



ACCOMPAGNEMENT AU CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

18 / 01 / 2022



Delphine LABBOUZ,
psychosociologue
indépendante



FICHE MÉTHODOLOGIQUE TARIFICATION INCITATIVE

SOMMAIRE

I.	CONTEXTE DE L'ÉTUDE	3
II.	OBJECTIFS	4
III.	FREINS ET LEVIERS	5
	1) DES PERCEPTIONS FAVORABLES MAIS UN SUJET MÉCONNU	5
	2) CONDITIONS DE RÉUSSITE	6
IV.	UN TERRITOIRE AVEC DES ATOUTS MAIS AUSSI DES CONTRAINTES FINANCIÈRES	6
V.	MÉTHODE PROPOSÉE	7
	1) POPULATION CIBLE	7
	2) PLAN D' ACTIONS	7
	A - CRÉER DU LIEN SOCIAL	7
	B - FAIRE UN ÉTAT DES LIEUX INITIAL	8
	C - CO-CONSTRUIRE AVEC LES HABITANTS	8
	D - UTILISER UNE PROCÉDURE D'ENGAGEMENT	8
	E - METTRE EN ŒUVRE UNE DÉMARCHE DE SENSIBILISATION PAR LES PAIRS	10
	F - IMPLIQUER LES ÉLUS ET COMMUNIQUER EFFICACEMENT	10
VI.	ENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX	11

I. CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Saint-Lô Agglo a signé un Contrat d'Objectif Territorial Énergie Climat (**COTEC**) avec l'ADEME qui soutient des **projets territoriaux exemplaires** en matière de transition énergétique. Le **changement de comportement** a été choisi comme fil conducteur du COTEC.

Nous sommes trois consultants-chercheurs en **Sciences Humaines et Sociales (SHS)** à avoir accompagné Saint-Lô Agglo pendant 15 mois sur ce volet **comportemental**. Nous avons des profils complémentaires, des expériences professionnelles variées et des spécialités différentes (psychologie sociale, neurosciences cognitives et accompagnement du changement) qui garantissent **une approche transversale et originale**.

Nous avons réalisé une étude et des ateliers participatifs pour proposer une **méthodologie d'accompagnement au changement de comportements**, sur cinq sujets : maison itinérante de la mobilité, tarification incitative des déchets, qualité de l'air intérieur, écologie industrielle et territoriale (EIT), méthanisation.

Nous avons dans un premier temps effectué une **revue de la littérature** pour établir une **synthèse bibliographique** sur les **dimensions comportementales** à prendre en compte pour chacune des cinq actions (perceptions des usagers,

freins et leviers, conditions de réussite et techniques d'accompagnement des changements de comportements).

Dans un second temps, nous avons mené des **entretiens semi-directifs avec 18 acteurs clés** (entre 3 et 4 par action), visant à mieux comprendre les situations de départ, le contexte et les problématiques locales, les phénomènes observés et les processus psychologiques sous-jacents.

Par ailleurs, nous avons également dispensé une **formation** à destination des **élus et chargés de mission de Saint-Lô Agglo** pour leur permettre de mieux connaître et comprendre les apports des SHS, créer une culture commune, se familiariser et s'approprier le sujet, avoir un sentiment de compétence et de légitimité concernant la prise en compte des aspects humains dans les projets environnementaux. Voici le lien pour visionner la formation : <https://youtu.be/O9da-alrzBE>

Enfin, nous avons organisé, pour chacune des 5 actions, des **ateliers en intelligence collective**, regroupant au total **42 participants**, afin de co-construire une méthodologie d'accompagnement aux changements de comportements, qui soit adaptée aux problématiques du terrain.

La présente fiche méthodologique porte sur la tarification incitative.

II. OBJECTIFS

Saint-Lô Agglo souhaite **accompagner un panel d'habitants** sur l'évolution du service de collecte des déchets vers une tarification incitative (TI).

Dans le cadre du COTEC, les résultats attendus sont les suivants :

- **Adhésion des usagers** à un nouveau mode de consommation responsable.
- Identification des **motivations, réticences** et **leviers** d'une population test vis à vis de l'évolution du mode de collecte et tarification.
- Définition d'une **méthode** d'accompagnement des usagers facilitant le passage à la TI en prenant en compte la consommation responsable (lutte contre le gaspillage alimentaire, réduction des emballages...).
- **Test** et **suivi** de la méthode (sondage sur le degré de satisfaction des usagers).
- En lien avec le panel test, mise en place d'un **“coaching” des élus** pour accompagner le passage à la tarification incitative.

