

Étude des comportements et des préoccupations environnementales des citoyens dans les Hauts-de-France

Le cas des classes moyennes des communes rurales et périurbaines

Note de synthèse exécutive

Janvier 2025

Auteurs :

Séverine Frère, Professeure d'aménagement et urbanisme, politiste

Iratxe Calvo-Mendieta, Maîtresse de conférences en économie

Fernand Djoumessi, Docteur en sciences sociales et en gestion

Université du Littoral Côte d'Opale (ULCO), Laboratoire Territoires Villes Environnement & Société (TVES - ULR 4477)

Auteur correspondant : Séverine Frère severine.frere@univ-littoral.fr

Contexte

Il est désormais de notoriété publique que les activités anthropiques, c'est-à-dire les comportements humains, contribuent à la dégradation de l'environnement dont nous connaissons les conséquences. Le fait que les comportements humains soient la principale cause de la crise environnementale actuelle nous laisse penser qu'au-delà des innovations technologiques visant à réduire notre empreinte carbone et à mieux traiter les déchets et émissions toxiques pour notre planète, une partie de la solution à la crise environnementale que nous vivons depuis quelques décennies résiderait dans l'amélioration de notre compréhension des comportements humains responsables de cette crise.

Devant la difficulté d'élargir le concernement¹ du public à la question de la transition écologique au-delà de cercles d'initiés qui participent aux actions d'éducation au développement durable (DD) déployées par des associations d'éducation à l'environnement et au DD (EEDD) sur le territoire des Hauts-de-France, la DREAL a confié à l'ULCO en 2018 la réalisation d'une étude sur 3 ans portant sur les connaissances et les pratiques environnementales des classes moyennes vivant en milieux ruraux et périurbains des Hauts-de-France. Elle souhaitait mobiliser les compétences en sciences humaines et sociales pour interroger les pratiques environnementales d'une partie des habitants de la région.

Les populations enquêtées sont celles vivant en milieux périurbains et ruraux, qui apparaissent plus contraintes en termes d'offre d'infrastructures et de services. Se pose alors la question de savoir quel est leur niveau de sensibilisation à l'environnement, quels sont les comportements adoptés en faveur de l'environnement et quels sont les leviers d'action possibles permettant de faire évoluer les

¹ Le concernement traduit ici le fait d'être concerné, ce qui désigne selon le Petit Robert le fait d'« être intéressé, être touché par quelque chose ».

comportements vers des pratiques plus soutenables, dont les associations pourraient se saisir pour cibler leurs actions de sensibilisation.

De façon opérationnelle, il s'est agi pour nous de (1) proposer et éprouver un cadre d'analyse des comportements en rapport avec les préoccupations environnementales, (2) identifier les freins et les leviers des comportements pro-environnementaux, (3) proposer un cadre de changement social en vue d'inhiber les freins et de renforcer les leviers de comportements de consommation pro-environnementaux.

Méthodologie

Une revue de littérature nous a permis de construire un modèle d'analyse combinant le regard ternaire de Moscovici (1984) – qui prend en compte les dimensions individuelles (ego) et sociales (alter) dans l'étude des rapports à l'objet (question environnementale) – à un regard institutionnel.

Une première enquête qualitative a été constituée de 27 entretiens réalisés au printemps 2019 auprès d'individus de la classe moyenne résidant en communes périurbaines (14) et rurales (13) des Hauts-de-France, âgés de 25 à 70 ans (Delbois, Stanzani, Calvo-Mendieta, Frère, 2020). Les entretiens ont été intégralement retranscrits et analysés sous le prisme de notre modèle d'analyse, d'abord au niveau élémentaire, c'est-à-dire de l'ensemble des idées et avis émis par les enquêtés, puis au niveau paradigmatique, c'est-à-dire en rassemblant ces idées et avis émis en catégories pour permettre leur exploitation opérationnelle et surtout la possibilité d'en extraire des propositions concrètes à faire aux différents acteurs.

