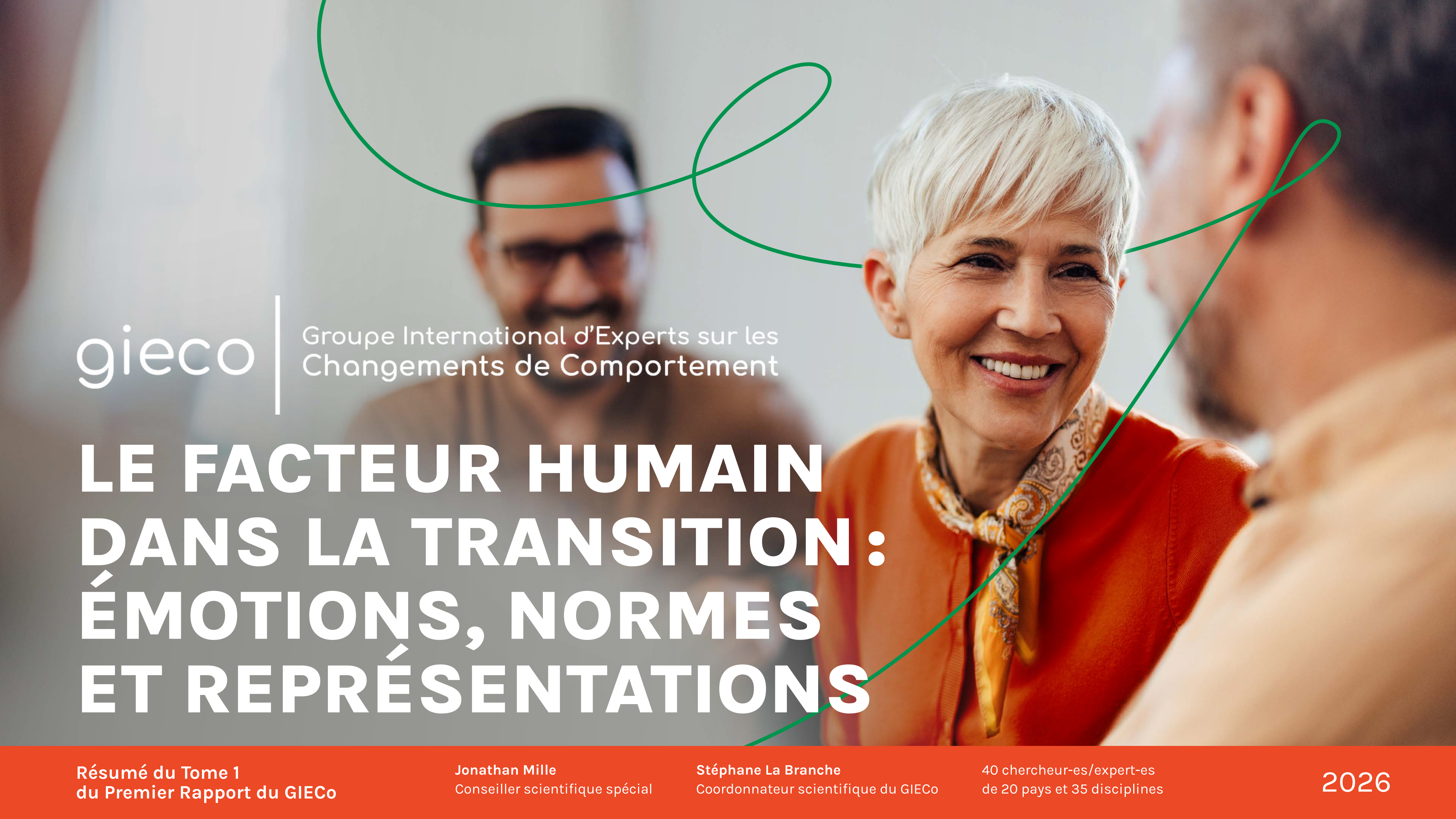




gieco | Groupe International d'Experts sur les
Changements de Comportement

LE FACTEUR HUMAIN DANS LA TRANSITION : ÉMOTIONS, NORMES ET REPRÉSENTATIONS

Résumé du Tome 1
du Premier Rapport du GIECo

Jonathan Mille
Conseiller scientifique spécial

Stéphane La Branche
Coordonnateur scientifique du GIECo

40 chercheur-es/expert-es
de 20 pays et 35 disciplines

2026



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Sommaire

Introduction

Le facteur humain au cœur des efforts de transition **P.5**

01

Freins et moteurs aux changements de comportements dans les interventions sociopsychologiques **P.11**

02

Pauvreté et changement de modes de vie pour la transition **P.24**

03

Communication et changement comportemental pour la transition écologique **P.34**

04

Les émotions dans la transition : l'éco-anxiété sauvera-t-elle notre civilisation ? **P.46**

05

Le rôle de la cognition implicite dans la culture organisationnelle pro-environnementale **P.57**

06

Le rôle des mentalités dans le manque de financement climatique **P.68**

07

Homo economicus vs entrepreneur modéré : une réalité avec un potentiel transformatif **P.80**

08

Citoyenneté écologique : vers une diversité de pratiques basées sur la nature **P.91**

Conclusion

P.104



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Présentation des coordonnateurs scientifiques



Jonathan Mille

Chargé de recherche interdisciplinaire à l'UCL Climate Action Unit, il enseigne également à University College London (UCL) et à la London School of Economics (LSE). Son aire de travail repose sur trois pôles :

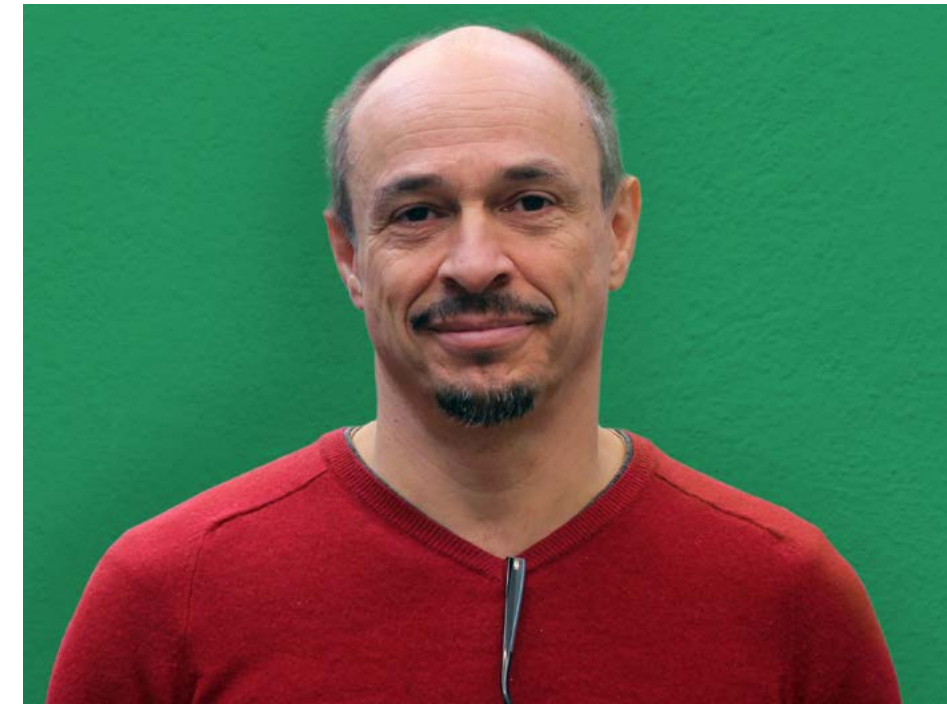
1. le changement climatique et la gestion des ressources ;
2. les risques systémiques et les stratégies de résilience ;
3. les neurosciences et la pédagogie.

Il combine ces 3 pôles pour aider les organisations (entreprises, secteurs publics, ONG) à passer de la prise de conscience à l'action face aux défis environnementaux.

Son approche interdisciplinaire, à l'interface entre recherche et terrain, vise à :

- décrypter les interconnexions entre changement climatique, gestion des ressources et vulnérabilités organisationnelles ;
- transformer la complexité des risques systémiques en stratégies opérationnelles, en s'appuyant sur les sciences comportementales et les sciences des systèmes ;
- renforcer la capacité d'agir des acteurs publics et privés, via des solutions co-construites avec les territoires ou des institutions européennes et internationales.

Il est également co-auteur et conseiller scientifique de la série documentaire « Into the Rewild ».



Stéphane La Branche

Sociologue indépendant de la transition, coordonnateur scientifique du GIECo/IPBC. Les résultats de ses nombreuses recherches (plus de 50) dans le domaine de la sociologie de la transition l'ont amené à participer en tant qu'expert à de nombreuses instances nationales et internationales, incluant deux rapports du GIEC. Ses recherches-actions visant à des préconisations, portent sur la compréhension des freins et des moteurs aux changements comportementaux et institutionnels liés au changement climatique, à la transition énergétique et à la qualité

de l'air. Il a également participé à l'élaboration de plusieurs plans climat et de stratégies d'entreprises. Ses questionnements renvoient à plusieurs questions fondamentales :

- quel est le poids de la cognition et des données scientifiques relatives à l'environnement dans nos décisions en tant que citoyen-consommateur, élu ou chef d'entreprise ?
- pourquoi changeons-nous - ou pas - même avec une information pertinente ?
- enfin, quel est le poids de l'environnement dans nos décisions et dans la mise en action - ou la non-mise en action ?

Il en conclut que la transition écologique est moins un objectif qu'une conséquence d'une transition humaine à toutes les échelles.

Il a un cours sur la plateforme [SATOR.FR](https://sator.fr)



Remerciements

Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Ce résumé du premier rapport principal du GIECo a fait l'objet d'une expérimentation originale dans le monde des publications scientifiques : si chaque chapitre du rapport principal a été « peer-reviewed » par trois scientifiques, chaque chapitre de ce résumé a été relu et enrichi par des acteurs non académiques, afin d'améliorer la compréhension des chapitres.

Nous tenons donc à les remercier pour leur travail, en espérant que nos dernières corrections leur rendent justice :

- Geneviève Bouché¹
- Jean-Christophe Deshayes²
- Régine Launay³
- Maryse La Branche⁴
- Fabrice Manier⁵
- Valérie Mas⁶
- Philippe Mercier⁷
- Martine Thernisien⁸
- Anne Vermès⁹

Un remerciement spécial à Hélène Brunet, assistante à la coordination scientifique du GIECo et Amélie Rouvin, ambassadrice de l'Alliance pour le GIECo, dont tous les membres sont également remerciés pour leur soutien.

Remerciements profonds à [Patte Blanche](#) pour son mécénat de compétences, son enthousiasme et sa justesse dans ses retours et propositions !



¹ Futurologue cybernéticienne spécialisée dans la numérisation de notre civilisation

² Retraité et praticien ANC

³ Consultante, Coach certifiée

⁴ Retraîtée, consultante en sociologie de l'environnement

⁵ Coach professionnel et superviseur, référent du Groupe GT2

⁶ Neurocoach certifiée - Fondatrice de Kokalane

⁷ Expert Facility Management à visée régénérative

⁸ Coach professionnelle certifiée

⁹ Psychopraticienne en ANC



Introduction

Le facteur humain au cœur des efforts de transition

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion



Introduction

Le facteur humain au cœur des efforts de transition



Introduction

Le facteur humain au cœur des efforts de transition

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Pendant plusieurs décennies, la recherche sur le changement climatique et la biodiversité a été principalement portée par les sciences physiques et du vivant. Ces disciplines ont permis de mesurer, d’observer et de comprendre les transformations du système Terre : évolution des températures, modification des cycles hydrologiques, altération des écosystèmes, perturbation des équilibres biologiques et géophysiques, ainsi que la dégradation des interactions entre espèces et des services écosystémiques qui en découlent.

Parallèlement, un constat s’est ainsi progressivement imposé : si les changements environnementaux sont observables dans leurs dimensions physiques, biologiques, chimiques, leurs causes profondes sont indissociables des activités humaines. Les crises écologiques apparaissent dès lors comme le résultat collectif de modes de production, de consommation et d’organisation sociale. Autrement dit, les transformations actuelles du système Terre sont bien le produit de dynamiques humaines, à la fois individuelles, organisationnelles et systémiques.

Dans ce contexte, un décalage persiste entre les connaissances scientifiques disponibles et leur traduction en actions concrètes. Comme l’ont montré de nombreux travaux

en sciences comportementales (cf. [le rapport complet](#) sur lequel ce résumé est fondé), savoir n’est pas synonyme d’agir. Les décisions humaines ne reposent pas uniquement sur l’information, mais résultent d’interactions entre facteurs cognitifs, émotionnels, sociaux et structurels.

Un champ de recherche s’est ainsi développé autour de la manière dont les individus et les collectifs perçoivent, interprètent et réagissent aux transformations environnementales. Ces travaux montrent notamment que le langage, les mots, les interprétations et les cadres de pensées ne décrivent pas seulement la réalité : ils contribuent à la structurer. Par exemple, qualifier les transformations en cours de « crise » ou de « changement » n’est pas neutre. Parler de « crise » tend à activer des réponses émotionnelles liées à l’urgence et à la menace, pouvant parfois conduire à des formes de paralysie ou d’évitement lorsque les individus perçoivent la situation comme incontrôlable.

À l’inverse, le terme de « changement » est plus souvent associé à des dynamiques graduelles et à des possibilités d’action, favorisant des postures d’adaptation et d’engagement. Il ne s’agit pas d’éviter l’un ou l’autre terme, mais d’apprendre à les choisir en fonction du contexte, du public

et de l’effet recherché. Le vocabulaire de la transition n’est pas neutre : bien choisir ses mots, c’est déjà agir.

Ces effets sont documentés dans la littérature scientifique. Des études montrent que des messages centrés sur la menace peuvent produire des effets ambivalents : s’ils captent l’attention à court terme, ils peuvent aussi générer du déni ou de l’inaction en l’absence de solutions perçues comme accessibles^{1,2}. De même, les travaux sur les jugements guidés par les sentiments et l’affect soulignent le rôle central des émotions dans la perception du risque³. Dans le champ de la communication climatique, des cadres trop catastrophistes peuvent réduire le sentiment d’efficacité personnelle, pourtant essentiel à l’action^{4,5}.



L’ensemble de ces éléments illustrent une fois encore un phénomène plus large : les transformations environnementales ne relèvent pas uniquement de processus physiques et de leur compréhension, mais aussi de dynamiques sociales, culturelles et comportementales : la socioécologie⁶. Les normes collectives, les valeurs et les représentations du monde jouent un rôle déterminant dans l’orientation des trajectoires sociétales.

Cette évolution des questionnements scientifiques appelle donc à une approche interdisciplinaire, intégrant plus étroitement les sciences comportementales, sociales et les neurosciences dans l’analyse des transitions environnementales.



Introduction

Le facteur humain au cœur des efforts de transition

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Car il ne s'agit pas seulement d'un changement des écosystèmes, mais d'une transformation des sociétés, de leurs institutions et de leurs modes de décision.

Ignorer ces dimensions, c'est se priver de comprendre les dynamiques à l'œuvre et des leviers d'action disponibles. Ne pas prendre en compte ces dimensions reviendrait à négliger une part essentielle des dynamiques à l'œuvre, ainsi que des leviers d'action disponibles, opérationnels et porteurs de sens.

C'est dans cette perspective que s'inscrit le premier rapport du GIECo, dont l'objectif est de synthétiser les connaissances scientifiques sur les leviers et les freins au changement de comportement face aux enjeux environnementaux. Sans prétendre à l'exhaustivité, ce rapport met en lumière des résultats issus de différentes disciplines et propose des pistes d'action pour les décideurs publics, les organisations et les acteurs économiques.

Le GIECo vise ainsi à :

- mobiliser des approches interdisciplinaires pour comprendre la complexité des comportements humains ;
- clarifier les connaissances existantes sur les leviers et les freins au changement ;
- rendre ces connaissances accessibles au-delà des cercles académiques ;
- en tirer des conséquences pour des recommandations à différentes échelles.

Les sciences du comportement apportent un éclairage essentiel pour comprendre les décisions humaines. Elles permettent d'intégrer des dimensions souvent négligées, telles que les émotions, les perceptions, les valeurs et les normes sociales. La subjectivité en somme, qui fait de nous des humains. Toutefois, il est essentiel de rappeler que les comportements résultent d'une combinaison de facteurs, incluant également des contraintes matérielles et institutionnelles. Ils ne peuvent être expliqués par une seule logique ou un seul niveau d'analyse.

À noter :

Lorsque nous utilisons le terme « comportements », nous ne nous limitons pas à l'échelle individuelle. Pour les comportementalistes que nous sommes (et chaque chapitre appuie sur cette observation), les comportements peuvent prendre des formes individuelles, certes, mais aussi collectives et organisationnelles.

De plus, chacune de ces catégories s'insère dans des cadres, des contextes et des fonctionnements structurels à toutes les échelles et dans lesquelles la subjectivité humaine est toujours présente.





Introduction

Le facteur humain au cœur des efforts de transition

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Que disent les chapitres du premier rapport principal du GIECo?

Les chapitres offrent des revues de littératures dans leurs champs : que disent ces sciences quant aux moteurs de changements et de non-changements de comportements dans la transition ? Tous mettent en avant que la transition écologique n'est pas seulement une affaire de données scientifiques ou de rationalité, mais aussi de ressorts émotionnels, culturels, identitaires et organisationnels propres à chaque groupe humain. Les comportements sont guidés par un ensemble complexe de perceptions, d'habitudes, de routines, d'affects et de récits collectifs, qui créent autant de leviers de changement ou d'inertie. La transition « écologique » est surtout humaine.

À l'inverse de ce que l'on retrouve encore trop souvent dans les politiques publiques et la communication traditionnelle sur la transition, les chapitres montrent que :

- **savoir et comprendre ne suffisent pas pour changer ni pour décider.** La relation entre savoir, prise de conscience et passage à l'action est complexe et pas toujours directe ;

- **l'humain, qu'il soit citoyen, chef d'entreprise ou politique, n'agit pas que rationnellement** et ne cherche pas systématiquement à maximiser son profit. Ceci conduit à des politiques inadaptées qui ne tiennent pas compte des émotions, des valeurs, des normes sociales ou du sentiment d'identité ;
- **la peur ne constitue pas nécessairement un levier efficace de changement.** Un recours excessif à des messages alarmistes (catastrophes, extinctions, etc.) peut au contraire susciter du rejet ou des effets de résistance. D'autres ressorts peuvent être mobilisés, tels que le plaisir de coopérer, le goût du défi, l'émerveillement, la fierté, le sens des responsabilités ou encore la satisfaction liée à l'action ;
- **les individus disposent d'une certaine marge de manœuvre, mais celle-ci est limitée par des facteurs à la fois internes et externes.** Leurs choix sont influencés par leurs motivations, mais aussi par le contexte dans lequel ils évoluent : les normes sociales et culturelles, les conditions économiques, les infrastructures ou encore les politiques publiques. Ces environnements peuvent parfois freiner le changement, en étant hostiles, indifférents ou simplement marqués par l'inertie.

Les directions pour permettre les changements de pratiques

Ce résumé offre d'abord des éléments de compréhension de base au rôle du facteur humain à différentes échelles : individuelle, collective, institutionnelle et systémique. Ce résumé du tome 1 du premier rapport du GIECo est spécifiquement destiné aux décideurs privés et publics. Il s'éloigne du format traditionnel des résumés académiques afin d'être plus accessible et utile à l'action. Sa rédaction en témoigne : chaque chapitre a été relu et enrichi par des acteurs non académiques, afin de garantir une compréhension claire et opérationnelle. Chaque contribution suit une structure commune :

- 2 pages environ de textes sur la discipline, le sujet et la problématique ;
- 2 pages environ de textes sur les freins principaux, les idées reçues ;
- 4 pages environ de textes sur les « actions », les mesures, les préconisations et les pièges à éviter.



Introduction

Le facteur humain au cœur des efforts de transition

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Ce résumé fait la part belle aux implications concrètes pour la transition en embrassant le facteur humain dans toute sa complexité et ses multiples rationalités.

Le chapitre 1, par Bonaiuto et Vitale, montre que la cognition non consciente masque la part majeure des facteurs de changement ou de non-changement. Il offre ensuite un bilan des limites et apports des différents types d'interventions : politiques publiques, nudges, campagnes éducatives, chacune avec ses limites et ses décalages vis-à-vis de l'humain ou du public cible.

Le chapitre 2 de Trujillo explique également que la pauvreté ne se limite pas à une question de micro/macroéconomie ; elle affecte la confiance en soi et la sagesse des consommateurs, oriente leurs aspirations émotionnelles vers la consommation et impacte leurs capacités cognitives.

Dans **leur chapitre 3** sur la communication en matière de transition, Saint-Charles, Yates, Alloing et Gousse-Lessard insistent sur le fait que l'absence de passage à l'action résulte de processus complexes, où le sens se construit au contact des valeurs, des normes et des dynamiques sociales. La communication n'est pas qu'une simple boîte à outils, la subjectivité et les interactions avec d'autres imaginaires y

jouant des rôles très importants ; et donc, l'absence de changement chez les acteurs n'est pas due à un manque d'information. Même lorsque la science est consensuelle, ceci n'induit pas pour autant des changements.

Un tel rapport ne serait pas complet sans un **chapitre sur les émotions**, et notamment sur l'éco-anxiété (Jalin, Mouguiama-Daouda et Sapin -4). Quel est le rôle du stress engendré par la surinformation négative écologique et ses conséquences physiques et émotionnelles à court et à long terme ? L'émotion s'entrelace avec l'évaluation des situations stressantes, façonne la construction de stratégies d'adaptation, conditionne la perception de sa propre capacité à agir et celle de son impact potentiel, et interagit avec les normes sociales et les motivations. Pourquoi certains transforment l'anxiété en action quand d'autres sombrent dans le déni ?

Selon Blanco, Gotteland et Trendel (**chapitre 5**), les valeurs, les croyances et les normes — souvent inconscientes —, influencent fortement la capacité des organisations à changer, parfois plus que les règles formelles. C'est pourquoi les efforts de transformation rencontrent souvent des résistances. Les décisions, l'engagement des employés, les systèmes de récompense (financiers ou symboliques), ainsi que les choix de produits, de méthodes

ou de fournisseurs sont en partie guidés par ces façons de penser peu visibles. Faire évoluer une organisation ne consiste donc pas seulement à modifier les règles ; cela suppose aussi de travailler sur la culture - valeurs partagées, habitudes et symboles qui donnent du sens aux actions.





Introduction

Le facteur humain au cœur des efforts de transition

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Guyatt (chapitre 6) applique un raisonnement similaire au secteur financier. Il montre que les décisions d'investissement, même chez des acteurs considérés comme rationnels, sont influencées par des représentations, des habitudes de pensée et des biais cognitifs, qui vont au-delà des calculs économiques. Pour orienter davantage les financements vers la transition climatique, un changement de mentalité apparaît donc essentiel. Cela suppose d'agir à la fois sur l'information, sur le sens donné aux décisions et sur les modèles de pensée qui les structurent. En d'autres termes, il s'agit de prendre en compte la subjectivité et la diversité des logiques qui influencent les décisions.

Le **chapitre 7**, d'Ansart, Ottaviani, Duymedjian, Poissonnier et Steiler revient sur la figure de l'homo-economicus. Bien qu'elle soit théorique, cette représentation influence concrètement les décisions des entrepreneurs. Les auteurs proposent alors un modèle alternatif : celui de l'entrepreneur modéré, guidé par des valeurs telles que la prudence, l'attention portée aux autres et la conscience de son rôle social et écologique. Le chapitre illustre cette approche à travers plusieurs exemples de pratiques mises en œuvre par des entreprises.

Enfin, Bessa et Couvet (**chapitre 8**) abordent la notion de citoyenneté écologique.

Celle-ci élargit la conception classique de la citoyenneté en intégrant les relations entre les humains, les territoires et le vivant, à différentes échelles. Elle invite à adopter une vision plus systémique et à prendre en compte les interactions avec les entités non humaines. Le chapitre interroge ainsi les implications, à la fois philosophiques et concrètes, d'une telle citoyenneté.



Mais à quoi servent toutes ces analyses ? Quelles implications et quelles préconisations opérationnelles pouvons-nous en tirer ? C'est l'objet des chapitres de ce résumé.

¹ van der Linden, S., Leiserowitz, A., Feinberg, G., & Maibach, E. (2015). The scientific consensus on climate change as a gateway belief. PLOS ONE. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0118489>

² O'Neill, S., & Nicholson-Cole, S. (2009). « Fear Won't Do It »: Promoting Positive Engagement With Climate Change Through Visual and Iconic Representations. Science Communication. <https://doi.org/10.1177/1075547008329201>

³ Slovic, P., Finucane, M. L., Peters, E., & MacGregor, D. G. (2007). The affect heuristic. European Journal of Operational Research. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2005.04.006>

⁴ Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. (ouvrage fondamental, largement mobilisé dans la littérature scientifique)

⁵ Moser, S. C., & Dilling, L. (2007). Creating a Climate for Change: Communicating Climate Change and Facilitating Social Change. Cambridge University Press.

⁶ Vaillancourt, J. G. (2003). De la sociologie environnementale à l'écopsociologie. Développement durable et participation publique. Montréal: PUM, 49-64.



Introduction

Chapitre 01

Freins et moteurs
aux changements de
comportements dans
les interventions
sociopsychologiques

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion



— Chapitre —

01

Freins et moteurs aux changements de comportements dans les interventions sociopsychologiques

Auteur·rice·s

Marino Bonaiuto, Valeria Vitale
University de Rome, Italie

→ Partie 1

**Discipline, notions clés
et enjeux principaux**

→ Partie 2

**Idées reçues et
fausses hypothèses**

→ Partie 3

**Actions pour permettre les
changements de pratiques**



Introduction

Chapitre 01

Freins et moteurs
aux changements de
comportements dans
les interventions
sociopsychologiques

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 1

Discipline, notions clés et enjeux principaux

L'étude des « interventions sociopsychologiques favorisant le changement de comportement pour la transition écologique » s'enracine dans la psychologie environnementale.

C'est un champ disciplinaire situé au carrefour de la psychologie sociale et de la psychologie du développement, mobilisé pour **comprendre et modifier les comportements qui impactent l'environnement**. Cette discipline vise à comprendre non seulement l'individu mais aussi **les interactions systémiques entre groupes sociaux, contextes institutionnels et dynamiques de population**.

La **psychologie environnementale**, comme finalement toutes les sciences comportementales, **considère l'humain comme acteur central des crises écologiques globales**. Cela inclut nos modes de vie, nos choix de consommation et pratiques collectives qui accélèrent le changement climatique, la perte de biodiversité et la raréfaction des ressources. **Comment alors concevoir et construire des interventions, c'est-à-dire, des mesures, des programmes, des stratégies... qui soient efficaces ?**





Introduction

Chapitre 01

Freins et moteurs
aux changements de
comportements dans
les interventions
sociopsychologiques

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Qu'est-ce qu'une « intervention » ?

Une « **intervention** » est définie comme un **ensemble coordonné d'activités visant à transformer un schéma comportemental précis**, selon des techniques variées et des cibles spécifiques. Elles intègrent des stratégies telles que :

- **politiques publiques** : normes d'efficacité énergétique dans les bâtiments ; aides à la conversion vers la production biologique ; soutien à l'économie circulaire ; développement des transports en commun ; leviers prix... ;
- **modifications dans les architectures de choix** : repas végétariens dans les cantines collectives ; diversité dans les modes de transports ; ergonomie ; nudges... ;
- **actions éducatives** : le contact rapproché et sensoriel avec la nature apparaît comme essentiel et plus efficace que l'éducation classique cognitive... ;
- **stratégies de communication** : ciblant des pratiques quotidiennes, concrètes qui évitent les grands messages abstraits adressés à tous de manière uniforme...

L'efficacité de ces stratégies dépend de plusieurs étapes¹ :

1. **identifier les comportements à cibler ainsi que leur diversité** : devenir végétarien n'est pas du même ressort que d'abandonner sa voiture ni que de construire différemment : les moteurs aux changements et aux non-changements sont différents et ne peuvent pas faire l'objet des mêmes accompagnements ;
2. **analyser les facteurs contextuels** : les phases de vie et notamment la retraite, l'arrivée des enfants et leur départ ; le type de production d'une entreprise, son écosystème ; la culture de l'innovation dans les entreprises et les pouvoirs publics sont clés ;
3. **pilotage des interventions** : doit dépasser l'échelle individuelle et s'adresser au collectif, au fonctionnement et à la culture organisationnelle ;
4. **évaluation de leurs effets en termes de fréquence, intensité ou durée des changements** : les sciences comportementales peuvent évaluer les effets non pas seulement sur les pratiques, mais sur les valeurs, les représentations sociales, les normes sociales, la culture organisationnelle, la cognition implicite.

Facteurs internes et externes

Le chapitre **distingue les facteurs internes** (connaissances, croyances, émotions, valeurs, attitudes) et **externes** (normes sociales, régulations, contextes culturels), en soulignant **l'importance des contextes** (statut socio-économique, localisation, événements de vie...). Exemple : *un individu engagé et compétent en matière de transition dans une collectivité qui résiste ou inversement. En d'autres termes, s'il est utile de comprendre ces différents volets de manière indépendante, on ne peut arriver à des résultats probants qu'en les abordant de manière systémique et en interaction.*

Une même intervention, pour être efficace, doit être **adaptée à la diversité des vécus et contextes**, puisque, par exemple, la ruralité, l'urbanité, la classe sociale, ou la proximité à un problème environnemental modulent fortement les attitudes et les pratiques.



Introduction

Chapitre 01

Freins et moteurs
aux changements de
comportements dans
les interventions
sociopsychologiques

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

La question est la suivante :

Comment transformer de manière rapide et durable des comportements individuels et collectifs, structurels et systémiques ?

L'objectif étant de créer une **modification profonde et pérenne des choix quotidiens**, ceci implique de prendre en compte :

- les moteurs de non-changement qui freinent la modification des habitudes, afin de les dépasser et de concevoir ;
- des stratégies qui agissent à la fois sur le rationnel (conscience, réflexion, délibération, information) ;
- mais aussi sur l'intuitif/subjectif (automatisme, émotions, biais).

Il faut également :

- mobiliser les deux systèmes de pensée (lent et rapide) et la nécessité de les mobiliser de manière appropriée selon l'individu et le comportement spécifique à modifier.

On voit bien ici à quel point **le postulat de la motivation ne suffit pas** : il ne suffit pas d'être motivé ni de décider, si l'on manque de ressources ou d'opportunités concrètes pour agir.

Face à cette complexité, le chapitre propose d'articuler toute action autour de trois dimensions :

1. facteurs d'opportunité, c'est-à-dire, rendre possible une pratique : le tri à domicile est inutile s'il n'y a pas de mécanismes de ramassage adéquat et de recyclage. Mais les phénomènes subjectifs jouent un rôle : nous pouvons nous déplacer en vélo en ville mais la peur d'avoir un accident exclut, pour certaines personnes, cette option. La création de pistes sécurisées cycles répond à la peur bien davantage qu'à la capacité physique ;

2. la capacité (voire, la perception de sa propre efficacité) ; la montée en compétences techniques de son domicile comme milieu énergétique améliore la capacité à agir – sans la rendre inévitable. Elle améliore également la perception que l'on peut avoir de sa capacité à prendre action ;

3. la motivation : la relation entre motivation et raisonnement cognitif est complexe. La tendance est de penser que l'acquisition de connaissances (cognition, donc) sur la crise environnementale amène à la motivation de changer de modes de vie. Primo, cette corrélation est bien plus complexe et secundo, ressentir l'émerveillement pour la biodiversité par exemple, amènera à avoir envie

d'améliorer ses connaissances pour la protéger. Cependant, motivation sans capacité (ou perception de sa capacité à agir) est futile.

Enfin, le chapitre propose de **classifier les interventions selon leur échelle d'application**² :

- **individuelle** (axées sur les capacités ou la motivation personnelle) : formations et ateliers de partage de bonnes expériences (incluant la résolution des échecs) entre pairs ;
- **collective** (modifiant l'accès, l'environnement physique, l'économie immédiate) : rénovation énergétique des bâtiments, végétalisation des milieux

urbains ; modifications des normes de reconnaissance et de récompense dans les projets, contrats, fournisseurs et clients... ;

- **interventions au niveau institutionnel** : en modifiant les normes institutionnelles, les codes, la réglementation³ ;
- **réorganisation systémique (politique, culturelle, économique)** : a new Green New Deal, l'économie circulaire, une PAC verte, une industrie du ré-usage et de l'usage collectif...





Introduction

Chapitre 01

Freins et moteurs
aux changements de
comportements dans
les interventions
sociopsychologiques

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 2

Idées reçues et fausses hypothèses

Face à la complexité du changement écologique, Bonaiuto et Vitale dévoilent plusieurs fausses bonnes idées ainsi que les principaux freins qui entravent l'efficacité des politiques et programmes.

Parmi les fausses bonnes idées récurrentes, trois grands types sont mis en exergue : i) le primat du cognitif ; ii) la croyance en la vertu du seul incitatif monétaire ; iii) l'illusion d'un effet automatique des normes ou sanctions.

Première idée reçue : faire savoir que la crise arrive suffit pour modifier les modes de vie

Appelé le **postulat du « déficit d'information »**, relevé dans chaque chapitre de ce rapport indépendamment de la discipline, il **suppose que l'individu informé rationnellement adoptera spontanément des gestes durables.**

Elle se décline en sous-catégorie :

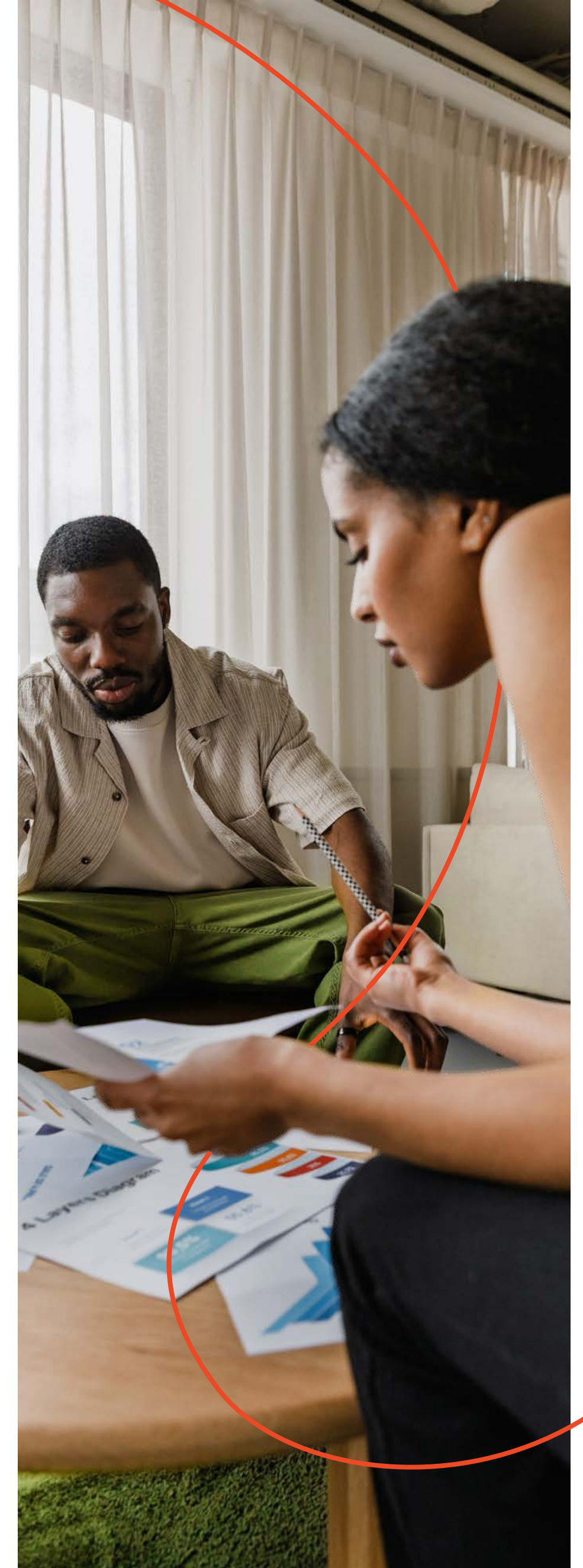
1. la science suffit en soi parce qu'elle dit une vérité objective ;
2. les données sur l'état du climat et de la biodiversité impactent parce qu'un futur cataclysmique fait peur, ce qui postule à son tour que ;
3. la peur et l'angoisse mènent automatiquement à des changements de pratiques, voire des modes de vie. Si l'on sait qu'il faut réduire les gaz à effets de serre, on changera nos modes de vie.

Si l'information est un préalable nécessaire, elle s'avère **un moteur de changement très limité** si elle n'est **pas soutenue par un support motivationnel ou une contextualisation adaptée**. Même les attitudes pro-environnementales ne se traduisent pas nécessairement en actes. Par exemple, le recyclage est plus élevé chez les ruraux canadiens motivés par des **critères pratiques et anthropocentrés**, alors que l'attitude déclarée des urbains

allemands ne génère pas toujours des comportements plus vertueux⁴.

La barrière entre « je sais » et « je fais » est multiforme et plusieurs freins émergent :

1. **sociaux** : je voudrais bien porter des vêtements usagés mais mon milieu social me juge ;
2. **économiques** : je sais que le produit bio est meilleur pour la santé mais il est trop cher ;
3. **psychologiques** : je sais que je devrais manger moins de viande mais je dois apprendre à cuisiner différemment ;
4. **identitaires** : en tant que chef d'entreprise, mon rôle est de produire pour faire le plus de profit possible.





Introduction

Chapitre 01

Freins et moteurs
aux changements de
comportements dans
les interventions
sociopsychologiques

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Deuxième idée reçue : le levier prix

Le levier prix est certainement un moteur mais pour autant, nous continuons à nous chauffer et plus encore, à nous climatiser au-delà du simple confort physique. On n’achète pas des produits que parce qu’ils sont trop chers mais parce qu’ils nous plaisent ; une entreprise vise des marchés et des fournisseurs aussi pour des raisons d’image ; quel que soit le prix du café le matin, qui veut commencer par un café qu’il/elle n’aime pas ?

Penser que le levier financier – récompenses, subventions ou sanctions – à lui seul permet de transformer structurellement les pratiques est une autre idée reçue courante du point de vue des sciences comportementales. Les recherches citées dans le chapitre révèlent que **même si les gains immédiats ou la crainte de la punition peuvent initier une conversion** (exemple : *subvention à l’achat de véhicules électriques ou à la rénovation énergétique*), **cet effet a tendance à s’atténuer dès que l’incitation ou la menace de punition disparaît. Les incitations sont plus efficaces lorsqu’elles sont accompagnées de gains à court terme**⁵. Plus grave, **la motivation extrinsèque générée par l’argent tend à s’opposer à la construction d’une motivation**

intrinsèque fondée sur des valeurs écologiques plus à même de durer dans le temps. Les individus agissent alors **pour la récompense, non par conviction ; à terme, ce comportement n’est pas pérenne et peut même réduire l’adhésion aux valeurs écologiques.**

Quant aux sanctions, elles génèrent souvent de **la résistance psychologique** (« réactance ») : la perception d’une restriction de liberté, d’une intrusion ou d’un contrôle excessif tend à susciter des **stratégies d’évitement**, voire des **conduites contraires aux objectifs**, même pour des objectifs qui peuvent sembler éthiques a priori.

Troisième idée reçue : la norme sociale

Ce n’est pas parce qu’une norme ou des sanctions existent qu’elles ont un effet immédiat ni qu’elles n’auront pas d’effets contraires à ce qui est souhaité, comme par exemple, une augmentation de la résistance au changement. **Une sanction doit donc aussi avoir des effets contre productifs.** Ceci devient encore plus probable si la norme n’est pas accompagnée de moyens alternatifs de mise en œuvre. L’idée selon laquelle les normes sociales, la comparaison ou la pression de groupe conduiraient automatiquement à un



changement profond et durable ne tient pas. **Ces leviers peuvent être efficaces, mais uniquement lorsque certaines conditions sont réunies.**

Les interventions basées sur la comparaison sociale, la modélisation ou le feedback sont efficaces surtout auprès d’individus déjà disposés à changer. Pour les non-motivés, cela reste souvent sans effet, voire, cela peut générer un **effet boomerang** (« rejet ou relâchement du comportement une fois le seuil « moyen » atteint - et souvent minimum d’un point de vue des limites planétaires, comme s’en tenir au tri »). De plus, en matière de normes sociales, le degré d’identification au groupe, la cohésion et la communication au sein de la communauté jouent un rôle crucial : l’exposition à une norme ne garantit pas une adhésion si l’individu n’y trouve pas de sens ou de connexion collective.



