

Jeudi 19 juin 2014 – Lempdes (63)

Journées d'information

« Comment réduire le gaspillage alimentaire à la cantine, à domicile, et sur le lieu de vente »

La communication engageante : faire appel à la psychologie pour favoriser le changement de comportements des citoyens en matière de développement durable



UNION NATIONALE
DES CENTRES PERMANENTS
D'INITIATIVES POUR L'ENVIRONNEMENT

Le réseau des CPIE

- Le réseau des CPIE est composé de 80 associations **labellisées « Centres Permanents d'Initiatives pour l'Environnement » (CPIE)**
- Il représente 900 salariés et 10.000 adhérents
- L'Union nationale **coordonne le projet du réseau**, en fixant les **priorités stratégiques** et en constituant une **plateforme de ressources et d'appui** pour les associations membres
- Deux domaines d'activité principaux des CPIE : **l'éducation de tous à l'environnement**, et **l'accompagnement des territoires vers un développement durable**

Le label « CPIE »

- 
- De création interministérielle en 1972, il est géré par l'Union nationale des CPIE depuis 1982. CPIE est une marque déposée à l'institut national de la propriété industrielle (INPI)
 - Ce label est attribué selon une dizaine de **critères** : valeurs et intérêt général de l'association, degré d'ancrage territorial, gouvernance...
 - Il est attribué pour **10 ans renouvelables** ; chaque CPIE suit alors les étapes du renouvellement mis en œuvre par l'Union nationale des CPIE
 - Seules les associations labellisées CPIE peuvent adhérer à l'Union nationale des CPIE

Le réseau des CPIE



- La **vision de l'environnement** des CPIE est basée sur 3 valeurs :
 - L'humanisme
 - La promotion de la citoyenneté
 - Le respect de la connaissance scientifique
- Les associations CPIE agissent en faveur de l'environnement sur le territoire et selon **trois modes d'actions** :
 - Chercher
 - Développer
 - Transmettre

CPIE et sciences participatives



- Réseau des CPIE et **sciences participatives** :

→ De multiples projets menés avec les associations du réseau des CPIE, comme :

- Les Observatoires Locaux de la Biodiversité (OLB)
- Un « Dragon dans mon jardin »

mais aussi...

- Sensibiliser pour engager

Un projet national : « Sensibiliser pour engager »



Sensibiliser pour engager

- 
- Lancé en 2011 après une **phase exploratoire** en 2010...
 - ...mais des échanges avec Fabien Girandola, professeur en psychologie sociale depuis 2006
 - Un projet au cœur du monde de la **recherche scientifique** (thèse menée dans le cadre d'un contrat CIFRE avec le **ministère de la recherche** et le laboratoire de Psychologie Sociale d'Aix en Provence)
 - Mobilisant **une douzaine de CPIE sur trois ans**, et sur des thèmes variés (alimentation, énergie, mobilité, etc)

Sensibiliser pour engager

- **Les ambitions du projet :**

- **Prouver l'efficacité de la méthode psychosociale** dans les activités d'éducation et de sensibilisation à l'environnement auprès du public
- **Former les acteurs d'un réseau** associatif national à l'utilisation de ces méthodes
- Capitaliser et transférer les **connaissances assimilées**

La problématique actuelle

- **Moser & Uzzel (2006, 2007) :**

« Attendre que l'information et l'éveil des consciences changent les attitudes et que de nouveaux comportements durables se mettent en place est trop incertain et prend trop de temps »

- **Grenelle Environnement, comop 34**

L'enjeu des « changements de comportements », n'est-il pas à différents niveaux le fil conducteur de toute politique environnementale et de développement durable ?