Indicateur : **évolution favorable de la perception de la redevance incitative par le panel d'usagers.**

- Méthode : enquête avant et après l'accompagnement au changement.
- Valeur initiale : nombre de personnes indiquant être peu favorable à la redevance incitative.
- Valeur cible : réduction du taux de personnes peu favorables de 20%.

Lors de l'atelier participatif, nous avons précisé l'objectif général de politique publique : **« Réduire les quantités de déchets et améliorer la qualité du tri. »**

Nous avons décliné cet objectif général en plusieurs objectifs opérationnels :

Au sein du panel d'habitants (22 foyers) :

- Observer une **diminution du nombre de litres de déchets produits chaque mois**, en demandant aux habitants de comptabiliser le nombre de sacs (préciser le volume) qu'ils mettent à la poubelle (utiliser une grille manuelle car les bacs ne seront pas encore équipés de puces)
- **Améliorer la compréhension des habitants** concernant le système de collecte, le service des déchets et la tarification incitative.
- Rendre les habitants « **ambassadeurs** » de la démarche, pour qu'ils **sensibilisent leurs voisins** et leur transmettent des informations en face-à-face.

III. FREINS ET LEVIERS

Si vous souhaitez avoir plus d'informations concernant la nature des freins et leviers identifiés, nous vous invitons à consulter la [synthèse bibliographique](#) de cette étude.

1) Des perceptions favorables mais un sujet méconnu

- 63 à 70 % des usagers sont **favorables à la TI** pour plusieurs raisons :
 - Elle incite les habitants à trier les déchets et à en limiter la quantité.
 - Elle crée une **cohérence** pour les personnes déjà engagées dans une démarche de **réduction** de leurs déchets.
 - C'est un système **juste** (payer en fonction des déchets produits) qui **responsabilise** et **rend acteurs** les citoyens, tout en **valorisant** les personnes écoresponsables.
- L'**opposition** à la TI se manifeste surtout chez les familles nombreuses et les moins de 50 ans, avec comme motifs :
 - La sensation d'un mode de tarification **pénalisant** les familles.
 - La perception d'un **prix** du service plus élevé (augmentation continue de la facture).
- Les principaux freins viennent du **manque d'information** (sur les consignes de tri notamment) et de la **méconnaissance du sujet** : le terme « redevance incitative » n'est connu que par 1 personne sur 2.
- Les usagers mentionnent une **compréhension difficile** du système de TI. De plus, il existe des **idées reçues** sur la TI, par exemple le poids est cité comme critère de facturation par 30% des usagers alors que seuls 15% sont effectivement concernés.
- Les autres freins sont le **manque de confiance** dans les autorités, **les contraintes matérielles** (containers d'apports volontaires éloignés du domicile, besoin d'acheter des poubelles et d'avoir de la place pour les stocker, etc.), les **efforts perçus**, le **manque de temps** et les **habitudes**.
- Enfin, il existe des **craintes** que la tarification incitative (TI) entraîne des **comportements déviants** (dépôts sauvages, brûlage,...) et de **réactions négatives** des citoyens mais des enquêtes font état de 63 à 70% d'usagers favorables à la tarification incitative (ADEME, 2016)

2) Conditions de réussite

- S'assurer du **portage politique** du projet par les élus.
- Mettre en place une **démarche progressive** en introduisant les changements étape par étape.
- Faire preuve de **transparence** dans la communication (par exemple, en expliquant à quoi correspond le prix) pour garantir le sentiment d'équité et la participation civique.
- **Impliquer les citoyens** : concertation, démocratie participative, co-construction.
- Mettre en œuvre une démarche de **sensibilisation ludique** accompagnée d'une **communication continue** et proactive pour informer, expliquer, argumenter et permettre aux citoyens de visiter les installations (centre de tri, usine d'incinération,...)
- Donner du **sens** à la TI, en soulignant les **valeurs environnementales**, de **justice sociale** et **d'équité** qu'elle défend.
- **Laisser des marges de liberté** en fonction des contraintes du terrain, puisque la plupart des collectivités perçoivent leur territoire comme unique, spécifique, avec ses contraintes propres, ne permettant pas de reproduire ce que font les autres territoires.

