'activités habituelles (voir Graphique 1, ci-dessous). Alors que pendant que les block leaders opéraient sur la plateforme, le nombre de sessions était cependant inférieur après l'annonce du semi-confinement (C3), la fin de la période considérée pendant l'étude, avec la distribution des sachets de graines, a été marqué par un nombre important de sessions (C4 et C5).

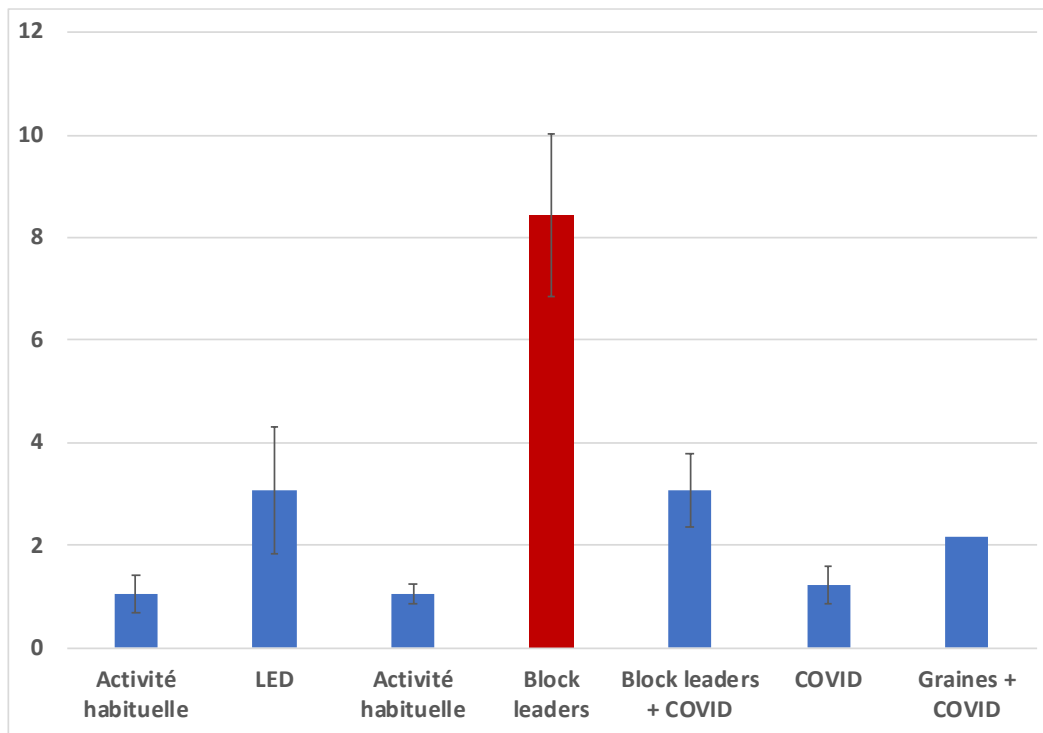


Graphique 1. Nombre de sessions quotidiennes (les barres représentent les erreurs standards)



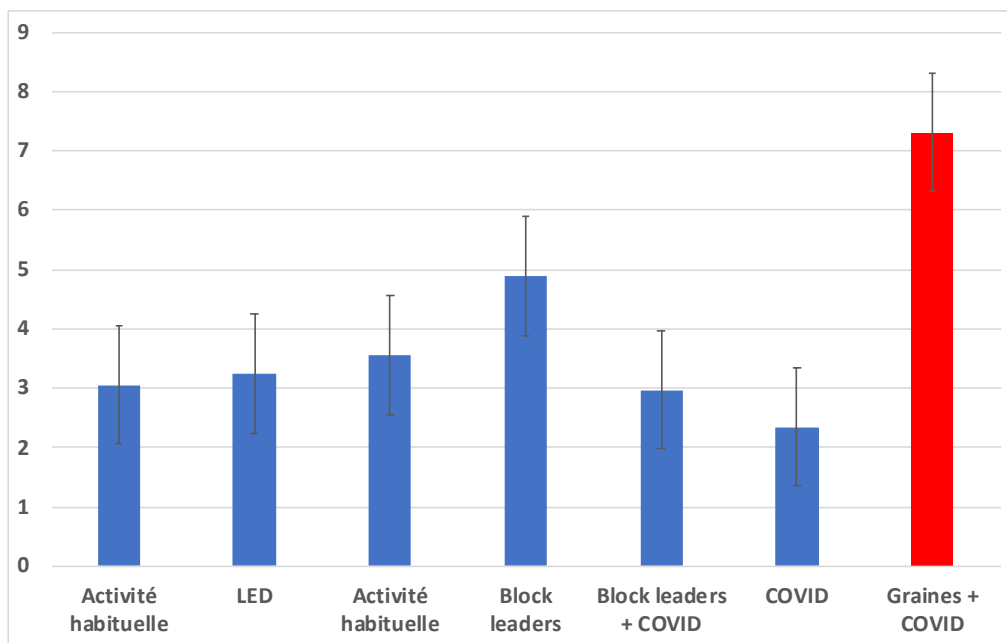
Graphique 2. Nombre de pages consultées quotidiennement.