Introduction

Chapitre 01

Freins et moteurs
aux changements de
comportements dans
les interventions
sociopsychologiques

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 3

Actions pour permettre les changements de pratiques

Les moteurs de non-changements sont donc multiples : la fatigue cognitive ; la complexité des routines ; le manque (perçu) de ressources (temps, compétences, équipements) ; les barrières matérielles (absence d'infrastructures, d'alternatives) ; la faiblesse du sentiment d'efficacité personnelle (self-efficacy) ; le poids des automatismes mentaux et du système intuitif ; la non-compatibilité entre le message et les valeurs vécues ; la crainte du coût/effort ; la défiance vis-à-vis de l'institution ou de l'émetteur de messages et d'information ; les comportements routinisés, automatiques, souvent inconscients, sont résistants au changement.

Toute stratégie qui néglige ce fait humain voit rapidement ses effets s'estomper, s'annuler, voire être l'objet d'un effet rebond.
Que faire et comment ?

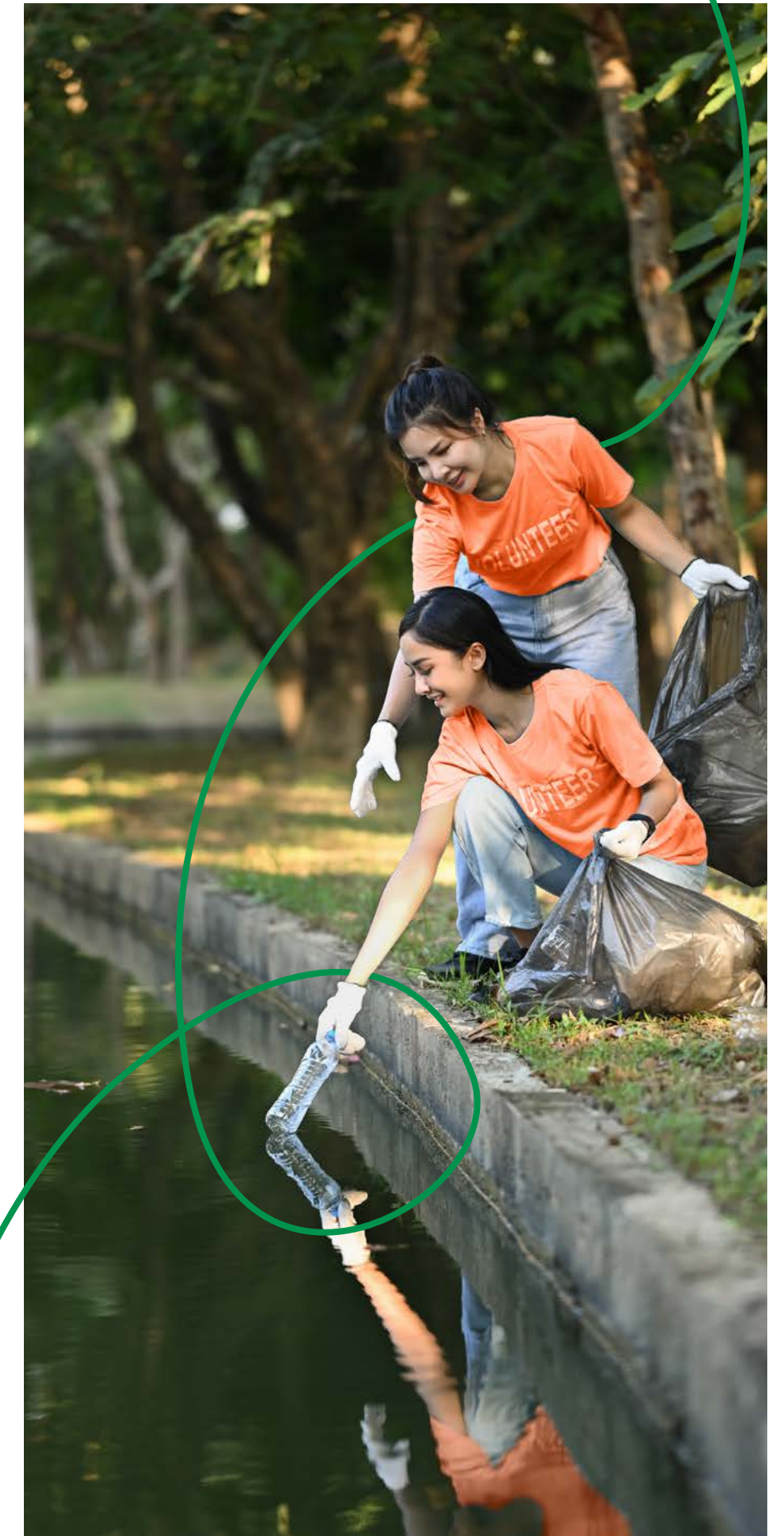
1. Les interventions sur les capacités et la motivation

Si s'en tenir à une information rationnelle et au cognitif est largement insuffisant pour amorcer des changements de comportements, sur quoi faut-il agir alors pour avoir un effet ? Deux catégories de moteurs émergent du chapitre :

- **la capacité (et la perception de sa capacité) :** former, donner les ressources, les compétences, l'information pratique contextualisée dans son organisation, mais aussi son quotidien et l'individu. Au-delà de la capacité effective, il faut aussi travailler sur la self-efficacy, c'est-à-dire viser à améliorer la perception des capacités à agir des acteurs ;

- **la motivation :** susciter l'engagement, valoriser le comportement, ritualiser les gestes écologiques, renforcer la conviction intérieure par la communication, le feedback, le sentiment de fierté ou d'appartenance (pour des raisons autres que l'environnement : appartenance à un groupe, plaisir d'innover, ...).
Pour rappel : les motivations pour modifier ses comportements pour aller dans le sens de la transition ne sont que, pour une minorité, associées à la transition. Il faut mobiliser d'autres moteurs, tels que la santé, le bien-être, le plaisir, la convivialité, l'excitation de l'expérimentation et de l'innovation...

Il s'agit de rendre facile, désirable et valorisé tout comportement pro-environnemental, même s'il n'est pas formulé avec des termes associés à la transition.





Introduction

Chapitre 01

Freins et moteurs
aux changements de
comportements dans
les interventions
sociopsychologiques

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

2. Les interventions à l'échelle collective et le contexte

À l'échelle collective, la modification du contexte physique par l'architecture du choix (« choice architecture ») s'avère l'une des méthodes les plus efficaces car elle réduit fortement la charge cognitive et le poids de la décision.

L'architecture du choix : consiste à reconfigurer l'environnement matériel et social pour rendre le comportement souhaité plus simple, plus accessible, plus standard. **L'individu évolue alors dans un milieu qui par défaut, sans décision consciente ni choix complexe à faire, l'amène « naturellement » à faire évoluer son comportement.** Au niveau macro, la transformation des infrastructures et des services, énergie renouvelable, urbanisme tourné vers le piéton ou le cycliste, tarification écologique, crée de facto des situations où la pratique durable devient standard, l'option non durable étant rendue plus complexe, moins évidente, voire socialement marginalisée.

Exemples :

- installer des poubelles de tri sur les lieux stratégiques ;
- rationaliser les menus en faveur des options durables ;
- déployer des infrastructures favorisant la mobilité douce (pistes cyclables, parking à vélos) ;
- réorganiser la distribution spatiale des produits pour faciliter les choix écologiques, etc.

À savoir : une architecture de choix existe déjà, mais elle est basée sur un imaginaire et une cognition implicite fondée sur les énergies fossiles, abondantes et bon marché et sur un système de surconsommation. **La transition nous amène donc à revoir cette architecture de choix en proposant une alternative qui réduit la charge cognitive.**

3. Les incitations économiques et les réformes structurelles

Au-delà du levier prix, l'économie offre des méthodes plus subtiles et efficaces pour participer à l'évolution des pratiques. L'introduction de subventions, de taxes et de systèmes de récompenses ou de coûts, doit être pensée en articulation avec l'ensemble du système de motivations et de capacités, en y associant les moteurs de non-changements non économiques et aux pratiques quotidiennes.

Ainsi, **les politiques les plus effectives associent les avantages économiques à la transformation de l'environnement matériel** (exemple : *bonus sur l'énergie verte couplé à une simplification de la souscription ou une taxation du plastique combinée à la mise à disposition d'alternatives et un effort*

sur les normes sociales sur les sacs non jetables, etc.). Au niveau systémique et macroéconomique, **les auteurs rappellent l'importance des réformes politiques et économiques majeures passées**, telles le **Green New Deal**, et plus récemment, les efforts d'avancées en matière d'économie circulaire, des expérimentations de décroissance ou de stabilisation au sein de certaines entreprises, qui modifient les cadres normatifs, les infrastructures et les opportunités collectives en profondeur.

Pour un effet positif à long terme, il est préférable de combiner incitations financières et d'autres stratégies, à court terme, tangibles, afin de renforcer les comportements souhaités et d'assurer la pérennité des actions. Ainsi, les incitations sociales (réputation, relations interpersonnelles...) se sont également révélées utiles⁶.





Introduction

Chapitre 01

Freins et moteurs
aux changements de
comportements dans
les interventions
sociopsychologiques

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

4. Les stratégies multi-niveaux : incitation comportementale, signal d'action, modélisation

Un nudge est une **incitation comportementale douce, sans contraintes, rendue possible grâce à une légère modification de l'environnement de décision qui oriente un comportement sans l'imposer.**

Elle **s'appuie sur certains biais cognitifs pour guider l'action de manière subtile et sans contrainte.** Agir sur l'option par défaut, utiliser des signaux contextuels qui déclenchent une association mentale (priming - signaux olfactifs, visuels, contextuels qui activent l'association mentale souhaitée) ou envoyer des rappels au bon moment (comme les prompts, c'est-à-dire des rappels répétitifs et contextuels) permet ainsi d'influencer le comportement de façon quasi automatique, en mobilisant le système intuitif.

Les incitations comportementales (nudges) peuvent produire des effets très forts à court terme.

Exemple : une simple image placée sur un urinoir réduit nettement la consommation d'eau, et proposer un menu végétarien par défaut augmente significativement son adoption, même si, à long terme, la continuité du choix dépend aussi de la qualité des recettes. Leur efficacité tient à leur simplicité, à leur faible

coût et au fait qu'ils préservent la liberté de choix.

En revanche, pour obtenir un impact durable, il est **nécessaire de les associer à des mesures plus structurelles** : faciliter l'accès aux options souhaitées, les ancrer dans le quotidien et les soutenir par des politiques publiques adaptées.

Il est donc recommandé :

- d'associer un **nudge** à des informations adaptées (framing positif, contextualisation) ;
- de les utiliser **en conjonction avec des rappels répétitifs**, contextuels et évolutifs et ;
- avec des **signaux différents** (stickers, panneaux, rappels multisensoriels) pour lutter contre la distraction et favoriser l'acquisition de nouvelles habitudes et enfin ;
- de les **combiner avec une réorganisation contextuelle** (architecture, disponibilité, facilité) pour enclencher une dynamique auto-entretenu qui ne nécessitera pas de modifier les nudges de manière régulière, car certaines études montrent qu'un nudge peut perdre en efficacité par le processus d'habituation.

Habituation et comportements⁷

Initialement, lorsqu'un stimulus est présenté de façon répétée, il déclenche une réaction verbale, comportementale, attention, ou une émotion. Mais avec le temps, la répétition de ce signal amène une réponse de moins en moins importante, voire elle peut disparaître, sans perception consciente de ce processus.

Moins les conséquences du stimulus sont importantes pour l'individu, plus l'habituation émergera rapidement.

Ainsi, on cesse d'entendre un son constant que l'on estime être sans intérêt ou on cesse de percevoir consciemment une information que nous percevons comme étant sans conséquence (les données climatiques associées à un futur ou un lieu lointain).





Introduction

Chapitre 01

Freins et moteurs
aux changements de
comportements dans
les interventions
sociopsychologiques

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

5. Le feedback, la comparaison sociale et la mobilisation des réseaux

Le retour d'information (feedback)

consiste à fournir à un individu ou à un collectif des données sur sa performance, sur les économies réalisées ou sur sa position par rapport à d'autres (association, puissance publique, entreprise...).

Ce retour, notamment à court terme⁸, est **essentiel pour encourager la répétition et l'amélioration du comportement**, ajuster les pratiques, valoriser les progrès et confirmer que l'effort en vaut la peine.

L'objectivation des efforts permet également de comprendre s'ils sont réellement utiles, s'ils peuvent être améliorés ou si l'objectif est déjà atteint. **Un retour d'information efficace repose toujours sur des données :**

- **fiables** (vérifiables, méthodes ou objectives, la question de la confiance) ;
- **immédiates**, en temps réel lorsque c'est possible ;
- **compréhensibles**, en faisant attention à : quantité, qualité, comparaisons, pourcentages, kWh ;
- **contextualisées**, dans une situation réelle et vécue.

Les données objectivables sont renforcées par le feedback social (informer sur ce que le groupe ou la communauté met en œuvre), la mise en avant de modèles et exemples positifs et inspirants et l'engagement public.

La littérature distingue le feedback par :

- **comparaison sociale**, qui informe les individus sur les comportements / attitudes courantes et ;
- **comparaison de groupe**, qui fournit des informations sur son propre comportement par rapport à celui des autres membres d'un groupe donné⁹.

La théorie de l'engagement social¹⁰

Cette théorie montre, entre autres, qu'**une promesse ou un engagement, fait publiquement**, devant des pairs, et notamment avec qui nous avons des interactions sociales fréquentes, a une **meilleure chance d'être tenu dans le temps** pour des raisons d'ancrage social, de pressions sociales et de normes de son in-group. Entrent aussi en jeu les émotions, telles que la fierté de tenir une promesse ou au contraire, la honte de ne pas la tenir.

À noter que dans les deux cas de feedback, technique et social, il est conseillé :

- de favoriser les retours fréquents, personnalisés, valorisants ;
- d'user des techniques de « Block Leaders » ou ambassadeurs (pairs influents animant la diffusion d'information, d'exemple et d'engagement), qui reposent sur la présence de volontaires issus du même cercle social que les personnes ciblées, diffusent des informations sur des sujets spécifiques¹¹ ;
- d'utiliser la modélisation et la visualisation, par laquelle l'exposition à des comportements vertueux dans l'environnement proche stimule l'imitation ;
- de soutenir les engagements publics et collectifs, gages de pérennité de la pratique d'utiliser le feedback comparatif en prenant garde aux effets pervers (déresponsabilisation possible des mieux-disants mais moins-faisant), en renforçant la valorisation et la reconnaissance des efforts ;
- de faire un retour d'expériences des échecs par le biais de méthode de communication non violente, pour valoriser les apprentissages de l'échec pour d'autres actions et la poursuite des efforts.



Introduction

Chapitre 01

Freins et moteurs
aux changements de
comportements dans
les interventions
sociopsychologiques

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

6. L'éducation, la formation, la mobilisation participative

Les programmes d'éducation environnementale, de la petite enfance à l'âge adulte, ont un fort potentiel transformateur. Mais pour obtenir un tel effet, il faut que leur conception tienne compte des variables sociales et psychologiques, et qu'elles associent la transmission de connaissance, l'explicitation des normes, la valorisation des identités et l'immersion dans des **expériences contextuelles**. Autrement dit, si le savoir est associé à des facteurs sociaux et psychologiques¹².
L'efficacité de ces approches éducatives est donc maximisée par :

- des approches à long-terme, immersives (on y est impliqués dans son quotidien), par étapes graduelles ;
- des liens entre l'expérience sensorielle de la nature, le développement de l'identité environnementale, et l'implication familiale et scolaire ;
- une relation sensible et sensorielle à l'objet environnement plutôt que simplement cognitif ;

- la mise en pratique par le biais de projets concrets et à la portée des étudiants (enfants ou/et adultes) ;
- l'usage et la mise en connaissance personnelle de situations naturelles ;
- le monitoring régulier, le contrôle des impacts, l'ajustement des dispositifs, et non pas seulement des humains.

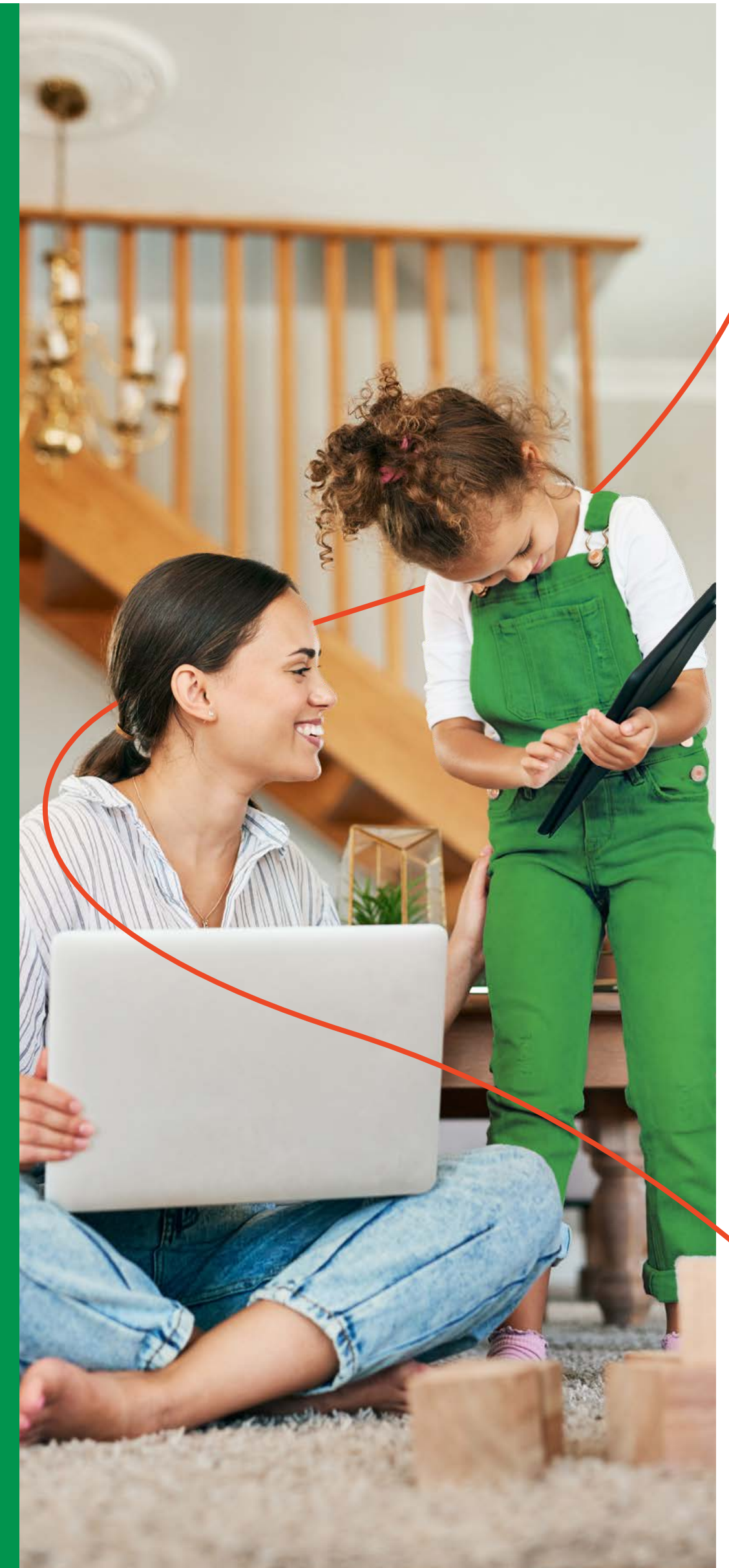
La formation adulte, la sensibilisation professionnelle (block leaders, modèles professionnels, initiatives communautaires) doivent compléter l'action scolaire et familiale, développant la compétence, l'attachement à la cause et le sentiment d'autonomie et d'efficacité.

L'éducation relative à l'environnement

« L'éducation relative à l'environnement (ErE) est conçue comme un **processus dans lequel les individus et la collectivité prennent conscience de leur environnement** et acquièrent les connaissances, les valeurs, les compétences, l'expérience et aussi la volonté qui leur permettront d'agir, individuellement et collectivement, pour résoudre les problèmes actuels et futurs de l'environnement ».

Comme le précise **Lucie Sauvé¹³**, **l'environnement est vu comme un système intégrateur au sein duquel les personnes et les sociétés se construisent.**

L'ErE a comme caractéristiques particulières i) d'être étudiant-centrée et ii) de ne pas se limiter à l'apprentissage cognitif et iii) de plutôt mobiliser l'expérience de projets concrets à partir desquels les étudiants développent un attachement pour la nature et développent enfin, des connaissances.





Introduction

Chapitre 01

Freins et moteurs
aux changements de
comportements dans
les interventions
sociopsychologiques

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

7. Pérenniser les changements : un défi à résoudre

La pérennisation du changement s'obtient par :

- la répétition des interventions (feedback, prompts, nudges) sur la durée ;
- le renforcement positif, le soutien à la formation de nouvelles habitudes ;
- la modification des signaux contextuels et des routines (ex : installation de dispositifs automatiques pour la lumière, facilitation du tri, suppression des options de gaspillage), dont l'avantage principal est de diminuer la charge cognitive ;
- la structuration des incitations et désincitations pour rendre la pratique écologique la plus aisée, attrayante et valorisée, et celles fondées sur les énergies fossiles les moins désirables et les plus difficiles à mettre en œuvre ;
- la mobilisation des réseaux sociaux, familles et pairs pour entretenir l'engagement et la normalisation de la pratique.

Quelques principes essentiels pour une stratégie efficace

Les interventions qui fonctionnent sont :

- adaptées à la population cible (contextualisation, phases de vie, genres, prise en compte des freins et moteurs spécifiques) ;
- combinées (multi-stratégies informationnelles, contextuelles, incitatives) ;
- multipliées dans le temps (renforcement, répétition, monitoring) ;
- inclusives, participatives, valorisant l'engagement et la co-construction ;
- focalisées sur la facilitation de l'action concrète et de l'acquisition de routines ;
- attentives au rôle de l'autonomie perçue, de l'auto-efficacité et de la confiance vis-à-vis des instances ;
- répondant aux freins de la vie vécue et professionnelle quotidiennes.





Introduction

Chapitre 01

Freins et moteurs
aux changements de
comportements dans
les interventions
sociopsychologiques

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Notes

Partie 1 : Discipline, notions clés et enjeux principaux

P.13

¹Geller, E. S. (2002). The challenge of increasing proenvironmental behavior. In R. B. Bechtel, & A. Churchman (Eds.), *Handbook of Environmental Psychology* (pp. 525–540). New York: Wiley.

P.14

² Balmford, A., Bradbury, R. B., Bauer, J. M., Broad, S., Burgess, G., Burgman, M., ... & Nielsen, K. S. (2021). Making more effective use of human behavioural science in conservation interventions. *Biological Conservation*, 261, 109256.

³ Epstein, G., Pittman, J., Alexander, S. M., Berdej, S., Dyck, T., Kreitmair, U., ... & Armitage, D. (2015). Institutional fit and the sustainability of social-ecological systems. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 14, 34-40.

Partie 2 : Idées reçues et fausses hypothèses

P.15

⁴ Huddart-Kennedy, E., Beckley, T. M., McFarlane, B. L., & Nadeau, S. (2009). Rural-urban differences in environmental concern in Canada. *Rural Sociology*, 74(3), 309-329.

P.16

⁵ Garling, T., & Loukopoulos, P. (2007). Effectiveness, public acceptance, and political feasibility of coercive measures for reducing car traffic. In T. Garling, & L. Steg (Eds.), *Threats to the quality of urban life from car traffic: Problems, causes, and solutions* (pp. 313–324). Amsterdam: Elsevier.

Partie 3 : Actions pour permettre les changements de pratiques

P.18

⁶ Bolderdijk, J. W., Steg, L., Geller, E. S., Lehman, P. K., & Postmes, T. (2013). *Comparing the effectiveness of monetary versus moral motives in environmental campaigning*. *Nature Climate Change*, 3(4), 413-416.

P.19

⁷ Thompson, R. F., & Spencer, W. A. (1966). Habituation: A model phenomenon for the study of neuronal substrates of behavior. *Psychological Review*, 73(1), 16–43. <https://doi.org/10.1037/h0022681>

P.20

⁸ Thaler R., Sunstein C. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*. Boston: Yale University Press.

⁹ 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.

¹⁰ Joule, R. V., & Beauvois, J. L. (1989). Une théorie psychosociale : la théorie de l'engagement. Perspectives commerciales. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 4(1), 79-90.

¹¹ Abrahamse, W., & Steg, L. (2013). Social influence approaches to encourage resource conservation: A meta-analysis. *Global Environmental Change*, 23(6), 1773-1785.

P.21

¹² Bettinghaus, E. P., & Cody, M. J. (1994). *Persuasive Communication* (No. 303.342 B56p). New York, US: Holt, Rinehart and Winston, 1987.

¹³ Sauvé, L. 2007. « L'éducation relative à l'environnement. Une invitation à transformer, améliorer ou enrichir notre rapport à l'environnement ». Dans Gagnon, C. (Éd) et E., Arth (en collab. avec). Guide québécois pour des Agendas 21e locaux : applications territoriales de développement durable viable.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Pauvreté et
changement de
modes de vie pour
la transition

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion



— Chapitre —

02

Pauvreté et changement de modes de vie pour la transition

Auteur·rice·s

Carlos A. Trujillo
Universidas de Andes, Columbia

- **Partie 1**
Discipline, notions clés
et enjeux principaux
- **Partie 2**
Idées reçues et freins
au changement
- **Partie 3**
Le passage à l'action



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Pauvreté et
changement de
modes de vie pour
la transition

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 1

Discipline, notions clés et enjeux principaux

Ce chapitre analyse les liens entre pauvreté, consommation et durabilité, à la croisée de la psychologie du consommateur, de l'économie comportementale et des sciences du management^{1,2}.

Il pose une question centrale : comment découpler, dans nos représentations et nos aspirations, l'amélioration de la qualité de vie du pouvoir d'achat, auquel elle est trop souvent assimilée ?

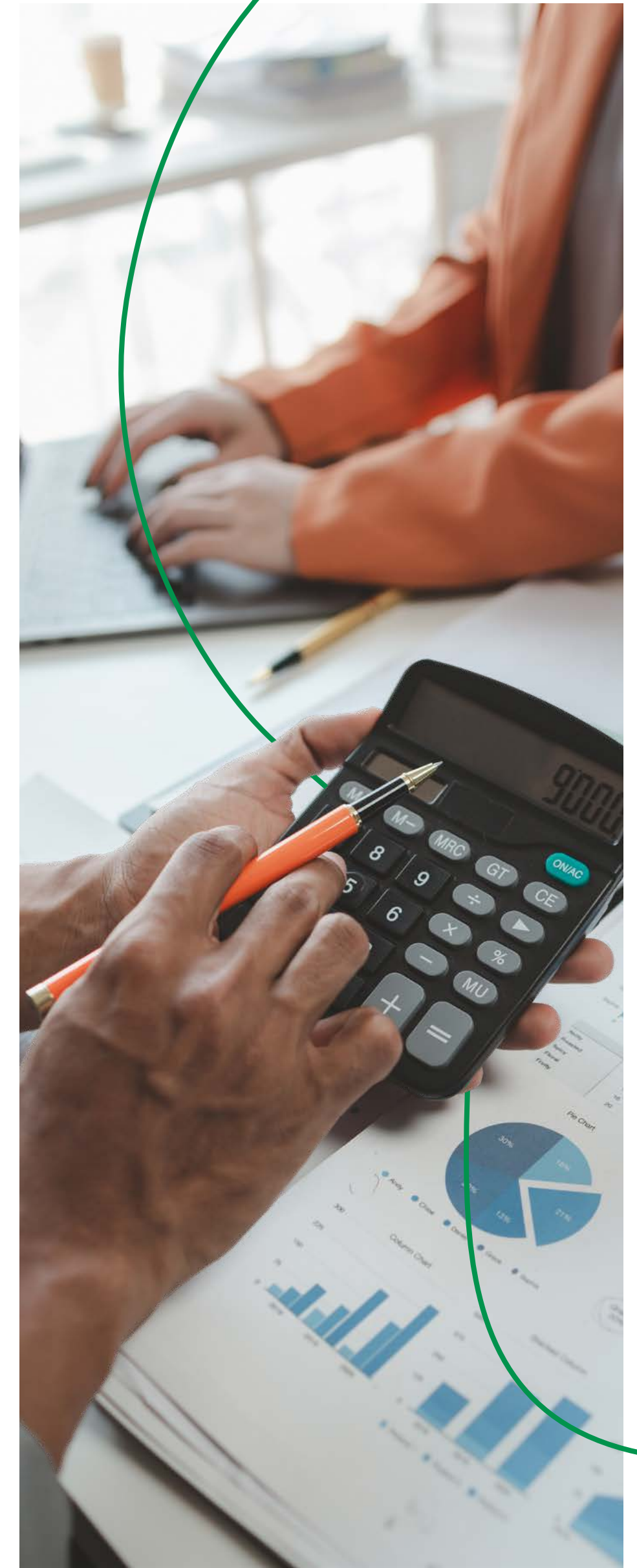
L'enjeu est de **concilier l'amélioration du bien-être et la sortie de la pauvreté**, avec l'impératif d'adopter des modes de vie soutenables, dans un contexte où l'augmentation du pouvoir d'achat entraîne fréquemment une hausse disproportionnée de l'empreinte écologique. C'est la célèbre idée reçue du « **trickle down effect** », selon laquelle **l'élévation du niveau de consommation produirait spontanément du bien-être**.

Pourtant, les enquêtes de **Ronald Inglehart³** montrent que **la relation entre bien-être subjectif et revenu s'atténue dès que le seuil de « consommation suffisante » est atteint** : les revenus supplémentaires n'entraînent plus d'amélioration notable du bonheur. Cela ouvre la voie à d'autres manières de mesurer et de promouvoir des modes de vie différents. Toutefois, ces alternatives se heurtent à des moteurs de non-changement individuels et structurels importants.

Les indicateurs internationaux illustrent cette idée reçue : même des pays émergents, pas encore sortis de la pauvreté, affichent une empreinte par habitant supérieure à la capacité de charge de la Terre ; **une généralisation mondiale des niveaux de consommation observés en Amérique du Nord ou en Europe nécessiterait l'équivalent de plusieurs planètes pour en soutenir les flux matériels**.

L'enjeu central consiste dès lors à **éviter la reproduction du paradigme consumériste des pays industrialisés** et à favoriser des

trajectoires de développement capables d'assurer la satisfaction des besoins tout en découplant le niveau de vie de la consommation matérielle. Cela requiert une analyse fine des déterminants comportementaux du changement, notamment parmi les groupes socio-économiques situés à la base de la pyramide, ainsi que des contraintes spécifiques pesant sur les populations modestes.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Pauvreté et
changement de
modes de vie pour
la transition

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Quelques notions clés

- Les « **croyances pro-environnementales** » renvoient ici au **respect accordé au vivant en raison de leur valeur intrinsèque**, ce qui s’inscrit dans une **perspective écocentrée**⁴. Cette vision du monde reconnaît la valeur propre des écosystèmes et du vivant, et postule une **position des êtres humains** non pas au-dessus, mais sur un **plan d’égalité avec les autres espèces**.
- La **perception de l’efficacité du consommateur**⁵ : elle renvoie aux croyances qu’ont les individus quant à leur capacité **d’influencer les enjeux environnementaux par leurs décisions d’achat**. Située à l’intersection de multiples critères ; besoins versus désirs, coûts versus préférences, durabilité, esthétique, impacts environnementaux ; cette efficacité ne devient opérationnelle que lorsqu’elle s’inscrit dans une forme de **discernement ou de « sagesse » du consommateur**.
- La **sagesse du consommateur**⁶ : La capacité des consommateurs à prendre des décisions, leur permettant d’atteindre le bien-être par la consommation, en gérant la complexité de l’information, les impulsions émotionnelles, les objectifs et

les besoins de manière rapide et cohérente. Elle renvoie à la **capacité d’autorégulation**.

- La **confiance perçue en soi du consommateur**⁷ : il s’agit du volet émotionnel du précédent : il s’agit de la **croyance en notre capacité à prendre des bonnes décisions**.
- L’**identité environnementale** : ce que nous achetons et possédons sont des **prolongements de notre perception de soi**, même dans les espaces de consommation modernes comme le métavers. **Une identité environnementale renforce les comportements pro-environnementaux**.
- Les **préférences prosociales**⁸ : les préférences prosociales désignent la propension des individus à **privilégier le bien-être d’autrui** et à agir de manière à bénéficier à la société dans son ensemble. Elles peuvent se manifester par l’altruisme, la confiance, l’équité, la volonté de coopérer, voire l’empathie.
- La **distance psychologique à l’enjeu écologique**⁹ : il s’agit d’une construction mentale reflétant le **degré de proximité ou d’éloignement perçu vis-à-vis d’événements, d’objets ou d’enjeux environnementaux**.

Ancrée dans le « ici et maintenant », cette distance tend à augmenter émotionnellement lorsque l’enjeu est perçu comme physiquement, temporellement (loin dans le temps), socialement (un groupe auquel on ne s’identifie pas) ou conceptuellement (cognitivement abstrait) éloigné. Or, **plus cette distance perçue est grande, moins l’enjeu apparaît pertinent ou significatif** pour l’individu, et plus la probabilité de modifications comportementales s’en trouve réduite.

Ces paramètres doivent être contextualisés en fonction des conditions de vie des consommateurs à faibles revenus, dans la mesure où **la majorité des travaux empiriques portent sur les classes moyennes des pays industrialisés**.



Ces dernières sont plus susceptibles de participer aux enquêtes, ce qui a pour effet de produire des recommandations largement calibrées sur leurs contraintes, leurs capacités, leurs attentes et leurs modes de vie. Or, les populations pauvres ou en situation de transition socio-économique présentent des dynamiques de consommation sensiblement plus complexes, fortement influencées par **la rareté des ressources, la proximité géographique des biens et services, ainsi que par des formes de solidarité locale**.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Pauvreté et
changement de
modes de vie pour
la transition

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 2

Idées reçues et freins au changement

Un premier frein réside dans la tendance, même dans une perspective économique, à minimiser les obstacles structurels, cognitifs et émotionnels auxquels sont confrontées les populations à faibles revenus, et qui entravent l'adoption de pratiques de consommation durable.

Si cela s'applique aussi aux classes moyennes, les particularités des classes précaires méritent d'être bien mieux comprises et prises en compte lors de l'élaboration de mesures.

Un second frein majeur tient à la transposition, souvent non critique et non contextualisée, de solutions conçues pour les classes moyennes occidentales. **La mise à disposition de biens durables à prix réduits, ou encore la multiplication d'informations relatives à la durabilité, exerce un effet limité sur les publics pauvres¹⁰.**

L'efficacité restreinte de ces dispositifs informationnels peut s'expliquer par plusieurs mécanismes.

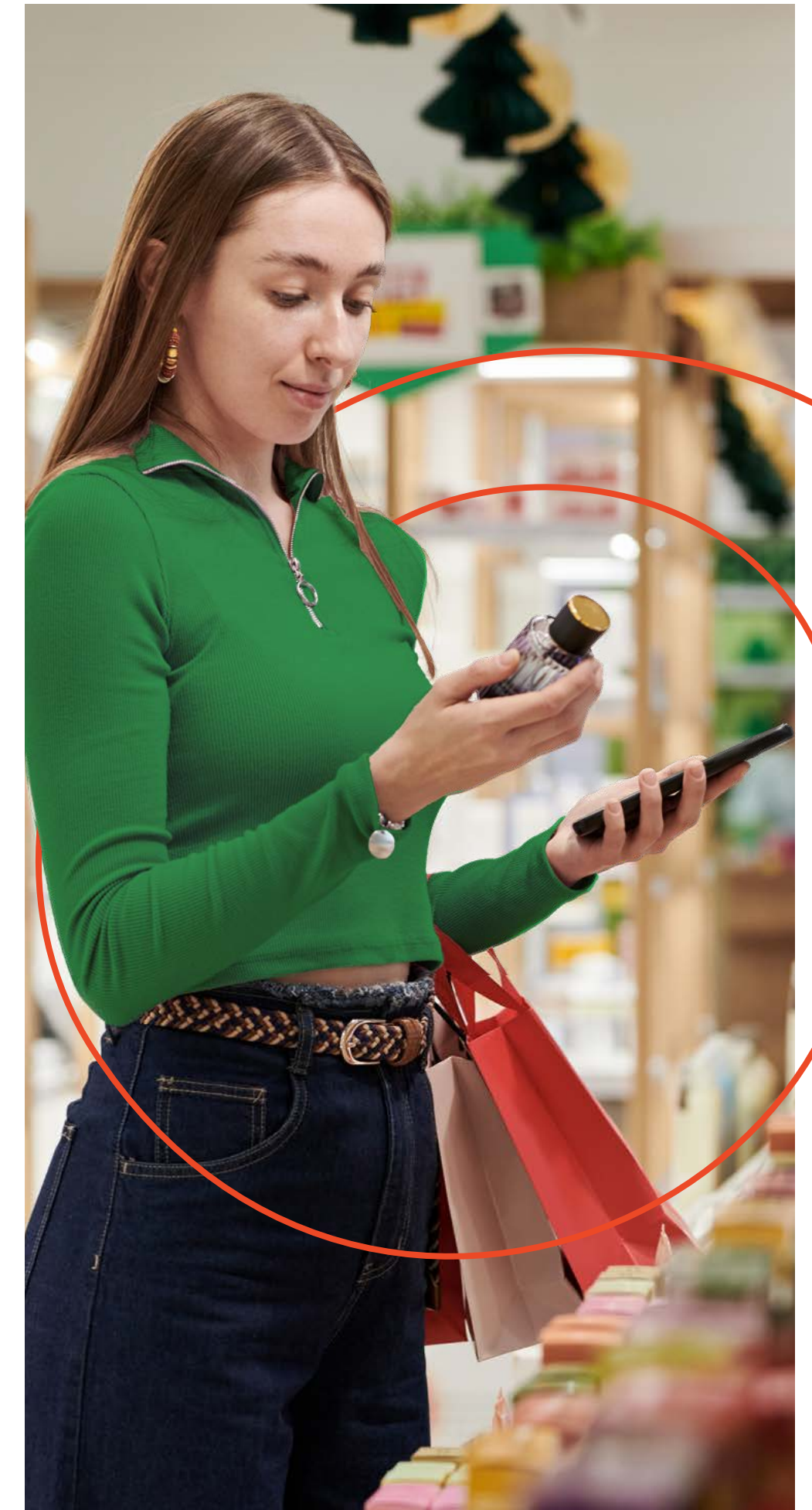
Quelques limites des dispositifs d'information

Le premier est la **surcharge cognitive**. Ce phénomène est présent chez l'ensemble des individus mais particulièrement **accentué au sein des populations à faibles revenus¹¹, ainsi que le faible niveau de littératie fonctionnelle¹²** associée aux situations de rareté, réduisent substantiellement la capacité à traiter l'information, même lorsque celle-ci est accessible, pertinente et potentiellement utile à la prise de décision. Ensuite, **l'écart entre les croyances et**

les comportements¹³ est renforcé par plusieurs mécanismes qui œuvrent de manière spécifique dans les classes précaires. **Joshi et Rahman** ont constaté que les consommateurs privilégiant les **attributs fonctionnels** (c'est-à-dire l'usage pratique et instrumental des produits ou services) présentent un **écart plus important entre leurs attitudes et leurs comportements**. Les consommateurs à **faibles revenus** ont tendance à penser de manière **plus concrète¹⁴** (plutôt qu'abstraite), ce qui les amène à se concentrer sur des **détails très spécifiques des produits**. Cela risque d'accentuer la **difficulté d'appliquer des convictions ou des valeurs générales** à des produits et des choix de consommation particuliers, creusant ainsi l'écart.

Les biais cognitifs et les procédures mentales simplificatrices mobilisées dans le jugement et la décision voient leur influence renforcée lorsque les **ressources mentales et temporelles**

sont limitées. Ils conduisent alors à un recours plus fréquent à des **stratégies décisionnelles rapides, économes en effort cognitif, mais susceptibles d'être sous-optimales**.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Pauvreté et
changement de
modes de vie pour
la transition

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

De ce fait, la sensibilisation à la crise climatique, la préoccupation environnementale, le respect de la nature et autres arguments similaires seront potentiellement encore **moins efficaces chez les consommateurs en situation de pauvreté que chez les consommateurs de la classe moyenne.**

Puis, plus la rareté est forte, **moins les croyances pro-environnementales parviennent à se traduire en actions concrètes**, ce qui se manifeste par un élargissement de l'écart entre attitude et comportement. Les incitations sociales, émotionnelles ainsi que les normes doivent être articulées aux **déterminants structurels** qui façonnent à la fois **les réactions émotionnelles des individus et les comportements qui en découlent.**

Les stratégies de changement reposant sur la culpabilité ou la peur de la catastrophe climatique produisent des résultats ambivalents : ces émotions négatives tendent fréquemment à susciter de l'anxiété sans modification substantielle des pratiques, voire à provoquer un rejet du message ou un renforcement de **représentations anthropocentriques.**

Étant donné que la **self-efficacy** (c'est-à-dire la perception de sa propre capacité à agir) est généralement **plus**

faible au sein de ces groupes, de tels messages contribuent davantage à entretenir **l'inertie comportementale** qu'à l'adoption de pratiques durables.

