

Passage à l'acte...

1. De quel acte parlons-nous ?

Echelle du changement

	MODIFICATION MINEURE...	... MAJEURE
ACHAT/INVESTISSEMENT	<p><i>Choisir dans la même gamme de produit, le plus économe</i></p> <p>Achat LBC Electroménager A Chaudière performante Voiture de même catégorie mais relativement économe</p>	<p><i>Investir, acheter autrement</i></p> <p>Isolation logement Electricité verte Voiture plus petite, à énergie alternative Déménagement vers les centres urbains</p>
COMPORTEMENT ROUTINIER/QUOTIDIEN	<p><i>Changement mineur des habitudes</i></p> <p>Baisser la température de chauffage l'hiver Eteindre les lumières, les veilles Conduite souple</p>	<p><i>Modifier en profondeur son mode de vie, son organisation personnelle/de travail</i></p> <p>Utiliser les transports en commun, marcher, faire du vélo Partir en vacances pas loin Audio/video conférence Faire ses achats dans les commerces de proximité</p>

2. Changer pour préserver l'environnement : des obstacles bien particuliers

Prenons un exemple, notre utilisation de la voiture, il y a trois obstacles au changement de comportement :

- 1. Je l'utilise de façon machinale**, bien que gêné par la pollution de l'air, je ne me dis pas en la prenant qu'elle contribue à cette pollution (pollution locale, CO2...)
La routine, l'habitude sont les ennemies du changement. La plupart des pratiques sociales ne sont plus réfléchies, souvent **n'accèdent plus à la conscience** (pas de réflexion) tant elles sont devenues machinales. Les routines n'ont besoin d'aucune instruction, s'accompagnent d'automatismes qui excluent toute possibilité de réflexion ou de choix entre différentes solutions. En même temps, nous ne pouvons pas réfléchir à chacun de nos gestes.

2. Quel effort coûteux de m'en passer alors que mon voisin ne le fait pas !

De plus le bénéfice de mon effort ne me revient pas directement, il est collectif et il est faible si je suis le seul à m'y mettre. C'est l'équation habituel des actes volontaires pour protéger l'environnement : coûts concentrés (effort personnel) / bénéfices diffus (nature préservée pour la collectivité)

3. Ce n'est pas moi qui pollue le plus c'est l'autre, en l'occurrence mon voisin qui a une voiture plus ancienne, le bus, le camion, l'avion...

Le consommateur tend à rejeter la responsabilité des pollutions en direction des autres, ses concitoyens, les pouvoirs publics....

3. Que faire ?

Les méthodes classiques de communication à l'épreuve de la problématique environnementale

Le marketing

Nous n'avons rien à vendre (nous ne sommes pas dans la cité de l'économie mais dans celle de l'environnement ou celle du civique)

Nous ne faisons pas rêver (l'économie c'est plutôt la radinerie, l'envers de l'abondance, de l'aisance)

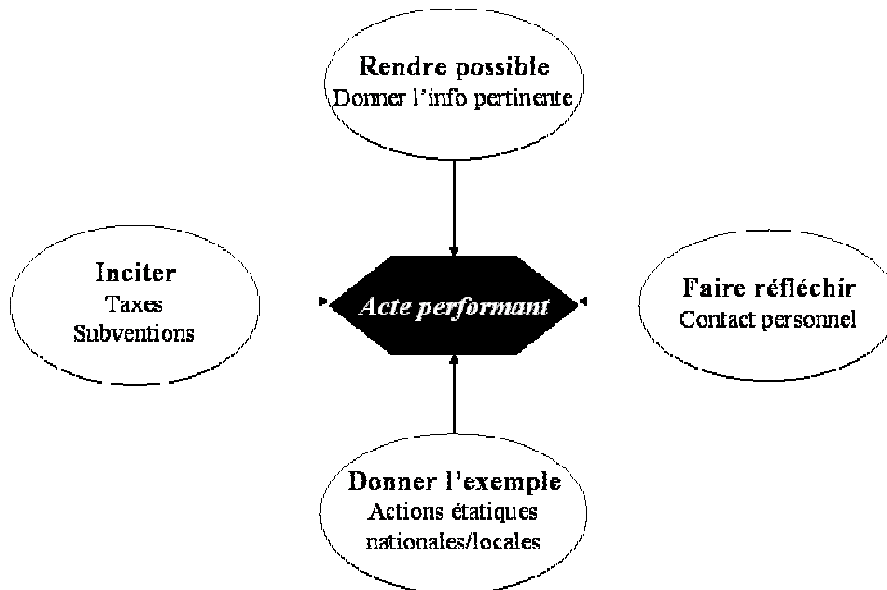
Les campagnes d'information

La TV, un media qui réfléchit mais qui ne fait pas réfléchir...

Exemple : Lutte contre le tabac / Sécurité routière. Le risque encouru est beaucoup plus clair, direct, visible : la maladie, la mort. Les solutions sont explicites et relativement simples : ne plus fumer, ralentir et ne pas être imbibé d'alcool

Pour le Changement Climatique au jour d'aujourd'hui et en France, quels sont les risques encourus ? Cela reste très flou. La solution au Changement Climatique : Lire « 553 bonnes résolutions à intégrer dans notre petit quotidien. »

Des pistes pour aller plus loin...



Rendre possible, voire **obligatoire** (réglementation)

Donner l'information qui permet de mesurer les progrès possibles (aujourd'hui la grande majorité des gens qui déclarent faire attention à leur facture d'électricité ne connaissent pas le montant de leur facture)

Exemple : thermographie, qui permet de révéler un problème, DPE...

Faire réfléchir (travailler sur l'obstacle 1) : tout un chacun sait plein de choses mais ne mobilise pas de temps pour se poser, y réfléchir et agir autrement.

A un moment donné, la discussion associée à une réflexion est absolument indispensable. C'est le seul moyen (en dehors d'une situation de crise) de remettre en cause un certain mode de fonctionnement et d'en imaginer un nouveau.

Intérêt des EIE mais ne concernent que des gens qui ont déjà commencé à réfléchir. Problème : comment amener à réfléchir ceux qui ne vont pas jusqu'aux EIE ? Utiliser d'autres intermédiaires qui sont en contact, les artisans, les banquiers, les notaires...

Donner l'exemple (travailler sur les obstacles 3 et 2) : la dimension *collective* est capitale dans les problèmes environnementaux ; elle permet d'atténuer l'obstacle du 'pourquoi moi je m'y mettrais alors que les autres ne font rien'. L'Etat, à tous les niveaux, doit montrer l'exemple, mais aussi les entreprises, les people (voir leur capacité d'entraînement pour la mode).

Inciter/aider au financement (travailler sur l'obstacle 2) : bien sûr la question du financement doit être posée et réglée pour être acceptable par les ménages. Prévoir et rendre visible un retour sur investissement. Crédit d'impôt, PTZ...