Concernant **les pages consultées quotidiennement**, on constate un nombre supérieur pendant les interventions (C1) que pendant les périodes caractérisées par des activités habituelles. De plus, davantage de pages ont été consultées pendant la première partie de l'opération "block leaders" qu'après l'annonce du semi-confinement (C3; voir Graphique 2). Ce même résultat apparaît quant aux **pages du forum consultées quotidiennement** (C3; voir Graphique 3).



Graphique 3. Nombre de pages du forum consultées quotidiennement.

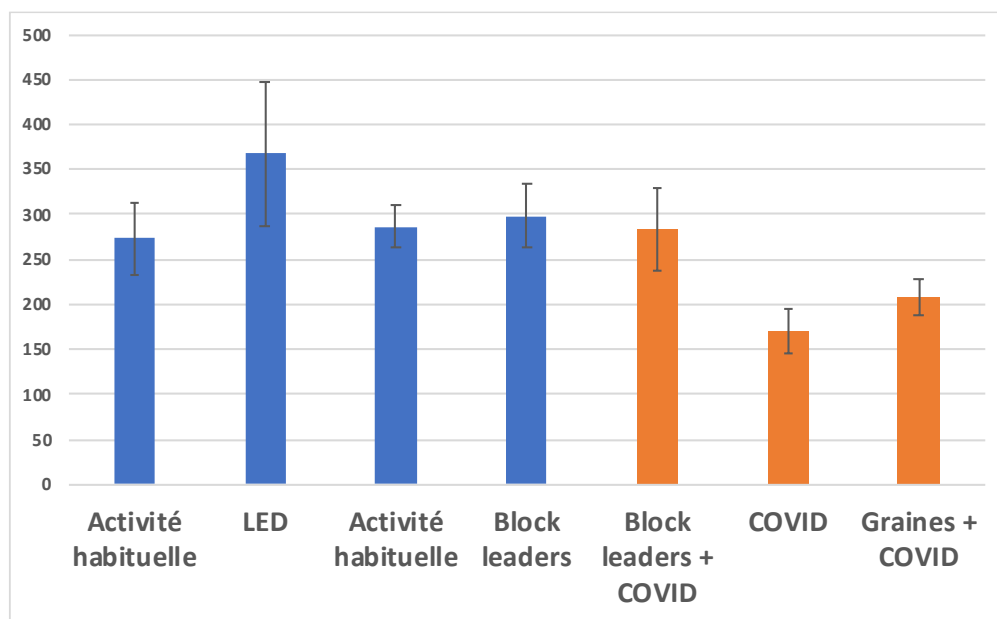
Finalement, quant aux **actions consultées quotidiennement**, on constate qu'il est plus élevé pendant la phase "graines" que pendant la phase précédente (voir Graphique 4).