Enfin, un **écueil majeur** réside dans la **transposition d'un « modèle d'identité environnementale » fondé sur les préoccupations et les modes de vie des pays développés.** Ce modèle n'exerce d'influence sur les pratiques que lorsqu'il s'inscrit dans des **réalités locales et concrètes** ; crises hydriques, pollution, déforestation vécue, conditions de quartier, épisodes de canicule ; et qu'il prend en compte les spécificités du fonctionnement cognitif des populations concernées, notamment **la dimension de distance psychologique.**

Pour les groupes les plus vulnérables, le futur lointain et les enjeux géographiquement distants revêtent une pertinence moindre que l'urgence de l'« ici et maintenant », ce qui rend plus difficile la mobilisation autour de problématiques globales et abstraites. **La pauvreté tend en effet à raccourcir les horizons de décision** et à renforcer le poids de critères immédiats (accessibilité, prix, utilité directe) dans les arbitrages quotidiens. Enfin, il existe **une fragilité spécifique des systèmes d'émotions et de la capacité à être acteur.** Le **sentiment d'espérance**, déterminant pour sortir des stratégies de

survie et se projeter dans le long terme, tend par exemple à être **plus faible** parmi les populations à faibles revenus¹⁵. Cette moindre disposition **limite l'efficacité des dispositifs** qui cherchent à mobiliser des **émotions positives**, telles que la fierté, la gratitude ou la créativité, comme leviers de changement, alors même que

ces émotions jouent un **rôle essentiel dans la self-efficacy**. Globalement, les volets cognitifs, émotionnels et structurels des précaires diffèrent de celles des classes moyennes. Il faut donc les inclure de manière explicite, à la fois dans les protocoles de recherche et dans les préconisations et les interventions en découlant.

Sentiment d'efficacité personnelle (self-efficacy)

Le terme anglais self efficacy se traduit en français par **sentiment d'efficacité personnelle**. Ce concept, théorisé et popularisé par le psychologue Albert Bandura (1977), désigne la croyance d'un individu en sa propre capacité à accomplir une tâche ou à atteindre un objectif déterminé. Plus précisément, il s'agit de la perception subjective qu'a un individu de son pouvoir d'agir sur son environnement et d'exercer une

influence sur le réel. À cet égard, on peut distinguer deux orientations :

- **dans certains cas, l'effort fourni en lui-même est perçu comme suffisant et constitue une forme de réussite personnelle ;**
- **dans d'autres cas, l'effort n'est valorisé que s'il produit un effet observable et concret sur la réalité.**





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Pauvreté et
changement de
modes de vie pour
la transition

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 3

Le passage à l'action

Selon les conclusions de la littérature dans ce domaine, qu'est-ce qui fonctionne pour articuler bien-être, sortie de la pauvreté et réduction de l'empreinte ?
Comment réduire l'écart entre cognition, émotions, valeurs et comportements dans cette catégorie de la population spécifiquement ?

LEVIER 1 : construire la sagesse du consommateur

La première proposition centrale est de s'appuyer sur la construction d'une « **sagesse du consommateur** », un ensemble de compétences pratiques et éthiques permettant de **prendre de bonnes décisions** même dans la complexité, la rareté et la pression émotionnelle. Cultiver cette sagesse implique :

- **la responsabilisation** : il ne s'agit pas de mobiliser la culpabilisation, mais d'amener les individus et les collectifs à évaluer les effets de leurs décisions quotidiennes sur autrui et sur le vivant/ environnement. Les décideurs publics comme privés ont, à cet égard, la responsabilité de clarifier les niveaux d'implication associés aux différentes options d'action et de créer les conditions permettant à cette responsabilité d'être effectivement traduite en pratiques ;

- **la flexibilité** : elle renvoie à la capacité des individus à ajuster ou à interrompre leurs routines et choix automatiques afin de se tourner vers des produits, services ou pratiques présentant un impact environnemental moindre. Il incombe aux décideurs publics et privés de concevoir une architecture du choix qui rende cette flexibilité plus accessible, en simplifiant les alternatives et en réduisant les frictions associées au changement de comportement ;
- **la capacité à gérer l'information** : du point de vue de l'individu, il s'agit de renforcer l'aptitude à formuler des choix éclairés dans des environnements caractérisés par une multiplicité de critères et une forte complexité décisionnelle. Du point de vue des acteurs publics et privés, l'enjeu consiste au contraire à réduire cette complexité en rendant l'information plus intelligible, plus pertinente et plus facilement mobilisable dans l'action (Exemple : de YUKA pour la qualité des produits consommés) ;

- **la prise de décision** : les décideurs, qu'ils soient publics ou privés, ont la responsabilité de renforcer ces dispositions, notamment en contexte de pression consumériste, au moyen d'interventions éducatives, d'outils simplifiés, de dispositifs de formation par les pairs ou encore d'expérimentations de terrain telles que des ateliers, groupes de discussion ou formes de coaching collectif.

Exemple : des collectifs accompagnant des familles en transition, non par l'implantation de consignes abstraites, mais par la co-construction d'arbitrages sur la base de situations concrètes : comment gérer un budget, quels critères prioriser dans les achats, comment mutualiser des ressources, objets, outils, services, à l'échelle d'un quartier, etc.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Pauvreté et
changement de
modes de vie pour
la transition

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

LEVIER 2 : renforcer l'efficacité perçue du consommateur

- De nombreuses politiques publiques et interventions sociales reposent implicitement sur l'hypothèse que les individus en situation de pauvreté sont dépourvus de capacité d'agir, alors même **qu'ils disposent fréquemment de réseaux de solidarité denses**, susceptibles d'amplifier l'impact de transformations diffuses lorsqu'ils sont mobilisés collectivement.

Cette efficacité collective potentielle peut être encouragée et renforcée par : la promotion d'actions visibles et tangibles (cuisines collectives antigaspi, jardins partagés, réparation participative...).

- Les dispositifs qui renforcent la capacité d'agir (self-efficacy) sont plus efficaces que l'information descendante.** Par exemple, des ateliers où les familles calculent ensemble l'intérêt des achats d'occasion, où elles évaluent la durabilité et la réparation plutôt que la nouveauté.

Exemple : dans certains quartiers populaires d'Amérique Latine, des communautés de femmes ont mis en place des **systèmes d'échanges locaux**, renforçant la confiance, la solidarité, et l'impact agrégé de petits

comportements durables (partage d'outils, compostage collectif, cultures urbaines en bac, ...). Le renforcement de la confiance en soi du consommateur passe aussi par la simplification des démarches pro-environnementales.

Cela implique la mise à disposition de labels adaptés, d'informations contextualisées, par exemple à travers des dispositifs d'affichage clairs sur les lieux de vente (codes couleur, pictogrammes, conseils personnalisés), ainsi que d'un accompagnement permettant de naviguer dans la complexité des choix. Il revient aux pouvoirs publics et aux entreprises engagées de **transformer les systèmes d'information en ciblant les éléments qui facilitent réellement les arbitrages**, tels que les éco-scores, les paniers de produits simplifiés ou des repères explicites en rayon.

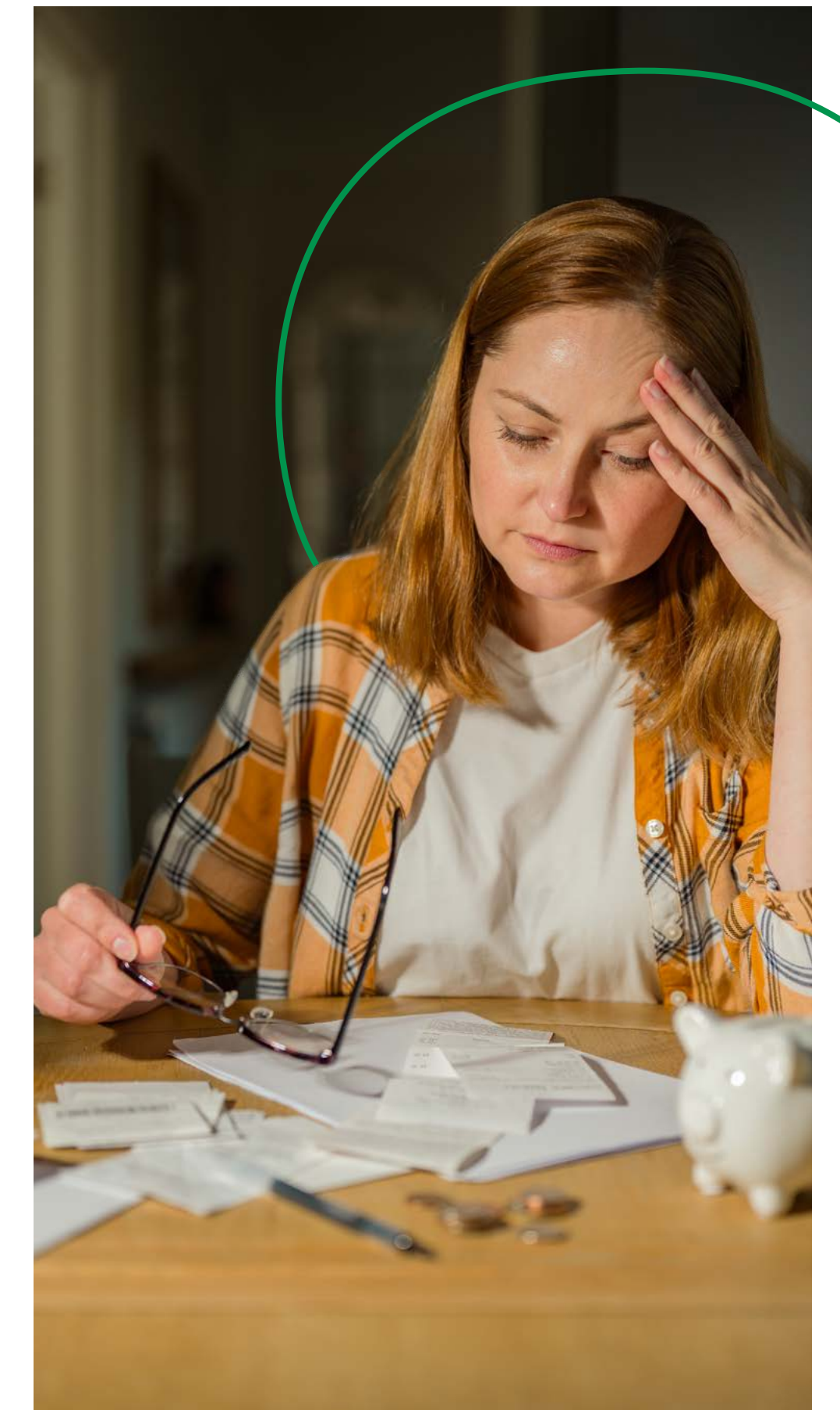
Par ailleurs, divers programmes visent à soutenir l'accès à des modes de consommation alternatifs : appui à l'achat d'occasion, développement du micro-crédit vert, promotion de systèmes de location plutôt que d'achat pour les biens faiblement utilisés. Ces dispositifs permettent de satisfaire des besoins essentiels avec un impact environnemental réduit, sans dégradation du niveau de vie.

La dimension des préférences prosociales constitue également un levier pertinent.

Les interventions valorisant la coopération, l'empathie ou la participation bénévole. Par exemple via des réseaux d'entraide, des monnaies solidaires ou des formes de reconnaissance symbolique, tendent à être plus efficaces que les injonctions moralisatrices, en particulier dans des contextes où la cohésion sociale est déjà élevée. Le partage structuré de pratiques et de services contribue non seulement à renforcer cette cohésion, mais aussi à consolider les dimensions subjectives et relationnelles de la vie collective, en facilitant des interactions plus harmonieuses et une dynamique d'entraide¹⁶.

Pour réduire la **distance psychologique** associée aux enjeux environnementaux, il s'agit de rendre les impacts écologiques plus visibles et plus immédiatement pertinents. L'établissement de liens explicites avec des problèmes locaux déjà expérimentés ; pollution de l'eau, coûts énergétiques, qualité de l'alimentation ; favorise l'adoption de comportements plus sobres, à condition que des solutions soient proposées à l'échelle communautaire et non uniquement individuelle. La définition d'étapes de court et de moyen terme, assorties d'une reconnaissance explicite des progrès réalisés, s'avère également indispensable. Enfin, en matière de communication, les campagnes de

proximité mobilisant des **récits ancrés localement** et le témoignage de pairs engagés dans des projets jugés utiles se révèlent nettement plus efficaces que les messages centrés sur « la planète » ou sur des phénomènes lointains tels que la fonte de glaciers éloignés.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Pauvreté et
changement de
modes de vie pour
la transition

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion



LEVIER 3 : cultiver les émotions positives

Pour encourager une relation positive à la sobriété, il est utile de proposer des expériences concrètes de « sobriété heureuse ». Ces expériences doivent être fondées sur la simplicité volontaire et la recherche de plaisirs simples partagés avec autrui. Il s'agit notamment de valoriser les satisfactions que procurent l'autonomie, le lien social et l'émerveillement face à son environnement.

Ces ressorts affectifs et symboliques agissent sur nos représentations sociales et sur les imaginaires qui façonnent la définition de ce qu'est une « vie bonne ». Ceci contribue à la confiance en soi et dans les autres.

Il est possible de mettre en place des **concours locaux d'innovation**, d'organiser **des ateliers de réparation collective**, ou encore de valoriser les initiatives réussies à travers des dispositifs de témoignage, des expositions ou des réseaux locaux de portraits. Ces formats renforcent la visibilité de pratiques plus sobres et facilitent leur diffusion au sein des communautés. Les initiatives d'actions communautaires à impact réel sont nombreuses : jardins partagés implantés dans des zones urbaines denses en Asie ou en Amérique

du Sud, ateliers collectifs de réparation d'électroménager, réseaux de troc ou de don, cuisines populaires valorisant les invendus alimentaires pour proposer des repas à faible coût, systèmes de transport partagé, coopératives énergétiques locales, dispositifs de gestion zéro déchet à petite échelle, implication de groupes de jeunes dans des projets de gestion des ressources, ou encore démarches participatives de quartier telles que l'aménagement collectif d'espaces verts ou la restauration de friches urbaines.

La plupart de ces actions, tout comme les interventions visant des transformations comportementales, reposent sur **la construction d'un sentiment d'appartenance, le renforcement de la confiance collective**, ainsi que sur **l'accumulation d'expériences positives**, faisant de la sobriété non pas un renoncement, mais une composante d'un mode de vie valorisé. Ces dynamiques constituent des moteurs de changement encore insuffisamment étudiés par la recherche et largement sous-mobilisés dans les politiques et programmes d'intervention.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Pauvreté et
changement de
modes de vie pour
la transition

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

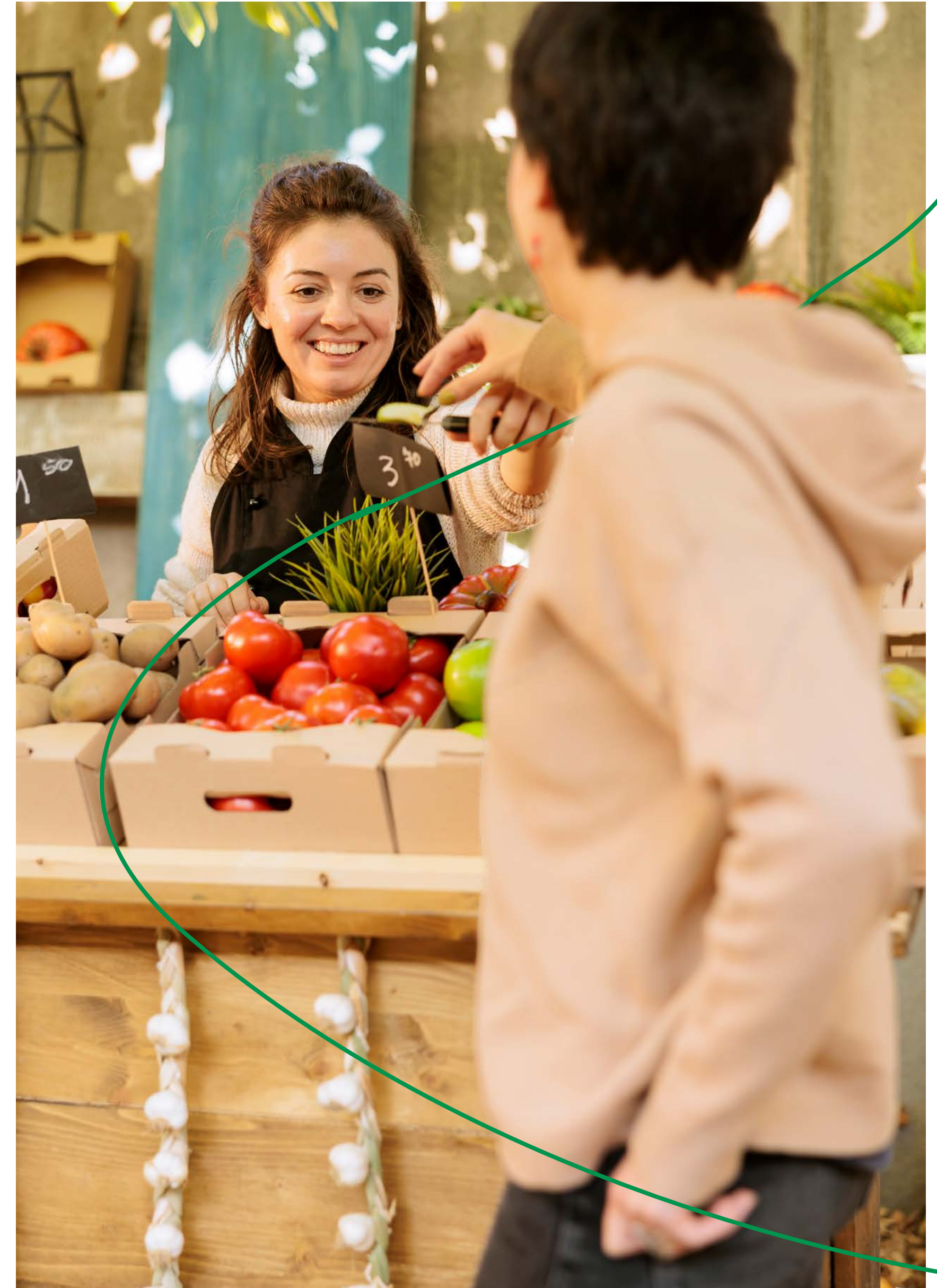
SYNTHÈSE : liste d'actions concrètes à mettre en œuvre

En synthèse, les actions à fort potentiel pour permettre l'évolution vers des pratiques durables, en valorisant l'articulation entre sortie de la pauvreté et bien-être, sont :

- développer des collectifs d'accompagnement et de construction de la sagesse du consommateur : ateliers pratiques, coaching de pairs, dispositifs d'échanges locaux ;
- mettre en valeur l'efficacité perçue du consommateur, notamment via des résultats visibles, des dispositifs de réparation/partage/achat collectif, et des campagnes de valorisation locale ;
- design de dispositifs reposant sur la coopération, la reconnaissance, la confiance et la solidarité ;
- communiquer sur les impacts directs, vécus localement ;
- simplifier les messages : pictogrammes, repères faciles, relais de pairs... ;
- soutenir les politiques facilitant l'achat d'occasion, la mutualisation, la location, ou la production partagée ;

- organiser des concours, des ateliers, des événements mettant en œuvre la sobriété heureuse et l'innovation frugale, particulièrement en mobilisant la créativité, la fierté et l'identité collective ;
- accompagner des stratégies d'achat par des outils de décision adaptés à la réalité cognitive des bénéficiaires (guides simples, applications mobiles ultra-simplifiées, paniers types, coaching individuel) ;
- ancrer l'identité environnementale sur les questions proches et porteuses de sens local (eau, alimentation, pollution visible, dépenses énergétiques), et co-construire des solutions de quartier ou de village ;
- impliquer de manière active des entreprises et pouvoirs publics dans la codification et la diffusion d'informations adaptées.

Ces recommandations s'inscrivent toutes dans une perspective individuelle et structurelle de recherche transformative du consommateur, qui vise explicitement la promotion du bien-être individuel et collectif, hors des normes sociales associées au consumérisme, en préférant la co-construction de solutions (ou l'adaptation) à la simple importation de modèles.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Pauvreté et
changement de
modes de vie pour
la transition

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Notes

Partie 1 : Discipline, notions clés et enjeux principaux

P.25

¹Chakravarti, D. (2006). Voices unheard: the psychology of consumption in poverty and development. Journal of Consumer Psychology, 16(4), 363-376.

²Blocker, C. P., Manning, K. C., & Trujillo, C. A. (2023). Beyond radical affordability in the base of the pyramid: The role of consumer self-confidence in product acceptance. Journal of Consumer Affairs, 57(1), 619-647.

³Inglehart, R., & Baker, W. E. (2000). Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. American sociological review, 65(1), 19-51.

P.26

⁴Gray, J., Whyte, I., & Curry, P. (2018). Ecocentrism: What it means and what it implies. The Ecological Citizen, 1(2), 130-131.

⁵Terry, D. J., & O’Leary, J. E. (1995). The theory of planned behaviour: The effects of perceived behavioural control and self-efficacy. British journal of social psychology, 34(2), 199-220.

⁶Luchs, M. G., & Mick, D. G. (2018). Consumer wisdom: A theoretical framework of five integrated facets. Journal of Consumer Psychology, 28(3), 365-392.

⁷Ellen, P. S., Wiener, J. L., & Cobb-Walgren, C. (1991). The role of perceived consumer effectiveness in motivating environmentally conscious behaviors. Journal of public policy & marketing, 10(2), 102-117; Arias, C., & Trujillo, C. A. (2020). Perceived consumer effectiveness as a trigger of behavioral spillover effects: A path towards recycling. Sustainability, 12(11), 4348.

⁸Otto, S., Pensini, P., Zabel, S., Diaz-Siefer, P., Burnham, E., Navarro-Villarroel, C., & Neaman, A. (2021). The prosocial origin of sustainable behavior: A case study in the ecological domain. Global Environmental Change, 69, 102312.

⁹Trope, Y., & Liberman, N. (2010). Construal-level theory of psychological distance. Psychological Review, 117(2), 440-463

Partie 2 : Idée reçues et freins au changement

P.27

¹⁰Joshi, Y., & Rahman, Z. (2015). Factors affecting green purchase behaviour and future research directions. International Strategic Management Review ³ (1²), 128 143.

¹¹Mani, A., Mullainathan, S., Shafir, E., & Zhao, J. (2013). Poverty impedes cognitive function. science, 341(6149), 976-980.

¹²Viswanathan, M., & Lalwani, A. K. (2020). Cognitive and affective scarcities and relational abundance: Lessons from the confluence of extreme and chronic scarcities in subsistence marketplaces. Journal of the Association for Consumer Research, 5(4), 444-457.

¹³Caruana, R., Carrington, M. J., & Chatzidakis, A. (2016). « Beyond the attitude-behaviour gap: Novel perspectives in consumer ethics »: Introduction to the thematic symposium. Journal of Business Ethics, 136, 215-218.

¹⁴Viswanathan, M., Rosa,

J. A., & Harris, J. E. (2005). Decision making and coping of functionally illiterate consumers and some implications for marketing management. Journal of Marketing, 69(1), 15-31.

P.28

¹⁵Trujillo, C. A., & Rosa, J. A. (2017). Consumer creativity influenced by hope, integral emotions and socio-economic status. International Journal of Consumer Studies, 41(5), 576-586.

Partie 3 : Passage a l’action

P.30

¹⁶Mick, D. G., Pettigrew, S., Pechmann, C. C., & Ozanne, J. L. (Eds.). Transformative consumer research for personal and collective well being.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Communication
et changement
comportemental
pour la transition
écologique

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

— Chapitre —

03

Communication et changement comportemental pour la transition écologique

Auteur·rice·s

Johanne Saint-Charles,
Stéphanie Yates, Camille Alloing,
Anne-Sophie Gousse-Lessard
Université du Québec à Montréal, Canada



Partie 1

**Discipline, notions clés et
enjeux : la communication
comme levier de transition ?**



Partie 2

**Idées reçues et postulats
communs erronés**



Partie 3

**Communication, habitudes
quotidiennes et automaticité**



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Communication
et changement
comportemental
pour la transition
écologique

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

La communication est souvent **limitée dans la perception commune au langage** mais elle est, de fait, contextuelle et ce dans deux sens majeurs. Le premier est qu'elle prend place **dans un contexte donné, culturel, temporel, politique, social et économique**. Pour qu'elle soit à minima efficace, entendue et perçue comme étant valable, intéressante ou pertinente, méritant attention, elle doit entrer en résonance (accord ou désaccord) avec la personne ou le groupe visé.

Ce chapitre se consacre au **rôle de la communication dans la motivation individuelle et collective face à la transition écologique**.

Il repose sur quelques grandes conclusions majeures :

1. la compréhension de la communication entre les humains, aux niveaux individuels et collectifs, repose sur une **analyse fine des motivations et des contextes sociaux qui les sous-tendent**, mais aussi sur ;
2. la subjectivité des acteurs, c'est-à-dire leur **manière de percevoir** non seulement le contenu du texte, mais aussi son média et son porteur. Ceci est parfois corrélé à la véracité scientifique du message et parfois non ;

3. **la confiance portée** (ou non) de celui qui perçoit le texte relatif au contenu, son média et son porteur joue un rôle clé dans l'impact du message sur les perceptions, les représentations, les valeurs, la cognition et enfin, les pratiques. Ceci est lié à différentes formes de légitimité ;

4. **le contexte** dans lequel prend place la communication ;

5. **le contexte créé** par la communication et enfin ;

6. **les échanges** qui créent la communication sont elles-mêmes créatrices et destructrices de sens dans un processus dynamique et encadré par le contexte.

Ce chapitre montre que, même lorsque le message est clair et de qualité, **le passage de la communication aux**

pratiques est complexe, avec des arrêts, des retours en arrière et des avancées plus ou moins rapides. Il rappelle, à l'instar des autres chapitres, que **nos dimensions subjectives jouent un rôle déterminant** et doivent être comprises pour améliorer la réception et l'impact d'un message. Comme chacun des chapitres de ce rapport, celui-ci, en sciences de la communication, explique bien **comment le chemin entre le message et les pratiques est semé d'arrêts, de retraits, de reculs et avancées** à vitesse variable et ce, quelle que soit la qualité du message et de la communication qui le porte. Au final, les différents aspects de notre subjectivité qui jouent un rôle clé doivent être appréhendés pour mieux communiquer (c'est-à-dire, être mieux entendu) et avoir un meilleur impact.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03
Communication
et changement
comportemental
pour la transition
écologique

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 1

Discipline, notions clés et enjeux principaux : la communication comme levier de transition ?

Ce chapitre interdisciplinaire s'inscrit à la croisée de la psychologie, la sociologie, l'écologie et les sciences politiques.

L'enjeu majeur est d'abord de **comprendre les processus présents dans la communication**, et notamment **les facteurs clés qui jouent un rôle dans la réception d'un message**. Il est ensuite de **comprendre comment la communication peut soutenir les motivations et les efforts de transformation des comportements et des politiques publiques**.

À l'instar des autres chapitres, les auteurs soulignent que **les politiques, et de manière plus générale, les interventions en faveur de la transition échouent** souvent faute, certes de **mobilisation des individus**, mais aussi de **capacité à communiquer correctement selon le public visé**, ses préoccupations, son quotidien. Les sciences de la communication insistent sur le fait qu'au-delà des stratégies de persuasion (sans parler de la culpabilisation), il faut davantage **mobiliser un langage qui favorise** la création

d'environnements sociaux et de signification qui facilitent **l'autonomie, la compétence et le sentiment d'appartenance**, trois besoins psychologiques fondamentaux définis par **la théorie de l'autodétermination**.

Ce qui soulève **la question de la place de l'écologie** car celle-ci n'apparaît pas dans ses trois besoins. Il faut alors penser à la possibilité que pour s'engager dans des changements de comportements associés à la transition, il faut d'abord **remplir des préconditions**.

La théorie de l'autodétermination

La théorie de l'autodétermination¹ distingue les formes de motivation selon leur degré de liberté :

- **motivation contrôlée** : fondée sur la contrainte, les récompenses ou la peur du rejet ;
- **motivation autodéterminée** : issue de valeurs internes et de convictions personnelles.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Communication
et changement
comportemental
pour la transition
écologique

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

La qualité ou la nature de la motivation, et non son intensité, c'est-à-dire à quel point un individu peut être motivé par un enjeu, **conditionne la durabilité du changement**. Une personne qui réduit son empreinte carbone **par conviction environnementale** persistera bien plus longtemps qu'une autre motivée par des incitations financières².

Comment donc, compte tenu de ce constat, passer de l'information aux changements de pratiques ? Quel peut-être le rôle de la communication (et de ses sciences) à l'élaboration de la motivation autodéterminée ?

Des recherches ont démontré que **la motivation autodéterminée** est positivement associée à l'adoption d'un **large éventail de comportements pro-environnementaux**³, même lorsque ces comportements sont plus difficiles ou exigeants⁴. La motivation autodéterminée a également été associée à une participation active, à **l'activisme traditionnel** et au **maintien de changements de comportements durables dans le temps**⁵.

Le « continuum de l'autodétermination »

Le « **continuum d'autodétermination** » décrit un spectre de motivations allant d'un faible niveau d'autodétermination (les motivations extérieures sont plus importantes) à un niveau élevé (les motivations intérieures à un individu priment), reflétant les différentes raisons qui poussent les individus à adopter des comportements spécifiques, classés en deux grandes catégories : la motivation contrôlée et la motivation autodéterminée.

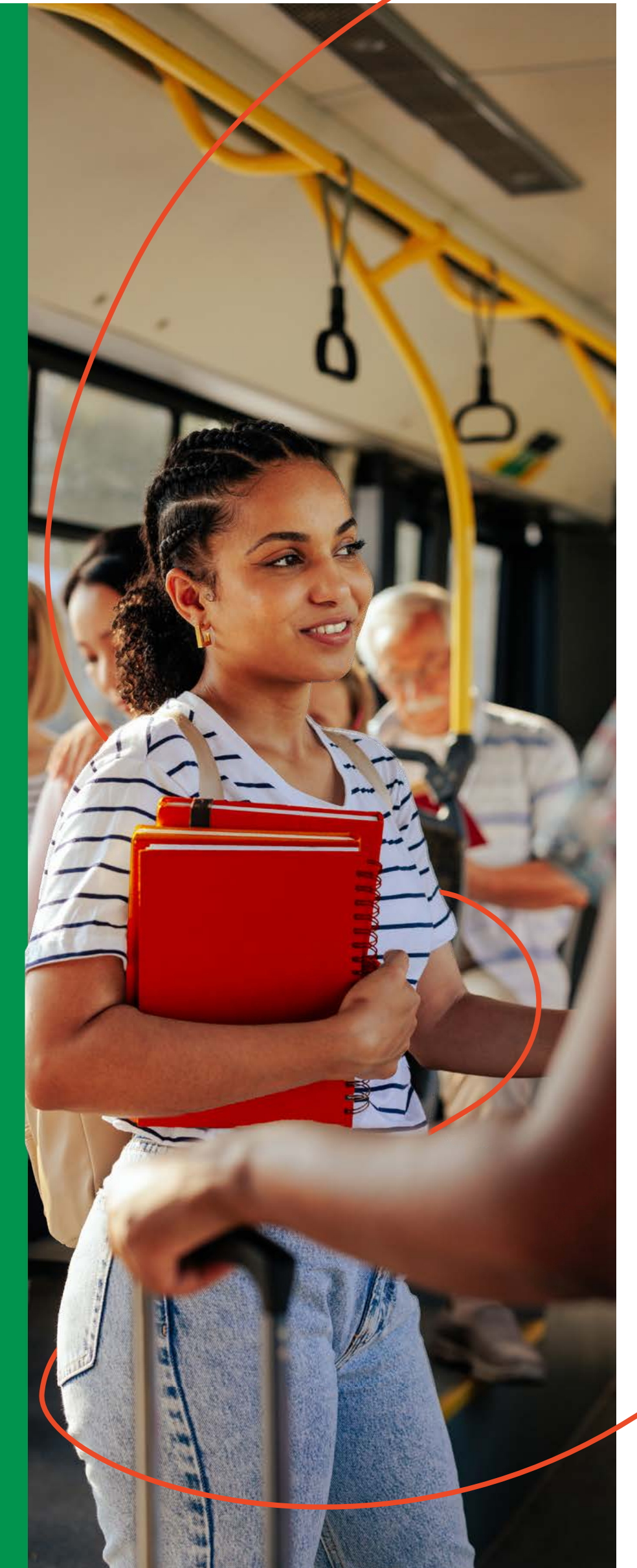
- **La motivation contrôlée** : lorsque les actions sont induites par des pressions externes telles que des obligations, des récompenses ou des punitions, ou par des pressions internes comme la culpabilité ou le désir d'approbation ou de reconnaissance sociale.
Exemple : choisir les transports en commun pour bénéficier d'une réduction ou éviter les critiques de ses collègues.
- **La motivation autodéterminée** : lorsque les actions sont en accord avec nos valeurs, correspondent à notre identité ou une satisfaction ou un épanouissement personnel.
Exemple : choisir les transports en commun car la protection de l'environnement est

devenue une composante essentielle de son identité et de ses valeurs, reflétant une motivation autonome.

La motivation autodéterminée est davantage associée à une plus grande satisfaction, à une plus grande persévérance et à un meilleur bien-être dans la mise en œuvre et le maintien de comportements que la motivation extrinsèque.

Deux points à retenir :

1. **Ce continuum n'est pas statique.**
Les individus peuvent s'y déplacer en fonction de facteurs contextuels et d'influences sociales (normes sociales, infrastructures disponibles, politiques publiques...). Les facteurs externes peuvent donc soit favoriser, soit limiter la capacité des individus à progresser sur le continuum et à agir de manière autonome ;
2. Bien que les individus façonnent activement leur motivation par leurs désirs et valeurs internes, **ces motivations internes ne sont pas isolées des influences externes.**





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03
Communication
et changement
comportemental
pour la transition
écologique

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 2

Idées reçues et postulats communs erronés

Les campagnes environnementales s'appuient le plus souvent sur un schéma communicationnel en trois étapes : (i) transmettre de l'information, (ii) susciter une prise de conscience alarmée, et (iii) encourager l'adoption de comportements jugés appropriés.

Ce modèle est censé produire les changements nécessaires pour répondre aux crises écologiques. Le chapitre indique : **le modèle du déficit d'information**, selon lequel les citoyens ne changent pas parce qu'ils manquent simplement d'informations, est erroné. Les auteurs interrogent l'idée, fréquente dans l'approche dite de la « neutralité scientifique », selon laquelle une meilleure explication du problème suffirait à susciter l'action du public. **Les recherches montrent**

cependant que les déterminants du changement ne sont pas uniquement cognitifs : les dimensions relationnelles et émotionnelles, telles que la crédibilité perçue, la confiance ou le sentiment d'inclusion, jouent un rôle déterminant dans la réception d'un message⁶.

L'explication du problème, encore largement présent dans les politiques publiques et les dispositifs d'intervention, tend à **sous-estimer l'influence des émotions, des identités sociales et des relations interpersonnelles**, ainsi que d'autres facteurs subjectifs impliqués dans la communication. Dans cette perspective, la communication est souvent conçue comme plus persuasive lorsqu'elle repose sur un **argumentaire principalement rationnel**, une hypothèse qui ne reflète **qu'une partie des mécanismes** réellement à l'œuvre. Ces éléments permettent de comprendre la déception de celles et ceux qui mobilisent ce type de messages et de stratégies pour inciter les parties prenantes à faire évoluer leurs pratiques, leurs modes de gouvernance,

leurs réseaux ou leurs politiques publiques et économiques. En effet, lorsque ces approches génèrent des émotions telles que la culpabilité⁷, la peur ou une forme de fatigue morale⁸, peuvent dans certains cas être associées à une **baisse de motivation ou à un retrait**.

Les limites de l'incitation externe : les stratégies reposant sur des **récompenses ou des sanctions** (rabais, taxes, amendes) produisent des effets limités, voire de rejet si elles ne sont pas accompagnées de mesures incitatives et compensatoires. Cela dit, il est important de distinguer l'incitation externe des contextes et des cadres dans lesquels elle s'inscrit. L'enjeu consiste alors à adopter un langage et des pratiques qui contribuent à une culture organisationnelle, publique ou privée, soutenant l'autonomie, la compétence et le sentiment d'appartenance des individus. Il ne s'agit plus de recourir à des stimuli directs, mais de **construire un environnement dans lequel les**

actions quotidiennes peuvent s'ancrer et où les communications pertinentes trouvent naturellement leur place.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Communication
et changement
comportemental
pour la transition
écologique

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

L'absence de ces qualités sont des freins majeurs identifiés dans la littérature :

- **le manque d'appartenance sociale, la marginalité** : adopter un comportement marginal (végétarisme, vélo urbain) peut être perçu comme une menace identitaire. Donc, rendre disponible des plats végétariens dans les cantines collectives réduit l'image de marginalité en normalisant l'option ;

- **le manque de sentiment de compétence** : beaucoup pensent que leurs actions individuelles ne « servent à rien », ce qui nourrit le fatalisme. Donc : i) outiller les parties prenantes avec des compétences et des savoir-faire directement associés aux objectifs et à l'enjeu, en phase avec l'individu et ses fonctions ; ii) présenter une action comme contribuant à résoudre plusieurs problèmes à la fois ; iii) avec des co-bénéfices à la fois écologiques et non écologiques ;

- **le déficit de confiance envers les institutions** : lorsqu'une autorité est perçue comme coercitive, incohérente ou peu exemplaire, la motivation des individus s'en trouve affaiblie. L'exemplarité constitue un élément central de sa légitimité à porter un message de changement. Cela suppose non seulement de communiquer clairement sur ses propres actions, mais aussi de respecter un principe essentiel : demander aux autres ce qu'elle s'efforce elle-même de mettre en œuvre.

Les sources de légitimité d'une source d'information

La légitimité d'une source d'information est un **phénomène complexe**. Elle dépend en grande partie de celui ou celle qui reçoit l'information et moins de celle qui la produit. Ensuite, il existe **plusieurs types de légitimité** : on peut très bien penser qu'un scientifique du GIEC a une légitimité complète pour parler de sciences naturelles et de chimie de l'atmosphère mais pas de changements de comportements !





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03
Communication
et changement
comportemental
pour la transition
écologique

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 3

Communication, habitudes quotidiennes et automaticité

Les comportements quotidiens – transport, alimentation, chauffage – dépendent de routines inconscientes individuelles structurées par le milieu de vie, le travail, les enfants, le territoire...

Ces habitudes fonctionnent par défaut car elles permettent une **plus grande efficacité énergétique du cerveau** et donc, **résistent au changement**. Des travaux⁹ sur les situations de « rupture », la modification du contexte constitue un levier essentiel : rénovations urbaines, déménagements ou reconfigurations d'espaces publics peuvent créer des opportunités favorables à **l'adoption de nouveaux comportements**. Une communication qui s'insère dans **une culture préexistante et performative**, aura donc un **impact limité** si elle ne s'accompagne pas de **perturbations positives allant dans le sens de la transition**.

Communiquer pour favoriser les changements de pratiques

Comment la communication peut-elle créer un contexte favorable ou non aux changements de pratiques et notamment en lien avec les enjeux environnementaux ? Les **facteurs de changements** et de **non-changements de comportements** individuels, psychologiques et émotionnels entrent en interaction avec le contexte dans lequel la communication prend place, contexte qui a été créé dans un système dans lequel **l'énergie ne posait pas de problèmes écologiques** et dans lequel **les limites planétaires n'avaient pas été atteintes**. Les préconisations suivantes visent à associer ces deux niveaux d'actions de la communication.

Quelles formes et quels types de communication sont donc les plus à même de contribuer aux changements de pratiques individuelles, collectives et organisationnelles ?

La **communication dialogique** repose sur des **échanges circulaires**, c'est-à-dire des interactions où l'information circule dans les deux sens : chacun peut à la fois donner et recevoir, influencer et être influencé. Ce fonctionnement en boucle permet aux décideurs et aux citoyens de **coconstruire** les politiques, les mesures et les projets, plutôt que de recevoir des messages imposés d'en haut.

Contrairement aux approches linéaires fondées sur la persuasion, la **communication dialogique renforce la motivation autodéterminée** en créant un climat d'écoute, de reconnaissance et de respect mutuel.

