

La psychologie sociale au service de la collectivité et de la qualité de vie dans l'espace public

Approche centrée
sur la compréhension des comportements des usagers



Rencontres nationales
Niort - 25 mai 2023

Emilie Guichard
Psychologue Sociale
& doctorante



GRAND POITIERS
communauté urbaine

LES SCIENCES COMPORTEMENTALES

**PSYCHOLOGIE
EXPERIMENTALE**

Sciences
Cognitives

**Psychologie
Sociale**

LES SCIENCES COMPORTEMENTALES

**PSYCHOLOGIE
EXPERIMENTALE**

Sciences
Cognitives

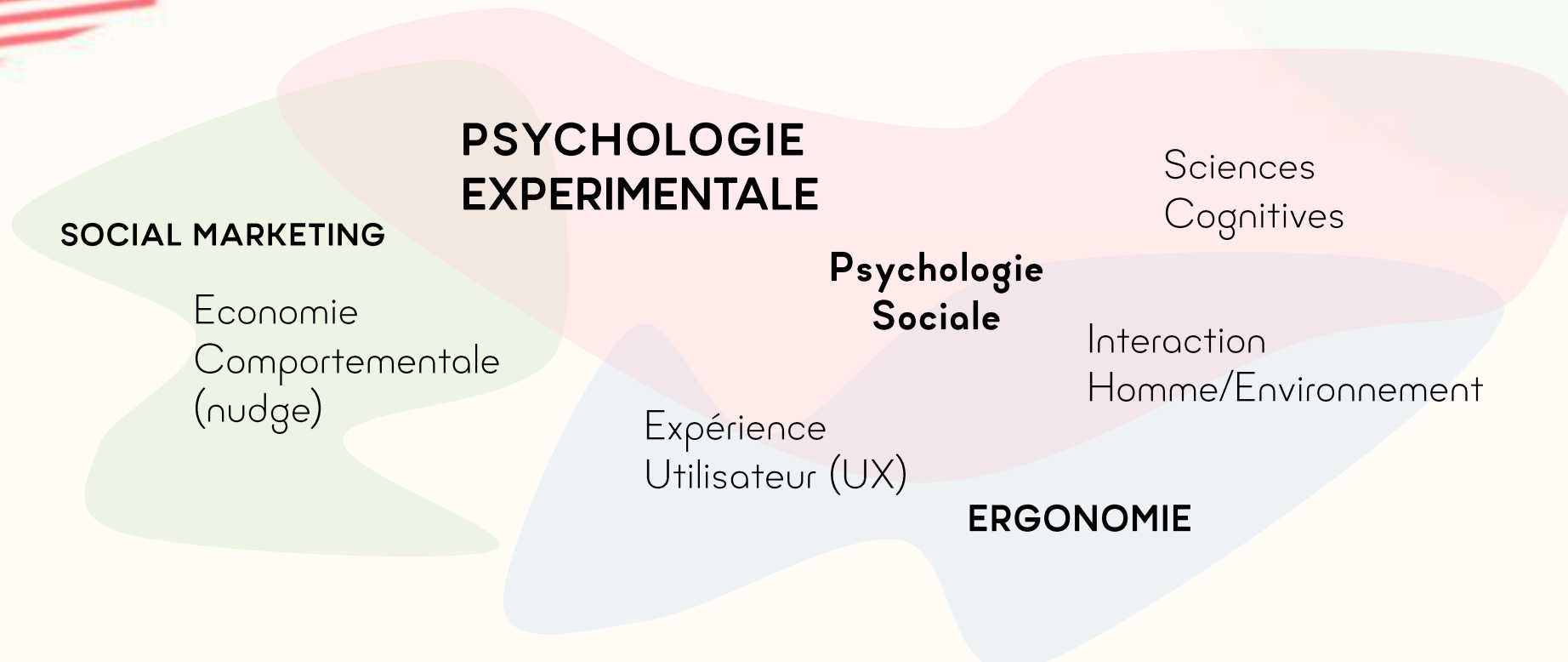
**Psychologie
Sociale**

Interaction
Homme/Environnement

Expérience
Utilisateur (UX)

ERGONOMIE

LES SCIENCES COMPORTEMENTALES



LES SCIENCES COMPORTEMENTALES

PSYCHOLOGIE EXPERIMENTALE

SCIENCE

qui développe des connaissances sur le fonctionnement de l'activité humaine cognitive, émotionnelle et comportementale

Psychologie Sociale

LES SCIENCES COMPORTEMENTALES

PSYCHOLOGIE EXPERIMENTALE

SCIENCE

qui développe des connaissances sur le fonctionnement de l'activité humaine cognitive, émotionnelle et comportementale

Psychologie Sociale

se concentre sur l'interaction du contexte social et physique avec les cognitions - émotions - comportements et réciproquement.