Afin de confirmer statistiquement les résultats observés en entretiens, une seconde enquête par questionnaire a été menée auprès de 203 personnes au printemps 2022. Une première analyse des données par tris à plat et tris croisés a été réalisée à l'été 2022 (Cronier, 2022 ; Leroux, 2022). Puis le travail a été poursuivi par une Analyse en Composantes Multiples (ACM)² qui nous a permis de classer nos répondants selon leur profil comportemental en rapport avec la question environnementale, et clôturé par une régression logistique grâce à laquelle nous avons identifié les facteurs qui expliquent l'appartenance à un groupe plutôt qu'à un autre.

Résultats

Les enseignements de la revue de littérature :

Concernant le modèle d'analyse, notre revue de littérature nous a permis de comprendre qu'aborder les questions environnementales sous le prisme d'un seul champ théorique était insuffisant. Par une approche pluridisciplinaire, nous avons identifié un certain nombre de niveaux d'analyse à prendre en compte dans la réflexion sur les questions environnementales, notamment les niveaux d'analyse

² L'ACM est une méthode d'analyse exploratoire couramment utilisée pour analyser les relations entre des variables catégorielles. Elle permet de visualiser des données sous forme de plots ou clusters, facilitant ainsi l'interprétation des associations entre les différentes modalités des variables. Dans notre étude, l'ACM a permis de cartographier les habitudes de consommation et les attitudes environnementales des habitants. L'ACM a été appliquée pour projeter les modalités des variables qualitatives dans un espace factoriel. Ce procédé permet de résumer l'information et d'identifier les dimensions principales expliquant la variance dans les comportements des individus (Husson & al., 2017).

représentationnel (ce que les gens pensent sur le sujet), social (l'influence sociale), psycho-cognitif (les motivations), contextuel (la réponse des individus au manque de temps, d'infrastructures, de services, d'argent, de compétences et d'énergie) et institutionnel (comment les gens perçoivent l'action des pouvoirs publics).

Principaux enseignements de l'enquête qualitative par entretiens

- Les éco-gestes sont adoptés prioritairement dans une logique pragmatique de facilité d'organisation ou de réduction des dépenses bien plus que dans le but de protéger la nature.
- Les **principaux leviers** aux comportements pro-environnementaux :
 - le rôle des pouvoirs publics pour impulser et accompagner le changement
 - le contexte : la présence d'offres alternatives aux biens et services existants
 - l'effet de groupe, la norme sociale sont également des facteurs encourageant les comportements pro-environnementaux
 - le changement de comportement s'opère plus facilement lorsque l'individu est sensibilisé et informé
- Les **principaux freins** aux comportements pro-environnementaux :
 - les gestes écologiques sont perçus comme coûteux, qu'il s'agisse d'un coût financier ou d'un coût en termes de temps à consacrer, d'effort à déployer, de fatigue engendrée
 - la méconnaissance des conséquences des comportements individuels sur l'environnement et de l'efficacité des actions individuelles à mener pour le protéger.

Principaux enseignements de l'enquête par questionnaire :

- On relève un attachement à la qualité du cadre de vie périurbain et rural, et au **logement** confortable avec jardin
- **La santé, le pouvoir d'achat et l'environnement** sont les premières préoccupations des enquêtés
- Les pratiques pro-environnementales ne sont pas adoptées au quotidien **par une majorité** : on note une grande marge de progression notamment sur la consommation d'eau du robinet.
- Les éco-gestes visent d'abord la **recherche de réduction des dépenses** ou le gain qualitatif : la consommation plus raisonnée, la sobriété énergétique et les achats locaux
- Les alternatives à la voiture sont considérées comme insuffisantes : l'offre de mobilité en transport en commun est existante mais ne répond pas suffisamment aux besoins des habitants
- Les habitudes évoluent puisque 80 % des enquêtés ont déjà changé leurs habitudes pour agir en faveur de l'environnement
- Les principaux **freins** au changement de comportement sont le **coût des mesures** (effort ou moyen financier nécessaires) et le **manque d'information** sur les gestes efficaces
- Les principaux **leviers** sont le développement d'une **offre de produits écologiques** à prix raisonnable, et le fait de montrer que **l'action menée est collective**
- Concernant la confiance aux acteurs, les **associations** inspirent la **confiance**. **L'Europe et l'État** sont considérés comme des acteurs ayant le **devoir** d'agir.