Elle mobilise également les principes de la **communication non violente**. Cette approche se décline en neuf principes clés :

1. favoriser l'autonomie dans la manière de communiquer ;
2. soutenir la compétence écologique, c'est-à-dire la capacité à comprendre et à agir ;
3. renforcer les relations sociales et la confiance entre acteurs ;
4. transformer les structures institutionnelles qui freinent la participation ;
5. mobiliser la théorie de l'autodétermination dans les pratiques organisationnelles ;
6. revisiter les récits et les émotions associés aux enjeux environnementaux ;
7. traiter les questions de justice environnementale ;
8. s'appuyer sur les moments de rupture pour faciliter les transitions ;
9. dépasser l'individualisme en valorisant les dynamiques collectives.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Communication
et changement
comportemental
pour la transition
écologique

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

1. Favoriser l'autonomie dans la communication

Une communication écologique efficace laisse **le choix et la voix** aux parties prenantes. Elle :

- **implique les individus** dans la définition d'objectifs environnementaux réalistes ;
- **valorise les initiatives** individuelles et locales, plutôt que d'imposer des normes ;
- **relie les comportements à des valeurs personnelles** significatives même si celles-ci ne sont pas d'ordre environnementales (santé, justice, solidarité).

Exemple : dans les programmes de transport durable, proposer des outils de planification participative où les usagers coconçoivent les lignes de bus (tracés, fréquences...) ou des pistes cyclables sécurisées. Cela transforme la contrainte en **appropriation collective**, et peut même donner lieu à des meilleures solutions, plus efficaces et mieux appropriées car plus près du réel des usagers.

2. Soutenir la compétence écologique

Il s'agit d'aider chacun à se sentir capable d'agir utilement.

- **Offrir des procédures de retours sur expériences** pour mettre en évidence l'apprentissage des échecs et les progrès accomplis (ex : tableaux de bord énergétiques familiaux ; suivi des réductions des émissions et des contributions à la biodiversité).
- **Valoriser les échecs comme des occasions d'apprentissage** qui améliorent à la fois les démarches spécifiques et la stratégie globale. Cela suppose de reconnaître le droit à l'erreur et de structurer des procédures de retour d'expérience. Proposer des formations et ateliers pratiques opérationnels associés au groupe en présence, leurs missions, responsabilités et capacités.
- Développer des **communautés d'apprentissage** (écoles, entreprises, collectivités). Par exemple, des campus instaurent des « laboratoires vivants » où les étudiants testent des innovations vertes appliquées à leurs lieux de vie.

Mobiliser, dans les formations et ateliers, **un langage adapté aux métiers, aux niveaux de compétence et aux différentes valeurs et motivations, environnementales** ou autres. Par exemple, un agriculteur ayant effectué la transition vers le bio peut présenter à d'autres producteurs son parcours, les défis rencontrés et les solutions trouvées (ou non).



3. Renforcer la relation sociale et la confiance

Les recherches montrent que la **confiance affective**, née de relations soutenues, rapprochées et personnelles, **soutient davantage le changement** que la simple confiance cognitive fondée sur des données. Le besoin de **liens sociaux** peut donc contribuer à la motivation écologique en améliorant l'autonomie¹⁰. Créer des espaces d'échange favorise l'engagement :

- forums citoyens, cafés climat, plateformes de discussion où **les opinions divergentes peuvent dialoguer sans être disqualifiées**, basés donc sur des principes de communication non violente ;
- **initiatives locales de cohabitation écologique** (jardins partagés, compost collectif, coopératives alimentaires) à laquelle on peut ajouter **l'économie solidaire**. Ces initiatives peuvent ensuite servir d'exemple que cela est possible et désirable ;
- **projets collectifs** en matière de régénération du vivant local, végétalisation ; de l'économie sociale et solidaire dans les quartiers de la ville.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Communication
et changement
comportemental
pour la transition
écologique

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

4. Transformer les structures institutionnelles

Les pouvoirs publics, les associations et les entreprises peuvent recourir à des **dispositifs participatifs (guidés ou non)** afin d'identifier des points de convergence et de mieux comprendre les motivations ainsi que les freins au changement au sein des groupes concernés par un projet. Des procédures de participation bien construites sont également **susceptibles de faire émerger de nouvelles idées et des solutions plus facilement appropriables par les parties prenantes** :

- consultations publiques élargies dès la phase de conception des politiques énergétiques ;

- inclusion des groupes vulnérables, souvent exclus des discussions environnementales ;
- reconnaissance du rôle des ONG et des collectifs communautaires en tant que relais d'équité écologique ;
- mobiliser les sciences comportementales.

Exemple : en Afrique de l'Ouest, des projets participatifs sur la qualité de l'air ont permis d'impliquer des femmes dans la mesure et l'interprétation des données, renforçant ainsi leur place citoyenne, en tant qu'ambassadrices de la qualité de l'air, et la crédibilité scientifique des actions.

5. Utiliser les principes de l'autodétermination dans les pratiques organisationnelles

Les organisations peuvent transformer leur culture en :

- établissant des objectifs alignés sur des **valeurs partagées** ;
- réduisant la surveillance ;
- augmentant la **responsabilisation** ;
- reconnaissant les réussites collectives, avec des récompenses variées (symboliques, financières, sociales...).

6. Décadrer les récits et émotions

La manière dont on **cadre** le message change sa réception :

- **un cadrage positif** (« agir pour un avenir vivable ») suscite plus d'espoir qu'un cadrage de peur (« sauver la planète ») ;
- **un cadrage spécifique et précis** sur un enjeu, une pratique, un territoire, a un meilleur impact qu'un cadrage global et général qui reste trop abstrait pour le passage à l'action ;
- les émotions telles que la **fierté collective** d'agir avec sens ou la **joie d'agir ensemble**, le plaisir de relever des défis de manière collective, d'atteindre des résultats renforcent la persistance.

Exemple : des campagnes locales à Copenhague ou Lausanne insistent sur la beauté des paysages préservés et la convivialité retrouvée autour du vélo urbain, des leviers affectifs puissants.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Communication
et changement
comportemental
pour la transition
écologique

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

7. Aborder la justice environnementale

Les populations **les plus affectées par les phénomènes écologiques** disposent souvent de **moins de pouvoir d’agir**. **L’équité dans la communication** est donc un **impératif** moral (et plus efficace) et doit être intégré dès le départ dans les dispositifs formels et informels.

Pour cela, il est possible de créer des **espaces de parole sécurisés** où les communautés marginalisées et les voix divergentes peuvent être entendues — qu’il s’agisse de quartiers exposés à la pollution, d’agriculteurs vulnérables ou de populations précaires particulièrement affectées par les impacts environnementaux. **Ce principe fait de la communication un levier de justice sociale**.

Il implique, de la part des organisateurs comme des praticiens des sciences comportementales, une **plus grande créativité** dans les méthodes, les relations avec les populations et les modalités de communication (contenu, ton, supports), afin d’intégrer pleinement ces groupes.

8. S’appuyer sur les moments de rupture

Changer les comportements requiert souvent un **moment de bascule** : un déménagement, un changement d’emploi ou une crise environnementale. Les politiques de communication doivent **cibler ces instants où les habitudes sont soit déstabilisées, soit dans un contexte de changement** qui offre des opportunités (un déménagement, par exemple) pour proposer de nouvelles pratiques.

Exemple : à Seattle, des campagnes « New Move, New Choices » offrent des kits de mobilité durable aux nouveaux résidents pendant leurs premiers mois d’installation. En France, des bailleurs sociaux saisissent l’opportunité de l’arrivée de nouvelles familles pour les introduire à des nouveaux gestes de consommation de l’énergie, des pratiques de tris, de partage d’espaces, voire d’outils / équipements.

9. Dépasser l’individualisme

Si les approches centrées sur l’individu sont nécessaires, elles demeurent insuffisantes. D’une part, **l’impact de l’action individuelle reste limité** ; d’autre part, ces approches ne répondent pas aux **besoins de cohésion, d’appartenance sociale et de partage de compétences**, qui sont inégalement réparties. De plus, chaque individu agit dans un contexte sur lequel il dispose d’une **marge de manœuvre restreinte** : de manière objective (par exemple, il ne peut pas construire une piste

cyclable sécurisée) ou subjective (comme la persistance du sentiment d’insécurité routière malgré l’existence de pistes).

Chaque niveau – individuel, communautaire et institutionnel – influence les autres. Une écologie de la communication intégrée, inspirée des modèles écosystémiques de communication, constitue ainsi un levier essentiel pour une transition durable.

Le changement doit donc être collectif et structurel. Il implique d’associer institutions, entreprises, réseaux sociaux et politiques publiques afin de transformer les règles de fonctionnement (la compréhension commune des gens est que les comportements sont individuels ; il faut insister un peu plus sur le volet collectif), la culture organisationnelle, l’aménagement urbain, les systèmes de production et de consommation alimentaires, ainsi que l’architecture de choix. Ces transformations **réduisent la pression pesant sur l’individu en créant un environnement qui facilite, par défaut, l’adoption et la mise en œuvre de nouveaux comportements**.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03
Communication
et changement
comportemental
pour la transition
écologique

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Liste d'actions concrètes possibles

Faire évoluer les comportements requiert de transformer la communication en un espace d'autonomie, de compétence et de lien social, autrement dit, une **écologie relationnelle de la motivation** :

- créer des **programmes de communication participative** fondés sur la co-construction des messages ;
- former les communicants à la **théorie de l'autodétermination** pour concevoir des messages motivants ;
- établir des **indicateurs de satisfaction des besoins psychologiques** (autonomie, compétence, relation) ;
- promouvoir des **espaces de dialogue délibératif** à tous les niveaux (local, régional, national) ;
- développer des **campagnes émotionnelles positives** favorisant la fierté, la solidarité et le plaisir d'agir ensemble ;
- intégrer les **ONG et minorités sociales** dans les processus décisionnels liés à la transition ;

- synchroniser les **moments de communication** avec les changements de contexte (rénovation urbaine, déménagement, naissance d'un enfant, nouvel emploi, crise énergétique) ;
- renforcer la **transparence institutionnelle** pour restaurer la confiance publique ;
- mettre en réseau des **initiatives de communication écologique** entre chercheurs, collectivités et médias ;
- adopter une **approche écosystémique** de la communication, liant environnement, justice sociale et inclusion culturelle.

La transition écologique ne dépend pas tant de la quantité d'informations diffusées que de la capacité des sociétés à créer une culture de la motivation autodéterminée, dialogique et collective.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03
Communication
et changement
comportemental
pour la transition
écologique

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Notes

Partie 1 : Discipline, notions clés et enjeux : la communication comme levier de transition ?

P.36

¹ Deci, Edward L. et Ryan, R. M. (2008b). Self-Determination Theory: A Macrotheory of Human Motivation, Development, and Health. Canadian Psychology, 49(3), 182-185.

P.37

² Bolderdijk, J. W. et Steg, L. (2015). Promoting sustainable consumption: the risks of using financial incentives. Dans L. A. Reisch et J. Thøgersen (dir.), Handbook of research on sustainable consumption (p. 328-342). Edward Elgar Publishing.

³ Luc G. Pelletier et al., ‘Why Are You Doing Things for the Environment? The Motivation Toward the Environment Scale (MTES) 1’, Journal of Applied Social Psychology 28, no. 5 (1998): 437-68, <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01714.x>.

⁴ Nicole Michelle Aitken, Luc G. Pelletier, and Daniel Edgar Baxter, ‘Doing the Difficult Stuff: Influence of Self-Determined Motivation Toward the Environment on Transportation Proenvironmental Behavior’, Ecopsychology 8, no. 2 (2016): 153-62, <https://doi.org/10.1089/eco.2015.0079>.

⁵ Luc G. Pelletier and Elizabeth Sharp, ‘Persuasive Communication and Proenvironmental Behaviours: How Message Tailoring and Message Framing Can Improve the Integration of Behaviours through Self-Determined Motivation.’, Canadian Psychology / Psychologie Canadienne 49, no. 3 (2008): 210-17, <https://doi.org/10.1037/a0012755>.

Partie 2 : Idée reçues et postulats communs erronés

P.38

⁶ Goodwin, J. et Dahlstrom, M. F. (2014). Communication strategies for earning trust in climate change debates. WIREs Climate Change, 5(1), 151-160. <https://doi.org/10.1002/wcc.262>

⁷ Bissing-Olson, M. J., Fielding, K. S. et Iyer, A. (2016). Experiences of pride, not guilt, predict pro-environmental behavior when pro-environmental descriptive norms are more positive. Journal of Environmental Psychology, 45, 145-153. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2016.01.001>

⁸ Robert Gifford, ‘Dragons, Mules, and Honeybees: Barriers, Carriers, and Unwitting Enablers of Climate Change Action’, Bulletin of the Atomic Scientists 69, no. 4 (2013): 41-48, <https://doi.org/10.1177/0096340213493258>.

Partie 3 : Communication, habitudes quotidiennes et automaticité

P.40

⁹ Verplanken, B. et Wood, W. (2006). Interventions to Break and Create Consumer Habits. Journal of Public Policy & Marketing, 25(1), 90-103, <https://doi.org/10.1509/jppm.25.1.90>

P.41

¹⁰ Pelletier, L. G., & Sharp, E. (2008). Persuasive communication and proenvironmental behaviours: How message tailoring and message framing can improve the integration of behaviours through self-determined motivation. Canadian Psychology/Psychologie Canadienne, 49(3), 210.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Les émotions dans
la transition :
l'éco-anxiété
sauvera-t-elle notre
civilisation ?

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion



— Chapitre —

04

Les émotions dans la transition : l'éco-anxiété sauvera-t-elle notre civilisation ?

Auteur·rice·s

Hélène Jalin, Arnaud Sapin
Nantes Université, France
Camille Mouguiama-Daouda
Université Catholique de Louvain,
Belgique

→ **Partie 1**
**Psychologie des émotions
et transition écologique**

→ **Partie 2**
**Idées reçues et
fausses hypothèses**

→ **Partie 3**
**Actions pour accompagner
les changements de
pratiques**



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Les émotions dans la transition : l'éco-anxiété sauvera-t-elle notre civilisation ?

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 1

Psychologie des émotions et transition écologique

L'importance des émotions dans la transition écologique est désormais largement reconnue par les chercheurs et praticiens.

Longtemps reléguées au second plan au profit de la seule rationalité des individus, **les émotions apparaissent aujourd'hui comme des moteurs importants mais encore mal compris** qui influencent non seulement **notre perception de la crise climatique et environnementale**, mais aussi **notre capacité à agir ou au contraire à résister aux changements**¹.

Mais quel est le rôle et l'importance des émotions dans la manière dont les humains perçoivent et réagissent à la crise écologique et aux efforts de transition ? Quels rôles jouent nos réactions émotionnelles et la manière dont nous les gérons, face à la diffusion massive de données scientifiques et les injonctions à changer nos modes de vies, nos habitudes et nos manières de travailler ?

Les données scientifiques, bien qu'indispensables, font-elles le poids face aux émotions qui peuvent bloquer les transformations individuelles et collectives en faveur de la soutenabilité ?

Les données scientifiques produites par le **GIEC** ou l'**IPBES** génèrent parfois ce qu'on appelle **l'éco-anxiété, une inquiétude profonde et chronique liée à la menace environnementale pour notre futur collectif**. Les jeunes générations en particulier, très exposées aux informations et sensibilisées, expriment cette forme d'angoisse ambiante mais légitime, qui engendre parfois de la mobilisation et parfois, au contraire la paralysie et le déni. Car les émotions que suscite la crise écologique sont variées : la peur, la colère, la tristesse, la gratitude, la fierté, mais aussi le désespoir ou la honte.

Loin d'être des entraves, **ces émotions doivent être considérées comme des signaux révélateurs de nos valeurs profondes, de notre lien intime à la nature, et comme des leviers puissants**

pour encourager les changements. La colère peut émerger de divers décalages perçus entre attentes et réalité : par exemple, l'insatisfaction face à l'inaction politique ou économique, ou encore face à des pratiques industrielles jugées dommageables pour l'environnement.

Elle peut également se manifester chez des responsables publics souhaitant agir davantage que ne le leur permettent les contraintes électorales ou institutionnelles. **Lorsqu'elle est orientée de manière constructive, cette émotion constitue un levier d'engagement particulièrement efficace**, susceptible de soutenir des mobilisations citoyennes, des initiatives de sensibilisation ou encore des transformations dans les pratiques de consommation.

À l'inverse, **une colère étouffée ou laissée sans débouché peut favoriser l'émergence du cynisme, du désengagement et d'attitudes résignées.**





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Les émotions dans la transition : l'éco-anxiété sauvera-t-elle notre civilisation ?

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

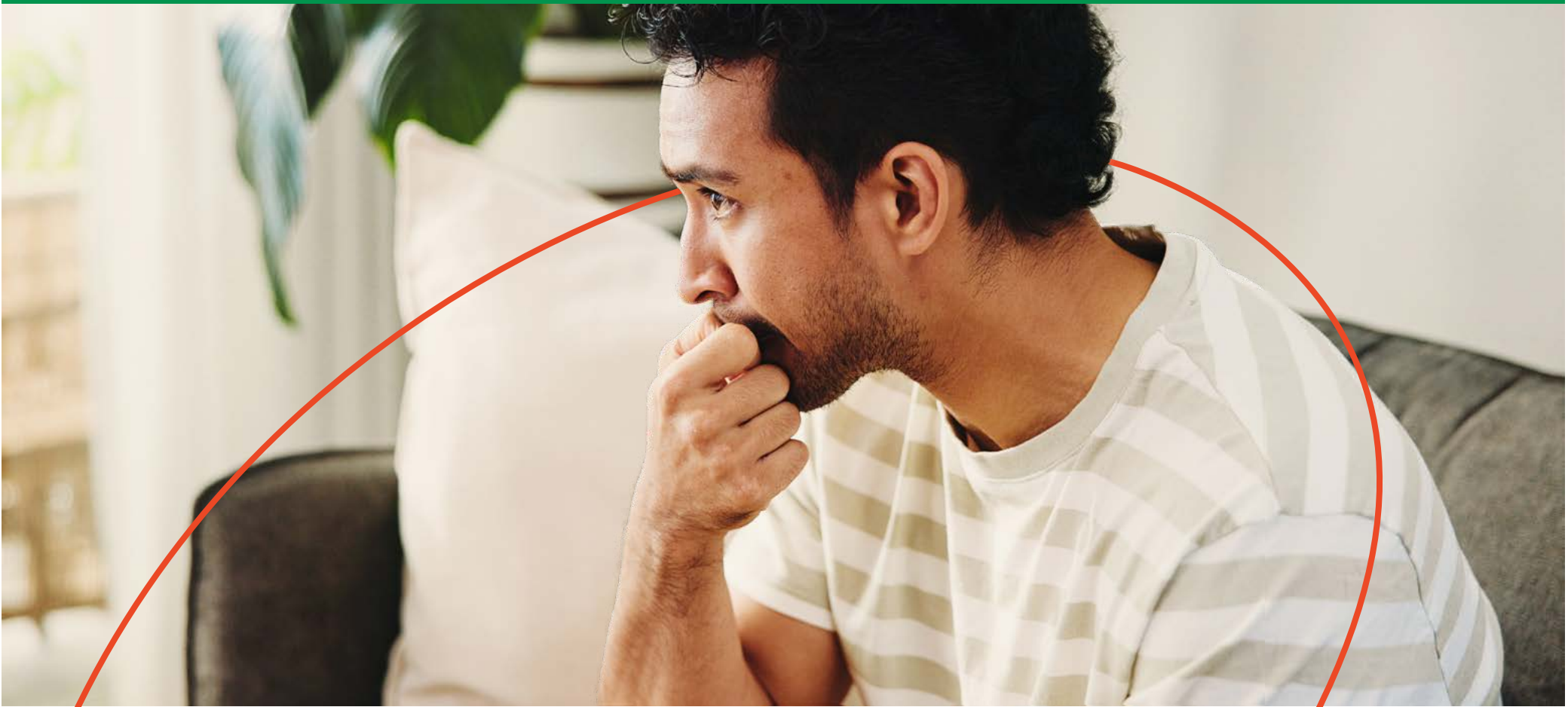
Conclusion

À quoi servent les émotions ?

Les émotions, loin de constituer un frein à la rationalité, forment un **système d'orientation sophistiqué**, essentiel tant à la survie qu'au bien-être psychologique. Elles agissent comme une forme de **boussole interne** : **la peur** attire l'attention sur une menace potentielle et prépare à la protection ; **la colère** émerge lorsqu'une situation est perçue comme problématique ou inacceptable, mobilisant l'énergie nécessaire pour rétablir un équilibre ou ajuster une relation ; **la joie**, quant à elle, renforce les comportements perçus comme bénéfiques et encourage les interactions sociales.

Sans ce registre émotionnel, nos décisions seraient privées d'une part déterminante de l'information : nous agirions de manière strictement mécanique, incapables d'évaluer ce qui compte véritablement, ce qui mérite d'être évité ou au contraire cultivé.

Ainsi, les émotions ne constituent pas un bruit de fond parasitant la raison, mais **un partenaire indispensable, permettant à chacun de s'orienter dans un environnement complexe en attribuant de la valeur, du sens et des priorités à l'action.**



La peur est également un facteur puissant, notamment celle d'**un futur incertain** ou de **la perte du monde tel que nous le connaissons**. Cependant, lorsque cette peur est excessive ou continue sans issue claire, elle peut provoquer **un repli psychologique, un déni** ou **une fuite**. C'est pourquoi **les messages alarmistes doivent être accompagnés de propositions concrètes, réalisables, et surtout positives**, portant un espoir permis par des alternatives crédibles.

La tristesse et le sentiment de perte associés à la dégradation des milieux naturels, à la transformation des paysages ou à la disparition d'espèces constituent également des vecteurs importants de prise de conscience écologique. Dans certains contextes, ces émotions donnent lieu à des **rituels de mémoire environnementale** qui permettent de mettre en récit les atteintes au vivant et de soutenir, dans la durée, **des engagements en faveur de la restauration ou de la protection d'écosystèmes locaux**. Toutefois, elles peuvent aussi être interprétées comme **le signe d'une rupture irréversible, conduisant à un sentiment d'impuissance et, parfois, à l'abandon de toute action.**

Sur le plan psychologique, la tristesse joue une **fonction adaptative essentielle**.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Les émotions dans la transition : l'éco-anxiété sauvera-t-elle notre civilisation ?

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

En ralentissant l'organisme (baisse d'énergie, repli temporaire, larmes), elle **facilite l'intégration d'événements difficiles et la réorganisation cognitive et émotionnelle** qui suit un changement majeur. Sur le plan social, elle remplit une fonction de **signal interpersonnel** : son expression, qu'il s'agisse de la posture, du regard ou des pleurs, mobilise spontanément l'empathie et le soutien de l'entourage. Elle contribue ainsi à **renforcer les liens sociaux et les dynamiques coopératives au sein d'un collectif**.

Cette peur diffuse s'intensifie à mesure que les individus prennent conscience de

la **gravité**, du **caractère systémique** et de la **potentielle irréversibilité** de la crise environnementale, ainsi qu'au contact d'expériences concrètes : épisodes de chaleur extrême, stress hydrique affectant les agriculteurs, ou encore dégradation observable des milieux de vie³. Alors que **le déni agit comme un mécanisme de défense** visant à maintenir une distance psychologique face à la menace, l'éco-anxiété correspond, au contraire, à une **reconnaissance émotionnelle forte du problème**. Elle se manifeste par un **malaise** ou une **détresse psychique**, pouvant conduire soit à un **sentiment d'impuissance et de paralysie**, soit à

un **engagement accru dans des actions environnementales**.

En d'autres termes, déni et anxiété témoignent l'un comme l'autre d'une prise de conscience, explicite ou implicite, de la réalité du problème environnemental. L'éco-anxiété peut ainsi être interprétée comme **un indicateur de compréhension approfondie de la crise, à condition que ses manifestations émotionnelles soient accompagnées et régulées**. Le déni, quant à lui, constitue **une modalité particulière de gestion de la charge émotionnelle induite par cette reconnaissance** : il présuppose toujours, même minimalement, la perception préalable de la menace.

Une part importante des jeunes générations exprime aujourd'hui **des formes d'anxiété liées aux crises environnementales, en particulier dans les pays en développement** où les impacts climatiques se manifestent de manière plus immédiate et tangible⁴. Si l'éco-anxiété peut s'accompagner d'une réelle souffrance psychique, elle peut également constituer un vecteur **d'engagement lorsqu'elle se manifeste de manière dite « adaptative »**. Cette forme d'anxiété se caractérise par **la capacité à transformer l'inquiétude**

en stratégies d'action, à condition que les individus disposent de « **conditions de faisabilité** » minimales, c'est-à-dire la compréhension qu'ils peuvent, à leur échelle, **contribuer à la réponse collective**. C'est précisément à ce niveau que s'inscrivent **les dispositifs d'accompagnement, les politiques publiques et les cadres normatifs** : ils ont pour fonction de **créer les environnements matériels, sociaux et institutionnels permettant la mise en action des individus et la mobilisation collective**, indispensable aux dynamiques de transformation.

Ces exemples montrent que **la transition socio-écologique ne peut être pensée exclusivement sous l'angle de la rationalité économique ou technico-scientifique**. La recherche comme les interventions doivent intégrer **la diversité des émotions en jeu**, ainsi que **leurs fonctions respectives dans les processus de perception, de décision et d'engagement**. On observe désormais des formes d'éco-anxiété **dans l'ensemble des groupes sociaux et au sein des organisations**, y compris les entreprises et les institutions publiques, ce qui renforce la nécessité d'approches systémiques prenant en compte les dimensions émotionnelles des changements environnementaux.

L'éco-anxiété désigne une forme spécifique d'anxiété liée aux bouleversements environnementaux. Elle combine des **dimensions psychologiques et sociales de la crise écologique**, en reflétant à la fois la **prise de conscience** de la dégradation du vivant et **l'incertitude** quant à la capacité collective à y répondre. Cette expérience émotionnelle traduit ainsi **la tension vécue par les individus entre la gravité perçue des enjeux et les efforts, parfois insuffisants ou inégaux, engagés pour en limiter les effets²**.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Les émotions dans la transition : l'éco-anxiété sauvera-t-elle notre civilisation ?

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Systemes de pensées 1 et 2

La psychologie cognitive et sociale propose un cadre utile pour saisir le fonctionnement de l'esprit humain face à des informations menaçantes, mobilisant la notion des **deux systèmes cognitifs, souvent appelés cerveau 1 et 2⁵**. Le « **système 1** » est **rapide, intuitif, affectif, déclencheur d'émotions immédiates** comme la peur, la colère, la compassion ou l'anxiété. Le « **système 2** » est **plus réfléchi, analytique, mobilise des connaissances et stratégies plus élaborées**, par exemple pour évaluer les risques ou concevoir des solutions. Il rend également possible la **prévision de nos émotions** lorsque l'on imagine certaines situations ou que l'on songe à modifier certains comportements. L'enjeu est que lorsqu'un individu est confronté à des menaces (environnementales ou autres, des stresseurs), **ce sont souvent les réactions cognitives et émotionnelles du système 1 qui dominent**, plutôt que celles du système 2. Face à ce constat, plusieurs options émergent. **On peut :**

- soit **tenter de se former pour un meilleur fonctionnement du cerveau 2**, ce qui est possible mais ardu car dans notre civilisation, c'est surtout le système 1 qui est renforcé ;
- soit **ignorer le système 1 et faire comme si ce n'était pas un enjeu**, et ainsi,

risquer de créer des effets contradictoires, des résistances, etc ;

- soit **prendre en compte les réactions naturelles du système 1** et en tirer des implications pour des campagnes de sensibilisation et d'accompagnement à l'action.

Mais il est probable qu'une **combinaison de la première et de la troisième option soit la plus efficace**.

Face à la crise écologique, le **stress psychologique devient chronique**, il peut être ressenti en permanence. Cet état est produit par l'exposition constante à des mauvaises nouvelles et à un imaginaire de catastrophes à venir. Ce stress est à la fois **physique** (tensions musculaires, sécrétion de cortisol) et **émotionnel** (angoisse, peur, découragement) et est **marqué par un sentiment d'impuissance et d'insécurité** qui renforce notre réaction issue du système 1 et **favorise davantage un mécanisme de défense comme le déni**, qu'une stratégie d'adaptation et d'action proactive **issu** du système 2.

Si l'on compare avec d'autres types de stressors, celui **écologique** est particulier par **son ampleur, sa durée et son caractère global**. Les populations ne peuvent pas facilement se référer à un vécu individuel, collectif (voire par des infrastructures

construites dans des conditions qui évoluent) et historique antérieur pour interpréter cette situation, ni s'en inspirer pour trouver des réactions adéquates. La situation est alors ressentie comme **inédite** (et donc, dans nos modes mentaux comme sans solutions éprouvées) et **hors de contrôle**. Cela peut sembler paradoxal mais cela conduit fréquemment à une **gestion psychologique à travers des mécanismes d'évitement ou de déni, afin de réduire la charge affective** insupportable. Autrement dit : « pas de souci à se faire s'il n'y a pas de problèmes à résoudre ». Mais **ces processus de gestion psychologique et émotionnelle rendent difficile l'engagement durable dans des actions concrètes de transformation**.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Les émotions dans la transition : l'éco-anxiété sauvera-t-elle notre civilisation ?

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 2

Idées reçues et fausses hypothèses

Comme les autres chapitres, celui-ci revient sur deux idées fausses répandues.

Première idée reçue : la connaissance scientifique produit mécaniquement une prise de conscience suivie d'un changement d'attitude, puis de comportement et enfin d'actions aux échelles individuelles et collectives (comme si un graphique sur l'augmentation des émissions de gaz à effets de serre allait faire de nous des végétariens). Comme si le passage d'une étape à une autre était **automatique** et ne pouvait pas être freiné et qu'un retour en arrière n'était pas possible. En effet, la recherche montre qu'**être informé des risques climatiques ne suffit pas à engager la majorité des individus car plusieurs formes de déni et d'évitement cognitif freinent l'action collective et individuelle.**

Seconde idée reçue : la peur mène à l'action, et dans le cas de l'écologie, plus précisément, que la peur de catastrophes futures peut susciter des changements

suffisants maintenant. Mais, de fait, cela concourt au déni, qui peut se manifester sous différentes formes⁶ :

- **le déni littéral : une réfutation de la réalité scientifique de la crise climatique ou de la responsabilité humaine dans cette crise.** Malgré les preuves scientifiques robustes et la multiplication des événements extrêmes associés ou non à la crise climatique, même vécus, **une part non négligeable⁷ de la population continue d'affirmer que le changement climatique n'existe pas ou qu'il ne résulte pas des activités humaines.** Ce positionnement s'explique en partie par des mécanismes psychologiques d'autoprotection visant à réduire le stress associé à la reconnaissance de la menace⁸ ;
- **le déni implicite : plus subtil, il consiste à reconnaître la réalité de la crise mais à se détourner de ses implications morales ou comportementales,** évitant ainsi de modifier durablement ses pratiques ou de s'engager dans des actions collectives. **Cette forme**

d'incongruence entre savoir et agir est typique dans les sociétés modernes, où les comportements les plus faciles (tri des déchets, achats éco-responsables symboliques) prospèrent, mais où **les transformations profondes nécessaires sont largement éludées.** Cette forme de déni renvoie peut-être davantage aux efforts à faire qu'à la nature du problème ;

- **le déni interprétatif : il implique une reformulation mentale des enjeux,** par exemple en attribuant les catastrophes naturelles à des cycles normaux ou à la fatalité. **Cette forme nourrit le fatalisme et la résignation.** On peut alors avoir un individu convaincu par les crises climatiques, qui soit bien informé et attaché à la beauté de la planète, du vivant, et qui ne fera rien pour autant.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Les émotions dans la transition : l'éco-anxiété sauvera-t-elle notre civilisation ?

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Mécanismes d'évitement

Au-delà de ces formes de déni, **plusieurs mécanismes d'évitement contribuent également à la paralysie comportementale face à une crise perçue comme disproportionnée.**

Il est important de distinguer que les réactions émotionnelles observées peuvent se rapporter⁹ :

1. soit **à la crise elle-même**, c'est-à-dire à la prise de conscience de son ampleur et de ses conséquences ;
 2. soit **aux efforts demandés pour y répondre**, tels que les changements de modes de vie, d'alimentation, de mobilité ou d'aménagement urbain.
- **Minimisation des risques** :
Exemple : *on a toujours eu des inondations, des avalanches, des crues, des tempêtes...*
 - **Attribution de responsabilité à d'autres** (États, entreprises) et **minimisation de son implication**, dans un système économique intégré.
 - **Distraction par des préoccupations superficielles** ou importantes mais quotidiennes (aller chercher les enfants à l'école, loisirs, se faire des pauses séries...).

- **Apathie individuelle et collective** liée au sentiment d'impuissance.

Le comportement humain est aussi influencé par la tension entre émotions positives et négatives.

La peur, la culpabilité et la tristesse peuvent être mobilisatrices à court terme, mais risquent d'entraîner, à moyen terme, de la **fragmentation, des conflits sociaux, de l'amertume** et de l'épuisement **psychique** si elles sont **permanentes et non accompagnées de dispositifs d'action collective.**

Les émotions sont aussi importantes que les connaissances factuelles pour susciter des changements concrets. Le sentiment d'efficacité personnelle, la reconnaissance par le groupe, la valorisation des gestes accomplis jouent un rôle conjugué à celui de l'information. Les dispositifs collectifs qui offrent des retours réguliers sur les progrès accomplis, comme les défis communautaires de réduction d'empreinte carbone, mobilisent cette dynamique émotionnelle collective.

Enfin, le **renforcement de normes sociales pro-environnementales est indissociable du travail sur les émotions à l'échelle locale et culturelle.** Lorsque la majorité se déclare sensible aux questions écologiques, que les comportements vertueux (tri, économies d'énergie, mobilité douce) deviennent valorisés socialement, **la pression normative favorise l'intégration de ces pratiques même par les réticents.**





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Les émotions dans la transition : l'éco-anxiété sauvera-t-elle notre civilisation ?

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 3

Actions pour accompagner les changements de pratiques

Un point fondamental en matière d'accompagnement au changement est la diversification des stratégies d'information et de mobilisation, au-delà des campagnes purement informatives centrées sur les données scientifiques.

Les approches émotionnelles, utilisant le lien affectif avec la nature (émerveillement, fierté, gratitude), les récits participatifs, les jeux sérieux et les méthodes artistiques, ont montré leur capacité à **mobiliser plus durablement l'attention et la responsabilité**.

Au niveau individuel, le **développement de l'intelligence émotionnelle**, qui consiste à comprendre, gérer et utiliser ses émotions, est **une compétence clé à développer pour accompagner la transition**. Elle permet de mieux accueillir des émotions parfois difficiles (colère, peur, désespoir), d'éviter l'épuisement militant,

et de restaurer une motivation durable par la reconnaissance des progrès et la construction de récits porteurs d'espoir.

Exemple : dans des programmes scolaires ou associatifs, l'approche dite « tête-corps-cœur » cherche à conjuguer connaissance scientifique, vécu sensible et engagement concret, afin de **dépasser l'aliénation cognitive**. Certaines associations mais aussi des formateurs organisent des **groupes de parole sur l'éco-anxiété**, assortis de **formations à l'intelligence émotionnelle et au coaching écologique** qui offrent des outils pour transformer l'angoisse en engagement.

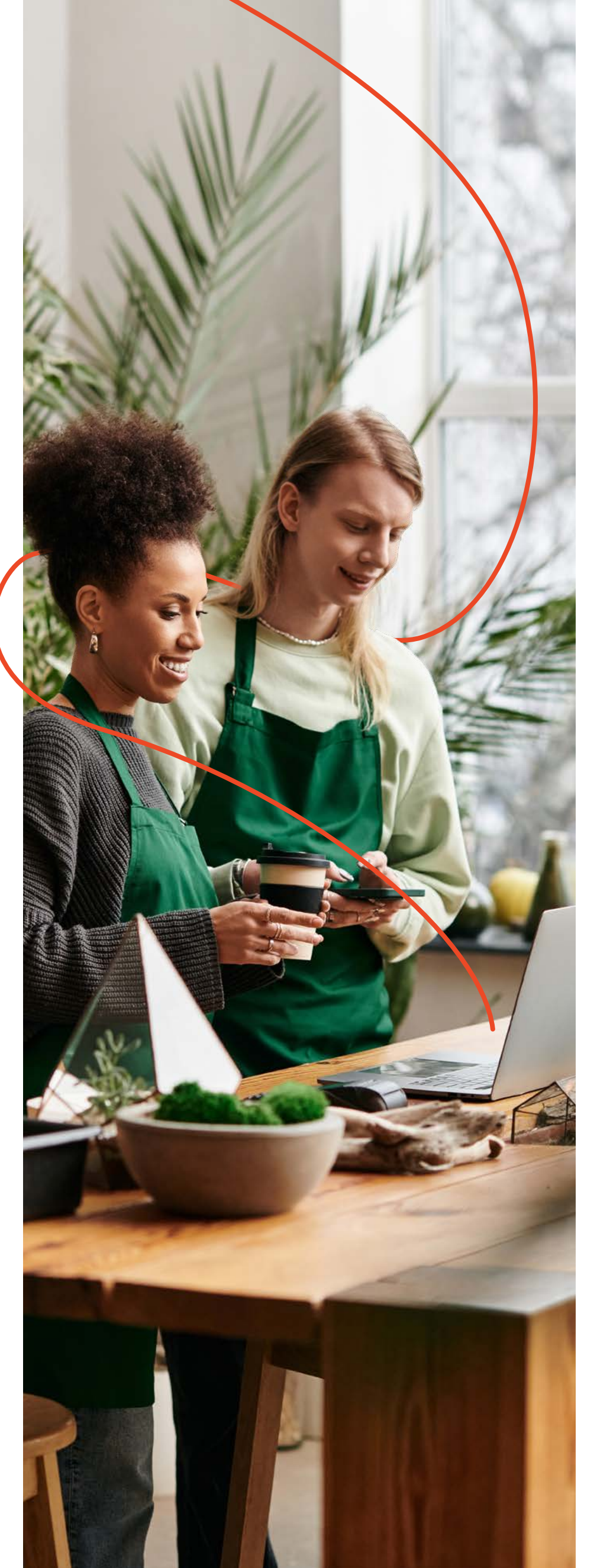
Dans les espaces urbains, le **contact avec la nature**¹⁰ (jardins partagés, refuges pour pollinisateurs, espaces verts accessibles) renouvelle l'affect et **favorise l'adoption de comportements écocitoyens**.

Exemple : un quartier qui instaure un « festival de la biodiversité » annuel, associant ateliers, sorties naturalistes, restauration des friches et sensibilisation, voit non seulement accroître la richesse biologique locale mais aussi **renforcer la cohésion sociale et**

l'engagement des habitants dans la gestion durable de leur territoire.

Une des stratégies conseillées est la **valorisation du sentiment d'efficacité perçue**. Donner aux individus et aux collectifs un sentiment de capacité d'action réel, par des initiatives locales concrètes (co-constructions, groupes d'action, comités d'entreprises), est essentiel pour **rompre avec le sentiment d'impuissance généralisé**.

Exemple : des campagnes associent mesure individuelle de l'empreinte carbone, défis collectifs de réduction des consommations, et récompenses sociales pour les réussites.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Les émotions dans la transition : l'éco-anxiété sauvera-t-elle notre civilisation ?

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

La transformation des normes sociales est aussi un levier puissant. En effet, la pression et la conformité sociale influencent autant que les croyances individuelles. Des campagnes multipliant les exemples positifs valorisent ces changements normatifs, facilitant une adoption plus large des comportements durables. **Le rejet par le groupe est parfois la cause principale de la résistance lors de changements « atypiques »** (ex : régimes végétariens, mobilité douce en milieu rural).

Exemples détaillés :

- l'intégration d'un « **serious game** » dans les écoles a permis de sensibiliser les élèves au cycle carbone et aux impacts du changement climatique, suscitant des discussions et des projets concrets d'économies d'énergie. On fait appel ici au **plaisir du jeu** et aux **interactions collectives** ;
- des campagnes urbaines valorisant le retour du chat sauvage ou des oiseaux dans les quartiers ont créé un sentiment de **fierté locale** et une **motivation à limiter les pesticides et à protéger les espaces verts**. Un suivi des individus, avec photos ou vidéos, permet aussi une identification par les humains et améliore leur attachement ;

- **le lancement de défis collectifs dans des entreprises** incite à réduire les impressions papier, mais limite les déplacements en voiture, et favorise les achats responsables, avec un feedback visuel régulier des progrès et un système de récompenses non monétaires qui favorisent l'engagement ;
- dans certaines régions touchées par des sécheresses, **des groupes locaux expérimentent des solutions agroécologiques intégrées**, qui recréent la fertilité des sols tout en améliorant la résilience climatique des cultures et aux fluctuations des prix, offrant **un sentiment d'empowerment et de solidarité entre agriculteurs**. Ce type de pratiques mobilise **la fierté et l'identité locale**, le collectif humain et une communion émotionnelle avec la terre, conduisant à **des dynamiques de changement profond plus durables que l'incitation financière seule**;
- sur les réseaux sociaux, des mouvements de jeunes militants comme « **Fridays for Future** » génèrent une **communication positive et mobilisatrice**, transformant parfois l'anxiété climatique en **activisme collectif** ;
- certaines ONG développent des **programmes d'accompagnement**

psychologique pour les « éco-anxieux », combinant soutien émotionnel et engagement concret, permettant d'éviter la paralysie ou la dépression générées par la charge émotionnelle ;

- ces expériences ont bien plus d'impacts lorsqu'elles sont **partagées avec leur contenu émotionnel** : fierté, curiosité, convivialité, diminution de la dissonance cognitive...