LES SCIENCES COMPORTEMENTALES

**PSYCHOLOGIE
EXPERIMENTALE**

**Psychologie
Sociale**

**PSYCHOLOGIE des
COMPORTEMENTS**

Identifier les facteurs
psychologiques et structurels
qui déterminent les comportements
pour concevoir des actions de prévention

Et si les comportements des individus n'ÉCHAPPAIENT PAS À TOUTE LOGIQUE ?

Favoriser l'adhésion et le changement

LA DÉMARCHE d'ingénierie en Psychologie des Comportements

LA DÉMARCHE d'ingénierie en Psychologie des Comportements

Comprendre

Identifier ce qui explique le comportement cible

Recenser le niveau de **contrainte** et de **motivation** dans la population cible

Etudier l'**acceptabilité a priori** de nouvelles mesures/ nouveaux services

Objectiver le besoin

LA DÉMARCHE d'ingénierie en Psychologie des Comportements

Comprendre

Identifier ce qui explique le comportement cible

Recenser le niveau de **contrainte** et de **motivation** dans la population cible

Etudier l'**acceptabilité a priori** de nouvelles mesures/ nouveaux services

Objectiver le besoin

Enquêtes

Revue des
connaissances
scientifiques

Comprendre Exemple

2020 : enquête sur la Vienne (86)
pour comprendre le tri des biodéchets à la source



Comprendre Exemple

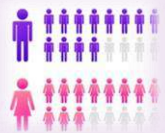
2020 : enquête sur la Vienne (86)
pour comprendre le tri des biodéchets à la source



1210
réponses

Comprendre Exemple

2020 : enquête sur la Vienne (86)
pour comprendre le tri des biodéchets à la source



1210
réponses

2 facteurs explicatifs :

Se sentir moralement
obligé de trier

Trouver ça facile

Comprendre Exemple

2020 : enquête sur la Vienne (86)
pour comprendre le tri des biodéchets à la source



1210
réponses

2 facteurs explicatifs :

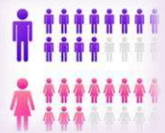
Se sentir moralement
obligé de trier →

Avoir conscience
de l'intérêt du tri

Trouver ça facile

Comprendre Exemple

2020 : enquête sur la Vienne (86)
pour comprendre le tri des biodéchets à la source



1210
réponses

2 facteurs explicatifs :

Se sentir moralement
obligé de trier →

Avoir conscience
de l'intérêt du tri

Trouver ça facile →

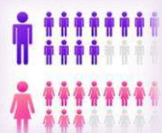
Avoir de quoi stocker les
déchets dans sa cuisine

Comprendre Exemple

mai 2021 :

Consultation publique auprès des habitants & professionnels du centre ville de Poitiers

Etudier l'acceptabilité a priori de plusieurs organisations et modalités de collecte



1198
réponses

3 besoins :
+ de flexibilité
+ de propreté
+ de tri



Diminuer la fréquence des collectes en faveur des points d'apport volontaires



72% pour les composteurs collectifs



Comprendre Exemple

mai 2021 :

Consultation publique auprès des habitants & professionnels du centre ville de Poitiers

Etudier l'acceptabilité a priori de plusieurs organisations et modalités de collecte



Comprendre Exemple

mai 2021 :

Consultation publique auprès des habitants & professionnels du centre ville de Poitiers

Etudier l'acceptabilité a priori de plusieurs organisations et modalités de collecte



1198

réponses



Comprendre Exemple

mai 2021 :

Consultation publique auprès des habitants & professionnels du centre ville de Poitiers

Etudier l'acceptabilité a priori de plusieurs organisations et modalités de collecte



1198
réponses

3 besoins :
+ de flexibilité
+ de propreté
+ de tri



Comprendre Exemple

mai 2021 :

Consultation publique auprès des habitants & professionnels du centre ville de Poitiers

Etudier l'acceptabilité a priori de plusieurs organisations et modalités de collecte



1198
réponses

3 besoins :
+ de flexibilité
+ de propreté
+ de tri



Diminuer la fréquence des collectes en faveur des points d'apport volontaires

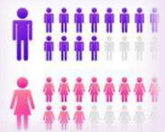


Comprendre Exemple

mai 2021 :

Consultation publique auprès des habitants & professionnels du centre ville de Poitiers

Etudier l'acceptabilité a priori de plusieurs organisations et modalités de collecte

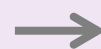


1198
réponses

3 besoins :
+ de flexibilité
+ de propreté
+ de tri



Diminuer la fréquence des collectes en faveur des points d'apport volontaires



72% pour les composteurs collectifs



LA DÉMARCHE d'ingénierie en Psychologie des Comportements

Concevoir & tester

Développer des actions pour activer les leviers de changement identifiés en phase 1

