Formation PCC

*Solution Problèmes Comportementaux*

**Convenance**

Il s’agit de toute les attitudes, paroles, actions que nous devons adopter pour être socialement intégré dans notre milieu. Ces convenances ne reposent sur rien de tangible et sur aucun besoin matériel primaire. Pour les faire changer, vous devrez discerner les autres jeux symboliques qui structurent le groupe et les utiliser comme levier. Les convenances dépendent très fortement et finement du milieu

Exemple 1: au Japon, il était inconvenant de travailler au bureau sans sa veste et sa cravate, ce qui donnait lieu à des consommations de climatisation très importantes. Le gouvernement japonais en partenariat avec les grandes chaînes de vêtements de marque a encouragé le lancement de la mode “CoolBiz” visant à promouvoir le style chemisette sans veste ni cravate au bureau. Ces marques reconnues et habituellement signe de marqueur social ont été un levier pour la modification des convenances.

Exemple 2: pour faire adopter le mode de déplacement en trottinette plutôt que la voiture parmi les managers d’une société d’informatique, il peut être intéressant de convaincre un PDG en vue (Steeve Jobs par exemple) de se laisser filmer en train d’aller au travail en trottinette. Il s’agit là de faire adopter le nouveau comportement à quelqu’un considéré comme un exemple à suivre et de faire imiter ce comportement par votre coeur de cible.

A vous!

Trouver un exemple Campus: Qu’est-ce qui est inconvenant de faire sur un Campus et qui diminuerait les émissions de GES?

**Propreté, hygiène, santé**

Ces thématiques véhiculent de nombreuses représentations très souvent non étayées par des faits scientifiques. Elles touchent à des aspects tels que la maladie, la mort, mais aussi peuvent rejoindre la convenance ou encore la séduction. Ces notions ont beaucoup varié au cours des siècles. Ainsi Louis XIV ne se lavait pas pour ne pas faire entrer les miasmes de l’eau à travers la peau dans le corps... alors que plus récemment, on incite à l’achat de produits pour supprimer la moindre bactérie sur notre peau ou dans l’environnement...

Exemple1: Du temps de nos grands parents, il fallait laver à 90° pour bien laver le linge, puis les industriels de la lessive, pour laquelle les lavages ne sont moins efficace à 90°C qu’à 60°C, ont induit des lavages sont désormais moins chauds. Il s’agit d’un cas typique où on a remplacé une pollution par une autre. Cependant, il est à noter que les industriels de la lessive ont effectivement réussi à faire changer les habitudes des gens sur la programmation de leurs machines à laver.

Exemple 2: Parmi les rationalisations sans fondement liées à l’hygiène, vous souvenez-vous de

- Denise Grey qui verse de l’eau de javel dans la cuvette des WC- Aberration !! -> Quels sont aujourd’hui les rationalisations de substitution? -> plus besoin de désinfecter à l’intérieur, mais surtout la surface de contact de la lunette des WC -> utilisation des lingettes qui étaient utilisées pour se laver les mains en voyage - Aberration !! mais peut-être moindre sous un certain point de vue

- Du remplacement progressif des lingettes par le gel hydroalcoolique? - Aberration !! mais peut-être moindre sous un certain point de vue

Quel rapport avec le CO2 ? Directement pas beaucoup, mais indirectement, cet exemple illustre les trajectoires de changement -> vous allez faire évoluer les pratiques en vous appuyant sur des arguments et des motivations des acteurs au cas par cas. Ces motivations n’ont rien à voir avec le CO2.

A vous:

Trouver un exemple Campus: Qu’est-ce qui est insalubre / sale / dangereux pour la santé de faire sur un Campus et qui diminuerait les émissions de GES?

- Quelles modifications de perception concernant l’hygiène et la santé pouvez-vous utiliser pour inciter à ne pas mettre au frigo ce qui ne le nécessite pas: les légumes, les fruits, les oeufs, les conserves non entamée, confiture, etc...?

- Comment utiliser des arguments santé / hygiène pour déconstruire la croyance: “manger de la viande rend en bonne santé”?