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Les émotions dans la transition : l'éco-anxiété sauvera-t-elle notre civilisation ?

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Synthèse des actions concrètes pouvant être mises en œuvre :

- 1. diversifier les formes de communication :** donner du sens et une signification pratique quotidienne à des données scientifiques en l'accompagnant d'approches émotionnelles, artistiques, physiques et participatives ;
- 2. renforcer le sentiment d'efficacité individuelle et collective** en proposant des actions concrètes réalisables et en valorisant les réussites, ce qui suscite des émotions positives vis-à-vis de l'apprentissage et des innovations dans les pratiques individuelles, collectives et organisationnelles ;
- 3. promouvoir l'émergence de normes sociales positives** par des exemples visibles, des pratiques répliquables et des campagnes de valorisation ;
- 4. adapter les stratégies aux spécificités des comportements, des contextes et des publics** pour plus d'efficacité. Ceci nécessite au préalable d'identifier ces spécificités correctement afin de leur répondre adéquatement. Les sciences comportementales sont bien outillées pour ceci ;

- 5. accompagner les publics vulnérables,** psychologiquement et socialement, pour éviter la paralysie liée à l'éco-anxiété et réduire les mécanismes d'évitement. Renforcer le sentiment d'efficacité individuelle et collective prend ici une autre dimension et doit être abordée de manière différente selon les classes ;
- 6. favoriser la collaboration interdisciplinaire en recherche** pour mieux comprendre les déterminants du comportement : quels moteurs transformatifs du déni et des mécanismes d'évitement vers l'acceptation et l'action ? L'action en soi n'est-elle pas un moteur de diminution du déni ? ;
- 7. soutenir les initiatives locales et les projets citoyens** qui créent du lien social, du pouvoir d'agir, un sentiment d'identité territorial positif ;
- 8. mettre en place des outils de mesure et de suivi de l'impact des actions** pour ajuster les stratégies qui incluent les niveaux d'éco-anxiété, de déni et d'impuissance, ainsi que les mécanismes d'évitement tout en mesurant également leur pendant opposé : espoir, envie, enthousiasme et sentiment de capacité à agir et de participer à la solution ;

- 9. prévenir le risque d'isolement social ou de polarisation** à travers des espaces de débat ouverts et respectueux ;
- 10. intégrer l'éducation à l'intelligence émotionnelle,** la gestion des émotions par rapport à soi et aux autres dans les cursus scolaires, la formation continue et les formations en entreprises et pouvoirs publics ;
- 11. encourager la coopération internationale et la justice climatique** pour limiter le sentiment d'impuissance globale. La solidarité offre un sens accru et des émotions positives à des actions individuelles ;
- 12. construire des récits porteurs d'esérance réaliste** pour accompagner la transition, évitant trop de catastrophisme sans passer par la dénégaration ;
- 13. faire un exercice de visualisation :** quels avènements souhaitables et quelles étapes et quelle démarche, faisant appel à des émotions positives d'encapacitation, de désirabilité et non de peur ;
- 14. proposer des solutions « clé en main » pour réduire la complexité perçue** (et la peur de l'échec qui émerge face à une trop grande complexité) et faciliter la décision et l'adhésion ;

- 15. soutenir la recherche sur les mécanismes psychologiques et émotionnels** pour affiner les approches comportementales.

La transition écologique se heurte à des **défis psycho-sociaux majeurs**, mais aussi à **des ressources émotionnelles mobilisables**. Il ne suffit pas de répandre des chiffres ou des recommandations techniques. Il faut **accueillir les émotions, canaliser les éco-émotions** (colère, peur, tristesse, mais aussi joie, espoir, gratitude, le plaisir d'innover et de trouver des nouvelles solutions), **déployer des espaces de partage et d'accompagnement, et construire des récits collectifs non catastrophiques porteurs de sens**. Les actions concrètes qui apparaissent les plus efficaces sont **celles qui associent mobilisation émotionnelle, empowerment individuel, innovation sociale et transformation systémique**.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Les émotions dans la transition : l'éco-anxiété sauvera-t-elle notre civilisation ?

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Notes

Partie 1 : Psychologie des émotions et transition écologique

P.47

¹Brosch, T. (2021). Affect and emotions as drivers of climate change perception and action : a review. Current Opinion in Behavioral Sciences, 42, 15-21.

P.49

² JALIN, H., CHANDES, C., CONGARD, A., & BOUDOUKHA, A.-H. 2024. « Appréhender l'éco-anxiété : Une approche clinique et phénoménologique ». Psychologie Française, 69, 35-47. <https://doi.org/10.1016/j.psfr.2022.03.003>

³ RESER, J. P., MORRISSEY, S. A., & ELLUL, M. 2011. « The Threat of Climate Change: Psychological Response, Adaptation, and Impact » s. Climate Change and Human Well-Being pp. 19-42. Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-9742-5_2

⁴ HICKMAN, C., MARKS, E., PIHKALA, P., CLAYTON, S., LEWANDOWSKI, R. E., MAYALL, E. E., WRAY, B., MELLOR, C., & VAN SUSTEREN, L. 2021. « Climate anxiety in children and young people and their beliefs about

government responses to climate change : A global survey. » The Lancet Planetary Health, 512, e863-e873.

P.50

⁵ Kahneman, D. (2011). Fast and slow thinking. Allen Lane and Penguin Books, New York.

Partie 2 : Idées reçues et fausses hypothèses

P.51

⁶ COHEN, S. 2013. States of Denial: Knowing about Atrocities and Suffering. John Wiley & Sons.

⁷ WITKOWSKI, D., & BOY, D. 2022. Une planète mobilisée ? L'opinion mondiale face au changement climatique. Observatoire international Climat et Opinions Publiques.

⁸ WULLENKORD, M. C., & REESE, G. 2021. « Avoidance, rationalization, and denial: Defensive self-protection in the face of climate change negatively predicts pro-environmental behavior ». Journal of Environmental Psychology, 77, 101683. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101683>

P.52

⁹ UHL, I., KLACKL, J., HANSEN, N., & JONAS, E. 2018. « Undesirable effects of threatening climate change information: A cross-cultural study ». Group Processes & Intergroup Relations, 213, 513-529. <https://doi.org/10.1177/1368430217735577>

Partie 3 : Actions pour accompagner les changements de pratique

P.53

¹⁰ BARRABLE, A. (2019). Refocusing Environmental Education in the Early Years : A Brief Introduction to a Pedagogy for Connection. Education Sciences, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.3390/educsci9010061>



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Le rôle de la
cognition implicite
dans la culture
organisationnelle
pro-environnementale

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion



— Chapitre — 05

Le rôle de la cognition implicite dans la culture organisationnelle pro-environnementale

Auteur·rice·s

Sylvie Blanco, David Gotteland,
Olivier Trendel.
Grenoble Ecole de Management,
France

→ **Partie 1**
Discipline, notions clés et
enjeux principaux

→ **Partie 2**
Idées reçues et hypothèses
non vérifiées

→ **Partie 3**
Les freins internes et
systémiques



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Le rôle de la
cognition implicite
dans la culture
organisationnelle
pro-environnementale

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 1

Discipline, notions clés et enjeux principaux

À la croisée entre **management des organisations, psychologie cognitive et sociologie des organisations**, le chapitre aborde la question suivante : **comment les entreprises peuvent-elles développer une culture organisationnelle qui favorise des comportements pro-environnementaux ?** C'est-à-dire une façon d'agir, de penser, de prendre des décisions où la préservation de l'environnement est une valeur partagée, structurante et traduite dans les pratiques concrètes ? **Quels sont les facteurs qui freinent ce changement organisationnel ?** Deux notions clés émergent : la **cognition implicite** et la **culture organisationnelle**.

Cognition implicite

La **cognition implicite** désigne les **processus cognitifs** intervenant **hors de toute conscience** ou de tout contrôle, se concentre sur **l'étude des valeurs et croyances implicites** profondément **ancrées au niveau individuel** et qui relève du fonctionnement du **cerveau 1 (réaction immédiate, non réfléchie)**¹.

Elle joue un rôle au moins aussi important dans les décisions quotidiennes que les règles et les moteurs conscients, mais est **beaucoup moins bien comprise** et notamment dans son rôle dans la culture organisationnelle des entreprises ou des pouvoirs publics.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Le rôle de la cognition implicite dans la culture organisationnelle pro-environnementale

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

La culture organisationnelle

Ce terme renvoie au sens partagé et très souvent inconscient, implicite, du fonctionnement et des modalités d'une organisation, ses valeurs et objectifs fondamentaux. Elle favorise, sans jamais conditionner entièrement, les décisions et les valeurs associées par exemple, à la valeur actionnariale ou à la croissance des ventes. Elle peut également influencer l'amélioration des processus et le bien-être au travail. Elle se manifeste à plusieurs niveaux, par le biais de politiques, programmes internes, règles, et comportements visibles jusqu'aux valeurs et croyances profondes, souvent inconscientes et imperceptibles.



Elle se compose de **quatre niveaux**^{2,3}, fortement structurés et qui s'appliquent autant aux organisations privées que publiques :

- **les valeurs fondamentales** : souvent inconscientes, héritées de la direction ou de l'histoire de l'organisation, par exemple, « la performance financière prime » ou « protéger la nature est essentiel » ;
- **les normes** : attentes sur la manière d'agir. Exemples : *trier les déchets, économiser l'eau, conditions dans les contrats avec les fournisseurs, choix des clients et des ressources, ou leur absence...* ;
- **les artefacts (signes visibles de la culture)** : logos verts, labels, slogans éco-responsables, présence de plantes, organisation d'événements écologiques. Attention : leur absence est aussi un message fort ;
- **les comportements** : ce que font effectivement les salariés, exemples : *développer des produits verts, initier des audits environnementaux, intégrer l'écoconception à la R&D ou leur absence....* ;

Si les éléments explicites et conscients (décisions explicites, politiques affichées) d'une culture d'entreprise sont visibles, ils ne sont pas nécessairement les moteurs les plus puissants :

les éléments inconscients (valeurs implicites, automatismes, « implicite cognitif ») sont souvent ceux qui pilotent, à l'insu des acteurs, leurs véritables choix.

La culture d'entreprise joue un rôle déterminant dans les efforts de transition, puisqu'elle peut soit encourager le changement, soit maintenir le statu quo. Les études recensées montrent d'ailleurs que les entreprises ayant développé une culture organisationnelle compatible avec la transition obtiennent :

- **une meilleure performance financière et de marché à long terme** (marque valorisée, fidélité client, innovation, recrutement facilité...) ;
- **une performance écologique supérieure** : moins d'effets négatifs sur l'environnement, meilleure conformité aux lois, proactivité face aux normes à venir ;

- **une capacité d'innovation accrue** (produits, procédés, gestion des risques originellement pensés à partir des enjeux environnementaux) ;

- **un avantage concurrentiel durable** et une attractivité renforcée pour les collaborateurs, partenaires et investisseurs partageant ces valeurs.

Au-delà des chartes et des chiffres de rentabilité et de performance, **l'étude des biais cognitifs, du rôle des valeurs implicites, des pratiques de changement d'habitudes** permet de comprendre et de contribuer à la transformation ; y compris à travers des outils issus de la recherche ; des automatismes individuels et collectifs, sources de résistance.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Le rôle de la
cognition implicite
dans la culture
organisationnelle
pro-environnementale

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 2

Idées reçues et hypothèses non vérifiées

Une première étape cruciale pour modifier ces valeurs et croyances implicites pro-environnementales consiste à ce que les individus prennent conscience et reconnaissent leurs propres hypothèses implicites qui sous-tendent nombre de leurs comportements et qui apparaissent souvent comme des fausses bonnes idées.

1. La motivation financière ne suffit pas

De nombreux dirigeants pensent (ou espèrent) que si l'on prouve qu'être vert est rentable, alors tous s'y mettront. Pourtant, **les freins psychologiques, identitaires, culturels ou l'effet d'inertie sont d'une tout autre nature :**

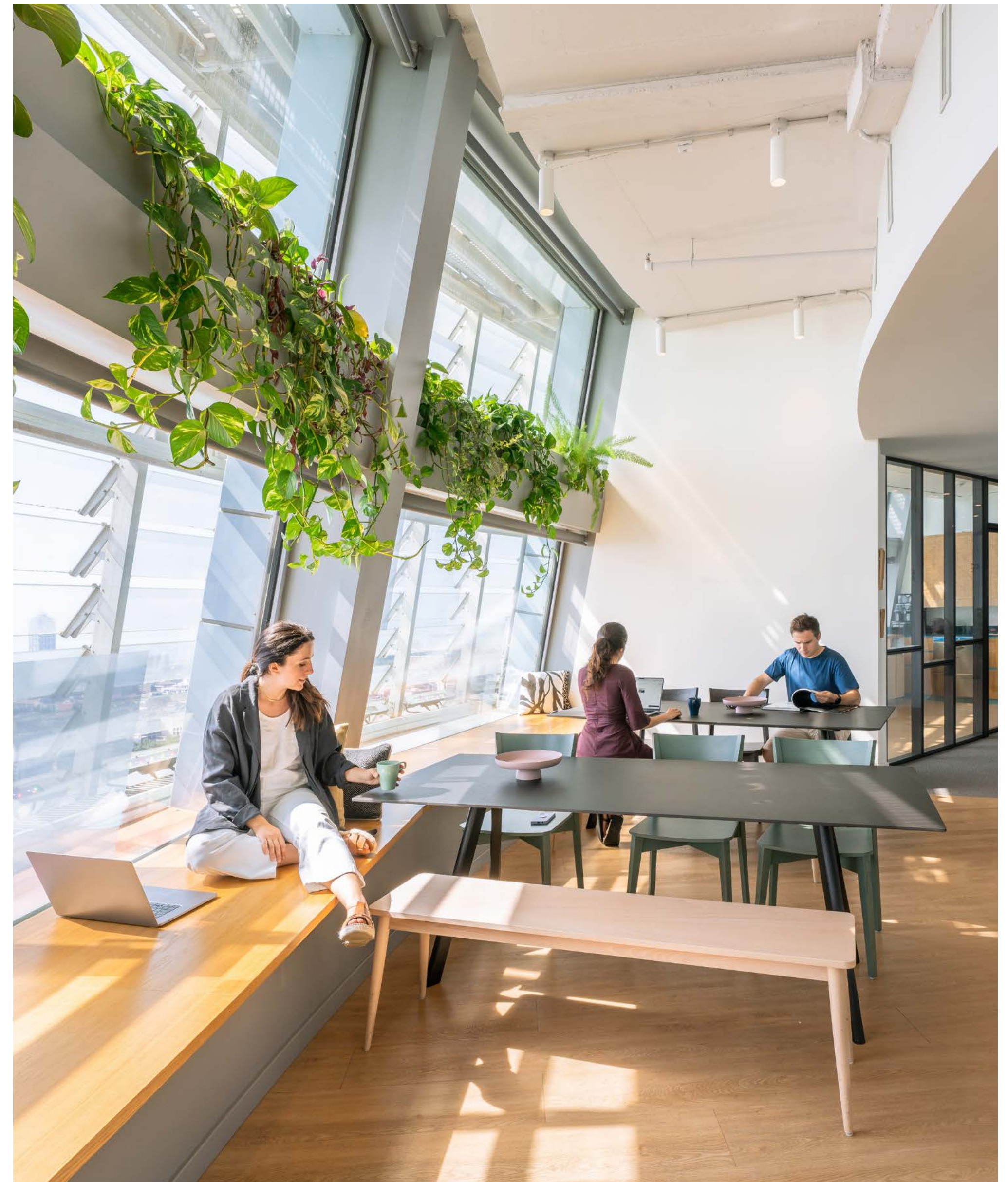
- exemple : la direction de Volkswagen a sciemment manipulé les normes anti-pollution malgré une bonne connaissance du risque réputationnel et réglementaire, preuve que **l'intérêt financier n'est pas toujours déterminant.**

- Parfois, une politique environnementale est vue comme un coût, alors qu'elle crée de la valeur à long terme, mais **les raisonnements « court-terme »** dominent.

2. La communication et les labels ne suffisent pas.

Les logos, labels, certifications et slogans verts se multiplient, mais, en l'absence de pratiques internes cohérentes, ces éléments visibles ne suffisent pas à éviter le « **greenwashing** » ni à renforcer réellement la culture organisationnelle.

Pour autant, les labels peuvent avoir des effets positifs en donnant des objectifs explicites et augmentent l'« **accountability** » (l'obligation, perçue par les acteurs extérieurs et internes, qu'il faut mettre en œuvre ce qu'on a promis).





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Le rôle de la cognition implicite dans la culture organisationnelle pro-environnementale

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

3. La contrainte extérieure aide mais...

Les lois, les taxes et les certifications ont un effet structurant l'action par le biais de **l'architecture de choix**⁴, en offrant des règles de fonctionnement imposées de l'extérieur. D'autres, **telles que les attentes des consommateurs ou l'activisme des actionnaires, auront des effets plus directs en interne**, davantage basées sur **des actions stratégiques et conscientes**.

Mais si ces actions offrent un horizon clair sur les changements à effectuer, elles ne donnent pas d'indications sur ces changements. **En l'absence d'ancrage culturel profond, ces pressions tendent à créer des adaptations superficielles** (on coche une case mais sans transformation structurelle).

- Exemples : certaines entreprises multiplient les chartes sur le papier, mais dans les faits ne forment pas, n'influencent pas les comportements de leurs collaborateurs.
- d'autres trouvent des moyens de contourner les lois.
- Les innovants n'attendent pas l'arrivée de la loi : ils la devancent.

4. Quelques stratégies inefficaces :

- le recours à la menace mettant en péril l'intégrité de l'identité d'une personne ;
- le recours aux émotions, positives ou négatives, sans lien direct avec le sujet traité (par exemple en suscitant une humeur triste ou positive, ou des émotions spécifiques comme la colère ou le dégoût, sans lien aux actions à mener).





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Le rôle de la cognition implicite dans la culture organisationnelle pro-environnementale

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 3

Les freins internes et systémiques

1. Le poids de la culture implicite et des biais cognitifs

- On sous-estime les freins issus de réactions liées à la **pensée automatique**, à des **valeurs implicites**, forgés par l'Histoire. Notamment la dépendance des énergies fossiles et les valeurs profondes associées au **productivisme** et au **consumérisme** (les habitudes, les routines individuelles ou organisationnelles). Le moteur culturel qui structure le fonctionnement et l'identité de l'organisation, surtout chez les cadres intermédiaires, demeure **centré sur la performance financière et sur la routine, perçue comme plus simple et moins risquée**. Cette orientation **limite la capacité à innover et peut même alimenter un certain scepticisme écologique**.

- Long terme vs court terme**
Ce que je veux maintenant n'est pas compatible avec mes objectifs à long terme, et mes objectifs à long terme ne correspondent pas à ma situation actuelle. **Il existe une dissonance entre**

la volonté affichée par la direction et les comportements des managers intermédiaires incités à viser le résultat à court terme.

- Le **biais de conformisme** : « si les autres ne changent pas, pourquoi le ferais-je ? ». Cela joue un rôle sur le **poids de la hiérarchie** mais aussi au sein des collègues, et sur la **faible reconnaissance de « champions » potentiels internes** qui freinent l'appropriation des valeurs environnementales, de nouvelles pratiques, process, contrats et investissements.

2. Le décalage entre valeurs individuelles et culture d'entreprise (un individu plus enclin que l'entreprise ou l'opposé !)

Les analyses⁵ montrent que **les salariés importent des valeurs de leur vie privée (famille, éducation, sensibilités), parfois incompatibles avec celles qu'on leur demande d'afficher au travail**. Cela peut générer une forme de dissonance, de résistance, de méfiance qui limite la

portée des politiques « par le haut ».

3. Les barrières managériales et organisationnelles

Parmi les plus courantes :

- manque de formation, de ressources ou de soutien du management ;**
- politiques RH qui ignorent les valeurs, l'engagement ou la créativité** autour de l'environnement ;
- absence de relais entre les intentions stratégiques du sommet et l'appropriation par l'ensemble des salariés ;**
- absence de prises en compte de la complexité psychologique et sociale du changement** : les sciences du management sont restées trop longtemps « mécaniques », négligeant les émotions, le sens, la motivation profonde.

4. Freins externes contextuels

De nombreux facteurs externes alimentent l'inertie : insuffisance du soutien public, coût encore élevé des technologies vertes, absence d'incitations claires des pouvoirs publics, incertitude des horizons temporels et manque de vision d'ensemble de l'écosystème économique (chaîne de valeur, partenaires, fournisseurs, clients)⁵.

5. Le mythe du « one best way » (à la recherche de la solution magique).

Il n'existe pas de modèle unique de culture organisationnelle pro-environnementale : chaque organisation peut construire la sienne en s'appuyant sur la diversité de ses valeurs, ses traditions (clan, adhocratie, marché, hiérarchie), ses spécificités sectorielles, sa taille et son ancrage local ou sociétal.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Le rôle de la cognition implicite dans la culture organisationnelle pro-environnementale

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Actions pour transformer les pratiques et lever les freins

Créer un environnement de travail favorable à la transition écologique et aux humains est essentiel pour développer des valeurs et des croyances environnementales partagées au sein des organisations. Plusieurs leviers complémentaires peuvent y contribuer, illustrés par de nombreux exemples et études de cas : d'une part, sur la manière de mettre en œuvre une transformation culturelle pro-environnementale, et d'autre part, sur la façon de nourrir une culture organisationnelle où les employés se reconnaissent dans des valeurs environnementales communes.

1. Prendre en compte la cognition implicite et ensuite, agir

Puisque les **biais implicites (postulats non conscients)** jouent un rôle clef dans la transformation (ou son échec) des cultures d'entreprise, il faut travailler sur :

- **des formations sur les biais implicites** permettant de rendre à la conscience explicite les réflexes, préférences, idées évidentes et postulats inconscients des collaborateurs ;
- ces formations fonctionnent mieux quand elles reposent sur **des objectifs**

pédagogiques clairs, des activités immersives, des exercices pratiques, et une durée suffisamment longue pour sortir de l'effet « one-shot » sans suite ;

- **une approche par étape graduelle** vers du renforcement des acquis et un approfondissement des changements en boucle de rétroaction entre pratiques et cognition est idéale ;
- **rendre les nouvelles normes visibles et explicites** tout en soulignant ce que l'entreprise attend (voire en les récompensant) augmente la motivation des individus à s'y conformer et modifie leurs croyances et préférences implicites ou à minima à y conformer leurs pratiques ;
- **créer des images mentales fortes et positives** d'un stimulus modifiera favorablement les associations qui viennent spontanément à l'esprit à son sujet. Ces images mentales positives contrecarreront et remplaceront les images mentales négatives préexistantes en mémoire. Ainsi, la circulation d'images illustrant un aspect positif de l'orientation pro-environnementale devrait créer une imagerie mentale positive et, in fine, renforcer l'orientation pro-environnementale implicite.

2. Intégrer la diversité de valeurs et de regards

La capacité à fédérer des individus aux valeurs différentes (liées à leur socialisation extérieure, éducation, passé, famille...) est essentielle. Impliquer les salariés dans la définition des initiatives (cocreation de slogans, d'objectifs, de modes d'action) et identifier (et reconnaître !) leurs motivations :

- **reconnaître les autres valeurs et les mobiliser pour faciliter les changements.** Exemple : *l'alimentation bio est meilleure pour la santé humaine et pour la planète ;*
- **l'approche qualitative**, qui prend en compte les différents aspects de la subjectivité, est fondamentale. Via la mise en récit, la pluralité de langages et d'images, **elle permet d'intégrer des points de vue divers et d'éviter le rejet.**

3. Articuler un changement planifié et émergent pour l'innovation

Une transformation organisationnelle efficace (et donc innovante) associe **planification et adaptation continue.**

- **Le modèle de Lewin :**
 - **Première étape** : lever les rigidités (issues des routines et dans les

chaînes de valeurs souvent fixées depuis longtemps) par la clarification du problème et des objectifs ;

- **Deuxième étape** : actions concrètes grâce à des changements légers de routines, puis, de systèmes, de process de production, de R&D, de reporting, de comptabilité... ;
- **Troisième étape** : consolidation par des outils RH, des récompenses, de la formation continue, des symboles fédérateurs.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

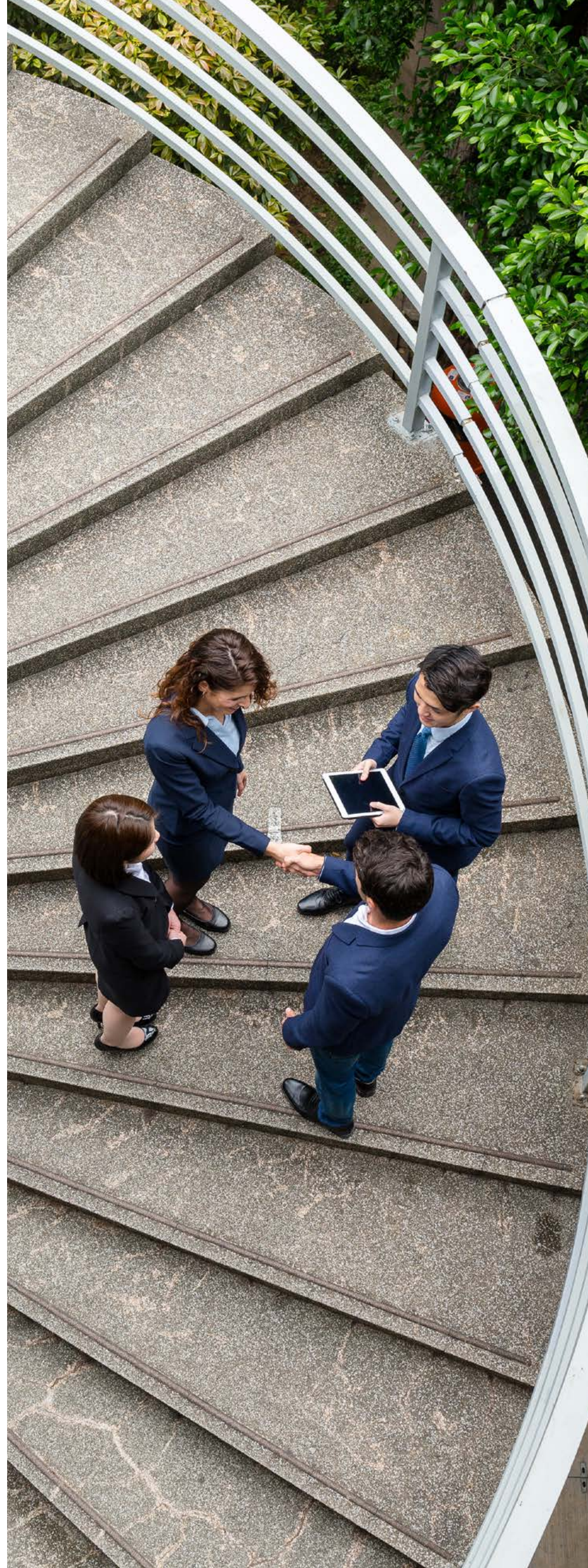
Le rôle de la cognition implicite dans la culture organisationnelle pro-environnementale

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion



Encourager l'innovation passe par des **initiatives autonomes, l'expérimentation sur le terrain, la possibilité d'adapter les pratiques en fonction des retours et l'implication des parties prenantes.**

Cela suppose également un **processus structuré d'évaluation et de retour d'expérience, fondé explicitement et implicitement sur le droit à l'erreur.**

(Exemple : *la compagnie Pocheo et la société Bang & Olufsen (BO) ont structuré leurs identités d'entreprise autour de croyances partagées (simplicité, fonctionnalité, expérience usager) qui perduraient au-delà des modes.*)

Cette cohérence culturelle, entretenue autant par des objets (Beomaster) que par une communauté apprenante, **facilite l'adoption de nouvelles pratiques (innovativeness verte) dès lors que leur narration est fédératrice.**

4. Former, motiver et reconnaître les collaborateurs

Le développement d'une culture pro-environnementale passe par **la formation concrète et continue de tous les niveaux hiérarchiques :**

- du **dévoilement de leur cognition implicite et de ses conséquences** sur leurs décisions quotidiennes ;
- à la **reconnaissance des initiatives locales et innovantes**, mais aussi ;

- par **l'ajustement des politiques RH** : recrutement de profils moteurs, évaluation prenant en compte l'engagement environnemental, récompenses (financières, symboliques, projets intéressants à mener...) et encouragement à la prise de risque créative – droit à l'erreur.

Exemple : *de multiples études de cas citent la réussite de PME ayant intégré des critères environnementaux dans les entretiens, l'évaluation des performances, ou la récompense des meilleures pratiques (ex : entreprises hôtelières au Kenya ayant vu croître la créativité et l'engagement via des formations RH pensées écologiquement)⁶.*

5. Soutenir l'innovation « green », l'écosystème et l'apprentissage organisationnel

Pour généraliser des comportements pro-environnementaux, il faut non seulement transformer **l'interne** mais aussi **les pratiques de la chaîne de valeur** qui, si ces pratiques fonctionnent bien, vont venir renforcer la cognition implicite et la culture organisationnelle.

- **Développer l'éco-innovation** : encourager la création de nouveaux produits, services et processus écoresponsables. Ceux-ci doivent être dotés d'une valeur perçue explicitement

par le client (ex : design, fonctionnalité, traçabilité, attrait, utilité...).

- **S'engager dans des démarches de green supply chain** : adoption de critères responsables chez les fournisseurs, audits, développement de filières.
- **S'appuyer sur le retour d'expérience, la veille, les collaborations avec des acteurs extérieurs** (ONG, startups, universités, mais aussi et surtout d'autres entreprises ayant mené de tels efforts avec succès et impacts positifs).

Exemples :

- *de nombreuses entreprises industrielles chinoises ont montré qu'intégrer l'environnement dans la stratégie supply-chain accroît la performance globale et la différenciation marché⁷ ;*
- *les études sur les PME innovantes d'Amérique du Nord démontrent qu'une vision environnementale (même dans des marchés instables) soutient la dynamique d'innovation et de croissance⁸.*



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Le rôle de la cognition implicite dans la culture organisationnelle pro-environnementale

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

6. Gouvernance, leadership et incarnation des valeurs

Le « **sponsoring** » direct par la direction générale, incarné par des actes, non des slogans, reste décisif. **L'exemplarité passe davantage par des actes que par des mots.** Les dirigeants peuvent **construire un contexte organisationnel dans lequel il devient facile, par défaut, d'agir en faveur de la transition plutôt qu'en sa défaveur.**

Les dirigeants doivent intégrer l'environnement dans une stratégie explicitement verte, donner des objectifs clairs, articuler la vision, montrer par l'exemple (leadership « vert ») et offrir un contexte de valorisation des initiatives.

Les managers intermédiaires, souvent évalués sur le court terme, doivent recevoir des outils leur permettant de traduire la vision dans la gestion quotidienne (indicateurs mixtes financier/écologique, triple comptabilité, autonomie d'action, dialogue transversal, bien-être au travail).

La circulation d'artefacts compatibles permet de matérialiser la nouvelle culture d'entreprise. Exemples : espaces verts, organisation d'évènements, communication du succès, répartition des moyens.

Exemple : des banques allemandes⁹ ont relié la performance environnementale à l'attractivité employeur auprès des jeunes diplômés.



7. Mesurer, objectiver, réajuster

Les individus ont besoin de comprendre que **les efforts et les risques pris mènent à des résultats**, et notamment ceux qui fonctionnent à partir des motivations extrinsèques. L'objectivation des efforts est clé dans l'évaluation subjective des efforts. Les auteurs insistent donc sur **la nécessité de construire des métriques pertinentes, quantitatives** (consommations, émissions, coûts...) et **qualitatives** (engagement, croyances implicites, créativité, satisfaction). Cela suppose :

- **des démarches d'observation** terrain, de feedbacks réguliers, d'analyse fine de la dissémination des valeurs et pratiques ;
- **la conception d'outils de mesure des évolutions** (sur plusieurs années), confrontant la vision des dirigeants, des managers, des employés et des partenaires aux objectifs et efforts de création d'une nouvelle culture organisationnelle ;
- **l'ajustement des politiques** selon ce retour, et non selon un plan rigide préétabli.

8. Saisir le rôle des émotions, de l'intensité morale et des récits

Le changement ne passe pas que par la raison ou la seule incitation. **Les émotions peuvent jouer un rôle en tant que moteur de changement et de non-changement. Les effets de chocs moraux intenses** (voir la campagne Greenpeace contre le KitKat/Nestlé, frappant les esprits par le registre du choc et de la culpabilité, ou encore celles d'associations de droits des animaux, avec les vidéos chocs), ou **la valorisation d'images positives, mobilisent mieux que des chiffres ou des chartes techniques.**

Pour les entreprises, il s'agit de **créer des récits crédibles et motivants**, associant plusieurs éléments :

- le plaisir d'innover et d'expérimenter, et donc d'apprendre ;
- le plaisir de se poser de nouveaux défis et de nouveaux objectifs à la pratique quotidienne ;
- la sensation de contribuer ;
- la reconnaissance sociale ;
- la fierté d'agir ;
- célébrer les réussites individuelles et collectives lors d'événements internes.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Le rôle de la cognition implicite dans la culture organisationnelle pro-environnementale

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

9. Travailler en profondeur sur la durée

La plupart des initiatives efficaces s'inscrivent dans le temps long, combinant répétition, expérience, retour sur erreur, espaces de dialogue sur les difficultés. Les changements « one shot » (séminaires de sensibilisation isolés, communication annuelle) montrent des effets à court terme, mais peu ou pas d'impact pérenne. A minima, ces one-shots doivent s'insérer dans une stratégie plus large et montrer de la cohérence entre eux.

Conclusion

En résumé, pour cultiver une culture pro-environnementale forte dans les organisations, il faut combiner :

- une identification explicite des facteurs associés à la culture implicite (au-delà des affichages, des artefacts des règles) ;
- la prise en compte des biais et valeurs individuelles, non pas comme facteurs à « corriger » mais à intégrer dans les moteurs de changements et de non-changements et donc ;
- la reconnaissance de la pluralité des moteurs et des obstacles, et au-delà de la reconnaissance de leur existence,

de la compréhension de leur rôle actif dans le changement et la résistance à celui-ci ;

- l'engagement avec des actes, programmes, renforcements positifs, sur la durée à toutes les échelles de l'organisation ;
- la formation ;
- l'innovation collective autour de projets fédérateurs ;
- le soutien des outils de mesure et de la gouvernance ;
- une façon renouvelée de communiquer et de célébrer le sens de l'action commune.

Ce travail est exigeant, pouvant ouvrir la voie à un alignement des finalités économiques, sociales et environnementales pour des organisations durablement performantes et responsables. Au-delà de la dissonance cognitive, il s'agit de diminuer et éventuellement faire disparaître les dissonances institutionnelles entre les objectifs, les moyens explicites et la culture organisationnelle implicite.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Le rôle de la cognition implicite dans la culture organisationnelle pro-environnementale

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Notes

Partie 1 : Discipline, notions clés et enjeux principaux

P.58

¹ Kahneman, D. (2011). Fast and slow thinking. Allen Lane and Penguin Books, New York.

P.59

² Hatch, M. J. (1993). The dynamics of organizational culture. Academy of management review, 18(4), 657-693.

³ Martins, E. C., & Terblanche, F. (2003). Building organisational culture that stimulates creativity and innovation. European journal of innovation management, 6(1), 64-74.

Partie 2 : Idées reçues et hypothèses non vérifiées

P.61

⁴ Münscher, R., Vetter, M., & Scheuerle, T. (2016). A review and taxonomy of choice architecture techniques. Journal of Behavioral Decision Making, 29(5), 511-524.

Partie 3 : Les freins internes et systémiques

P.62

⁵ Blanco, S., Gotteland, D., Trendel, O. “The role of implicit cognition in the development of a pro-environmental organizational culture”. La Branche, S. (scientific coordinator). Drivers of Behavioral Change and Non-Change in Transitions Times. First Main Report of the International Panel of Experts on Behavioral Change, Vol.1. 406 pages. IpBc/GIECo, 2025. Serbannes. ISBN: 979-10-977593-0-8.

P.64

⁶ Muisyo, P. K., Qin, S., Ho, T. H., Julius, M. M., & Barisoava Andriamandresy, T. (2022). Implications of GHRM on organisational citizenship behaviour: the mediating role of enablers of green culture. International Journal of Manpower, 43(3), 719-741.

⁷ Zhang, M., Li, M., Sun, H., Oteng Agyeman, F., Ud Din Khan, H. S., & Zhang, Z. (2022). Investigation of nexus between knowledge learning and enterprise green innovation based on meta-analysis with a focus on China. Energies, 15(4), 1590.

⁸ Raby, S., & Ardito, L. (2025). Examining the interdependent role of digitalization and external search breadth in driving service innovation in SMEs. Journal of Knowledge Management, 1-20.

P.65

⁹ Weber, O., Scholz, R. W., & Michalik, G. (2010). Incorporating sustainability criteria into credit risk management. Business strategy and the environment, 19(1), 39-50.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

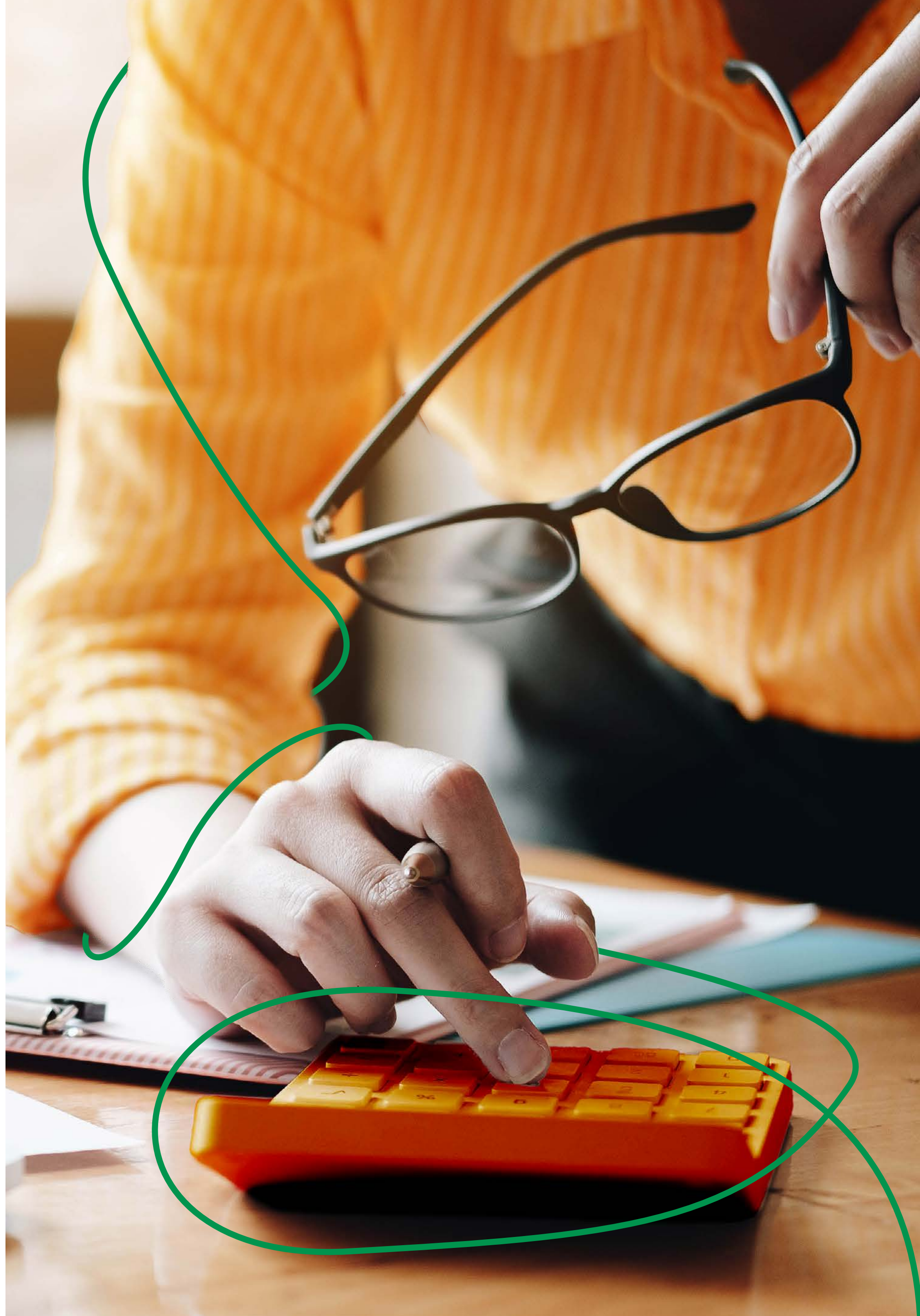
Chapitre 06

Le rôle des mentalités
dans le manque
de financement
climatique

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion



— Chapitre — 06

Le rôle des mentalités dans le manque de financement climatique

Auteur·rice·s

Danyelle Guyatt
University of the Sunshine Coast,
Australia

→ **Partie 1**
**Le financement de la transition :
concepts et enjeux**

→ **Partie 2**
**Idées reçues, faux postulats et
freins aux changements**

→ **Partie 3**
**Freins internes liés
aux comportements et
aux mentalités**



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Le rôle des mentalités
dans le manque
de financement
climatique

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion



Le système de finance actuel est un des moteurs fondamentaux de la **crise environnementale**, étant au cœur de l'économie mondiale et du fonctionnement du **capitalisme**, et un des freins majeurs à la transition. Ce chapitre propose une approche fondée sur la psychologie et le management. Il est à la croisée des réflexions sur la **transition**, la **finance responsable** et les **sciences comportementales appliquées aux investisseurs**.