Imaginer des contextes favorables à l'émergence des comportements bénéfiques

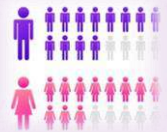
Tester expérimentalement les actions sur un territoire cible représentatif

Concevoir & tester Exemple

4 ÉTUDES EXPÉRIMENTALES « en laboratoire » (en ligne) depuis 2020
Pour déterminer quels arguments et quelle formulation augmentaient la prise de conscience concernant le tri des restes alimentaires

Concevoir & tester Exemple

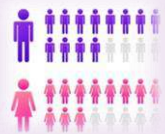
4 ÉTUDES EXPÉRIMENTALES « en laboratoire » (en ligne) depuis 2020
Pour déterminer quels arguments et quelle formulation augmentaient la prise de conscience concernant le tri des restes alimentaires



+4000
participants

Concevoir & tester Exemple

4 ÉTUDES EXPÉRIMENTALES « en laboratoire » (en ligne) depuis 2020
Pour déterminer quels arguments et quelle formulation augmentaient la prise de conscience concernant le tri des restes alimentaires

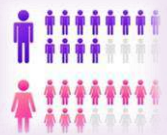


+4000
participants

En fonction des profils,
les arguments et les
formulations n'ont pas
le même effet

Concevoir & tester Exemple

4 ÉTUDES EXPÉRIMENTALES « en laboratoire » (en ligne) depuis 2020
Pour déterminer quels arguments et quelle formulation augmentaient la prise de conscience concernant le tri des restes alimentaires



+4000
participants

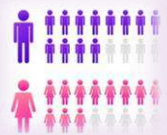
En fonction des profils,
les arguments et les
formulations n'ont pas
le même effet



Limite des arguments liés
à l'environnement

Concevoir & tester Exemple

4 ÉTUDES EXPÉRIMENTALES « en laboratoire » (en ligne) depuis 2020
Pour déterminer quels arguments et quelle formulation augmentaient la prise de conscience concernant le tri des restes alimentaires

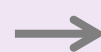


+4000
participants

En fonction des profils,
les arguments et les
formulations n'ont pas
le même effet



Limite des arguments liés
à l'environnement



Les niveaux de conscience
évoluent rapidement

LA DÉMARCHE d'ingénierie en Psychologie des Comportements

Evaluer pour Ajuster ou Généraliser

Identifier les INDICATEURS D'IMPACT à court et moyen terme :
mesures directes (comportements) et/ou indirectes (facteurs, perception, acceptation)

Evaluer pour Ajuster ou Généraliser

Identifier les **INDICATEURS D'IMPACT** à court et moyen terme :
mesures directes (comportements) et/ou **indirectes** (facteurs, perception, acceptation)

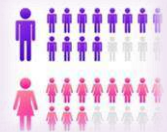
! Les résultats positifs d'une action dans un espace donné ne garantissent pas le succès dans un autre espace :
les caractéristiques de ces espaces doivent être similaires

Evaluer pour Ajuster ou Généraliser Exemple

2021 - 2023 : Actions pour accompagner
le lancement progressif du tri à la source des restes alimentaires

Evaluer pour Ajuster ou Généraliser Exemple

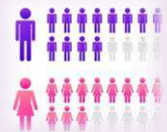
2021 - 2023 : Actions pour accompagner
le lancement progressif du tri à la source des restes alimentaires



4300
participants

Evaluer pour Ajuster ou Généraliser Exemple

2021 - 2023 : Actions pour accompagner
le lancement progressif du tri à la source des restes alimentaires



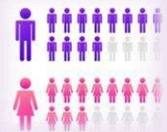
4300
participants

Evaluation
en 3 phases

Evaluer pour Ajuster ou Généraliser Exemple

2021 - 2023 : Actions pour accompagner
le lancement progressif du tri à la source des restes alimentaires

1^{er} temps de mesure avant le lancement :
pesées + questionnaires sur les facteurs du tri

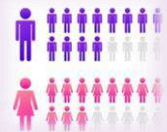


4300
participants

Evaluation
en 3 phases

Evaluer pour Ajuster ou Généraliser Exemple

2021 - 2023 : Actions pour accompagner
le lancement progressif du tri à la source des restes alimentaires



4300
participants

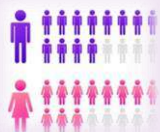
Evaluation
en 3 phases

1^{er} temps de mesure avant le lancement :
pesées + questionnaires sur les facteurs du tri

2^{ème} temps : distribution du matériel à domicile

Evaluer pour Ajuster ou Généraliser Exemple

2021 - 2023 : Actions pour accompagner
le lancement progressif du tri à la source des restes alimentaires



