

Les Récap' de la CDESI

Mai 2024

La communication engageante

Dans une perspective d'amélioration de la cohabitation des usages et face au constat que l'apport d'information, même à répétition, ne suffit pas à déclencher les changements de comportement, il paraît intéressant d'investiguer ce nouveau mode de communication.

QU'EST-CE QUE LA COMMUNICATION ENGAGEANTE ?

C'est un champ de recherche qui fait le lien entre la persuasion (sensibilisation) et l'engagement. Elle a pour but de faciliter le passage des idées aux actes, et de susciter un changement non seulement d'opinions, mais aussi de comportement. Cette méthode s'appuie sur la théorie de l'engagement.

[Christelle Mascleef, Robert Vincent Joule, Fabien Girandola, Nicole Dubois – 2010]

Comprendre les comportements

- ◆ Le comportement d'un individu se situe à la croisée de ses croyances intrinsèques (qui l'animent en profondeur) et de son environnement physique ou social (dans lequel il évolue).
- ◆ La plupart des comportements sont des habitudes qui ne demandent pas d'effort particulier pour l'individu. Changer un comportement sur le long terme revient donc à changer une habitude ; or, changer une habitude demande un vrai effort pour l'individu.
- ◆ Tout comportement nécessite une intention : autrement dit, pour qu'il y ait une action, il faut une intention. Pour agir sur une intention, il faut intervenir sur les croyances et sur l'auto contrôle (capacité personnelle à adopter un nouveau comportement) d'un individu.

L'information et la communication ne peuvent pas changer les comportements (sauf pour les altruistes) car il se limite à la propagation d'idées. Pour être efficace, il faut changer les croyances et les valeurs des individus.

A savoir...

On compte env. 25% d'altruistes > qui font ce qu'on leur demande et 25% d'égoïstes > réfractaires à tout

Le nudge intervient comme un stimulus ou «coup de pouce» incitant l'individu à agir à un instant T mais il ne permet pas de changer un comportement de manière durable.

Seulement 1 individu sur 2 ayant une intention de changer de comportement passe à l'acte

La théorie de l'engagement

“L’obtention d’actes coûteux commence par des actes peu coûteux appelés ACTES PRÉPARATOIRES”

Joule & Beauvois - 2008

Pour parvenir à un acte engageant de la part d'un individu (ex: consommer durablement des abats plutôt que de la viande), un acte préparatoire dans lequel il est acteur est nécessaire. Ce petit acte permet d'agir sur ses croyances et sur ses capacités à changer son comportement (Ex: proposer un atelier pour expliquer les bienfaits, le faire cuisiner des abats, échanger, etc.) pour l'emmener par la suite, à un acte plus ambitieux (ex: limiter sa consommation de viande au profit des abats).



“Seuls nos actes nous engagent et non nos idées”

Charles Adolphus Kiesler - 1971

Pour une communication engageante réussie

LAISSER LE POUVOIR D'AGIR

Lorsque l'on mobilise la notion de liberté chez l'individu, cela touche à sa capacité d'être acteur et d'avoir le choix d'adopter potentiellement un nouveau comportement. Dans ce cas, la probabilité qu'il accepte s'accroît (près de 70% des individus).

ÉVITER LES INJONCTIONS

Utiliser des injonctions est contraire au résultat attendu. Éviter le « Ne pas ». La communication engageante n'est pas compatible avec des interdictions sur site ou des actions réglementaires.

ENCOURAGER UNE ATTITUDE POSITIVE

Les individus répèteront un comportement s'il est gratifiant et s'ils y voient un impact positif.

JOUER SUR L'OPPORTUNITÉ SOCIALE

Il est plus facile d'affecter un individu lorsqu'on influe sur son réseau social ou son environnement. Autrement dit, lorsque les autres y vont, on a envie d'y aller !

RENDRE L'INDIVIDU ACTEUR À TRAVERS UN ACTE PRÉPARATOIRE

Un acte préparatoire permet, dans un premier temps, de placer l'individu dans de bonnes dispositions avant de s'engager dans une action plus conséquente ou un comportement plus vertueux sur le long terme.

ASSOCIER UN ACTE ENGAGEANT À UNE ACTION DE SENSIBILISATION

Un comportement sera plus facile à adopter si on explique en parallèle son intérêt et ses enjeux.

Quelques exemples d'actes préparatoires permettant d'adopter des gestes plus responsables:

- Signer une charte de bonnes pratiques,
- Coller un autocollant « engageant » sur sa voiture ou son sac à dos
- Porter un badge
- Participer à un jeu, quizz ou défi