Si ce chapitre se concentre explicitement sur les **grands groupes d'investissement**, la présentation et les arguments s'appliquent également à **toutes les décisions d'investissements**, incluant les banques, les acteurs privés et les entreprises pour lesquelles ces investissements ne sont qu'une partie mineure de leurs actifs et activités.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Le rôle des mentalités dans le manque de financement climatique

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 1

Le financement de la transition : concepts et enjeux

Le financement climatique recouvre les flux financiers – publics, privés et alternatifs – destinés à l’atténuation (réduction des émissions) et à l’adaptation au changement climatique.

Le « **financement gap** » désigne l’écart entre les besoins estimés pour atteindre les objectifs climatiques et les capitaux actuellement mobilisés. Selon différentes études, cet écart est immense : par exemple, pour l’atténuation, il faudrait atteindre **4,5 000 milliards de dollars annuels d’investissements en matière de climat d’ici 2030¹**, alors que l’effort actuel est largement insuffisant.

Institutionnellement, **environ 100 000 milliards de dollars d’actifs sont gérés dans les pays de l’OCDE²**, regroupant des investisseurs ayant un horizon d’investissement souvent long (fonds de pension, assurances). Pourtant, **moins de 1% des actifs de ces investisseurs institutionnels est actuellement alloué aux solutions de mitigation et d’adaptation climatique³**. Ce décalage soulève une

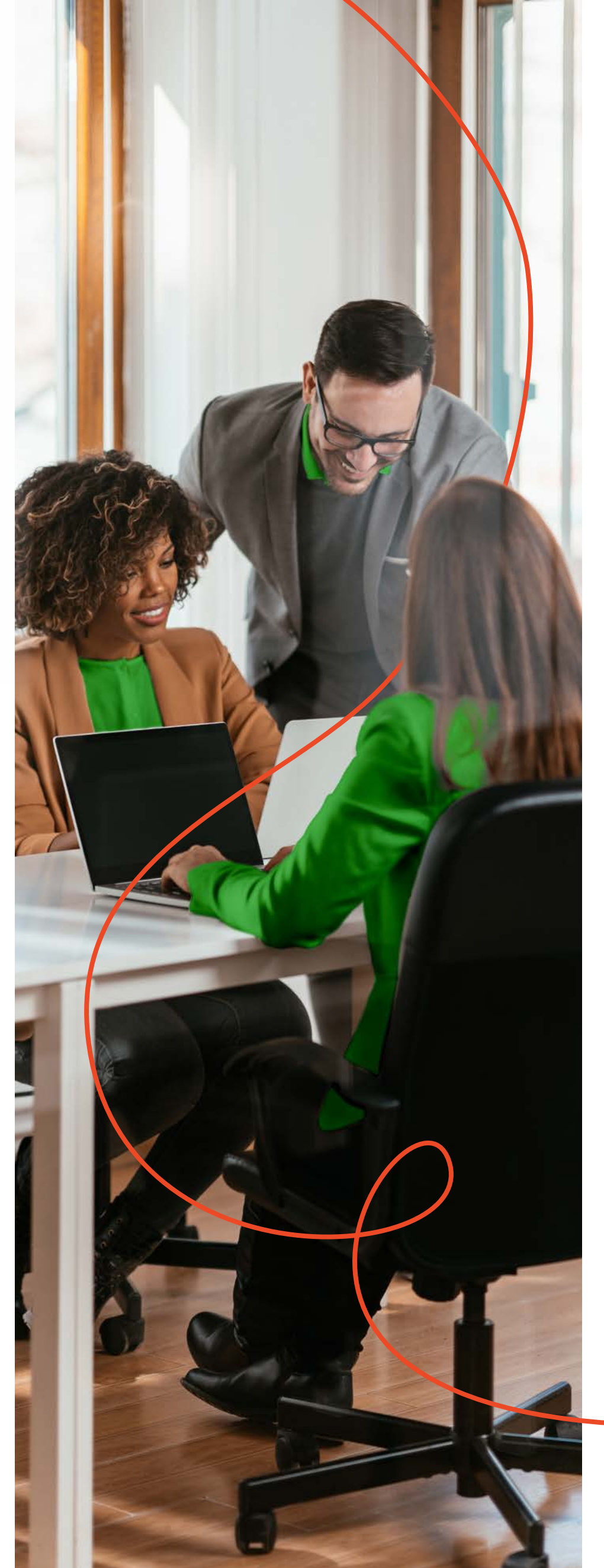
question centrale : si les capitaux sont disponibles, comment expliquer que les mécanismes ne soient pas davantage orientés vers la transition ? Plutôt que d’en proposer une interprétation strictement financière, ce chapitre s’intéresse aux **processus de décision en matière d’investissement** et examine l’ensemble des éléments, y compris ceux liés à la subjectivité, susceptibles d’influencer ces choix. Au-delà des critères de rentabilité, **les dispositions mentales et les cadres de pensée (« mindsets »)** apparaissent comme des dimensions importantes, bien qu’encore peu documentées dans la littérature.

Terminologie clé

Plusieurs catégories de facteurs jouent un rôle :

Mindsets (mentalités) : vision mentale et attitudes qui influent sur la façon de penser et d’agir, ici appliquées aux comportements financiers face au climat.

- **Barrières externes :** facteurs structurels reconnus comme obstacles et qui sont souvent proposés comme obstacles : manque d’information, politiques insuffisantes, difficulté d’accès aux projets, etc. Pour autant, ce rapport du GIECo montre bien à quel point cette hypothèse de l’information déficitaire est faible ;
- **Barrières internes :** obstacles liés à la psychologie, aux croyances, aux émotions et aux pressions sociales des investisseurs, qui sont bien explorées et mises en avant ;
- **Devoir fiduciaire :** obligation légale pour les gestionnaires financiers d’agir dans l’intérêt financier des bénéficiaires, désormais élargie pour inclure **les enjeux ESG (environnementaux, sociaux, de gouvernance)** comme parties intégrantes des décisions. Il s’agit là de normes imposées et non pas consenties et librement choisies.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Le rôle des mentalités dans le manque de financement climatique

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 2

Idées reçues, faux postulats et freins aux changements

Malgré la prise de conscience et des engagements publics nombreux (intégration ESG, normes de reporting de manière volontaire comme TCFD), les investissements réels vers des activités compatibles avec le climat restent minimes. Pourquoi ?

Une idée largement répandue, sur laquelle reposent beaucoup d'initiatives, est que **plus d'information mènera automatiquement à plus d'action**.

Par exemple, la mission du **TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures)** est **d'améliorer la quantité et la qualité des données climatiques disponibles pour les investisseurs**.

On retrouve la même idée reçue : si les données environnementales sont **transparentes et largement diffusées**, alors pourquoi les acteurs continuent-ils à agir « rationnellement » de manière économique en matière d'investissement, mais pas encore en matière d'écologie ?

Pourtant cette transparence peut être mutuellement bénéfique, en **permettant des décisions plus éclairées** et piloter des avancements dans l'engagement des investisseurs.

Ensuite, la recherche a identifié plusieurs **freins institutionnels et structurels** :

- **politiques incohérentes ou insuffisantes** : les investisseurs réclament des règles du jeu claires et stables, ce qui fait souvent défaut, surtout dans certains pays émergents. De telles règles, avec des échéances explicites et claires, leur permettent de planifier leur adaptation à des nouvelles contraintes et objectifs. Mais cela leur permet aussi de **diminuer leur crainte de l'imprévisible et de ses conséquences sur des décisions** ;
- **définitions et taxonomies fragmentées** : des efforts comme la taxonomie européenne pour définir ce qui est « durable » prennent du temps, souvent trop long, et il existe un manque **d'harmonisation internationale**⁴.

Cela peut retarder des décisions d'investissement, en **induisant des incertitudes et des écarts entre différentes normes nationales**.

- **expertise perçue comme insuffisante** : paradoxalement, même si la finance regorge de talents, beaucoup d'acteurs reconnaissent manquer de compétences

spécifiques pour évaluer les risques climatiques et opportunités, notamment dans les marchés privés ou infrastructures.

Cela soulève la question non pas simplement de l'insuffisance de connaissances, mais plutôt de connaissances et de savoir-faire applicables.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

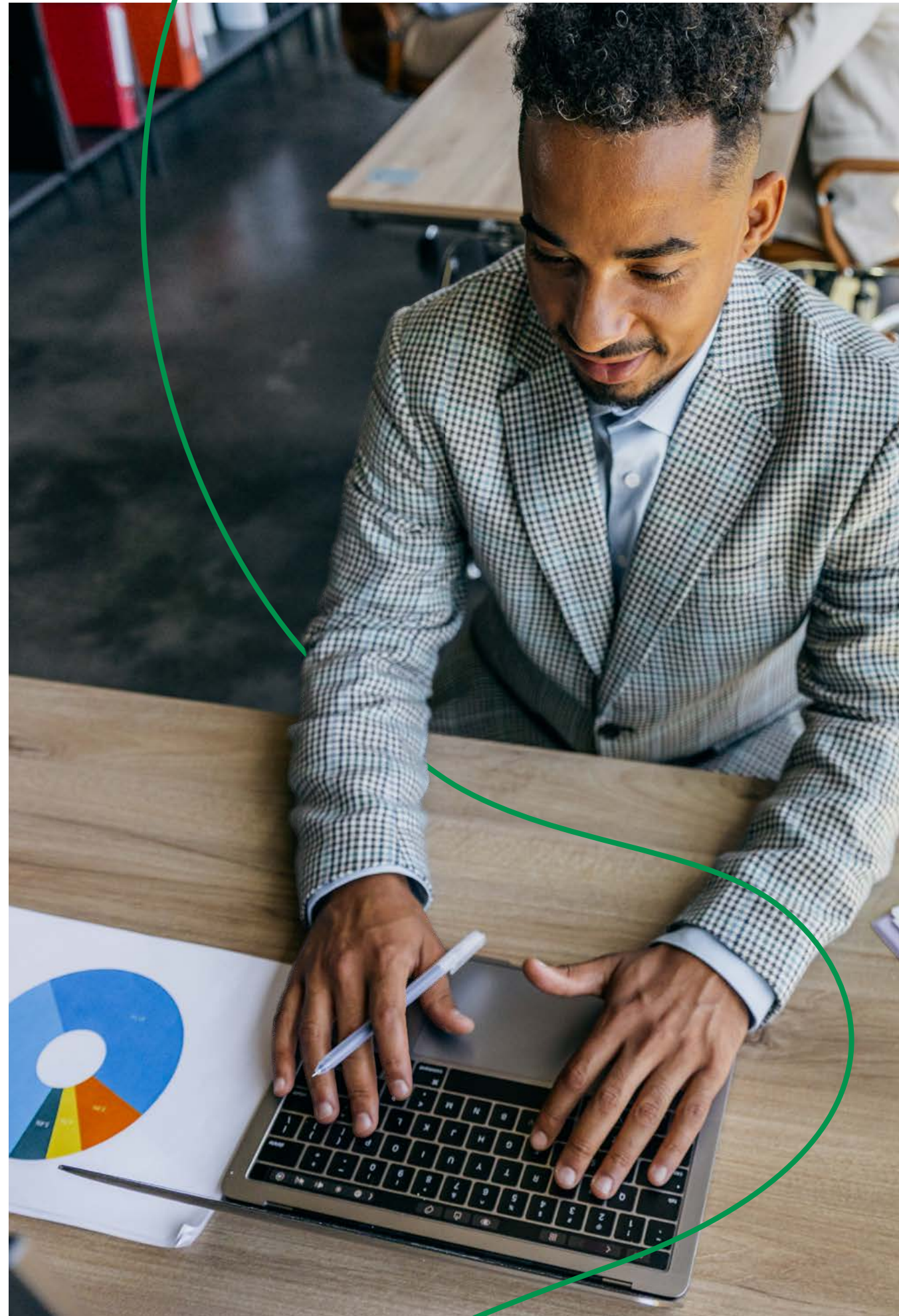
Chapitre 06

Le rôle des mentalités
dans le manque
de financement
climatique

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion



- **Liquidité et réglementation** : les actifs verts ou d'adaptation sont souvent illiquides, limitant leur financement par certains investisseurs.

- **Problèmes de valorisation des actifs et de la liquidité dirigés vers une entreprise climatocompatible** : les marchés n'intègrent pas toujours correctement les risques de transition ou les risques physiques liés au climat, **en partie à cause de biais comportementaux ou de croyances partagées**. De plus, **ces risques sont souvent traités comme des externalités**, ce qui complique leur intégration dans les évaluations financières et dans les processus de décision, mais soulève aussi le problème de leur **valorisation**. Ceci étant, certaines analyses montrent que les risques climatiques commencent, dans certains cas, à **influencer le prix de certains actifs**⁵.

Cette approche se concentre donc sur **l'environnement externe des investisseurs**, mais elle se heurte à la **complexité des comportements humains**.

La finance traditionnelle part du postulat d'une rationalité économique (et d'un homo economicus) parfaite.

Pour autant, la réalité montre de nombreux biais cognitifs, une cognition implicite, des comportements irrationnels et des résistances émotionnelles à la redirection des investissements. Autrement dit, **les analyses empiriques montrent le rôle clé des facteurs associés à la subjectivité humaine**. En matière d'investissement vert, par exemple, **malgré une meilleure information disponible croissante en quantité, les capitaux ne se dirigent pas vers les investissements verts à la hauteur des besoins**.

Ces facteurs subjectifs sont alors à prendre en compte pour expliquer le **décalage** entre les besoins d'investissement, démontrés rigoureusement, et la réalité.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Le rôle des mentalités dans le manque de financement climatique

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 3

Freins internes liés aux comportements et aux mentalités

Les freins internes renvoient notamment à la cognition implicite et aux émotions :

- **le rôle des émotions** : la peur de l'échec et d'un mauvais retour sur investissement et l'anxiété face à l'incertitude en matière réglementaire de normes à venir et de complexité dans les écarts font naître un **inconfort cognitif et émotionnel** face à la complexité ;
- **les croyances et mentalités figées** : un mode de pensée « figé » est un facteur limitant la **résilience** et donc pouvant limiter **l'adaptation**. Changer en milieu de carrière comment et sur quels nouveaux critères il faut fonder une décision d'investissement est coûteux en termes d'efforts cognitifs et de temps, nécessitant parfois même une formation et une remise en question de son parcours personnel et professionnel ;
- **les biais cognitifs et le court termisme** : l'horizon temporel court des investisseurs et du marché en général pose problème lorsqu'il s'agit d'aborder des **enjeux**

systemiques tels que le **changement climatique** et la **biodiversité**, qui s'étendent sur plusieurs horizons. Cette vision à court terme **affecte tous les acteurs d'une chaîne**, dans la mesure où **la performance à court terme prime sur les résultats et les risques à long terme**, ce qui a été démontré de manière plus large par les sciences cognitives ;

- **les heuristiques** : tendance à **s'appuyer sur un ensemble restreint de paramètres ou de repères pour prendre des décisions** (architecture du choix), qui **privilégient les options simples, requièrent une attention immédiate et évitent les complications**. Ceci tend à entraver les efforts d'intégration du changement climatique dans les processus de décisions ;
- **l'effet de groupe** : renvoie à la tendance des individus à **aligner leurs comportements sur ceux des autres et à se conformer aux règles dominantes**, de manière consciente ou non. Dans ce cadre, **les décisions sont souvent perçues comme moins risquées lorsqu'elles**

sont partagées collectivement, la responsabilité individuelle étant diluée et les coûts réputationnels réduits par rapport à une action isolée. Dans la mesure où l'intégration du changement climatique n'est pas encore pleinement institutionnalisée dans les décisions d'investissement, **agir de manière proactive peut être perçu comme plus risqué pour certains investisseurs** ;

- **la dissonance cognitive** : la dissonance cognitive se caractérise par un **conflit entre des croyances, des attitudes ou des comportements, générant un état de malaise psychologique**⁶. Elle n'apparaît toutefois que lorsque l'individu perçoit une **incohérence par rapport à des valeurs ou des normes qui lui importent**. Inversement, et par exemple, en l'absence de valeurs écologiques, une personne ne ressentira pas de tension particulière à prendre l'avion ou à consommer de la viande. Lorsque la dissonance est présente, ce malaise peut conduire à **différentes stratégies de réduction** : une modification des croyances ou des valeurs, un déni ou une minimisation

de la source du malaise, ou encore un ajustement des pratiques et des comportements ;

- **les pressions sociales et culturelles** : elles s'inscrivent dans des **contextes organisationnels spécifiques**, dont la culture peut être plus ou moins engagée sur les enjeux de transition. La prise en compte de ces enjeux suppose **l'existence d'une culture du droit à l'erreur et de dispositifs flexibles de retour d'expérience**. Dans le cas des investisseurs, ces dimensions constituent un défi particulièrement important ;
- **le manque de réflexivité sur son rôle et sa capacité d'action** : cette situation peut limiter la prise d'initiative et renvoie à deux dimensions distinctes. D'une part, **la capacité d'action effective au sein de l'organisation**, liée aux règles, aux marges de décision et à la structure décisionnelle. D'autre part, **la capacité d'action perçue**, c'est-à-dire le sentiment d'efficacité personnelle (**self-efficacy**), qui influence la propension à s'engager et à agir.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Le rôle des mentalités
dans le manque
de financement
climatique

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion



Actions concrètes pour favoriser un changement de pratiques

Les freins au changement identifiés précédemment, à la fois puissants et dynamiques, mettent en évidence **la nécessité d’une évolution des cadres de pensée (mindsets) au sein du secteur financier.**

Une telle évolution apparaît comme **un levier important pour mieux aligner engagements et pratiques, dépasser certains freins internes et contribuer à l’accélération du financement de la transition climatique.**

Qu’entend-on par « mindset/mentalité » dans la finance ?

Mindset fixe vs mindset de développement (growth mindset) :
un état d’esprit fixe tend à **éviter l’erreur et les situations perçues comme risquées**, tandis qu’un état d’esprit orienté vers le développement **valorise l’apprentissage, l’expérimentation et l’adaptation progressive par l’expérience.**

Le **mindset** peut être défini comme **un ensemble relativement cohérent de croyances, de valeurs, d’attitudes et de représentations du monde qui orientent les processus de décision.**

Plusieurs cadres conceptuels issus de la littérature permettent d’en préciser les contours :

- **Mindset orienté vers la durabilité :** il renvoie à une **pensée systémique attentive aux interconnexions entre systèmes économiques, sociaux et écologiques.** Ce cadre met l’accent sur la **compréhension des écosystèmes, la réciprocité des interactions, la responsabilité des acteurs et des valeurs orientées vers le bien commun.**



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Le rôle des mentalités dans le manque de financement climatique

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Le passage à une mentalité durable dans la finance nécessite **plusieurs pivots** :

1. Développer une vision systémique

Les investisseurs doivent adopter une pensée systémique, dépassant la simple analyse et faire évoluer l'analyse financière actuelle pour inclure les **liens socio-environnementaux** et les **impacts systémiques**. Il s'agit du **principe de double matérialité**. Exemple : *analyser comment le financement d'une entreprise influence la biodiversité, les communautés locales et les risques climatiques futurs, ainsi que la manière dont ces effets rétroagissent sur la performance des investissements à moyen et à long terme.*

Dans un système global perçu comme non clos, ces impacts ne peuvent être considérés comme de simples externalités, mais comme des composantes intégrées des dynamiques économiques et financières.

- **Intégrer la complexité au-delà des logiques de court terme.**
Exemples : *utilisation d'outils d'analyse d'impact climatique (déjà bien développés et utilisés par les assurantiels) ; formation dédiée à l'approche systèmes ; adoption de scénarios*

prospectifs intégrés mais aussi développement de scénarios des modes de vie.

2. Alignement avec une vision long terme et une définition élargie du sens

- **Passer d'une focalisation sur le rendement financier immédiat à une vision d'investissement qui soutient des objectifs sociétaux** : décorrélérer la réussite financière du court terme. Exemple : *les fonds Evergreen qui soulèvent la question de la notion de rendement financier.* En ce qui concerne **le temps**, c'est une **composante inhérente de la prise de décision d'investissement** mais qui n'est **pas toujours compatible avec les efforts de transition**.

Exemple : *investir dans une forêt a des effets bénéfiques mais plus le temps de retour sur investissement est long (et considéré dans le moment présent comme incertain et à haut risque) implique une augmentation du risque de perte due à des incendies ou des espèces invasives, risques qui sont augmentés par les risques climatiques eux-mêmes.*

Comment donc revoir le calcul de la performance financière ?

- **Compléter les KPI classiques avec des critères de bien-être au travail** (plusieurs indices mesurables existent

déjà) ; de réduction d'impacts négatifs et d'augmentation des impacts positifs de l'entreprise sur le milieu naturel, le quartier, le territoire.

- **Encourager les organisations à définir clairement leur cognition implicite en matière d'investissement** en intégrant les enjeux climatiques comme une partie essentielle de leur mandat. La cognition implicite renvoie aux **processus cognitifs automatiques, largement inconscients, se produisant en dehors de la conscience ou du contrôle**. Une première étape cruciale pour modifier les valeurs et croyances pro-environnementales implicites consiste à ce que les individus **prennent conscience et reconnaissent leurs propres hypothèses implicites qui influencent de nombreux comportements**⁷.

Exemple : *certains fonds de pension ont intégré explicitement la lutte climatique ou la biodiversité dans leurs politiques d'investissement, mais cherchent encore à aligner toutes leurs décisions avec cette nouvelle cognition implicite en construction.* Exemples : *démarche positive de retours sur expérience et d'apprentissage des échecs ; valorisation économiques, symboliques et sociales des critères non financiers, intégration du bien-être dans la culture d'entreprise, identification des « champions du*

changement » ayant déjà adopté ces pratiques.

3. Gérer les émotions et construire l'intelligence émotionnelle

- **Reconnaître le rôle déterminant des émotions dans les processus de décision**, telles que la peur du risque ou de l'échec, ou encore l'anxiété face à la complexité, tant chez les décideurs que chez les acteurs opérationnels, à tous les niveaux de l'organisation. Pour le faire, ceci nécessite souvent de **développer des nouvelles formes de communication (notamment les techniques de communication non violente) et de prise de décision** au sein de l'entreprise.
- **Mettre en place des formations à l'intelligence émotionnelle** — entendue comme la capacité à identifier, comprendre et réguler ses propres émotions ainsi que celles d'autrui — afin de mieux appréhender les réactions émotionnelles dans les interactions professionnelles.
- **Des pratiques de mindfulness (pleine conscience)** pour réduire le stress, favoriser la réflexion consciente et atténuer les décisions impulsives.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Le rôle des mentalités
dans le manque
de financement
climatique

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion



Mindfulness - La pleine conscience

Définition : être pleinement présent, ressentir une connexion avec tout ce qui est. Elle accroît la conscience et la compassion et favorise les actions sociales et environnementales. De manière pratique, « la capacité à réguler son attention, ses émotions et sa conscience », permettant non seulement de gérer le stress et de réduire le risque d'épuisement professionnel, mais aussi de renforcer la prise de décision consciente et de modifier des habitudes profondément ancrées⁸.

Si la notion peut paraître « ésotérique », ses effets positifs sur le bien-être,

l'estime de soi et la santé sont aujourd'hui largement reconnus dans de nombreuses disciplines. La pratique de la pleine conscience a été utilisée pour contribuer à cette transformation culturelle dans de nombreux contextes. Le développement de la « régulation de l'attention, de la conscience émotionnelle et corporelle, d'une vision positive et de la métacognition » constitue une compétence essentielle pour améliorer le bien-être et favoriser l'innovation et la collaboration, dans la perspective d'un système financier plus juste et durable. Un autre aspect est celui du

développement de l'intuition et de la sagesse, largement reconnue comme système de décision par les sciences du management. Ce chapitre montre que la sagesse englobe non seulement l'accumulation de connaissances et la compréhension du monde extérieur, mais aussi la manière dont notre état intérieur influence notre perception des interconnexions et notre réaction aux stimuli. La sagesse intérieure est souvent comparée à l'intuition, ce sentiment que nous éprouvons lorsque nous sommes guidés par quelque chose d'inexplicable, mais qui nous semble juste.

4. Faire évoluer la culture organisationnelle et les normes sociales

- Limiter les effets de la pensée de groupe (herding), qui tend à renforcer des consensus hérités des pratiques passées, à rigidifier les conventions établies et à restreindre la capacité à prendre des décisions divergentes mais parfois nécessaires.

Exemple : cela peut se faire grâce à des jeux de rôle, des simulations visant à mettre les collaborateurs ou l'organisation (publique ou privée) elle-même dans une situation nouvelle, un contexte différent.

Cela contribue à ouvrir les horizons et réfléchir à d'autres possibilités... Quelle décision prendraient-ils en internalisant certaines externalités ? Quels types de gouvernance, de décisions, de management dans une société à mission ?

Favoriser une culture managériale qui soutient l'innovation et l'expérimentation, tout en reconnaissant la valeur de l'échec constructif, notamment à travers des pratiques de communication non violente. Cela suppose la mise en place de procédures structurées de retour d'expérience et leur diffusion au sein de l'organisation. Exemples : création de labs d'innovation durable au sein des institutions ; établissements de KPIs liés aux pratiques durables et au bien-être pour les gestionnaires ; triple comptabilité.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Le rôle des mentalités dans le manque de financement climatique

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Mettre en place des **processus de questionnement continu des postulats et des hypothèses traditionnels**, notamment à travers une **révision régulière des croyances et des pratiques d'investissement**.

5. Repenser le cadre réglementaire et les devoirs fiduciaires

- Intégrer explicitement les notions de transition et de risques climatiques dans les obligations légales, avec des mécanismes de suivi, mais aussi de **valorisation** et de **sanctions matérielles, institutionnelles et symboliques**.

Aller au-delà des dispositifs de reporting pour instaurer une responsabilité à la fois collective et individuelle, en reconnaissant que **la finance s'inscrit dans une mission élargie, au-delà de la recherche du profit**. Cette approche contribue à donner du sens au travail, en **intégrant des dimensions humaines et écologiques, dans une perspective intergénérationnelle**.
Exemples : *règlementations renforcées sur la lutte contre le greenwashing ; obligations de transparence accrues ; inclusion dans la formation des organes de gouvernance et ; inclure un représentant du vivant non humain dans ces instances.*

6. Formation et sensibilisation multidisciplinaire

Former les investisseurs et les décideurs à la complexité du changement climatique, en intégrant non seulement les dimensions scientifiques et techniques, mais aussi les **enjeux éthiques, sociaux et organisationnels**. Encourager **les formations transversales combinant sciences cognitives, psychologie, économie et finance durable**.
Exemples : *partenariats avec des universités et instituts spécialisés sur les sciences naturelles et comportementales de la transition ; modules de formation continue intégrant les pratiques de changement comportemental dans le sens large du terme, incluant au niveau du management, et de la gouvernance, et de la culture organisationnelle.*



Exemples concrets d'initiatives et pratiques

- **Collaboration sur les normes ESG** : le PRI (Principles for Responsible Investment) fédère **plus de 5 300 signataires représentant 121 000 milliards de dollars d'actifs**, engagés à intégrer les critères ESG dans leurs décisions (<https://www.unpri.org/>).
- **Taxonomies durables** : l'Union Européenne (UE) a créé une taxonomie définissant ce qui est considéré comme finance durable, un travail long et complexe mais qui **visé à réduire le greenwashing**. https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/tools-and-standards/eu-taxonomy-sustainable-activities_en
- **Initiatives internationales** : la Task Force on Climate-related Financial Disclosures
- (TCFD) offre un cadre pour publier les informations financières liées au climat, et a vu de nombreuses organisations y adhérer. <https://www.fsb-tcfd.org/>
- **Réseaux d'engagement** : Climate Action 100+ mobilise **plus de 600 investisseurs représentant plus de 60 000 milliards USD** pour dialoguer avec les entreprises émettrices de gaz à effet de serre majeures. <https://www.climateaction100.org/>
- **Programmes de bien-être** : certaines institutions financières introduisent la **méditation** et des **pratiques de pleine conscience** pour réduire le stress et améliorer la qualité des décisions.
- **Innovation intérieure** : par exemple, le Dutch pension fund APG a mis au point un manuel d'innovation pour favoriser des approches nouvelles et durables.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Le rôle des mentalités
dans le manque
de financement
climatique

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion



Perspectives futures et recommandations

- **Promouvoir la recherche interdisciplinaire autour des mindsets/mentalités**, pour mieux comprendre les leviers et obstacles internes dans différents types d'institutions financières et d'autres, pour comparer ;
- **intégrer systématiquement la prise en compte des conditions internes** (mentalités, émotions, culture) dans les politiques et outils de financement climatique ;
- **donner aux investisseurs les moyens d'exercer leur pouvoir d'agir personnel** à travers la formation, le soutien psychologique, l'innovation sociale, le droit à l'expérimentation et à l'erreur ;
- **favoriser l'alignement entre le court terme des décisions et la vision longue nécessaire pour la protection du climat**, via un développement des capacités cognitives et émotionnelles et la mise en œuvre d'une démarche de retours d'expériences ;
- **inviter les régulateurs et instances internationales à incorporer dans leurs dispositifs des dimensions humaines et comportementales**.

Ce chapitre montre que la réduction du fossé, encore très important, du financement climatique, ne peut reposer uniquement sur l'amélioration des données, des normes ou des mécanismes d'incitation externes. **Un changement durable implique également une évolution des cadres de pensée au sein des investisseurs et des institutions financières, prenant en compte les dimensions émotionnelles, les croyances, les valeurs et les cultures organisationnelles, y compris les formes de cognition implicite qui structurent les décisions.**

Le système financier a besoin de cadres de pensée intégrant de manière cohérente la pensée systémique, l'intelligence émotionnelle, la capacité à questionner les normes culturelles établies et une conception élargie des finalités de l'action économique. Elle mobilise des **processus de décision réflexifs et délibératifs**, afin de **réduire les écarts de financement qui freinent, de façon directe comme indirecte, la mise en œuvre effective des trajectoires de transition**. Il s'agit ainsi d'intégrer le travail réflexif et l'évolution des cadres de pensée au même titre que les mesures techniques et réglementaires, afin de **soutenir la transformation nécessaire vers une finance orientée vers le long terme et l'intérêt collectif**.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Le rôle des mentalités dans le manque de financement climatique

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Notes

Partie 1 : Le financement de la transition : concepts et enjeux

P.70

¹ International Energy Agency. (2023). Net Zero Roadmap: A pathway to keep the 1.5C goal in reach. <https://www.iea.org/reports/net-zero-roadmap-a-global-pathway-to-keep-the-15-0c-goal-in-reach/executive-summary>

² OECD. (various). Global Pension Statistics, OECD Global Insurance Statistics and OECD Institutional Investors Statistics databases.

³ Climate Policy Initiative. (2021). Global Landscape of Climate Finance. <https://www.climatepolicyinitiative.org/publication/global-landscape-of-climate-finance-2021/>

Partie 2 : Idées reçues, faux postulats et freins aux changements

P.71

⁴ OECD. (2020). Developing Sustainable Finance Definitions and Taxonomies. Green Finance and Investment, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/134a2dbe-en>.

P.72

⁵ Karydas, C. and Xepapadeas, A. (2022). Climate change financial risks: Implications for asset pricing and interest rates, Journal of Financial Stability, Volume 63, <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2022.101061>.

Chava, Sudheer. 2014. “Environmental Externalities and Cost of Capital.” Management Science 60, no. 9: 2223–2247.

Delis, Manthos D., Kathrin de Greiff, and Steven Ongena, (2019). “Being Stranded with Fossil Fuel Reserves? Climate Policy Risk and the Pricing of Bank Loans.” EBRD Working Paper 231.

Goldsmith-Pinkham, Paul S., Matthew Gustafson, Ryan Lewis, and Michael Schwert. (2020). “Sea Level Rise Exposure and Municipal Bond Yields.” Available at SSRN: 3478364.

Griffin, Paul A., et al. (2015). “Science and the Stock Market: Investors’ Recognition of Unburnable Carbon.” Energy Economics 52, part A: 1–12.

Painter, Marcus. (2020). “An Inconvenient Cost: The Effects

of Climate Change on Municipal Bonds.” Journal of Financial Economics 135, no. 2: 468–482.

Partie 3 : Freins internes liés aux comportements et aux mentalités

P.73

⁶ Harmon-Jones, E., & Mills, J. (2019). An introduction to cognitive dissonance theory and an overview of current perspectives on the theory.

P.75

⁷ Blanco, S., Gotteland, D., Trendel O. (2025). “The role of implicit cognition in firms’ pro-environmental efforts”. IpBc/ GIECo First Main Report, Vol.1. S. La Branche, Ed. Drivers of behavioral change and non change in transition times. Paris.

P.76

⁸ Boschert, F., Höppner, K., Rupperecht, S., and Tamdjidi, C. (2020). Mindset Change for Transformation in Finance: What creates sustainable cultural transformation? A report published by the Mindful Finance Institute.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Homo economicus
vs entrepreneur modéré : une réalité
avec un potentiel
transformatif

Chapitre 08

Conclusion



— Chapitre — 07

Homo economicus vs entrepreneur modéré : une réalité avec un potentiel transformatif

Auteur·rice·s

Sandrine Ansart, Fiona Ottaviani,
Raffi Duymedjian, Hughes
Poissonnier et Dominique Steiler.
*Chaire Unesco pour la Paix
Economique*

→ **Partie 1**
**Discipline, notions clés
et enjeux**

→ **Partie 2**
Idées reçues et freins

→ **Partie 3**
**Actions concrètes et
changements de pratiques**



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Homo economicus
vs entrepreneur
modéré : une réalité
avec un potentiel
transformatif

Chapitre 08

Conclusion

Le modèle de « **l’homo economicus** » est au cœur des théories économiques classiques mais aussi des imaginaires associés à l’entrepreneur et aux entreprises : **le fondement des motivations, du fonctionnement et des objectifs est celui de générer toujours davantage de profits et de minimiser les coûts et les efforts.** Il est fortement associé à la notion de **performance**, que l’on peut confronter à celle de robustesse, **un des fondements principaux de la nature.** Mais si cet homo economicus n’était qu’un postulat, **une vision subjective et partielle de l’humain ? N’existe-t-il pas d’autres types d’entrepreneurs ?**





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Homo economicus
vs entrepreneur
modéré : une réalité
avec un potentiel
transformatif

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 1

Discipline, notions clés et enjeux

Le chapitre croise plusieurs disciplines telles que l'économie, la sociologie des organisations et la philosophie de l'action, autour de la figure du « homo economicus ».

Ce concept, hérité de l'économie néoclassique, **structure encore aujourd'hui l'essentiel des représentations dans les littératures non spécialisées**, influençant implicitement aussi bien les modèles, méthodes et théories économiques que les attentes des praticiens, les politiques publiques ou les investisseurs. **Le concept renvoie à un acteur rationnel cherchant à maximiser son utilité ou son profit sous contraintes.** Mais ce concept offre la base à partir de laquelle des théories sont construites, des méthodes d'analyses sont menées et des préconisations d'économie politique sont faites.

En d'autres termes : ce postulat a des effets sur la réalité quotidienne en favorisant, par exemple, les décisions d'investissements, le choix de fournisseurs et des produits, les choix stratégiques, les types de récompenses et de valorisation, les politiques économiques de transition, ou encore le levier prix, qui sont fondés sur la rationalité économique classique. Cela tend donc aussi à **défavoriser ces choix qui ne sont pas compatibles avec cette rationalité** : sensibilité, respect pour le vivant, altruisme...

Cette vision de l'humain n'émerge pas d'analyses empiriques¹ mais d'une construction théorique dénudée de contraintes contextuelles².

Pourtant il existe une **diversité de rationalités et de finalités entrepreneuriales**, visibles dans les cas d'entrepreneurs³ innovants comme Thomas Huriez (1083), Pierre-Yves Lévy (Outilacier), Pochecho et d'autres, remettant en question de manière profonde les modèles théoriques classiques tout en **appelant à leur transformation par le biais d'analyses des pratiques concrètes en phase avec les enjeux contemporains** : transition écologique, quête du sens, équilibre entre performance économique, qualité de vie, bien-être mental et physique au travail, nouvelles formes de gouvernances et de management d'entreprises, nouvelles identités et fonctions de l'entreprise dans son territoire....

À noter que l'on peut retrouver une démarche parallèle avec la notion de **Bonheur National (ou Intérieur) Brut⁴** en opposition à celle du PIB.

Les analyses de terrain, empiriques, montrent que **les choix des acteurs économiques ne se résument pas à la maximisation du profit, mais relèvent souvent de valeurs telles que la prudence, la modération ou le souci du bien commun, humain ou non humain.**

La **modération** apparaît donc comme un **processus incarné**, une éthique situationnelle qui peut se traduire par des actes de **maîtrise de soi⁵**, de **courage⁶**, d'**ouverture**, de recherche de la **justice** et de **reconnaissance de la capacité à promouvoir et à mettre en œuvre des actes moralement justes** – le sentiment d'**efficacité personnelle⁷**. Le bien-être au travail, la satisfaction d'atteindre des objectifs non financiers ou encore la contribution à la lutte contre la crise écologique jouent des rôles importants. Ces alternatives s'appuient sur des courants philosophiques comme l'éthique des vertus **qui réintroduisent les dimensions morales et relationnelles dans les stratégies d'entreprise.**



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Homo economicus
vs entrepreneur
modéré : une réalité
avec un potentiel
transformatif

Chapitre 08

Conclusion

Au-delà de ces considérations quasi philosophiques, cette discussion a des implications sur nos fonctionnements et rejoint les conclusions transversales pratiques des autres chapitres du rapport. Nous le présentons ici de manière binaire pour les besoins de l'explication mais bien entendu dans la réalité, il s'agit de degrés.

- **La rationalité multiple** : une décision s'organise toujours selon **plusieurs critères** (beaucoup demeurent inconscients) selon les circonstances et les valeurs, et qui entrent parfois en contradiction les unes avec les autres (la culture du bien-être au travail peut entrer en contradiction avec des efforts de sobriété énergétique) et avec la rationalité purement calculatrice. Sans oublier les **facteurs structurels** comme la dépendance au sentier institutionnel ; les business models ; les préférences (perçues) des clients ; les évolutions du marché ; les modifications des valeurs personnelles du chef d'entreprise ; le cadre légal ; la concurrence et la culture de l'innovation au sein de l'entreprise...

- **« Homo economicus » vs « entrepreneur modéré »** : l'homo economicus est un agent maximisateur institutionnalisé par les modèles (et politiques) économiques et en tant que tel possède des critères d'analyse fondés sur

l'économie : le profit, la rentabilité, le coût et surtout, les « externalités »... La fin (économique) justifie les moyens qu'il met en œuvre. Bien entendu, un manager réel, humain, n'est jamais parfaitement dans ce schéma et peut dans certains domaines d'actions rejoindre davantage l'entrepreneur modéré en mettant en œuvre une action de verdissement du terrain de son entreprise.

L'entrepreneur modéré est un acteur qui se définit par l'action pragmatique, l'attention à l'environnement et l'interdépendance sociale. Il est souvent bricoleur dans le sens qu'il aime trouver des solutions à ses problèmes avec les moyens du bord, à disposition. Il redonne ce terme et ses pratiques à **l'honneur**. Il met en pratique de cette manière ses **efforts d'innovation**. Les moyens lui sont au moins, sinon plus encore, aussi importants que la fin. De même, un tel entrepreneur peut agir de manière classique dans sa recherche d'efficacité et de rentabilité sur certains produits et moins sur d'autres.

- **Les logiques de production** : les deux **archétypes** ont donc des manières très différentes de concevoir et de se comporter face aux logiques d'actions de production, d'extraction, d'usage des ressources et de leurs

conséquences. En effet, **ces logiques interrogent l'articulation entre moyens et fins, la notion de croissance illimitée et le sens de la richesse dans un monde soumis à des ressources limitées**. Il s'agit ici aussi dans la réalité de **tendances dominantes** chez les acteurs.

L'homo economicus maximisant les profits et les grains se focalise davantage sur la fin, qu'il tend à limiter aux considérations économiques et financières, **il tend alors à ignorer le processus et les dynamiques qui y sont associées**.