IV. UN TERRITOIRE AVEC DES ATOUTS MAIS AUSSI DES CONTRAINTES FINANCIÈRES

Saint-Lô Agglo est un territoire qui possède des **atouts**, avec notamment un **très bon taux de tri**, meilleur en milieu rural qu'urbain.

Néanmoins, il existe de fortes contraintes financières liées à l'**endettement** du Syndicat Mixte Point Fort. La dette qui a été accumulée va devoir être facturée aux citoyens.

Par conséquent, la **part fixe** de la redevance incitative sera **importante**. Ainsi, les comportements de réduction des déchets ne permettront pas aux habitants de réduire leur facture, mais d'en limiter l'augmentation.

La principale difficulté réside dans le constat suivant : les habitants des communes rurales vont payer **20 à 40% plus cher** alors qu'ils vont peut-être avoir l'impression que le service diminue, puisque la fréquence de collecte des ordures ménagères va baisser. Il risque d'y avoir des **mécontentements**.

De plus, la tarification incitative entraînera des **changements importants** au niveau des prix, des flux, de la collecte et de la fréquence de ramassage donc il y a un **fort enjeu de communication** pour accompagner ces grands **bouleversements** à venir pour les habitants.

Pour cela, il faudra mettre en avant les **bénéfices** de la TI, comme la **réduction des déchets** (estimée à environ 41% pour les ordures ménagères résiduelles), l'**optimisation** et la **modernisation** du service public des déchets.

V. MÉTHODE PROPOSÉE

1) Population cible

- **Les élus** : pour garantir le portage politique de la démarche, ils doivent apporter des réponses claires aux appréhensions des citoyens et s'exprimer de façon publique (éditos, interviews, présence lors des réunions, etc.).
- **Les habitants** : Saint-Lô Agglo a choisi d'accompagner un panel de 22 foyers pour expérimenter un dispositif d'accompagnement des changements de comportements, et pour créer un réseau d'ambassadeurs qui pourront ensuite sensibiliser et impliquer leurs voisins et proches.
Attention : bien parler de « panel » et non de « foyers témoins » pour ne pas porter à confusion avec les « Opérations Foyers Témoins » de l'ADEME.
- **Les associations environnementales** pourront être directement impliquées pour animer le panel d'habitants, créer le contenu des messages, proposer des formations, soutenir et accompagner les 22 foyers.
- **Le Syndicat Mixte du Point Fort** pourra également intervenir sur la sensibilisation et l'accompagnement du panel d'habitants.

2) Plan d'actions

A – Créer du lien social

Avant le lancement du projet, il faut permettre aux **22 foyers** du panel d'habitants de faire connaissance et créer une dynamique de groupe, autour d'une **activité conviviale** (atelier zéro déchet par exemple).

Un moment d'**échanges** entre familles est utile pour partager leurs expériences individuelles, leurs témoignages et solutions, leurs idées et conseils. L'objectif est de créer une dynamique positive de comparaison sociale, donnant à chacun l'envie de s'engager.

Le fait d'appartenir à un groupe et d'échanger avec d'autres familles partageant les mêmes valeurs est un élément motivant et encourageant pour les familles, qui pourront également **valoriser** leurs pratiques actuelles concernant la réduction et le tri des déchets.

B – Faire un état des lieux initial

Dans un premier temps, le panel d'habitants pourra faire un **état initial** pour mesurer les **quantités de déchets** produites par les familles avant la mise en œuvre de la démarche d'accompagnement au changement.

Une phase d'**auto-observation** pourra être proposée pour permettre aux familles de se centrer sur la question des déchets, prendre du recul et analyser leurs pratiques, identifier les principaux éléments jetés et les causes, mieux comprendre leur fonctionnement, leurs limites, leurs émotions et leurs envies.

L'état des lieux initial peut ensuite servir de comparaison avant/après afin de mesurer les progrès, les changements et avoir un feedback sur l'impact des modifications comportementales.

Cet état des lieux permettra également d'évaluer la **perception initiale** du service des déchets et de la tarification incitative.

C – Co-construire avec les habitants

Plus les habitants auront des marges de liberté et seront impliqués dans la démarche en amont, plus ils se l'approprient et seront engagés.