La problématique actuelle



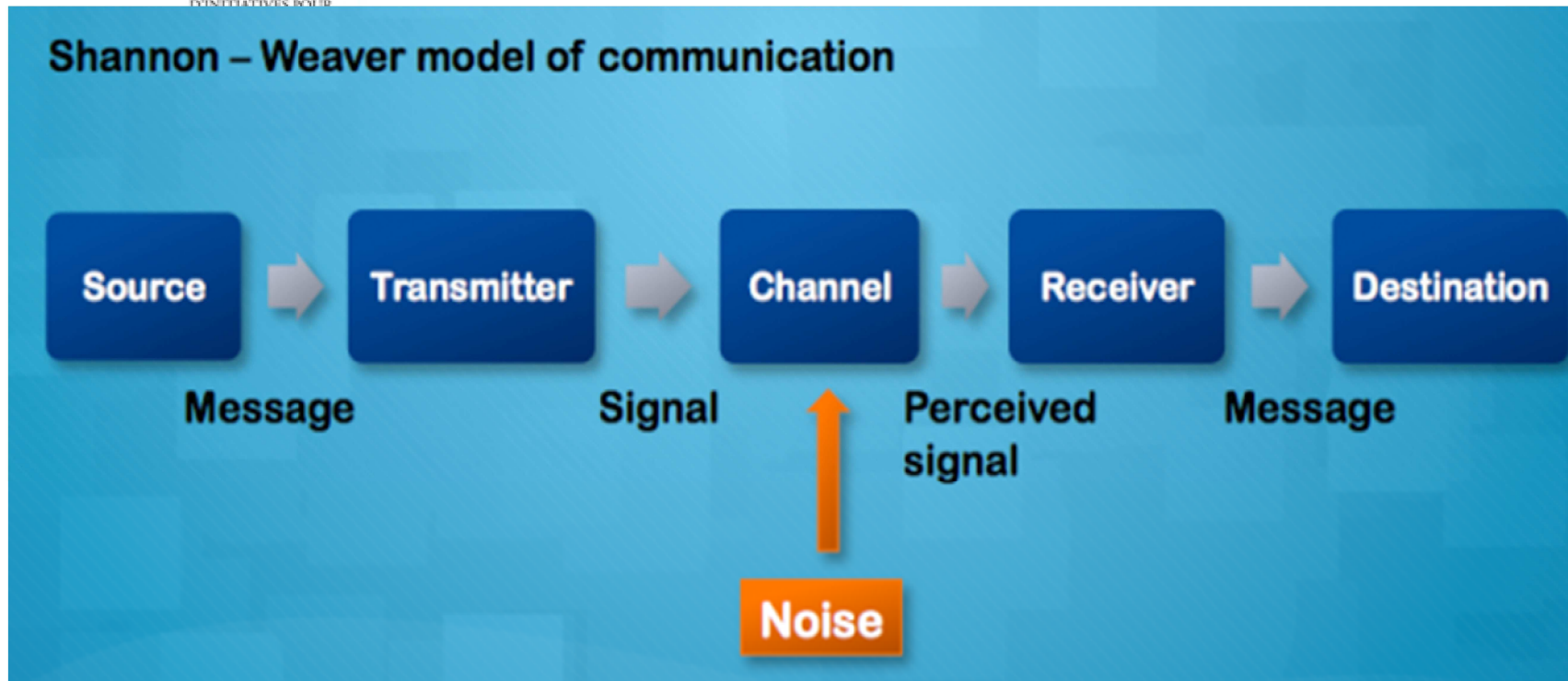
- De manière générale, tout le monde ou presque s'accorde à dire qu'il faut préserver l'environnement...
- ... mais dans les faits, **combien font réellement attention ?**
- **Robert-Vincent Joule, Université de Provence (2001) :**
« Le lien entre attitudes et comportements n'est pas aussi direct que l'on a coutume de le croire »

La théorie psychosociale

- 
- Quatre grands **champs théoriques** peuvent être directement reliés aux sciences participatives :
 - La persuasion
 - L'engagement
 - La communication engageante
 - Les représentations sociales

La persuasion

- Le modèle de la communication de Shannon & Weaver (1949)



source, cible, message et contexte de (canal)

La persuasion

- **La source :**

→ Crédibilité, honnêteté, attrait, sympathie, popularité, etc...

- **La cible :**

→ L'implication, le « Need for cognition », le « Need for closure », etc...