Ceci est bien entendu peu efficace dans la réalité, le processus ayant un effet sur la rentabilité.

Pour l'entrepreneur modéré, les moyens et leurs conséquences étant plus importants, il se soucie donc plus automatiquement des processus.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Homo economicus
vs entrepreneur
modéré : une réalité
avec un potentiel
transformatif

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 2

Idées reçues et freins

Le mythe de « l'homo economicus » est un schème de pensée théorique : il produit des effets réels sur les comportements, les attentes institutionnelles et la reproduction de logiques de domination et d'exploitation, agissant comme un pilote de l'économie productiviste et consumériste.

On retrouve aussi la figure de **l'entrepreneur modéré**, bien qu'elle joue un rôle plus marginal dans les représentations prédominantes. Les deux figures agissent **au quotidien à toutes les échelles** :

- 1. individuelle** : dans la tête des individus, sous la forme d'une cognition implicite et de valeurs inconscientes de ce que devraient être l'individu, l'entreprise, un marché, une société, la place et le statut de la nature, les décisions d'investissements ;
- 2. intermédiaire** : dans la culture d'une entreprise ; ses systèmes de récompenses

et de reconnaissance ou de « punitions » ; d'avancement ou non d'une carrière ; les règles implicites et explicites en matière de décisions d'investissements, de fournisseurs, les clauses contractuelles... ;

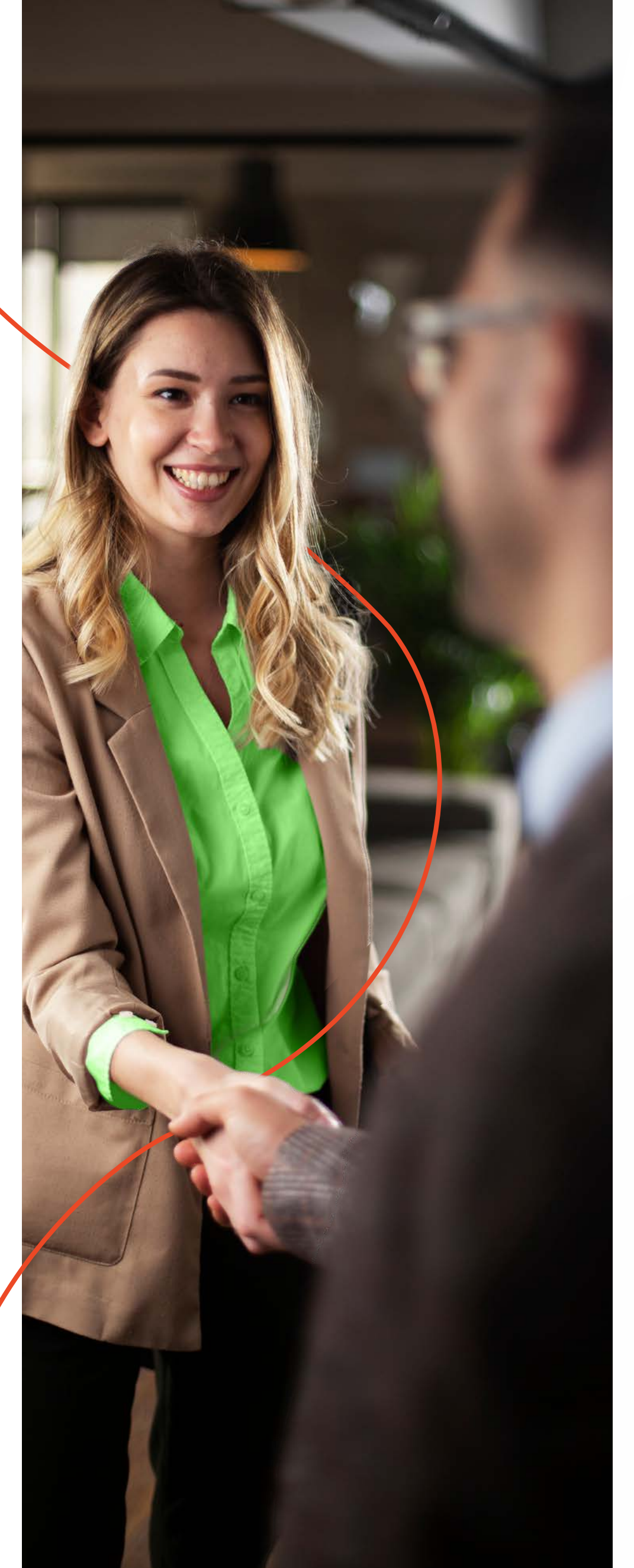
- 3. collective/sociétale** : l'image des super-chef d'entreprises ; les dynamiques globales d'échanges économiques des biens et d'investissements internationaux ; le marché boursier ; les quotations et les évaluations des pays selon des critères purement économiques (PIB, etc.).

Les effets entre les deux types et le réel opèrent de deux manières, directe et indirecte :

- directe** : en s'appuyant sur un postulat, renvoyant à la **cognition implicite**⁸, le chef d'entreprise prendra des décisions très différentes en matière de conditions dans les contrats, le choix des fournisseurs, le développement de nouveaux produits et services ;

le management des équipes et les formes de gouvernance ; la marge de profit à générer, la répartition et l'usage des profits, etc ;

- indirecte** : ces postulats font office de socle à partir desquels des économistes vont ensuite offrir des préconisations de leviers prix, stratégies économiques à grande échelle, outils de prise de décision politiques territoriales.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Homo economicus
vs entrepreneur
modéré : une réalité
avec un potentiel
transformatif

Chapitre 08

Conclusion



Idées reçues à reconsidérer

- **La maximisation systématique du profit** est le cadre mental (avec ses pratiques) que **la raison d'être de l'entreprise est de croître indéfiniment, d'accroître la productivité et de dominer le marché, fondé sur la performance**. Cela facilite la déshumanisation du travail (« **ressources humaines** » comme simple capital à optimiser), la dégradation de la nature et de la qualité de vie et du bien-être au travail. **La fin ignore les moyens pour y arriver**. Le **cas d'Outilacier** est instructif : l'intérêt cognitif de Pierre-Yves Levy (en tant qu'ingénieur et guide de montagne) est insuffisant pour expliquer des actes. C'est plutôt le **critère subjectif** qui est crucial ici, car il se rapporte au type de personne que l'entrepreneur souhaite être et avec qui il souhaite travailler et vivre.
- **L'optimisation sous contrainte comme impératif éthique⁹** : l'économie classique, présentée comme neutre et scientifique (alors qu'elle repose sur des postulats tout à fait humains), **relègue l'éthique au second plan, la considérant seulement comme un paramètre externe aux logiques d'efficience** ; tout comme elle relègue

les externalités qui n'existent pas dans un système global clos. Or, cela empêche de penser ce qui relève du sens, du bonheur, de la justice ou du bien commun — éléments centraux de la vie entrepreneuriale réelle.

- **Transition par ajustement de contraintes** : bon nombre de théories modernes (incluant le développement durable et la responsabilité sociétale de l'entreprise) tentent d'intégrer des **contraintes environnementales ou sociales** mais sans remettre en cause le primat de la rentabilité ni en offrant des alternatives. Ce « **verdissement** » **superficiel** se heurte à la persistance d'un objectif de profit qui absorbe, nie ou s'oppose aux autres rationalités.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Homo economicus
vs entrepreneur
modéré : une réalité
avec un potentiel
transformatif

Chapitre 08

Conclusion

Les freins à la transformation

L'analyse précédente permet d'extraire certains freins à l'émergence de l'entrepreneur modéré :

- **la performativité du modèle :** le vendeur, le manager ou le décideur s'identifient à ce que **les modèles et leur traduction en pratique attendent d'eux**. Les dispositifs de formation, les discours institutionnels, les outils de gestion mais aussi les récompenses financières et symboliques confortent l'idée que **la maximisation du profit est la seule voie rationnelle**¹⁰ — induisant une tendance au **rejet symbolique, psychologique et institutionnel de démarches alternatives** ;
- **une rationalité unique trop limitée :** s'il est rationnel pour un propriétaire d'investir dans la rénovation énergétique d'un bâtiment collectif, il l'est également pour un jeune couple désireux de quitter leur appartement de ne pas investir, comme cela l'est pour une personne très âgée ;
- **la difficulté à penser autrement les finalités :** le postulat de l'homo economicus ne facilite pas la prise en compte des motivations altruistes, de la recherche de l'épanouissement, ou de finalités collectives comme

la **justice sociale**¹¹ ou l'écologie, en partie parce que **ces facteurs ne sont pris en compte ni dans l'analyse économique classique ni dans les méthodes empiriques**. Leur poids dans les décisions est donc occulté. Par conséquent, **les démarches innovantes ou modératrices** (« travailler moins », « croître moins », « favoriser la qualité de vie », etc.) **tendent à être stigmatisées ou perçues comme inefficaces, marginales et réduisant la rentabilité financière** ;

- **le poids des représentations institutionnelles :** le système favorise la valorisation des « stars » entrepreneuriales à forte visibilité médiatique, **occultant la diversité des trajectoires et la légitimité des logiques alternatives**, incluant la **qualité de bricolage**¹² qui, si elle apporte une réelle satisfaction à l'entrepreneur modéré, n'est pas considérée comme valorisante.



Postulats implicites dominants

- Croire que la croissance quantitative est le seul indicateur de réussite ;
- assimiler bonheur et maximisation de l'utilité ;
- penser que la **maximisation financière** peut être le socle à partir duquel on peut calibrer, planifier et optimiser toute action et toute décision ;
- ignorer **l'intuition** (dont le rôle est pourtant connu dans la littérature en sciences de management¹³), l'expérience incarnée et la dimension relationnelle et collective de la décision ;

- considérer que l'entreprise est une somme d'individus rationnels et non un **système de synergies**, de conflits et de collaborations multi-rationnels et non rationnels.

Tous ces freins et faux postulats bloquent l'émergence de pratiques innovantes, résilientes, en adéquation avec les défis du XXIe siècle.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Homo economicus
vs entrepreneur
modéré : une réalité
avec un potentiel
transformatif

Chapitre 08

Conclusion

→ Partie 3

Actions concrètes et changements de pratiques

Quelles sont certaines des actions pouvant être mises en œuvre pour un entrepreneur modéré ? Le chapitre met en lumière les pratiques de modération et de justice accessibles à tout entrepreneur, manager ou acteur économique, avec des exemples détaillés et la méthodologie permettant la transformation des comportements.

Décloisonner la relation entre moyens et fins

L'investissement dans des logiques où **les moyens ne sont plus subordonnés à une fin** transforme la dynamique de l'entreprise. Il s'agit de poser la question suivante : comment procéder opérationnellement et quelles en sont les conséquences tout au long du parcours ? **Selon Pierre-Yves Lévy (Outilacier), l'enjeu n'est pas d'atteindre un objectif abstrait de profit, mais de structurer la relation commerciale autour du juste besoin des clients, de la coopération avec des fournisseurs locaux**

et de la préservation du collectif. Et pourquoi pas aussi, autour du bien-être physique et mental des collaborateurs et de transformer l'entreprise en acteur contributif d'un territoire, d'une **communauté** ?

Exemple Outilacier :

- priorité donnée à la **préservation des emplois**, à la **réduction de l'empreinte écologique**, à l'**ancrage territorial** ;
- renoncement conscient et stratégique à une part substantielle de la marge unitaire pour **favoriser la production locale** ;
- **croissance volontairement limitée et gérée**, évitant l'illusion de la taille optimale et protégeant la résilience de l'ensemble ;
- **construction de partenariats fondés sur la confiance, la pédagogie et l'innovation collaborative** : les efforts portés sur la qualité relationnelle ont généré chez Outilacier des **effets**

économiques positifs comme conséquence et non pas comme finalité imposée.

Cet exemple met en évidence :

- **la possibilité de croissance qualitative** (sociale, pédagogique, écologique) qui accompagne voire dynamise la performance, sans la contraindre ;
- **le potentiel d'inspiration et de dissémination locale** à partir d'un modèle modéré.

Institutionnaliser la modération

Institutionnaliser la modération signifie la rendre partie intégrante de la culture d'entreprise, de la cognition implicite partagée des collaborateurs en matière du rôle et de l'identité de l'entreprise sur son territoire et en interne.

Cela peut signifier, par exemple, de manière opérationnelle :

- **limiter volontairement l'expansion, la production ou l'offre** (exemple : les moines chartreux qui ne cherchent pas la croissance mais plutôt l'équilibre avec leurs préoccupations spirituelles et communautaires), en privilégiant **un équilibre cohérent avec ses finalités plutôt qu'une croissance continue** ;
- **délibérer sur le sens des actions** : dans l'économie paysanne, la production n'est pas maximisée, mais **ajustée** pour atteindre un équilibre entre effort et satisfaction des besoins familiaux. On peut aussi **viser à l'équilibre avec les capacités naturelles de production, améliorées par des techniques issues des solutions inspirées de la nature.**



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Homo economicus
vs entrepreneur
modéré : une réalité
avec un potentiel
transformatif

Chapitre 08

Conclusion

Développer le bricolage entrepreneurial

Le **bricolage** désigne la capacité à « **faire avec** » les **ressources disponibles**, à inventer une organisation sans plan préalable, à composer par ajustements successifs. Elle s'est répandue dans le management, l'innovation et l'économie sociale et mériterait d'être davantage valorisée et enseignée :

- **l'entrepreneur social**, en situation de rareté, recourt au bricolage pour **générer un impact social plus grand que celui permis par un plan d'action prédéfini**. Exemple : *invention de nouvelles formes institutionnelles, mobilisation de (nouveaux) réseaux communautaires, ajustement aux situations locales (sociales, politiques et écologiques) changeantes, mise en place d'un dialogue permanent avec les parties prenantes, fondées sur une vision de l'entreprise et de sa place dans un territoire...* ;
- **le craft entrepreneur poursuivant l'excellence technique** : la quête du geste parfait, de la beauté artisanale, implique la souplesse, la prudence, l'ouverture à l'imprévu, archétype des arts et métiers japonais.

La réussite du bricolage entrepreneurial dépend de :

- **la reconnaissance de la contingence et des opportunités nouvelles** de l'environnement ;
- **l'attention aux complexités humaines et matérielles**, et de leurs interactions avec le milieu naturel, et une quête de respect pour les personnes et les ressources ;
- **une posture d'ajustement** éthique, pragmatique, favorisant la résilience, l'innovation douce et la diversité des solutions.

Adopter l'éthique des vertus

Une posture de modération nécessite de dépasser un schéma utilitariste en intégrant le facteur humain et l'environnement naturel :

- **rationalité plurielle** : mobilisation simultanée d'intuition, d'expériences, d'analyse, d'empathie, de préoccupations et de visions différentes du monde. Elle ne se limite jamais à l'homo economicus maximisant les profits ;

- **reconnaissance de la dépendance mutuelle** : chaque choix impacte l'environnement, les parties prenantes et le tissu social qui impactent à leur tour les choix disponibles, leurs risques, leurs mises en œuvre ;
- **capacité à vivre sereinement avec soi-même** : dimension morale et introspective, recherche de cohérence personnelle, fidélité à ses valeurs, trouver ou créer du sens dans son travail qui dépasse l'entreprise tout en l'intégrant. Nombreux dirigeants qualifient ceci d'être « aligné avec soi-même » ;
- **ontologie relationnelle** : l'entrepreneur se conçoit en interaction avec les autres humains et leur milieu environnemental (et dans certains cas, avec le vivant non humain), et non pas comme un atome isolé. Cela se traduit par une délibération collective, la recherche du consensus – ou du moins d'une décision collective, la valorisation du capital émotionnel et de l'intuition et enfin, la contribution aux richesses collectives.

Quelques exemples de modération raisonnée :

- **Julia Faure et Guillaume Declair (Loom, textile)** : renoncement à la croissance rapide pour privilégier « **moins mais mieux** », cohérence entre pratique économique et engagement militant ;
- **Edwin P. Pister** : défense d'une espèce menacée sans aucun intérêt utilitaire apparent, fondée sur une **posture de souci du vivant et d'humilité écologique** ;
- **Transmission de pratiques chez Outilacier** : après la reprise, diffusion du **modèle collaboratif à grande échelle**, par la formation, l'exemple et la pédagogie.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Homo economicus
vs entrepreneur
modéré : une réalité
avec un potentiel
transformatif

Chapitre 08

Conclusion

Changer de regard sur la performance

- Incorporer la **qualité de vie**, la **satisfaction des besoins physiques, psychologiques et relationnels** (et non des désirs sans limites), la **préservation du collectif et de l'environnement** dans la grille d'évaluation ;
- **abandonner le modèle d'équilibre général statique** pour considérer l'économie comme **un système complexe de synergies dynamiques** avec ses points de bascules, ses forces opposées et ses synergies, **ne se réduisant pas aux facteurs économiques et financiers** ;
- **prendre soin des moyens autant que des fins** : chaque étape d'un projet (choix du fournisseur, organisation du temps de travail, gestion des ressources humaines, innovation technique, ciblage des clients) doit être réfléchi dans **une logique d'équilibre, de respect et d'ajustement** ;
- embrasser la robustesse, avec ses redondances, ajoute des marges de manœuvre et permet l'existence de **plusieurs alternatives pour faire face aux imprévus**.

Synthèse des leviers et pratiques opérationnelles

- **Encourager la formation à la prudence pratique**, c'est-à-dire la capacité de prendre des décisions avec des points de vue multiples délibérément et la prise de décision contextuelle ;
- valoriser l'échange entre les personnes, la créativité, la mutualisation des ressources, la **co-innovation** par le biais de temps dédiés ;
- **intégrer la modération dans l'institution** suppose d'encourager les managers à reconnaître la légitimité des arbitrages éthiques et à les appliquer dans leurs décisions d'investissement, de produits, de ressources et de fournisseurs. Cela implique également d'assumer **des critères de réussite fondés sur plusieurs dimensions économiques, sociales et environnementales, et de placer au centre le dialogue social et la gestion collaborative** ;
- rendre visible les **modèles alternatifs** et leurs bénéfices multiples, **encourager le partage d'expériences** entre pairs et le retours d'expériences en interne, notamment sur l'apprentissage à partir des erreurs, des leçons apprises par l'entrepreneur modéré, des solutions aux

problèmes rencontrés, et **transmettre des savoir-faire « responsables »** ;

- **limiter de manière volontaire la croissance d'entreprise**, couplée à la recherche d'équilibre entre rentabilité et bien-être collectif ;
- **réserver une part des bénéfices à l'amélioration du lieu de travail et aux actions territoriales** (plantation d'arbres et végétalisation ; jardins collectifs ; contacts avec la nature ; ESS...) ;
- **localiser les activités**, soutien aux réseaux et à l'économie de proximité ;
- partager la valeur en **réduisant la marge réalisée sur chaque produit** afin de rendre les produits locaux plus accessibles ;
- **innovation collaborative avec les partenaires et fournisseurs** : mise en place de partenariats « gagnant-gagnant » incluant les volets environnementaux ;
- **pédagogie, formations et retours d'expériences à la modération** dans les entreprises et auprès des nouveaux entrepreneurs par l'exemplarité, le récit et l'apport de connaissances sur les alternatives ;
- **utilisation et transmission de la capacité à « faire avec » les ressources disponibles (bricolage) comme approche et pratiques** : capacité à faire preuve de souplesse, à composer avec les moyens à disposition, à inventer de nouveaux modèles pertinents localement et à s'adapter aux besoins réels. Faire autrement avec ce qui existe déjà... ;
- **intégration de la qualité de vie et du bien-être au travail comme indicateur central de réussite**. Ceci favorise l'innovation en interne et améliore les retours d'expériences en les facilitant ;
- **reconnaissance du capital émotionnel, de l'intuition et de la richesse des relations humaines** comme atouts décisifs dans l'évolution des pratiques ;
- **pérennisation et diffusion des modèles modérés** : formation, communication et démultiplication des exemples inspirants, réseau, formations de pairs, ateliers collaboratifs.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Homo economicus
vs entrepreneur
modéré : une réalité
avec un potentiel
transformatif

Chapitre 08

Conclusion

Notes

Partie 1 : Discipline, notions clés et enjeux

P.82

¹ Cayla, D. (2018), L'économie du réel. Face aux modèles trompeurs, Louvain-la-Neuve, De Boeck supérieur ; Imas, J. M., Wilson, N., & Weston, A. (2012), Barefoot entrepreneurs, Organization, 19(5), p. 563-585.

² Rocher G. (1993), – « Type idéal » dans André-Jean Arnaud, Jacques Commaille et al. (éds.), Dictionnaire encyclopédique de théorie et de sociologie du droit, Paris, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, p. 628-630 [2e éd.].p. 629

³ L'entrepreneur selon Schumpeter s'inscrit dans une vision dynamique, tandis que l'homo economicus s'inscrit dans une vision statique. De plus, Schumpeter associe l'homo economicus au manager, celui qui gère le quotidien. En réalité, l'entrepreneur exerce alternativement ces deux activités : l'une orientée vers l'innovation, moteur de la dynamique économique, et l'autre orientée vers la gestion et le pilotage des activités et opérations quotidiennes de l'entreprise.

⁴ Whitaker, C. (2018). « Que nous apprend le «bonheur national brut»? ». Revue Projet, 362(1), 26-30.

⁵ Grant, P., Arjoon, S. & McGhee, P. (2018), In Pursuit of Eudaimonia: How Virtue Ethics Captures the Self-Understandings and Roles of Corporate Directors, Journal of Business Ethics, 153(2), p. 389-406.

⁶ Naughton, M. J. & Cornwall, J. R. (2006), The Virtue of Courage in Entrepreneurship: Engaging the Catholic Social Tradition and the Life-Cycle of the Business, Business Ethics Quarterly, 16(1), p. 69-93.

⁷ Terry, D. J., & O'Leary, J. E. (1995). The theory of planned behaviour: The effects of perceived behavioural control and self-efficacy. British journal of social psychology, 34(2), 199-220.

Partie 2 : Idées reçues et freins

P.84

⁸ Blanco, S., Gotteland, D., Trendel, O. “The role of implicit cognition in the development of a pro-environmental organizational culture”. La Branche, S.

(scientific coordinator). Drivers of Behavioral Change and Non-Change in Transitions Times. First Main Report of the International Panel of Experts on Behavioral Change, Vol.1. 406 pages. IpBc/GIECo, 2025. Serbannes. ISBN: 979-10-977593-0-8.

P.85

⁹ Boutillier, S. & Tiran, A. (2016). La théorie de l'entrepreneur, son évolution et sa contextualisation. Innovations, 50, p. 211-234. <https://doi.org/10.3917/inno.050.0211>

P.86

¹⁰ Albertson Fineman, M., & Dougherty, T. (2005), Feminism confronts homo economicus. Gender, law, and society, NY, Cornell University Press ; Miragaya-Casillas, C., Aguayo-Estremera, R., & Ruiz-Villaverde, A. (2023), University students, economics education, and self-interest. A systematic literature review, International Review of Economic Education, 43, 100266.

¹¹ Dyck, B. & Kleysen, R. (2001), Aristotle's Virtues and Management Thought: An Empirical Exploration of an Integrative Pedagogy, Business

Ethics Quarterly, 11(4), p. 561-574.

¹² Baker, T., & Nelson, R. E. (2005). Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. Administrative science quarterly, 50(3), 329-366.

¹³ Akinci, C., & Sadler-Smith, E. (2012). “Intuition in management research: A historical review”. International Journal of Management Reviews, 14(1), 104-122.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Citoyenneté
écologique : vers une
diversité de pratiques
basées sur la nature

Conclusion



— Chapitre — 08

Citoyenneté écologique : vers une diversité de pratiques basées sur la nature

Auteur·rice·s

Eduardo Bessa
Universidade de Brasília
UnB, Brazil
Denis Couvet

→ **Partie 1**
**Discipline du sujet, notions
et enjeux principaux**

→ **Partie 2**
**Idées reçues, obstacles
et freins**

→ **Partie 3**
**Citoyenneté écologique
approfondie : dimensions,
arguments et exemples**



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Citoyenneté
écologique : vers une
diversité de pratiques
basées sur la nature

Conclusion



L'écocitoyenneté constitue aujourd'hui une notion peu connue, pourtant centrale aux discussions philosophiques et quotidiennes sur la relation que nous, humains, entretenons avec la nature et le vivant. Le concept combine **les notions d'écologie et de citoyenneté** et repose sur **une éthique du vivre-ensemble élargie à l'ensemble du vivant**, sur **une responsabilité partagée envers les générations futures**, et sur **une implication concrète dans les choix quotidiens, collectifs et politiques**.

Il remet donc en question la place centrale que nous nous sommes accordés, nous humains, dans la nature comme en étant séparés ou au-dessus comme si nous n'étions pas soumis à son fonctionnement et à ses règles fondamentales. Aussi philosophique que cette réflexion puisse paraître, ses implications pratiques dans l'expérience quotidienne sont à la fois multiples et déterminantes.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Citoyenneté
écologique : vers une
diversité de pratiques
basées sur la nature

Conclusion

→ Partie 1

Discipline du sujet, notions et enjeux principaux

Citoyenneté écologique et écocitoyenneté ne sont pas synonymes, et si les différences entre elles semblent subtiles, elles sont fondamentales.

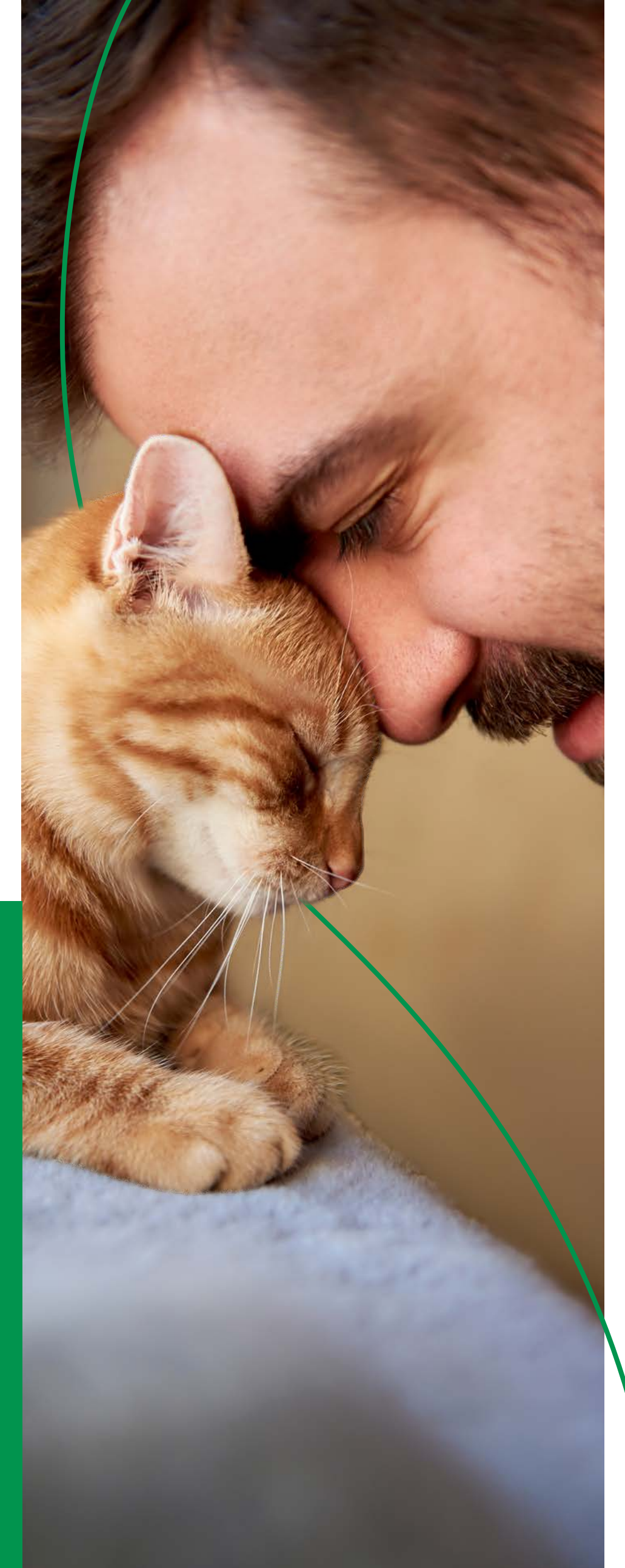
La **citoyenneté écologique** peut être comprise comme **une extension de la citoyenneté civique classique, intégrant explicitement des droits et des responsabilités à l'égard des écosystèmes, de la biodiversité et des générations futures.** Elle se caractérise par **l'engagement du citoyen à préserver le milieu naturel et à prévenir sa dégradation.** Conceptuellement, cette approche s'inscrit davantage dans le cadre de la **soutenabilité faible**¹ et conserve une orientation **anthropocentrée (centrée sur l'humain)**, dans la mesure où la protection de l'environnement est principalement envisagée au service du bien-être humain et de la continuité des sociétés. En forçant le trait, cette perspective repose sur l'hypothèse que **les sociétés humaines disposent des capacités techniques, institutionnelles et adaptatives suffisantes pour répondre aux défis**

écologiques et maintenir leurs conditions d'existence, du moins tant que la cohésion sociale demeure intacte. L'écocitoyenneté propose une transformation plus profonde que la citoyenneté écologique en reconfigurant la place de l'être humain au sein du monde vivant. Elle affirme que **les processus naturels dépassent largement ce que les êtres humains peuvent contrôler, et que nos sociétés restent fondamentalement dépendantes du fonctionnement des écosystèmes.** Elle définit l'appartenance à un territoire non comme une simple gestion de ressources mais comme **l'intégration de l'humain dans un réseau d'interdépendances,** allant des sols, rivières, forêts, à l'ensemble du monde animal, végétal et microbien. Elle apporte donc une **vision écocentrée.**

Ce concept fait l'objet d'une formalisation scientifique, politique et philosophique : il ne relève pas seulement des écogestes ou des bonnes intentions, mais comporte **des implications pour les interactions entre institutions, groupes sociaux, traditions locales et innovations écologiques.** Selon Lucie Sauvée², connue

pour ses travaux sur l'éducation relative à l'environnement, l'écocitoyenneté est **“une citoyenneté critique, compétente, créative et engagée, capable de participer aux débats publics, à la recherche de solutions et à l'innovation écosociale”.** Ainsi, être écocitoyen, c'est **agir au bénéfice du bien commun du vivant, humains et non humains, renforcer les solidarités et revisiter sans cesse ses propres pratiques.**

L'écocitoyenneté invite donc à dépasser la vision centrée sur l'humain et à faire émerger une **éthique relationnelle** où l'humain se pense “habitant parmi d'autres” dans une **maison commune (oïkos)**, que l'on partage avec les autres espèces vivantes, soucieux des équilibres écologiques qui conditionnent sa propre santé, son bien-être social et la viabilité de son environnement. Cette redéfinition entraîne une **profonde mutation des imaginaires collectifs, des institutions et des normes, mais aussi de nos routines, usages et habitudes quotidiennes.**





→ Partie 2

Idées reçues, obstacles et freins

Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Citoyenneté
écologique : vers une
diversité de pratiques
basées sur la nature

Conclusion

L'analyse scientifique met en relief un certain nombre de mythes et de postures contraignantes qui affaiblissent la portée réelle de la citoyenneté écologique. Quelles dimensions l'écocitoyenneté recouvre-t-elle ? Qu'est-ce qui n'est pas inclus et dans quelles limites ne peut-on la réduire ?

Ce n'est pas que les gestes, ni la technologie, ni les outils économiques...

Tout d'abord, l'écocitoyenneté ne se résume pas à des gestes, aussi vertueux soient-ils. Trier ses déchets, éteindre les lumières, prendre une douche au lieu d'un bain, adopter le vélo pour les petits trajets et éviter les emballages superflus vont dans le bon sens mais ne renvoient pas à une redéfinition de notre place dans le vivant ; ce ne sont qu'une partie de la démarche, **souvent insuffisante pour affronter la complexité des bouleversements environnementaux**. En outre, ces gestes ne touchent pas au **fonctionnement systémique** de notre société, ils n'affectent ni l'organisation systémique de nos sociétés, ni leurs

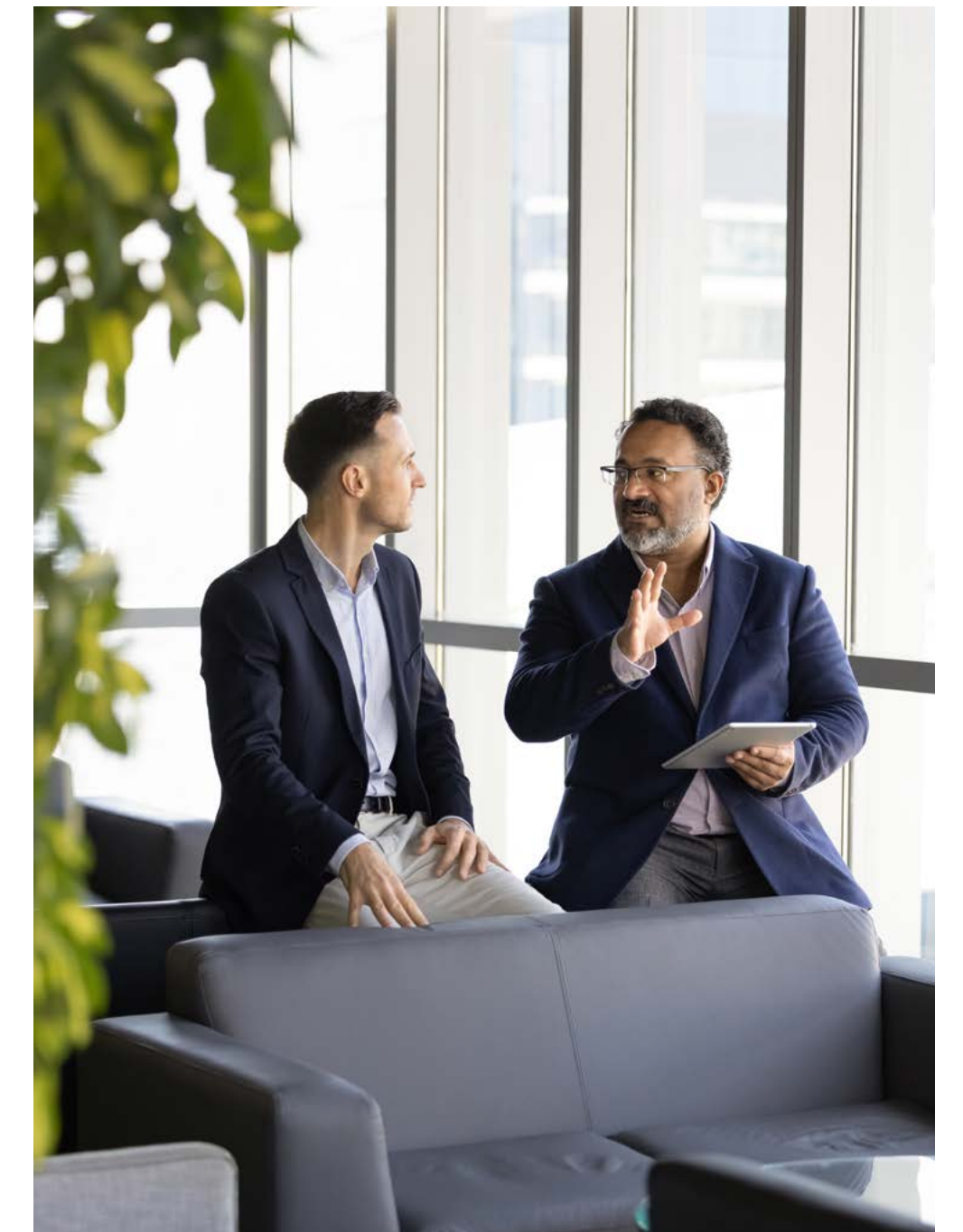
valeurs, ni leurs habitudes profondes. À l'inverse, des approches comme **l'économie régénératrice** s'en rapprochent davantage lorsqu'elles sont mises en œuvre de manière cohérente, car elles visent explicitement à **transformer les systèmes socio-écologiques et les modes de production afin de restaurer les capacités de régénération du vivant**.

L'écocitoyenneté ne peut être instaurée par la seule médiation technologique. Il est possible que la **confiance placée dans le progrès technique comme solution universelle aux crises environnementales tend, paradoxalement, à nous en éloigner**. L'idée selon laquelle la généralisation des énergies renouvelables, la diffusion de technologies telles que la voiture électrique, les OGM ou la séquestration du carbone suffirait à « résoudre » les problèmes écologiques repose sur une **croyance implicite** : celle que nos modes de production et de prélèvement peuvent demeurer inchangés. Or ces dispositifs, bien qu'utiles dans certains contextes, contribuent aussi à **renforcer**

une représentation du monde où l'humain se conçoit avant tout comme extracteur de ressources.

À l'inverse, l'écocitoyenneté suppose de **dépasser cette confiance technophile pour instaurer une véritable culture du discernement et de la sobriété**. Elle implique que chaque décision - individuelle, collective, organisationnelle ou structurelle - soit envisagée à travers une **analyse systémique, explicite ou implicite, de ses répercussions sociales, économiques et écologiques**. Autrement dit, elle engage un déplacement profond des **référentiels**, qui ne peut être substitué ni simplifié par une accumulation d'innovations techniques/technologiques. Les choix techniques ne sont pas exclus, ils s'inséreraient dans cette optique. Quant aux dispositifs de marché actuels, ils demeurent **inadéquats** : certains, comme des mécanismes de compensation en biodiversité ou la mise en marché de fonctions écologiques, risquent de **renforcer les rapports de pouvoir existants**. Ils peuvent **permettre aux acteurs les plus influents de s'approprier**

ou de contrôler l'accès aux ressources naturelles, tandis que les **populations les plus vulnérables supportent de manière disproportionnée les contraintes, les coûts et les effets négatifs qui en résultent**.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

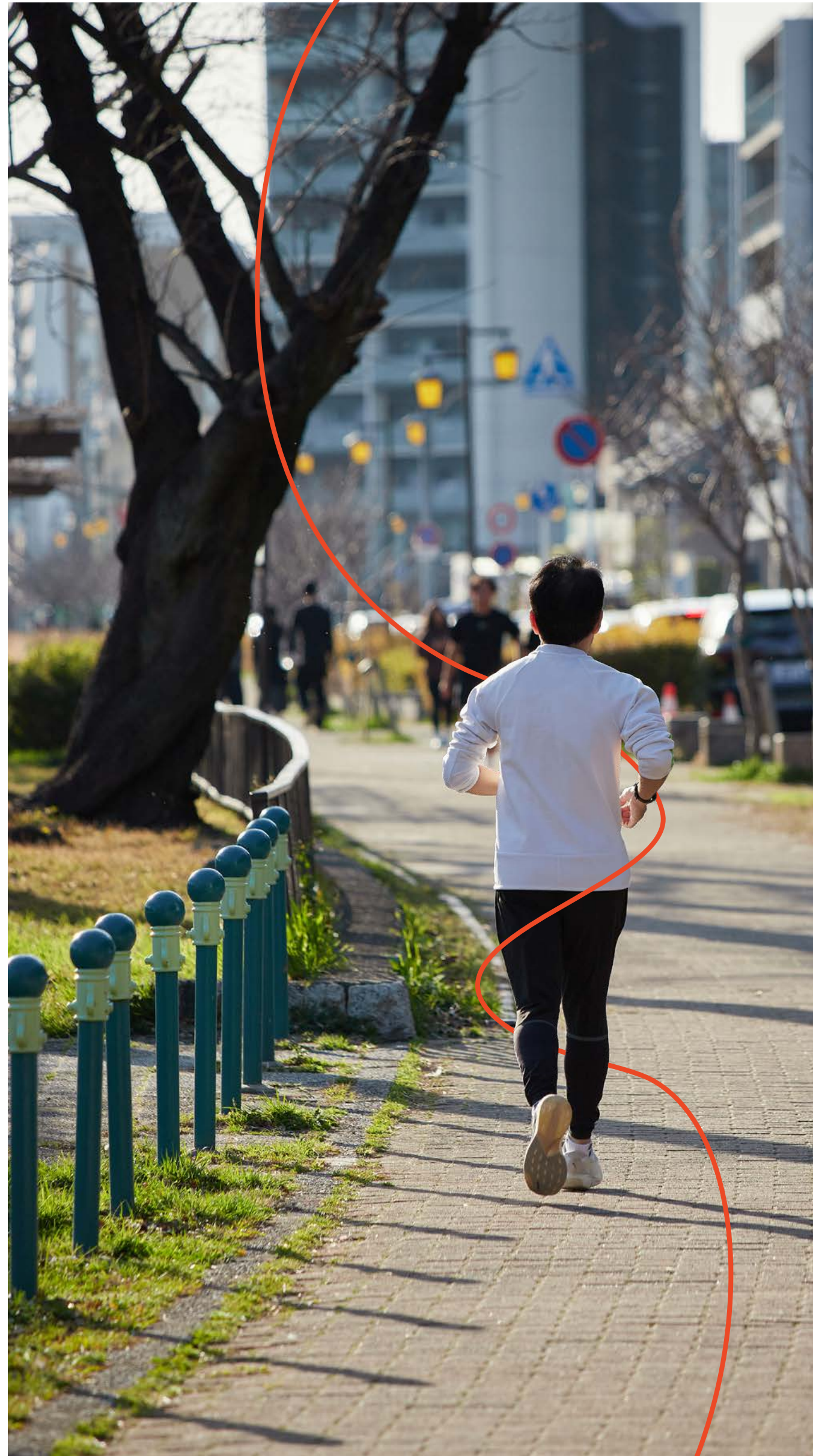
Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Citoyenneté
écologique : vers une
diversité de pratiques
basées sur la nature

Conclusion



Les obstacles à l'échelle macro

Les obstacles d'ordre culturels (tels que certaines traditions agricoles ou industrielles, modes de vie hérités ou encore l'organisation urbaine) **constituent des freins importants à la transformation des pratiques.** À cela s'ajoutent les **routines de consommation**, alimentées par une publicité incitant à acheter toujours davantage, ainsi que le **manque d'alternatives concrètes**, notamment l'insuffisance de transports viables ou l'accès limité à des circuits courts. **L'ensemble de ces facteurs limite la capacité effective des individus et des communautés à modifier et changer durablement leurs comportements.**

Ensuite, mentionnons le phénomène de *shifting baseline*³, ou syndrome d'accoutumance à la dégradation progressive, qui constitue un obstacle psychologique majeur. **Les individus s'habituent graduellement à la disparition des espèces communes (oiseaux, pollinisateurs, flore locale) et à l'appauvrissement des environnements quotidiens, au point de ne plus percevoir ces pertes comme problématiques.** Cette **normalisation de la dégradation** conduit à considérer comme "ordinaires" des paysages écologiquement appauvris, où seules subsistent des espèces standardisées ou importées.