Les enseignements de l'ACM

Pour ce qui est des leviers et des freins, l'étude a démontré l'influence positive des représentations pro-environnementales et des attitudes cognitives pro-environnementales, ainsi que de l'âge, le lieu de résidence (rural vs. périurbain) et l'ancienneté du logement sur les comportements pro-environnementaux. Elle a également souligné que parmi les différentes variables étudiées, le **contexte est potentiellement le plus important prédicteur de comportement** (pro- et contre-) environnemental dans la mesure où ce sont les considérations d'ordre contextuel qui rendent possibles ou non les comportements (pro- ou contre- environnementaux) souhaités par les enquêtés. Le principal contrepoids au contexte que nous avons identifié est **la sensibilité** aux questions environnementales, qui, de fait, se positionne en seconde position dans la hiérarchie des prédicteurs de comportements environnementaux. Plus les personnes se sentent concernées, plus elles dépassent la difficulté et les contraintes éventuelles du contexte pour réaliser des comportements pro-environnementaux.

Préconisations

Le cadre de changement social que nous proposons au terme de notre étude se décline en termes de recommandations à différents niveaux d'analyse (représentationnel, psycho-cognitif, social, institutionnel et contextuel) qui s'adressent à tous les acteurs concernés (institutionnels, économiques et sociaux) concernés par l'effort collectif visant à faire face au défi environnemental.

Au niveau représentationnel, la mise en place d'une stratégie de communication engageante³ semble le moyen le plus efficace pour provoquer des changements significatifs et durables des représentations sociales (Girandola & Joule, 2012). La communication engageante est la combinaison de la persuasion de l'individu – c'est-à-dire sa sensibilisation par exposition à la bonne information – et de son engagement dans un comportement dans la direction du changement souhaité (Girandola, Bernard & Joule, 2010). Celle-ci viserait à renforcer les représentations pro-environnementales des habitants des Hauts-de-France en vue d'induire des comportements pro-environnementaux⁴. Selon Girandola et Joule (2012), la mise en place d'une stratégie de communication engageante nécessite impérativement la réalisation d'une étude préliminaire visant à distinguer les éléments centraux des représentations sociales de la crise environnementale des éléments périphériques de ces représentations.

Au niveau psycho-cognitif, si le fait de se sentir concerné par les questions environnementales favorise l'adoption de comportements pro-environnementaux, au contraire les motivations pro-environnementales (c'est à dire le fait d'avoir des raisons pertinentes d'agir en faveur de l'environnement) n'ont pas d'influence. Ceci pourrait traduire une certaine dissonance cognitive (Festinger, 1957) et/ou une hypocrisie induite (Rateau et Weiss, 2018) chez les habitants des communes périurbaines et rurales des Hauts-de-France, ou s'expliquer par la prééminence des éléments contextuels qui ne rendent pas toujours possibles les comportements pourtant souhaités. Il

³ Méthode qui s'appuie sur la théorie de l'engagement. Dans cette vision, le changement passe par la réalisation d'actes préparatoires et d'actes d'engagement. Les actes préparatoires sont basés sur le principe du « pied-dans-la-porte », qui consiste à « demander peu (acte préparatoire) avant de demander davantage (comportement attendu) » (Girandola, Bernard & Joule, 2010, p. 224).