- Associer les 22 foyers à la définition du **cahier des charges** pour **recruter une association** qui assurera le suivi et l'animation du panel d'habitants.
- Décider avec les habitants du panel la **durée** de l'expérimentation.
- Impliquer directement les 22 foyers dans la rédaction des **messages de communication**, afin qu'ils soient les plus pertinents et adaptés possibles, en termes de canal, de support et de contenu. Les foyers du panel peuvent également apporter des **témoignages** qui permettent aux autres habitants de s'identifier.
- Permettre à chaque foyer de **choisir son propre objectif** de réduction en fonction de ses **envies**, de ses ambitions, de ses contraintes, etc.

D – Utiliser une procédure d'engagement

Une **procédure d'engagement** peut être utilisée pour accompagner les changements de comportements au sein du panel d'habitants. L'objectif sera de réduire le décalage entre les discours et les actes, entre les intentions et les comportements réels.

Focus sur l'engagement

- L'engagement est lien entre un individu et ses actes : ce sont les actions qui engagent et pas les paroles.
- Certains facteurs augmentent l'engagement :
 - **Contexte de liberté** : décider d'agir en toute liberté, en ayant le choix, sans aucune pression externe, augmente la force de l'engagement puisque l'individu ne peut attribuer son comportement qu'à lui-même, et donc à des raisons d'agir internes (par exemple : « Si je le fais, c'est parce que c'est important pour moi / cela a du sens / cela correspond à mes convictions et valeurs,... »)
 - **Acte public** : le fait de prendre une décision en public, devant un groupe, avec des témoins, augmente la probabilité que la décision se transforme réellement en action. Par exemple, une personne qui devra lever la main publiquement pour témoigner d'une prise de décision se sentira davantage engagée qu'une personne qui aurait pris sa décision seule, en privé.
 - **Caractère explicite** : plus l'acte est précis, détaillé et concret, plus l'engagement sera important. Par exemple, s'engager à « réduire ses déchets » n'est pas très engageant puisque l'objectif est trop vaste et ne correspond pas à un comportement en particulier, mais plutôt un ensemble de gestes. Il est plus efficace de choisir un engagement sur un comportement très explicite, par exemple : « aller à la mairie acheter un compost pour y déposer tous les déchets organiques. »
 - **Acte irréversible** : plus l'individu a l'impression que sa décision est irrévocable, plus il sera engagé. Le fait de signer une charte par exemple donne le sentiment de ne « pas pouvoir revenir en arrière » et augmente ainsi la probabilité d'agir.
 - **Implémentation d'intention** : pour faciliter le passage de l'intention à l'action, il faut préciser « où, quand et comment » réaliser concrètement le comportement.

Ainsi, on pourrait proposer au panel d'habitants la procédure d'engagement suivante :

- Lors d'une séance de **brainstorming**, les habitants co-construisent une **liste de gestes** quotidiens concrets, réalistes, pas trop ambitieux et faciles à mettre en œuvre pour réduire leurs déchets.
- Chaque foyer choisit, dans un contexte de liberté, un ou plusieurs engagements et détaille précisément « où, quand et comment » atteindre chaque engagement, en décomposant tous les comportements nécessaires.
- Les habitants partagent leurs engagements publiquement et signent une charte d'engagement.

Les **techniques d'engagement** sont efficaces pour changer les comportements de façon durable mais elles sont difficiles à appliquer sur des grandes populations car ces stratégies nécessitent des **interactions en face à face** ou par téléphone. Afin de pallier à ces difficultés, il pourrait être intéressant de tester un **outil numérique d'engagement** qui permettrait aux familles de s'engager en ligne. On pourrait y associer un message d'influence sociale du type « 86% de vos voisins ont choisi ce geste pour réduire leurs déchets, et vous ? »

E – Mettre en œuvre une démarche de sensibilisation par les pairs

Les recherches en psychologie sociale montrent que la sensibilisation par les pairs (technique des « **block leaders** ») est plus efficace qu'une sensibilisation classique puisque les personnes peuvent s'identifier à un membre de leur groupe (leurs voisins), ce qui augmente leur sentiment d'appartenance et favorise les changements de comportements.

Le panel d'habitants pourrait participer à une **formation** pour acquérir des compétences et se sentir légitimes à mettre en œuvre des actions de sensibilisation auprès de leurs voisins.