Le paradoxe est tel que l'absence d'insectes sur les pare-brises n'est plus reconnue comme un symptôme de déclin, tandis que leur présence ponctuelle peut désormais être vécue comme surprenante.

Sur le plan social et politique, **la répartition inéquitable des efforts et des bénéfices alimente la défiance** : certaines catégories supportent le coût du tri ou du changement de mode de transport sans être soutenues, alors que d'autres continuent à bénéficier des systèmes polluants.

Les politiques publiques, focalisées sur des objectifs quantitatifs ou technocratiques, oublient parfois d'accompagner équitablement la transition pour les populations précaires, fragilisant la cohésion sociale et la justice environnementale.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Citoyenneté
écologique : vers une
diversité de pratiques
basées sur la nature

Conclusion

→ Partie 3

Citoyenneté écologique approfondie : dimensions, arguments et exemples

La citoyenneté écologique propose une **refonte profonde de la relation entre l'individu, le collectif et leur milieu de vie**, et donc un **regard** et une **évaluation en profondeur sur nos valeurs**.

Les décisions seraient donc prises à partir de cette **valeur culturelle à l'échelle sociétale**, une nouvelle cognition implicite⁴ et des sensibilités à partir desquelles les décisions sont prises. Cette dynamique prendrait place, avec ses freins, autant à la maison qu'au sein de la communauté, de la commune, de l'entreprise, dans les choix politiques et économiques ou dans la sphère éducative. Cette **cosmovision**, c'est-à-dire **l'ensemble des représentations profondes qu'une société entretient sur la place de l'être humain dans la nature et dans l'univers**, souvent façonnées par des traditions culturelles, des normes sociales ou des croyances philosophiques ; **constitue un cadre de pensée qui oriente nos choix**. Elle ne demeure pas abstraite : elle se traduit **concrètement dans les décisions quotidiennes, les comportements collectifs et les pratiques institutionnelles**, qui en sont les manifestations visibles.

L'éthique du quotidien et l'innovation sociale

Être écocitoyen dans son quotidien implique **une attitude normalisée et des pratiques normalisées** : limiter le gaspillage alimentaire en cuisine, réparer au lieu de jeter, préférer les vêtements durables ou de seconde main, organiser et participer à la collecte de déchets dans les espaces verts de son quartier. Mais aussi, choisir ses produits alimentaires en fonction de leur saisonnalité et de leur mode de production, privilégier les fournisseurs locaux et bio, refuser les pesticides au jardin familial ou communautaire, installer un compost ou des nichoirs pour les pollinisateurs.

Les pratiques de consommation responsable constituent un axe majeur : acheter en vrac, éviter les suremballages, se tourner vers des produits dépolluants et éco-labellisés fiables, organiser des bourses aux vêtements ou aux jouets d'occasion, préférer la réparation à l'achat neuf, soutenir les artisans locaux et les circuits courts de distribution.

Par exemple, en France, la **réinstallation de "ressourceries" dans les quartiers populaires permet à la fois de lutter contre l'exclusion sociale et de promouvoir la circularité des biens, réduisant la pression sur les décharges, incitant à la réparation collaborative et réduisant l'empreinte écologique**.

Dans les déplacements, la marche ou le vélo pour les trajets courts sont privilégiés, le covoiturage ou les transports collectifs sont favorisés dès que possible, implication dans **la co-construction de plans de mobilité durable avec la commune**. Les initiatives de "défi vélo en entreprise" ou de "journée sans voiture" stimulent la **créativité collective** et redonnent **sens** à des solutions écologiques parfois difficiles à généraliser.

L'énergie et la sobriété deviennent l'objet d'une gestion fine et d'une anticipation constante : la baisse du chauffage, la hausse de la climatisation, l'usage de multiprises avec interrupteur, l'installation de panneaux photovoltaïques thermiques collectifs ou encore le choix d'un

fournisseur d'électricité verte participent à **une transition alliant responsabilité individuelle et innovation collective**. Ces initiatives montrent comment **des décisions quotidiennes peuvent s'inscrire dans des dynamiques plus larges de transformation énergétique**. Un exemple souvent cité est celui des coopératives locales d'énergie en Allemagne : des citoyens, des collectivités et parfois des entreprises s'y regroupent pour investir ensemble dans les énergies renouvelables au bénéfice du territoire. Ce modèle, qui associe **gouvernance partagée, ancrage local et retombées concrètes pour la communauté**, inspire aujourd'hui un nombre croissant de projets en France et dans d'autres pays (exemples : Suisse, Canada...). **Le réflexe décisionnel consiste à intégrer, de manière systématique, l'évaluation des effets potentiels — positifs comme négatifs — de nos actions quotidiennes sur le vivant**. Autrement dit, il s'agit d'adopter une **habitude d'anticipation** qui prend en compte l'impact de nos choix sur les écosystèmes, les autres espèces et la qualité du milieu de vie.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Citoyenneté
écologique : vers une
diversité de pratiques
basées sur la nature

Conclusion

Dimension communautaire et participation active

La citoyenneté écologique se construit dans l'action collective aux échelles locales, territoriales, nationales et internationales. Ainsi, adhérer à une association de défense de la biodiversité, participer à des maraudes anti-gaspi ou à des opérations de nettoyage de rivières, ou s'impliquer dans un jardin partagé, c'est transformer la logique du « faire écologie chez soi » en « mobiliser son territoire pour la transition » : **le faire ensemble.**

De plus en plus de communes invitent leurs citoyens à proposer des idées pour la gestion durable des espaces publics : installation de points de tri sélectif, création de corridors écologiques urbains, organisation de collectes d'électroménager ou de vêtements, ou encore campagnes de lutte contre les pollutions lumineuses et sonores. La **végétalisation** des places et trottoirs s'inscrivent dans un **renouveau des modes de conception de l'espace urbain.** Elle marque le passage d'un modèle historiquement centré sur l'automobile à une approche orientée vers des mobilités diversifiées, la qualité de vie et le bien-être des habitants.

En intégrant **la nature comme élément structurant**, et non comme simple ajout décoratif, ces aménagements reconnaissent l'importance de ses effets

sur la santé physique et mentale. Ils contribuent ainsi à **repenser l'urbanisme de manière systémique, en articulant fonctions écologiques, usages sociaux et résilience environnementale.** **Les budgets participatifs consacrés à la transition écologique**, mis en place dans de nombreuses municipalités, offrent à des citoyens, qu'ils soient novices ou experts, la possibilité de **co-concevoir des solutions adaptées aux spécificités locales.** Ces dispositifs favorisent également une **mise en relation plus directe avec les autres formes de vie présentes sur le territoire**, en intégrant leur présence et leurs besoins dans la conception des projets.

L'éducation à l'écocitoyenneté est centrale. Elle ne se limite plus au cadre scolaire, à travers, par exemple, des potagers pédagogiques, des observatoires citoyens de la faune locale ou des dispositifs ludiques consacrés au climat, mais s'étend également à la **sphère intergénérationnelle**, où elle contribue à **renouveler les interactions et les apprentissages entre générations.** Les ateliers partagés entre parents, grands-parents et enfants sur les gestes éco-responsables, la cuisine anti-gaspi ou la reconnaissance des oiseaux du jardin, renforcent les liens sociaux et l'appartenance à un même sol, **source de sens commun.** Certains quartiers

organisent régulièrement des « fêtes de la nature » ou des « semaines de l'écocitoyenneté », où le **troc**, le **partage d'expériences** et la **valorisation du patrimoine local** prennent le pas sur la simple information descendante.

Le réflexe décisionnel et comportemental automatique à acquérir est celui d'anticiper et évaluer les effets négatifs et bénéfiques pour le vivant dans nos comportements collectifs.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Citoyenneté
écologique : vers une
diversité de pratiques
basées sur la nature

Conclusion

Gouvernance, justice environnementale et transformation structurelle

La maturité de la démarche d'écocitoyenneté se mesure à la capacité des institutions à inclure la diversité des acteurs, humains et non humains, dans la gestion collective des biens communs, y compris des représentants chargés de défendre les intérêts des écosystèmes et des entités non humaines. Cette ouverture traduit un passage d'une gestion centrée

exclusivement sur les besoins humains à une approche élargie, reconnaissant la pluralité des formes de vie et leurs interdépendances dans la délibération collective⁵.

La gestion partagée de l'eau, des forêts et des sols suppose une concertation permanente, ouverte à la pluralité des intérêts, avec ceux des non-humains à parité avec ceux des humains, des savoirs pratiques et des innovations. La régénération collective des milieux naturels dégradés, la régulation des accès à la nature, la reconnaissance de la valeur



des services écosystémiques font émerger de nouveaux référentiels de réussite, plus qualitatifs et démocratiques que les simples indicateurs quantitatifs. L'intégration des référentiels de bien-être et de santé mentale et émotionnelle associés aux contacts récurrents de la nature font partie des critères d'évaluation.

Les zones humides restaurées par les comités citoyens, alliées à la protection des espèces locales et au développement de nouvelles filières économiques (agriculture bio, écotourisme, circuits courts), illustrent ce pouvoir d'agir décentralisé, qui peut inverser le déclin de la biodiversité tout en mobilisant durablement le tissu social local. De même, la promotion de l'agroécologie s'appuie sur des associations inter-communes, des collectifs citoyens ou des plateformes de formation, capables d'amorcer une transition vers des modèles agricoles diversifiés et résilients, tout en créant des emplois accessibles aux humains et des niches écologiques de reproduction du vivant.

La transformation de la gouvernance passe aussi par des formes d'inclusion sociale et de justice environnementale. Dans de nombreuses villes, des dispositifs d'aide aux familles précaires ont été mis en place pour l'accès à l'énergie faibles émissions de CO₂, la lutte contre

la précarité énergétique, ou le soutien à l'alimentation durable. Ces programmes (exemple : *mobicit'air*, *énergie : défi déclic*, *biodiversité : creamontblanc...*), souvent co-construits avec les habitants, montrent qu'il est possible de réorienter la transition pour qu'elle bénéficie d'abord aux plus exposés à la pollution, au dérèglement climatique ou aux pertes de biodiversité. Une gouvernance territoriale fondée sur l'écocitoyenneté intégrerait un vote ou une position pour le vivant non humain dans cette planification. Qu'auraient à dire les insectes, les oiseaux, les plantes d'une politique ? Leur sera-t-elle bénéfique ou au contraire ?

Dans les débats politiques, la citoyenneté écologique se traduit par le soutien à des candidats ou à des formations qui font de l'écologie une priorité non négociable, l'organisation de pétitions, de mobilisations publiques (marches pour le climat, forums citoyens), et l'investissement dans l'élaboration de chartes locales, régionales ou nationales, qui engagent sur la durée l'ensemble des parties prenantes.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Citoyenneté
écologique : vers une
diversité de pratiques
basées sur la nature

Conclusion

Les « solutions basées sur la nature » : une mise en pratique de l'écocitoyenneté

Les « solutions basées sur la nature »⁶ s'appuient sur une compréhension du fonctionnement des écosystèmes et des relations dans le tissu vivant plutôt que sur des infrastructures artificielles. Elles visent à répondre **simultanément** aux crises climatiques, de biodiversité, de gestion des risques et de sécurité alimentaire, tout en **transformant notre rapport à la nature d'un simple stock de ressources vers un partenaire avec lequel co-évoluer**.

Les solutions basées sur la nature (SbN) :

Actions qui s'appuient sur la compréhension et le fonctionnement réel des écosystèmes pour relever des défis de société tels que le changement climatique, les risques naturels, la santé, l'eau et l'alimentation. Leur ambition socio-économique est de permettre à l'humanité de **vivre de la nature tout en la régénérant**, en cherchant dans les écosystèmes des formes **d'inspiration pour des réponses compatibles avec le vivant**. En intégrant les principes du vivant dans nos décisions humaines à toutes les échelles, elles permettraient donc de **créer une société compatible avec les limites planétaires**. Elles sont une

manifestation tangible d'une vision du monde qui soit nature-compatible.

Conceptuellement, les SbN prolongent les notions d'intégrité des écosystèmes, de services écosystémiques et de contributions de la nature aux populations, mais en les inscrivant dans une vision plus relationnelle. Il ne s'agit pas seulement de maximiser un service particulier, mais de **maintenir et restaurer la composition, la structure et les fonctions d'un système écologique de façon à préserver sa capacité d'adaptation face aux changements globaux**. Elles se placent donc à l'articulation de la science écologique, de l'économie et des sciences sociales, comme instruments d'une **transformation des imaginaires techniques et politiques**.

Elles explorent :

la redondance (doublon des fonctions et des niches, par exemples), le mutualisme (interactions mutuellement bénéfiques entre espèces)⁷, la robustesse⁸ et la complémentarité (qui inclut la compétition, la coopération et la symbiose) ; les dynamiques et le mouvement ; les points de bascules, l'équilibre dynamique et les rétroactions, la régénération et les fonctions...

Plutôt que :

la performance, la concurrence, le parasitisme humain, l'unicité et la non-duplication, les causalités à sens unique, les points fixes, la stabilité stagnante, le statut quo ; la sur spécialisation...





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Citoyenneté
écologique : vers une
diversité de pratiques
basées sur la nature

Conclusion

Exemples emblématiques et logiques d'action

En agriculture, les SbN prennent la forme de pratiques agroécologiques qui reconstruisent des réseaux écologiques (haies, flore spontanée, pollinisateurs, oiseaux, chauves-souris) pour réduire l'usage d'intrants chimiques et enrayer l'érosion de la biodiversité cultivée et sauvage.

L'idée centrale est que la diversité, la duplication et la redondance des organismes vivants et des fonctions écologiques (pollinisation, contrôle biologique, fertilité des sols) **augmente la résilience des agroécosystèmes, y compris face au changement climatique, tout en limitant les coûts et impacts de la chimie de synthèse**. Les SbN tendent à combiner **bénéfices écologiques, réduction de vulnérabilités humaines et potentielles économies à moyen terme**.

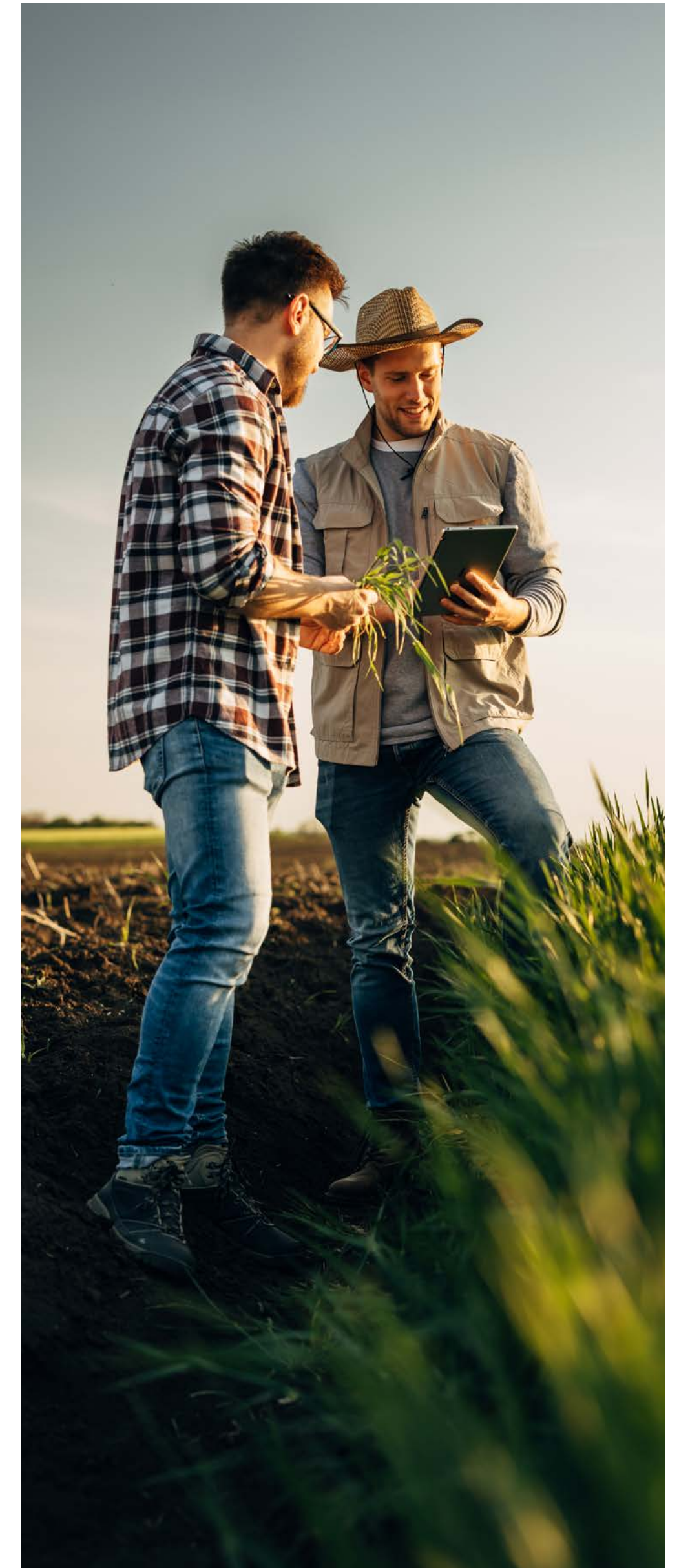
Les zones humides⁹ restaurées jouent un rôle multifonctionnel (stockage de carbone, filtration des nutriments et pesticides, régulation des crues), ce qui les rend plus avantageuses pour la collectivité que des infrastructures comme les digues. Restaurer des zones humides, des forêts ou des réseaux écologiques dans les paysages agricoles revient à **réintroduire des fonctions-clés (régulation hydrologique, cycles des nutriments, contrôle des**

ravageurs, pollinisation) qui avaient été affaiblies par la simplification des milieux. Cette restauration fonctionnelle **diminue la probabilité de basculements écologiques irréversibles** qui réduiraient drastiquement la niche écologique de l'espèce humaine.

Les SbN sont également présentées comme une manière de **maximiser le potentiel adaptatif des systèmes vivants face aux changements rapides que les humains provoquent**.

En diversifiant les assemblages d'espèces et les traits fonctionnels, et en introduisant et en favorisant la duplicité, la redondance et la robustesse, **on augmente les chances que certains organismes puissent répondre à de nouvelles conditions climatiques ou sanitaires**, ce qui profite aux humains via des mutualismes renforcés (par exemple des prédateurs naturels de ravageurs agricoles). À l'inverse, **la dégradation de la diversité accroît le risque de dynamiques néfastes (émergence de maladies, invasions de ravageurs) qui se traduisent par des coûts économiques et sanitaires importants**.

Les SbN sont ainsi défendues comme instruments de réduction de risque, **justifiant des investissements de prévention plutôt que des dépenses de réparation**. Ceci rejoint l'argument principal des économistes de la transition qui insistent sur le fait qu'il **revient beaucoup moins cher de s'attaquer maintenant aux causes de la crise écologique que d'en réparer les coûts plus tard**¹⁰. La capacité de certains écosystèmes à atténuer les effets de crues, à piéger les polluants ou à amortir les vagues de chaleur constitue une forme de **protection naturelle** qui bénéficie particulièrement aux populations vulnérables, souvent plus exposées aux aléas environnementaux.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Citoyenneté
écologique : vers une
diversité de pratiques
basées sur la nature

Conclusion



Agroécologie comme exemple de mise en pratique de SbN

Dans les systèmes de production, l'agroécologie, envisagée comme SbN, cherche à **intégrer la biodiversité dans les terres productives (land sharing), en acceptant éventuellement des rendements moindres mais en renforçant la diversité globale des paysages et la stabilité des systèmes.**

Le chapitre souligne qu'à la différence avec l'agriculture classique, **l'agroécologie s'intéresse davantage à la place de l'agriculture familiale, à la qualité du travail et aux dynamiques locales de gouvernance.** Les SbN agroécologiques impliquent une **complexité accrue de gestion** (diversification des cultures, gestion des infrastructures écologiques, circuits courts, économie circulaire) mais peuvent **réduire la dépendance aux intrants et soutenir des économies rurales plus autonomes.** Cette orientation suppose cependant une **capacité individuelle et institutionnelle à accepter**

davantage de complexité sociale et écologique, ce qui constitue un frein important au changement. C'est pourquoi il faut analyser les **connaissances** et les **expertises locales** qui offrent souvent **une compréhension fine des contextes écologiques complexes** à leurs échelles socioécologiques que la science peine à saisir à grande échelle, surtout quand il s'agit de processus de long terme ou de dynamiques paysagères.

Les SbN appellent ainsi à **développer des démarches de recherche participative,** dans lesquelles **les savoirs locaux sont évalués, adaptés et éventuellement transposés à des milieux similaires¹¹.** La science moderne a ici un rôle de test, de validation et d'ajustement, plutôt que de substitution, ce qui suppose des **dispositifs de gouvernance inclusifs** et une **reconnaissance explicite de la légitimité de ces autres systèmes de connaissance.** Cette **ouverture épistémique** renforce aussi l'écocitoyenneté, **en donnant aux communautés locales une place active dans la conception et la mise en œuvre des solutions.**



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Citoyenneté
écologique : vers une
diversité de pratiques
basées sur la nature

Conclusion

SbN et futurs souhaitables

Les SbN sont des « imaginaires sociotechniques » dans lesquels la nature occupe une place centrale, et non marginale, dans la définition des futurs souhaitables. Elles nécessitent des formes de **gouvernance participative et inclusive**, en cohérence avec les orientations du cadre mondial pour la biodiversité, car elles engagent **des savoirs multiples et des intérêts divergents**. Cette gouvernance doit articuler des **justifications scientifiques** (preuves écologiques), mais aussi des **registres de valeurs, de souveraineté (notamment alimentaire) et de justice sociale**. Les SbN seraient alors le cadre dans lequel la création de nouveaux imaginaires présents, de nos modes de vie, de production et de consommation mais aussi de sociétés à construire, prendraient place.

Exemples concrets supplémentaires

Pour illustrer ces principes, voici une série d'exemples, tous issus de pratiques existantes (cf. 1er tome du rapport du GIECo) :

- en milieu urbain, la **gestion participative des jardins collectifs** a permis, dans de nombreuses villes, la **revalorisation de la biodiversité ordinaire, le retrait des pesticides, l'installation de refuges pour pollinisateurs et oiseaux, et la création de “zones de régénération écologique”**, accessibles et entretenues par les habitants eux-mêmes. Ceci rend possible l'expérience vécue, ressentie, de la collaboration humains-non humains. **Elle implique une vision moins centrée sur l'humain ;**
- dans les quartiers populaires, **l'installation de fontaines à eau gratuites et l'organisation de campagnes d'information** ont permis une forte réduction de l'utilisation des bouteilles plastiques, avec **un effet direct sur la pollution locale et la cohésion communautaire ;**
- les associations de riverains mobilisées contre l'artificialisation des sols ont obtenu, là où il était question de centres commerciaux ou de parkings supplémentaires, la **réhabilitation**

d'espaces naturels, la plantation de haies et d'arbres fruitiers, et la réouverture de sentiers de promenade qui servent aussi de couloirs de biodiversité. **Ceci facilite le contact sensible à la nature qui à son tour favorise les actions en matière de protection de l'environnement ;**

- dans les écoles, des **programmes d'éducation à la nature** vont jusqu'à la création de refuges végétalisés, l'installation de mares pédagogiques, ou la mise en place de cycles longs de composts, de tri, et de fabrication d'outils en matériaux recyclés ;
- en agriculture, les **coopératives citoyennes** œuvrent pour la distribution de paniers bio et locaux, la gestion groupée des semences anciennes, la réinstallation de la polyculture et de l'élevage extensif, souvent avec un appui financier des collectivités. Au Japon, la pêche est associée à des pratiques de foresterie¹² ;
- les **“corridors verts”** dans de nombreuses villes relient aujourd'hui des parcs, des talus, des friches, des rivières, créant en réseau de nouveaux havres pour les insectes, les oiseaux, les mammifères, mais aussi pour les habitants désireux de se reconnecter à la nature ;

- en montagne, la **gestion collective** d'alpages et de forêts permet de concilier pastoralisme, biodiversité, tourisme raisonné, et fabrication locale de produits de terroir, par la **concertation régulière entre éleveurs, propriétaires, élus et associations environnementales**. Certaines communes vont même plus loin, comme **accorder le droit de vote à la nature**, avec des citoyens qui la représentent.

L'écocitoyenneté se donne pour horizon **le respect des limites planétaires mais surtout du vivant**, la construction d'une maison planète-terre commune habitée par tous et la solidarité entre chaque composant du vivant. **Elle invite l'humain à être intégré dans un tout vivant qui le soutient, le dépasse, le nourrit et qu'il partage avec le reste du vivant.**



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Citoyenneté
écologique : vers une
diversité de pratiques
basées sur la nature

Conclusion

Notes

Partie 1 : Discipline du
sujet, notions et enjeux
principaux

P.93

¹ Pour un texte explicatif sur
soutenabilité faible et forte, voir :
Comte, A. (2023). La soutenabilité
forte comme paradigme pour
faire le lien entre économie et
science de la durabilité.

² Sauvé, L. (2006). Complexité
et diversité du champ
de l  ducation relative   
l  environnement. Chemin de
traverse, 3, 51-62.

Partie 2 : Idées reçues,
obstacles et freins

P.95

³ Soga, M., & Gaston, K. J. (2018).
Shifting baseline syndrome:
causes, consequences, and
implications. Frontiers in Ecology
and the Environment, 16(4), 222-
230.

Partie 3 : Citoyenn  t  
  cologique approfondie :
dimensions, arguments et
exemples

P.96

⁴ Blanco, S., Gotteland, D., Trendel,
O. “The role of implicit cognition
in the development of a pro-

environmental organizational
culture”. La Branche, S.
(scientific coordinator). Drivers
of Behavioral Change and
Non-Change in Transitions
Times. First Main Report of the
International Panel of Experts
on Behavioral Change, Vol.1.
406 pages. IpBc/GIECo, 2025.
Serbannes. ISBN: 979-10-977593-
0-8.

P.98

⁵ Incluant des représentants de
la nature, de la montagne ou des
marmottes !

P.99

⁶ Gilbert, P., & Giraud, G. (2020).
G  omim  tisme. Réguler le
changement climatique grâce   
la nature. Les petits matins.

⁷ Perru, O. (2011). Le mutualisme
biologique, concepts et modèles.
History and philosophy of the life
sciences, 223-248.

⁸ Hamant, O. (2023). Antidote
au culte de la performance: la
robustesse du vivant (pp. 1-63).
Gallimard.

P.100

⁹ Palta, M., Du Bray, M. V., Stotts,
R., Wolf, A., & Wutich, A. (2016).
Ecosystem services and
disservices for a vulnerable

population: Findings from urban
waterways and wetlands in an
American desert city. **Human
ecology, 44, 463-478.**

¹⁰ United Nations Office for
Disaster Risk Reduction. (2025).
Global Assessment Report on
Disaster Risk Reduction 2025:
Resilience Pays: Financing and
Investing for our Future. Stylus
Publishing, LLC.

P.101

¹¹ Couvet, D., & Prevot, A. C. (2015).
Citizen-science programs:
Towards transformative
biodiversity governance.
Environmental Development, 13,
39-45.

P.102

¹² Matsushita, K., Hori, M.,
Yamane, F., & Asano, K. (2023).
Incorporating traditional
ecological knowledge into
holistic watershed management:
Fishery forests in Japan.
Ecological Economics, 204,
107654.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Conclusion



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

Les différents chapitres présentés dans ce rapport convergent vers un même constat : **comprendre et traiter les transformations environnementales actuelles exige d'aller au-delà des seuls facteurs naturels, techniques, économiques ou réglementaires. Les changements environnementaux sont également le produit de dynamiques comportementales, psychologiques, culturelles et institutionnelles profondément ancrées dans les sociétés humaines et dans laquelle notre subjectivité joue un rôle majeur.**

Le rapport dont est issu ce résumé opérationnel montre que l'écart entre la connaissance scientifique disponible et la mise en œuvre effective de transformations reste en grande partie lié aux facteurs humains à l'échelle individuelle, collective et structurelle. Les décisions individuelles et collectives sont influencées par des croyances implicites, des normes sociales, des émotions, des habitudes individuelles et organisationnelles ou encore des représentations dominantes du monde économique et social. Ces dimensions façonnent les trajectoires de décision dans des domaines aussi variés que les investissements financiers, les pratiques entrepreneuriales, le management, les politiques publiques ou les comportements citoyens.

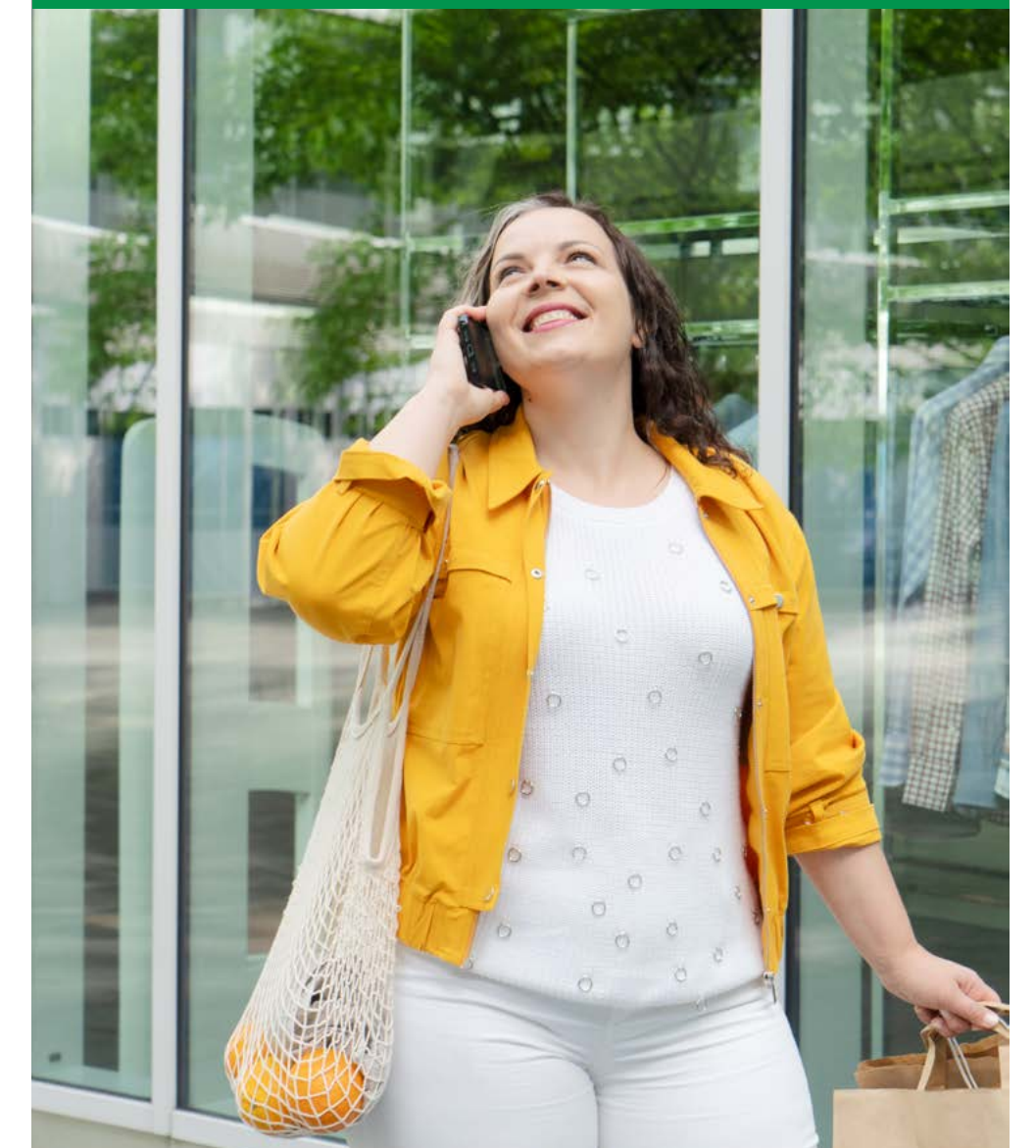
De tous les enseignements majeurs pouvant être tirés de l'ensemble des travaux présentés dans ce volume, nous souhaitons ici insister sur deux d'entre eux. **Le premier est que ne pas changer n'est pas statique mais est soumis à des forces dynamiques. Ceci a des implications profondes sur la communication, l'accompagnement et sur la réalisation des efforts à faire (et la manière et l'intensité à les engager). Le second est que lorsque ces sciences parlent de comportements, elles ne se cantonnent pas à l'échelle individuelle. Elles les conçoivent dans des contextes, des milieux à la fois solides et naturels qui entrent en interactions complexes avec le monde symbolique et subjectif humain.**

Tous les chapitres convergent vers un constat désormais bien établi dans la littérature scientifique : une meilleure information ne suffit pas à produire automatiquement des changements de comportement. Ces dynamiques ne peuvent toutefois pas être réduites aux seuls « cadres mentaux dominants ». En effet, les systèmes économiques et institutionnels sont façonnés par des dynamiques auto-renforçantes : les représentations dominantes, les règles formelles et informelles, et les contraintes matérielles s'influencent mutuellement de façon à perpétuer des modes de

fonctionnement établis, même lorsque ceux-ci s'avèrent inadaptés aux enjeux actuels. Ces mécanismes tendent à orienter les décisions vers des logiques de court terme ou de maximisation financière. Le modèle implicite de « l'homo economicus », encore très présent dans certaines représentations économiques, continue d'influencer les décisions d'investissement, les politiques publiques et les pratiques organisationnelles. Pourtant, les analyses empiriques révèlent une pluralité de rationalités et de modèles d'action, fondés sur des motivations diverses, incluant le sens que l'on donne, ou non, à ses pratiques.

Cela implique que les transformations nécessaires ne se réduisent pas à des ajustements techniques ou réglementaires : elles supposent une évolution en profondeur des valeurs, des normes et des cadres de pensée qui orientent les comportements, en facilitant certaines pratiques et en décourageant d'autres.

Des dynamiques en ce sens sont déjà à l'œuvre : l'émergence de formes d'écocitoyenneté, le développement de solutions et d'actions intégrant les processus naturels, ou encore l'évolution de certaines pratiques entrepreneuriales témoignent d'un mouvement par lequel des sociétés redéfinissent leur rapport au vivant et aux ressources. Ces transformations partagent un point commun : elles reposent sur une reconnaissance plus explicite des liens de dépendance entre activités humaines et écosystèmes.





Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion



Les résultats indiquent également que les politiques publiques et les stratégies de transition seraient plus efficaces si elles prenaient en compte, dès leur conception et jusqu'à leur mise en œuvre, les comportements humains et les facteurs qui les influencent. Cela suppose notamment de :

- reconnaître le rôle des normes sociales, des valeurs et des émotions dans les processus de décision ;
- soutenir l'évolution des cadres de pensée au sein des organisations et des institutions ;
- développer des dispositifs favorisant l'apprentissage collectif, l'expérimentation et la réflexivité ;
- encourager des indicateurs de réussite élargis, intégrant les dimensions sociales, écologiques et de bien-être.

Les interventions visant à initier des changements gagneraient donc à :

- **travailler sur sa capacité perçue à agir** : développer des dispositifs qui renforcent la conviction qu'on peut agir (exemples : ateliers pratiques, témoignages inspirants, retour d'expérience sur des actions réussies, coaching et accompagnement personnalisé) ;

- **intégrer les émotions positives dans les campagnes de communication** : la fierté d'agir, l'appartenance à un collectif, la gratitude, l'émerveillement pour la nature, plutôt que la seule peur ou culpabilité ;
- **favoriser l'acquisition de routines nouvelles et de micro-habitudes** : plutôt qu'attendre des révolutions dans les comportements, miser sur de petits ajustements quotidiens (exemples : se déplacer à vélo, réduire la viande dans les repas, consommer local, économiser l'énergie de façon ludique) ;
- **valoriser la diversité des motivations** et mettre en avant les co-bénéfices environnementaux et non environnementaux. Reconnaître et encourager des motivations multiples (écologiques, économiques, pratiques, sociales) pour un même comportement (exemple : pratiquer le vélo pour des raisons de santé, de rapidité, d'économie et d'écologie simultanément) ;

À l'échelle collective et organisationnelle

- **Transformer la culture organisationnelle dans les entreprises et institutions** : faire évoluer les implicites qui régissent les règles internes, partager les valeurs environnementales, récompenser les comportements vertueux, modifier

les objectifs et les indicateurs de performance pour inclure l'impact écologique et social ;

- **mettre en place des infrastructures facilitatrices** : rendre le changement de pratique accessible et sûr grâce à des infrastructures physiques (exemples : pistes cyclables sécurisées, organisation de transports publics efficaces, mise à disposition de menus végétariens dans les institutions ; conseil en production agricole ; scolarité...) ;
- **favoriser l'apprentissage collaboratif et l'émulation** : développer des espaces d'échange où les acteurs peuvent apprendre des réussites mais aussi des erreurs d'autres groupes, tester des dispositifs, ajuster collectivement les stratégies. Instituer des procédures de retours sur expériences pour apprendre à apprendre.



Introduction

Chapitre 01

Chapitre 02

Chapitre 03

Chapitre 04

Chapitre 05

Chapitre 06

Chapitre 07

Chapitre 08

Conclusion

À l'échelle systémique et culturelle

- **Aller vers la transdisciplinarité et la construction de nouveaux récits :** dépasser les frontières disciplinaires (psychologie, économie, anthropologie, écologie...) pour intégrer différents regards sur les moteurs du changement ; produire des récits collectifs porteurs de sens (fictions, arts, théâtre, jeux sérieux) ;
- **encourager la pensée systémique et la conception de soi comme acteur d'écosystème :** apprendre à « penser comme une montagne » ou un arbre, c'est-à-dire percevoir l'interdépendance entre activités humaines, nature et organisation sociale, pour développer une écocitoyenneté et des politiques publiques holistiques ;
- **adapter les recommandations au contexte local et aux catégories d'acteurs :** reconnaître qu'il n'existe pas de solution universelle et que chaque contexte requiert de combiner des leviers spécifiques (normes sociales, incitations économiques, infrastructures, accompagnement, reconnaissance dans la culture locale).

Plus largement, les recherches présentées dans ce rapport invitent à considérer la transition écologique d'abord comme une transformation culturelle et cognitive :

humaine, donc. Les sociétés humaines doivent apprendre à repenser leurs modes de production, leurs institutions et leurs pratiques quotidiennes à la lumière des interdépendances qui les relient au reste du vivant.

Pour les décideurs publics, les entreprises et les organisations, l'intégration des sciences comportementales et sociales dans la conception des mesures et stratégies de transition est une nécessité. Comprendre comment les individus et les collectifs prennent des décisions, comment se forment les normes et comment évoluent les cadres de pensée constitue désormais un élément essentiel pour accompagner les transformations nécessaires.



En définitive, la question centrale n'est plus seulement de savoir ce qu'il faut faire, mais comment les sociétés et les organisations peuvent réellement se mettre en mouvement. C'est dans l'articulation entre connaissances scientifiques, dynamiques sociales, contraintes structurelles et capacités d'action collective que se jouent les trajectoires présentes et futures face aux défis environnementaux contemporains.