⁴ À l'exemple de Zbinden et al. (2018).

s'agirait donc de construire une stratégie de communication persuasive⁵ pour réduire la dissonance cognitive et / ou de créer les conditions rendant possible et accessible l'adoption des comportements écoresponsables afin de permettre l'effectivité de l'influence des motivations pro-environnementales sur les comportements pro-environnementaux.

Au niveau social, l'émergence des modèles et leaders d'opinion pro-environnementaux pourrait avoir une influence sur le développement des comportements en faveur de la transition écologique.

Au niveau institutionnel, limiter les coûts (en temps, énergie et argent) d'accès aux produits écoresponsables et au bio, créer et vulgariser des guides de bonnes pratiques, inclure et/ou augmenter la quantité et la qualité des contenus scolaires sur le thème et promouvoir l'exemplarité de l'État pourraient faciliter la réalisation des comportements pro-environnementaux.

Enfin, au niveau contextuel, là encore, limiter les coûts d'accès aux produits écoresponsables et au bio, améliorer la qualité des offres écoresponsables, ou encore créer les conditions rendant possible et accessible l'adoption des comportements écoresponsables (en travaillant sur l'offre de services, d'infrastructures, de transports, etc.) pourrait faciliter l'opérationnalisation des comportements pro-environnementaux souhaités en actions.

Conclusion

Afin d'encourager les comportements pro-environnementaux, il semble prioritaire d'agir sur les freins d'ordre contextuel (coût en temps, énergie, argent et compétences ; manque de confort, de goût ; faible praticité ; lenteur, etc.) qui les découragent. Notre étude a aussi montré que le meilleur moyen d'agir sur ces freins semble être la sensibilisation, notamment à travers des stratégies de communication engageante (Girandola et Joule, 2012).

Références

Carugati, F., Selleri, P., & Scappini, E. (1994). Are social representations an architecture of cognitions? A tentative model for extending the dialogue. *Papers on Social representations*.

Cronier A. (2022). Les changements de comportement en faveur de l'environnement : la sensibilisation des citoyens, un facteur clé de succès ?, Mémoire de Master 1 Économie et gestion de l'environnement et du développement durable, ULCO, 94 p.

Delbois L., Stanzani V., Calvo-Mendieta I., Frère S. (2020). Comportements et pratiques des individus autour du développement durable, Quels sont les freins et les leviers au changement de comportement ? Le cas des classes moyennes des communes rurales et périurbaines en Hauts de France, Rapport de synthèse, 50 p.

Girandola, F., & Joule, R. V. (2012). La communication engageante : aspects théoriques, résultats et perspectives. *L'Année psychologique*, 112(1), 115-143.

⁵ Cf. les travaux sur la dissonance cognitive de Rateur et Weiss (2011, 2018).

Girandola, F., Bernard, F., & Joule, R-V. (2010). Développement durable et changement de comportement : applications de la communication engageante. Dans K. Weiss, & F. Girandola (dir). Psychologie et développement durable. Paris. 221-245.

Leroux G. (2022). La réalisation d'une enquête quantitative sur les comportements des citoyens en termes de développement durable, Le cas de la « classe moyenne » des communes périurbaines et rurales de la région des Hauts-de-France, Mémoire de Master 2 Économie et gestion de l'environnement et du développement durable, ULCO.

Moscovici, S. (1984). Introduction : le domaine de la psychologie sociale. In S. Moscovici (Ed). Psychologie sociale. Paris. 5-22.

Rateau, P., & Weiss, K. (2011). Psychologie sociale appliquée à l'environnement. Pratiques psychologiques, 17(3), 213-218.

Rateau, P., & Weiss, K. (2018). Psychologie sociale et environnementale.

Zbinden, A., Souchet, L., Girandola, F., & Bourg, G. (2011). Communication engageante et représentations sociales : une application en faveur de la protection de l'environnement et du recyclage. Pratiques psychologiques, 17(3), 285-299.