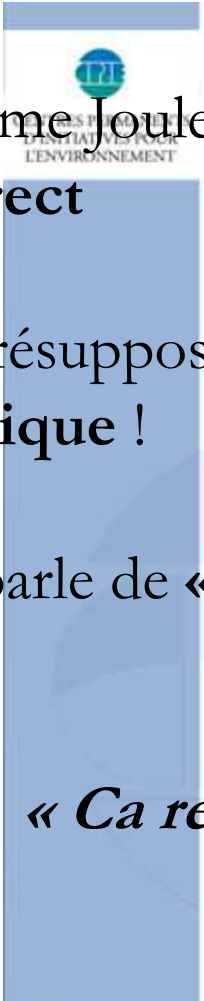
- **Le message :**

→ Qualité et quantité d'arguments, effets d'ordre, structure unilatérale ou bilatérale, l'apport de preuves, le cadrage, etc...

- **Le contexte :**

→ L'avertissement, la distraction, etc...

Les limites de la persuasion

- 
- Comme Joule la dit, le **lien** entre attitudes et comportements est **indirect**
 - Le présupposé « Agissons sur les idées, les actes suivront » est très **utopique** !
 - On parle de « **décalage entre les idées et les actes** »

« Ca rentre par une oreille et ressort par l'autre »

Les limites de la persuasion

- Le **risque de surinformation** :

- La **capacité de traitement** de l'information des individus n'est pas infinie mais limitée
- **Trop d'informations** ou des informations trop complexes **dévient les choix des individus** (ex dans un salon ou de nombreux stands tentent de persuader le public)
- **Faible efficacité de l'information** sur les comportements
- Des **qualités connues** peuvent poser problème dans l'acquisition des dangers potentiels ! (expl du thon rouge contaminé en méthyle mercure)

La persuasion

- Finalement, un constat s'impose :

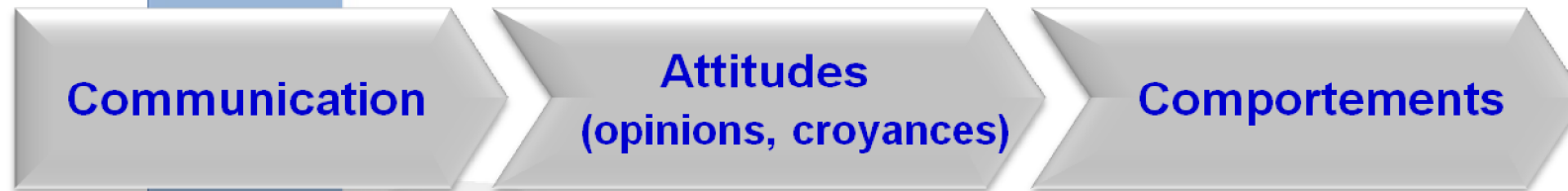
« La persuasion est nécessaire mais pas suffisante ! »

- Il faut donc passer des idées aux actes...
... **par l'engagement !**



L'engagement

- La méthode classique



- La méthode de l'engagement



L'engagement

- **Joule & Beauvois (1998) :**



« L'engagement correspond, dans une situation donnée, aux conditions dans lesquelles la réalisation d'un acte ne peut être imputable qu'à celui qui l'a réalisé »

- **L'étude phare de Lewin (1945) :**

- Conférences VS animations en petits groupes
- Ecoute d'un argumentaire VS participation à un débat
- Engagement main levée : passage de 3% à 32% de ménagères ayant cuisiné des abats

Augmenter l'efficacité de l'engagement

- Les **8 commandements** pour maximiser l'engagement :
 - Le contexte de liberté : Un acte réalisé dans un contexte de liberté est plus engageant qu'un acte réalisé sous la contrainte
 - Le caractère public : un acte réalisé publiquement est plus engageant qu'un acte dont l'anonymat est garanti
 - Les raisons : Un acte est d'autant plus engageant qu'il ne peut être imputé à des raisons externes (promesses de récompenses, menaces de punition...), mais plutôt à des raisons internes (valeur personnelle, traits de personnalités...)
 - Le coût : un acte sera plus engageant lorsqu'il est coûteux pour le sujet (en argent, en temps, en énergie, etc..)