Graphique 4. Nombre de pages d'actions consultées quotidiennement

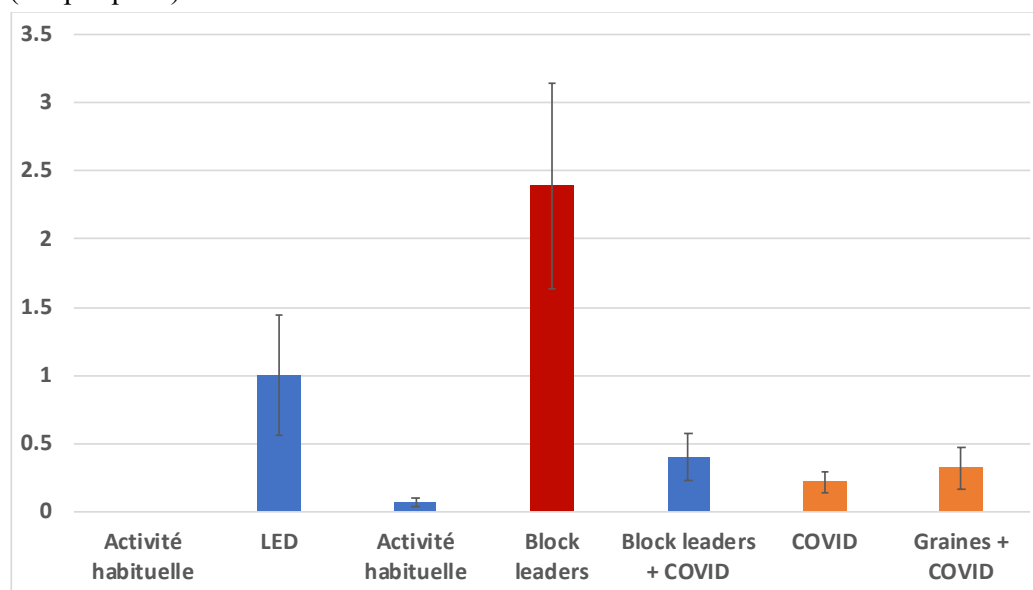
3.2. Activités des membres

Nous allons maintenant décrire l'activité des visiteuses/eurs de la plateforme. Tout d'abord, au niveau du **temps moyen par session**, on observe une baisse depuis le semi-confinement (voir Graphique 5). Aucun résultat significatif n'est à relever concernant le nombre moyen de pages consultées par membre de la plateforme.

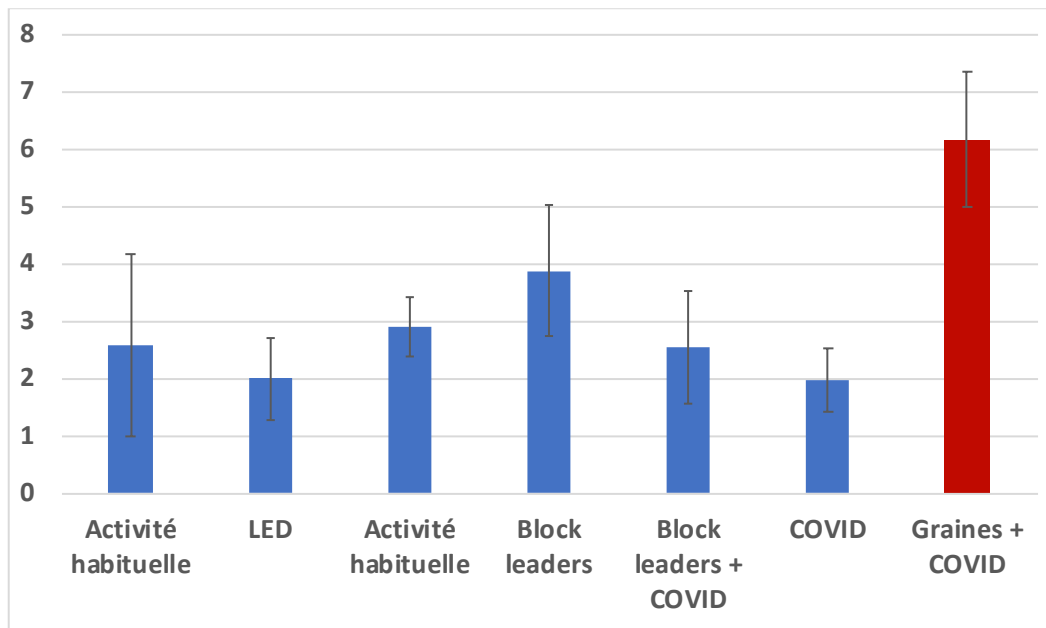


Graphique 5. Temps moyen des sessions.

Le **nombre de commentaires dans le forum** (Graphique 6), est quant à lui, légèrement plus élevé pendant la période des block leaders, avant le semi-confinement (une grande variation d'un jour à l'autre, représentée par la barre verticale largement plus grande, est cependant observée). Finalement, le **nombre de mise en œuvre d'actions** est plus élevée pendant la période "graines" (Graphique 7).



Graphique 6. Nombre de commentaires dans le forum.



Graphique 7. Nombre d'actions mises en œuvre.