Cette formation serait l'occasion de leur fournir des connaissances sur la tarification incitative, mais aussi des outils et méthodes d'accompagnement au changement, issus des sciences humaines et sociales, ainsi que des conseils sur la **posture** à adopter avec leurs voisins : écoute active, empathie, bienveillance, non-jugement.

Cette formation pourrait être dispensée par une association environnementale, par le Syndicat Mixte du Point Fort, en lien avec un consultant en SHS, ou par Saint-Lô Agglo qui a déjà réuni le panel d'habitants pour leur expliquer le nouveau schéma de collecte des déchets.

F – Impliquer les élus et communiquer efficacement

En ce qui concerne les élus, il faut leur fournir une boîte à outils avec des arguments et des messages clairs pour expliquer le mode de financement et les raisons de l'augmentation du coût du service.

Voici quelques recommandations pour améliorer la communication sur la tarification incitative (TI) :

- **Donner du sens** et faire **prendre conscience des enjeux** : quels sont les bénéfices, les avantages de la TI ? Quelles sont les raisons économiques et environnementales ? Quelles sont les valeurs éthiques, altruistes et morales associées ?
- Faire le lien entre la TI, la **réduction des déchets** et la consommation responsable, pour créer une démarche globale cohérente.
- Adopter un **cadre positif** de l'information (c'est-à-dire un message qui met en avant les conséquences positives d'un changement, les gains immédiats ou futurs, plutôt que les pertes et risques à ne pas changer), pour donner envie et **valoriser** le nouveau système de collecte et de tarification.
- Augmenter la **capacité d'action** de chacun, grâce à des recommandations concrètes, des gestes de prévention simples et accessibles, utiles et efficaces.
- Communiquer sur des **résultats** clairs et synthétiques, pour montrer que les objectifs ont été atteints grâce aux efforts de réduction des citoyens et ainsi les encourager à continuer leurs bonnes habitudes.

VI. ENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

Un des principaux enseignements issus des sciences humaines et sociales est que **la sensibilisation est insuffisante pour faire changer les comportements**. Au lieu de privilégier uniquement une communication de masse descendante, il faut **impliquer les habitants**, les rendre acteurs pour qu'ils soient engagés, les écouter et leur permettre de proposer des idées et initiatives.

Obtenir la **participation active** de chacun est un vrai défi qui implique de changer la façon de travailler des collectivités pour faire confiance aux citoyens et leur laisser des marges de manœuvre et de décision. En complément, favoriser les échanges en face-à-face et créer du lien social est un gage de réussite.

Suite à l'accompagnement du panel d'habitants, Saint-Lô Agglo pourrait organiser des ateliers par quartier pour favoriser la répétition à plus grande échelle de l'expérience vécue par les 22 familles et recruter ainsi de nouveaux ambassadeurs.

Voici quelques témoignages issus des ateliers participatifs, qui montrent l'intérêt d'aborder le sujet de la tarification incitative sous l'angle des sciences humaines et sociales :

« C'est une nouvelle dimension innovante qui permet de prendre conscience du rôle des facteurs humains, et de l'importance des aspects subjectifs, en complément des aspects techniques. »

« Échanger lors d'un atelier permet d'avoir de nouvelles idées, c'est encourageant et motivant. »

« En tant qu'habitant, c'est valorisant qu'on nous écoute et qu'on nous demande notre avis. »

« On part de zéro, on a tout à construire, on doit changer nos façons de travailler et repenser le schéma dans l'autre sens. »

Ressources utiles :

- Défi Familles Zéro Déchet : <https://www.zerowastefrance.org/publication/organiser-defi-familles-zero-dechet/>
- Défi Familles à Énergie Positive (pour s'inspirer du mode opératoire) : <https://defis-declics.org/fr/faep-devient-declics/>
- Bibliographie thématique sur le gaspillage alimentaire : <https://occitanie.ademe.fr/sites/default/files/bibliographie-colloque-innovons-contre-gaspillage-alimentaire-occitanie.pdf>
- Projet SENSI-GASPI : accompagner les familles dans la lutte contre le gaspillage alimentaire : <https://delphinelabbouz.fr/projet-sensi-gaspi/>
- La Zéro Gâchis Académie : <https://zero-gachis-academie.fr/>



Delphine LABBOUZ,
psychosociologue
indépendante