Augmenter l'efficacité de l'engagement

- Le caractère explicite : un acte manifeste est plus engageant qu'un acte ambigu
- L'irrévocabilité : un acte sur lequel on ne peut plus revenir est plus engageant que lorsque l'on peut changer d'avis
- La répétition : un acte que l'on répète est plus engageant qu'un acte qu'on ne réalise qu'une fois
- Les conséquences : un acte est d'autant plus engageant qu'il est lourd de conséquences

Les techniques d'engagement

- Les **techniques les plus connues** et les plus citées dans les revues scientifiques
 - Le pied dans la porte
 - La porte au nez
 - Le double pied dans la porte
 - La double porte au nez
 - Le pied dans la mémoire
 - Le pied dans la bouche
 - La technique du « vous êtes libre de »
 - La technique du toucher
 - L'étiquetage

Le pied dans la porte

- **Le pied dans la porte**

→ Technique qui consiste à **demander peu en vue de demander plus** par la suite

- Les deux requêtes n'ont **pas forcément de lien**
- Ex : demander l'heure à quelqu'un avant de lui demander un euro pour prendre le bus /
- Etude originale : planter un panneau encombrant dans un jardin : 16% d'acceptation contre 76% chez ceux ayant simplement collé un autocollant chez eux sur la prévention routière !
- C'est le **lien qui unit les deux individus** qui va augmenter la probabilité de réalisation de la demande finale

Vers une nouvelle méthode

- 
- Finalement, et malgré l'immense étendue de ces deux champs théoriques, **l'obtention de résultats en matière de changements comportementaux reste délicate**
 - **Joule, Girandola & Bernard** propose donc en 2007 une nouvelle méthode, inspirée directement des deux précédentes



La communication engageante



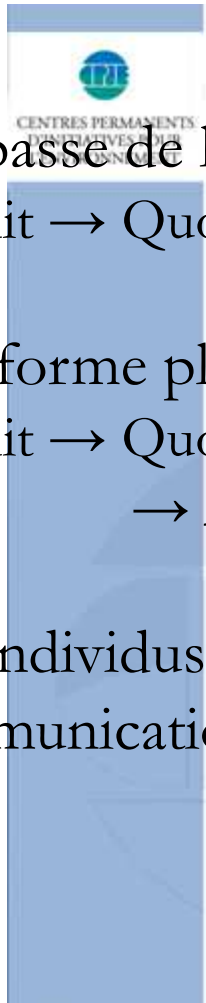
La communication engageante

- **La communication engageante**

→ Elle fait donc le lien entre l'**engagement** et la **persuasion**, et vise à faire effectuer un **acte préparatoire et engageant** en lien avec le message de sensibilisation transmis après



La communication engageante



- On passe de la forme simple :
Qui à dit → Quoi ? → A qui ?
- A la forme plus complexe :
Qui à dit → Quoi ? → A qui ? → Comment ? →
→ **Avec quels effets → En lui faisant faire quoi ?**
- Les individus deviennent donc acteurs de la situation de communication

Des applications sur le terrain

- **Objectif :**

→ Limiter la consommation d'énergie moyenne des familles... sans perte de confort !

- **Ville A, communication « classique » :**

SAINT CYR

Environ 8000 habitants

- **Ville B, communication engageante :**

BEAUSSET

Environ 8000 habitants

Des applications sur le terrain



- Campagne d'une durée de 3 mois, reposant sur la conception et la diffusion d'un ensemble de supports traditionnels de communication :
- 1/ 3 affiches placées chez les commerçants et sur les panneaux municipaux « Si chacun économise un peu, c'est la planète qui respire mieux »
- 2/ Un questionnaire : quel éco-citoyen êtes-vous ?
- 3/ Brochure centrée sur des conseils pratiques permettant de mieux maîtriser l'énergie au quotidien
- 4/ Articles de presse dans les journaux et bulletins municipaux

Des applications sur le terrain

→ **BEAUSSET**

CENTRES PERMANENTS
D'INITIATIVES POUR
L'ENVIRONNEMENT

- Même dispositif qu'à Saint Cyr, mais avec en plus la **possibilité de s'engager**
- De nombreuses actions rendues visibles lors d'une journée permettant d'obtenir des **engagements concrets de la part des particuliers**: invitation à signer un bulletin d'engagement

Je m'engage à...