**Confort**

Le confort est un mélange de paramètres physiques et d’habitudes. C’est une notion subjective. Par ailleurs, les moyens de pallier à un manque de confort ont très souvent des défauts au niveau de ce même confort qui peuvent être plus ou moins perçus.

Exemple 1 : la climatisation qui rafraîchit mais provoque une gène lors du passage chaud - froid et détériore la qualité de l’air. Afin d’améliorer le confort thermique, des solutions de ventilation naturelle la nuit venant rafraîchir des sols et murs à forte inertie thermique ainsi qu’une bonne gestion des stores permet d’obtenir un confort thermique sans dégradation de la qualité de l’air.

Exemple 2 : En Allemagne, on ne rencontre pas de chauffage au gaz sur les terrasses des cafés en hiver pour tenir chaud aux fumeurs. A la place, des couvertures sont gracieusement prêtées aux clients. Vaut-il mieux avoir chaud partout sauf au visage et aux mains (grâce à la couverture) ou chaud d’un côté et froid de l’autre (grâce au chauffage au gaz extérieur)?

A vous!

Trouver un exemple Campus: Qu’est-ce qui est inconfortable de faire sur un Campus et qui diminuerait les émissions de GES?

**Normalité**

La normalité est ce qui est conforme à ce dont on a l'habitude, ce qui ne surprend, ne dérange ni n'attire la curiosité. C'est une notion vague et subjective. Tout ce qui apparaît normal, au sens habituel, est d'emblée jugé correct par une communauté de personnes alors qu'on se méfiera tout de suite de ce qui est anormal. C’est aussi une façon “économe en énergie” de se comporter car elle réduit le nombre de prises de décisions à effectuer.

La normalité est très liée au désir de socialisation et à l’identité d’un groupe. Afin d’être intégré au sein d’une communauté, il faut en partager les habitudes et les modes de vie. Ainsi de nombreux comportements source d’impacts carbone élevé sont tout bonnement nécessaires à notre insertion dans une pluralité de communautés (pensez à l’utilisation des téléphones portables ou encore au nombreux trajets entre les lieux de travail, de rencontre de la famille, des amis, des réseaux associatifs nécessaires pour “garder le lien”).

Exemple 1: lors de leur arrivée en première année à HEC, les étudiants commencent par chercher en soirée les poubelles pour jeter leurs gobelets plastiques : il n’y en a pas. En restant quelques secondes avec leur gobelet dans les mains, ils s’aperçoivent que tous les étudiants des années supérieures les jettent à même le sol. Après quelques instants d’hésitation, ils finissent par faire de même. Puis, la gène première s’estompe peu à peu et fait place à la normalité. Afin de faire changer ce dispositif et pour s’attaquer au symbole d’irresponsabilité l’association ReThink décide de mettre en place une démarche de modification des comportements. Par la création d’un sketch de théâtre mimant l’absurdité de la scène et le “parcours initiatique” que subit chaque étudiants à son arrivée, l’achat de gobelets compostables et la mise en place de “bonhommes poubelles” amusants lors des soirées, cette association est parvenue à inverser le cours de la normalité (au moins temporairement)

Exemple 2: Chaque année, les étudiants de l’ENGREF partent en Guyane faire une semaine normalité de faire un cours sur la forêt tropicale à l’ENGREF. Un étudiant qui estime qu’il ne travaillera jamais en forêt tropicale demande l’autorisation de ne pas suivre cette semaine de cours à la direction. Première brèche dans la normalité! Suite au lobbying d’un professeur proche de la direction, le directeur décide de remplacer cette semaine de cours par la confection d’un mémoire sur la compensation pour l’étudiant. Dans son mémoire l’étudiant étudie en détail les avantages/inconvénients de la compensation et replace cette étude dans le cadre plus global de la politique environnementale de l’école... à ce jour le directeur s’interroge ouvertement sur le gain utilité/coût de cette semaine de cours !

A vous :

- Trouver un exemple Campus: Qu’est-ce qui est anormal de faire sur un Campus et qui diminuerait les émissions de GES?