- 
- ☐ Baisser le thermostat du chauffage de 1 degré les jours ensoleillés
 - ☐ Baisser la température du chauffage toutes les nuits
 - ☐ Faire installer un programmeur pour couper le chauffage en mon absence
 - ☐ Acheter une lampe basse consommation pour remplacer une ampoule ordinaire qui est souvent éclairée
 - ☐ Dégivrer le congélateur tous les deux mois
 - ☐ Nettoyer la grille arrière du réfrigérateur tous les six mois
 - ☐ Aller à pied plutôt qu'en voiture lors de mon prochain déplacement à proximité de mon domicile
 - ☐ Baisser ma vitesse moyenne sur route ou autoroute de 10 km/h
 - ☐ Appeler le numéro azur 0.810.440.990 pour obtenir des conseils

L'engagement des enfants

- ☐ Eteindre complètement la télévision lorsque je ne la regarde pas plutôt que la laisser en veille
- ☐ Eteindre la lumière en quittant une pièce inoccupée
- ☐ Prendre une douche plutôt qu'un bain

Vous êtes évidemment libre de vous engager ou non

PRENOM : NOM :

SIGNATURE :

Volet à découper et à déposer dans l'urne, le 23 mars à l'Office du Tourisme



Volet à découper et à déposer dans les urnes,
le 23 mars, pendant la journée "1000 soleils pour le Beausset"
ou à l'Office du Tourisme du Beausset.

Je m'engage à...

- 
- ☐ Baisser le thermostat du chauffage de 1 degré les jours ensoleillés
 - ☐ Baisser la température du chauffage toutes les nuits
 - ☐ Faire installer un programmeur pour couper le chauffage en mon absence
 - ☐ Acheter une lampe basse consommation pour remplacer une ampoule ordinaire qui est souvent éclairée
 - ☐ Dégivrer le congélateur tous les deux mois
 - ☐ Nettoyer la grille arrière du réfrigérateur tous les six mois
 - ☐ Aller à pied plutôt qu'en voiture lors de mon prochain déplacement à proximité de mon domicile
 - ☐ Baisser ma vitesse moyenne sur route ou autoroute de 10 km/h
 - ☐ Appeler le numéro azur 0.810.440.990 pour obtenir des conseils

L'engagement des enfants

- ☐ Eteindre complètement la télévision lorsque je ne la regarde pas plutôt que la laisser en veille
- ☐ Eteindre la lumière en quittant une pièce inoccupée
- ☐ Prendre une douche plutôt qu'un bain

Volet à conserver



ECONOMISER
D'UN CÔTÉ
LE BEAUSSET
S'ENGAGE
eco-commune

N°Azur 0 810 440 990

Pour le prix d'un appel local

Des applications sur le terrain

→ **BEAUSSET**



- **Les engagements concrets** : signer en famille un bulletin d'engagement (nom, prénom)
- Plus de **500 engagements ont été signés** pendant cette journée.
- Chaque bulletin, préparé par les enfants, est symbolisé par un soleil **accroché sur un filet**



Des applications sur le terrain

- **Résultats**

→ En partant du constat que chaque année, la consommation annuelle augmente en raison de l'apparition constante de nouveaux appareils ménagers et nouvelles technologies, il est important de noter que :

La consommation annuelle moyenne par foyer a moins augmenté par rapport à l'année précédente, dans la ville B que dans la ville A (15 % de réduction)



Des applications sur le terrain

- Des exemples au sein du réseau des CPIE :

« Réduire le gaspillage alimentaire au sein des collèges du Tarn »

Comparaison de deux méthodes de sensibilisation au sein de deux collèges :

- Une méthode « Classique » au sein du 1^{er} collège : interventions dans les classes par le CPIE, visites et débat, puis mesure du gaspillage.
- Une méthode « Engageante » au sein du 2nd collège : même protocole, en ajoutant la signature de chartes, la présence d'une banderole à l'entrée de la cantine, l'utilisation d'autocollants « Stop au gaspillage alimentaire », etc.

Des applications sur le terrain

Charte contre le gaspillage alimentaire

Pour lutter contre le gaspillage, je m'engage à :

Ici je date et je signe pour chaque engagement que je prends !

- 1 Je m'efforce de **terminer mon assiette**
- 2 J'essaye de finir mon **morceau de pain**
- 3 Je ne prends qu'un morceau de pain, et **je me lève si besoin** pour aller en chercher un autre
- 4 Je n'hésite pas à **demande au personnel de moins me servir** si je sens que je ne vais pas tout manger
- 5 Je considère que **ce n'est pas parce que je paye que je dois prendre tout ce qui est proposé**
- 6 J'**évite de grignoter** entre les repas afin de me réserver pour le repas de midi
- 7 Je fais remarquer à mes camarades quand ils ne terminent pas leur plateau afin qu'ils demandent **moins de nourriture** la prochaine fois
- 8 A la maison, j'essaye de **trouver des recettes** pour cuisiner les restes ou propose qu'on les conserve pour les manger le lendemain
- 9 Je fais attention aux produits dont la **date de péremption** arrive bientôt à échéance et propose de les consommer en priorité
- 10 J'aide mes parents à établir la **liste de courses** en fonction de nos besoins et restarde les produits que nous possédons déjà

☐ Je déclare m'être engagé librement et avoir une réelle volonté de faire un effort pour l'environnement !

mes nom et prénom : _____

ma classe : _____

Partie à conserver au collège. Affiches les engagements aux yeux de tous !

Partie à conserver chez toi. Prends le défi de respecter les engagements !

Charte contre le gaspillage alimentaire

Pour lutter contre le gaspillage, je me suis engagé à :

J'inscris ici les dates auxquelles j'ai décidé de m'engager !

- 1 Je m'efforce de **terminer mon assiette**
- 2 J'essaye de finir mon **morceau de pain**
- 3 Je ne prends qu'un morceau de pain, et **je me lève si besoin** pour aller en chercher un autre
- 4 Je n'hésite pas à **demande au personnel de moins me servir** si je sens que je ne vais pas tout manger
- 5 Je considère que **ce n'est pas parce que je paye que je dois prendre tout ce qui est proposé**
- 6 J'**évite de grignoter** entre les repas afin de me réserver pour le repas de midi
- 7 Je fais remarquer à mes camarades quand ils ne terminent pas leur plateau afin qu'ils demandent **moins de nourriture** la prochaine fois
- 8 A la maison, j'essaye de **trouver des recettes** pour cuisiner les restes ou propose qu'on les conserve pour les manger le lendemain
- 9 Je fais attention aux produits dont la **date de péremption** arrive bientôt à échéance et propose de les consommer en priorité
- 10 J'aide mes parents à établir la **liste de courses** en fonction de nos besoins et restarde les produits que nous possédons déjà

☐ Je déclare m'être engagé librement et avoir une réelle volonté de faire un effort pour l'environnement !

mes nom et prénom : _____

ma classe : _____

Des applications sur le terrain



CENTRES PERMANENTS
D'INITIATIVES POUR
L'ENVIRONNEMENT



Agenda 21
pour le Tarn
PLAN de PREVENTION des DECHETS

Mon collège a dit



STOP
au gaspillage
alimentaire
reduisonsnosdechets.fr

élèves du collège **se sont engagés**
à réduire le gaspillage alimentaire lors de leurs repas
au sein de l'établissement !

Aujourd'hui je montre l'exemple !