- Comment passer pour quelqu'un d'intéressant lors du retour de vacances sur le Campus quand on ne voyage pas en avion? Faites une liste de sujets de conversation qui génèrent facilement de l'intérêt dans tous les milieux et qui pourraient se substituer aux discussions sur les lieux de vacances et le bronzage au retour des vacances

- Comment pourrait-on avoir un mode de vie qui n'oblige pas à être à un endroit donné à un instant donné, permettant ainsi d'utiliser des modes doux de transport pour voyager?

**L’image, la notoriété, le prestige**

L’image que véhiculent certains objets ou comportements peut changer au cours du temps, c’est une notion très subjective à mettre en relation avec les systèmes de valeur des communautés auxquelles on appartient.

Exemple 1: le 4\*4, symbole de puissance et de richesse, devient progressivement connoté négativement dans une part de plus en plus importante de la population de certains pays européens (France notamment).

Exemple 2: avant parler de réchauffement climatique était l’apanage d’une minorité d’écolo marginaux, puis sont arrivés les outils de quantification (merci JMJ!) qui ont rendu le sujet scientifiquement et techniquement sérieux, puis les économistes s’y sont mis avec leurs outils de quantification à eux (rapport Stern), de plus en plus de people se mettent à s’afficher DD (on est passé de Francis Lalanne à Brad Pitt) -> évolution de l’image de l’écolo -> même Ben Laden (depuis qu’Obama a remplacé Bush?) s’y met -> pour finir de convaincre les amateurs de gore et de pouvoir absolu, regarder le dernier clip avec D. Ginola : message : “si vous voulez du pouvoir et être un leader, il faut prendre en compte le réchauffement climatique” (cf situation dans les structures de pouvoir que sont les entreprises). L'opprobre change de camp.

**L’amusement**

L’amusement et l’humour sont souvent la solution la plus simple pour faire changer les personnes de comportement.

Exemple 1 : afin de tester jusqu’où peuvent aller les personnes dans le sens de la sobriété lorsqu’on leur propose de s’amuser, des chercheurs à Stockholm ont installé un escalier en forme de piano qui fait de la musique lorsqu’on marche dessus. 66 % de personnes supplémentaires par rapport à l’habitude ont choisi d’utiliser les escaliers (incluant des personnes âgées, des familles avec de jeunes enfants, des personnes portant de grosses valises)

Exemple 2 : Au lieu d’installer ventilateurs - brumisateurs sur la terrasse d’un restaurant, un restaurateur lyonnais a choisi de prêter de larges sombrero. Ce choix, s’il permet d’arriver à un niveau probablement moindre de confort est pourtant prisé par les clients car joue sur leur sens de l’humour.

Exemple 3 : Afin de favoriser les circulations de personnes par les escaliers et non les ascenseurs, les architectes de la tour Elithis ont pensé à peindre les cages d’escaliers avec des couleurs chatoyantes. Si la mesure s’est avérée efficace du point de vue des comportements, elle est malheureusement contre-productive énergétiquement à ce jour du fait de la sur-consommation en éclairage dans les cages d’escalier.

**Le désir et la séduction**

A vous!

**La comparaison sociale**

A vous !

Créer des gadgets très très chères ou pas accessibles à tous mais qui ne consomment pas. Déclencher des consommation de biens culturels, les personnes consomment les signes et les symboles, mais pas de ressources.

**Identité**

A vous!

Créer des identités individuelles et des modèls de vie écolo. Aujourd’hui écolo est trop associé “roots” et pas crédible pour les gens de l’ancien paradigme.

**Stimulation mentale**

A vous!

Proposer des challenges intellectuels, régulièrement de la nouveauté dans la manière de vivre sa “green attitude”. Séquencer habilement les choses dans le temps (comme les nouvelles sorties de produits Apple)

**L’appariement et la cohérence**

A vous!

Comment créer des ensembles cohérents de pratiques plutôt que des pratiques isolées. Créer des effets loquets qui poussent à la non consommation?

**La spécialisation des fonctions**

Exemple: Aujourd’hui, chaque événement qui se respecte à son T-shirt…problème. Avoir des T-shirt événement toujours les mêmes avec un marqueur de l’événement détachable pour pouvoir réutiliser le T-shirt dans d’autres circonstances.