TARN
CONSEIL
GÉNÉRAL



CPIE
Pays Tarnais



SAVOURS
DU TARN



ADEME



STOP
au gaspillage
alimentaire
reduisonsnosdechets.fr

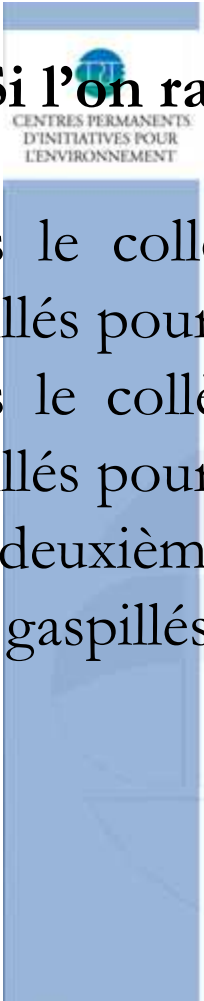
Des applications sur le terrain

- **Les résultats..**

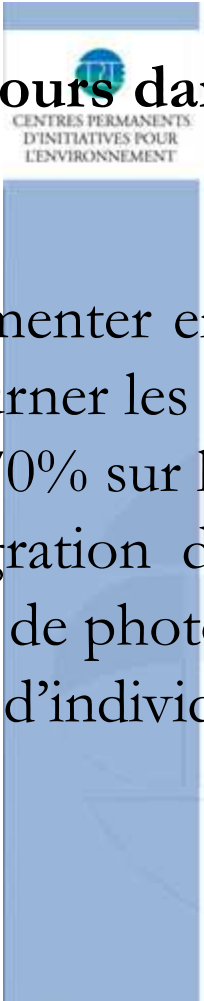


- **=> Tous les plateaux ont été mesurés !**
- Dans le collège avec la sensibilisation « classique » : 105 kilos gaspillés pour 437 plateaux soit 0,24kg/élève.
- Dans le collège avec la sensibilisation « engageante » : 110 kilos gaspillés pour 679 plateaux soit : 0,16kg/élève.
- Une deuxième mesure effectuée dans le 2nd collège a obtenu : 95 kilos gaspillés pour 687 plateaux soit : 0,14 kg/élève.

Des applications sur le terrain

- 
- => Si l'on ramène ces résultats à 500 élèves :
 - Dans le collège avec la sensibilisation « classique » : 120 kilos gaspillés pour 500 élèves
 - Dans le collège avec la sensibilisation « engageante » : 80 kilos gaspillés pour 500 élèves
 - Une deuxième mesure effectuée dans le 2nd collège a obtenu : 70 kilos gaspillés pour 500 élèves

Des applications sur le terrain

- 
- **Toujours dans le réseau des CPIE, étude à Marennes Oléron :**
 - Augmenter encore plus le pourcentage d'individus qui cessent de retourner les roches lors de la pratique de la pêche à pieds.
 - => 70% sur les années précédentes grâce à l'action du CPIE.
 - Intégration de la communication engageante par questionnaire, prise de photo et diffusion d'un message.
 - 88% d'individus produisant le bon comportement par la suite !

Des applications sur le terrain

- D'autres exemples :
 - Unîmes pour l'environnement : port d'une pastille verte, signature d'une charte, affichage public des engagements, email de rappel. Baisse de la consommation d'eau, d'électricité, du nombre de déchets ramassés par terre, et ce, perdurant dans le temps
 - Campagne écogestes : discussion face à face, charte à signer. Division par deux du nombre de mégots sur les plages
 - Amener les usagers des aires d'autoroute à recycler leurs déchets (multiplie par 3,4 le tonnage de déchets recyclés)

Les représentations sociales



Les représentations sociales



Les représentations sociales (RS) sont des croyances et valeurs partagées par l'ensemble d'une même communauté

- En étudiant les représentations sociales, on cherche à étudier **ce que les gens pensent** et comment et pourquoi ils le pensent
- **Elles peuvent dicter certaines conduites** à suivre, inculquées dès le plus jeune âge
- Donc l'intérêt de les étudier est de mesurer à quel **point un objet social peut avoir une valeur différente selon les groupes d'individus**

Les représentations sociales



- Elles se caractérisent par la présence d'un noyau central et d'éléments périphériques :
 - Le noyau est **organisateur et stabilisateur**. L'ensemble des éléments composant le noyau résistent au changement. Les éléments du noyau sont tous **partagés par l'ensemble d'un même groupe** social
 - Les éléments périphériques sont **plus souples** et permettent d'intégrer dans la représentation des **variations au sein d'un groupe** d'individus
- Expl pour l'objet social « autoroutes »
 - Noyau : vitesse, facilité de déplacement

Les représentations sociales



- On ne communique donc pas de la même manière suivant la nature des représentations sociales !
- ... d'où l'intérêt de les étudier au préalable

Environnement et sciences humaines



- Les travaux en sciences humaines peuvent donc être considérés en matière de communication environnementale
- Les travaux présentés **ne remplacent pas la matière déjà existante** mais viennent **ajouter des éléments** permettant d'initier le changement comportemental



CENTRES PERMANENTS
D'INITIATIVES POUR
L'ENVIRONNEMENT

Merci de votre attention !