4300
participants

Evaluation
en 3 phases

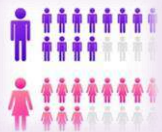
1^{er} temps de mesure avant le lancement :
pesées + questionnaires sur les facteurs du tri

2^{ème} temps : distribution du matériel à domicile

3^{ème} temps : mesure 2 mois après :
pesées + questionnaires sur les facteurs du tri

Evaluer pour Ajuster ou Généraliser Exemple

2021 - 2023 : Actions pour accompagner
le lancement progressif du tri à la source des restes alimentaires



4300
participants

Evaluation
en 3 phases

Processus ITÉRATIF

1^{er} temps de mesure avant le lancement :
pesées + questionnaires sur les facteurs du tri

2^{ème} temps : distribution du matériel à domicile

3^{ème} temps : mesure 2 mois après :
pesées + questionnaires sur les facteurs du tri

Matériel



Matériel



+



=

**facilite le geste de tri
des restes alimentaires**

Matériel



+



=

**facilite le geste de tri
des restes alimentaires**

Sensibilisation



Matériel



+



=

**facilite le geste de tri
des restes alimentaires**

Sensibilisation



=

**Augmente la
motivation à trier**

Cette intervention est, et sera, **AMELIORÉE** sur la base des 1ers résultats
et est, et sera, **à nouveau DEPLOYÉE** sur les autres secteurs de Grand Poitiers



Améliorer le matériel :
pour augmenter l'adoption du bioseau dans sa cuisine

Cette intervention est, et sera, **AMELIORÉE** sur la base des 1ers résultats
et est, et sera, à nouveau **DEPLOYÉE** sur les autres secteurs de Grand Poitiers



Améliorer le matériel :
pour augmenter l'adoption du bioseau dans sa cuisine

Cette intervention est, et sera, AMELIORÉE sur la base des 1ers résultats
et est, et sera, à nouveau DEPLOYÉE sur les autres secteurs de Grand Poitiers

Mettre l'accent sur le
contenant de son choix

Développer
plusieurs modèles
en fonction des utilisateurs

Cette intervention est, et sera, **AMELIORÉE** sur la base des 1ers résultats
et est, et sera, **à nouveau DEPLOYÉE** sur les autres secteurs de Grand Poitiers

Améliorer le **MESSAGE INCITATIF**
par des recherches expérimentales

Cette intervention est, et sera, **AMELIORÉE** sur la base des 1ers résultats
et est, et sera, à nouveau **DEPLOYÉE** sur les autres secteurs de Grand Poitiers



Améliorer le **MESSAGE INCITATIF**
par des recherches expérimentales

Cette intervention est, et sera, **AMELIORÉE** sur la base des 1ers résultats
et est, et sera, à nouveau **DEPLOYÉE** sur les autres secteurs de Grand Poitiers

Ces messages sont également la base de **l'accompagnement**
de l'installation des **sites de composteurs collectifs et**
des bornes de collecte sur l'ensemble du territoire



Favoriser l'adhésion et le changement

Favoriser l'adhésion et le changement

Comprendre

Identification des freins et
des leviers

Recensement contraintes
et motivations

Acceptabilité a priori

Favoriser l'adhésion et le changement

Comprendre

Identification des freins et
des leviers

Recensement contraintes
et motivations

Acceptabilité a priori

Concevoir & Tester

Activation de leviers de changement

Accompagnement à l'appropriation

Favoriser l'adhésion et le changement

Comprendre

Identification des freins et des leviers

Recensement contraintes et motivations

Acceptabilité a priori

Concevoir & Tester

Activation de leviers de changement

Accompagnement à l'appropriation

Evaluer -> Généraliser

Indicateurs d'impact révélateurs de changement

Les comportements dans l'espace public

Intérêt commun > Intérêt personnel immédiat

Les comportements dans l'espace public

Intérêt commun > Intérêt personnel immédiat

Comportements PRO-SOCIAUX

comportements non explicitement requis qui participent au bon fonctionnement d'une organisation (Desrumaux *et al.*, 2012)

le partage, la coopération, l'aide, etc.

Les comportements dans l'espace public

Intérêt commun > Intérêt personnel immédiat

Comportements PRO-SOCIAUX

comportements non explicitement requis qui participent au bon fonctionnement d'une organisation (Desrumaux *et al.*, 2012)

le partage, la coopération, l'aide, etc.

Comportements PRO-ENVIRONNEMENTAUX

comportements qui minimisent l'impact négatif des activités humaines sur l'environnement et qui protègent les ressources

Les comportements dans l'espace public

Intérêt commun > Intérêt personnel immédiat

Les normes
sociales ou
influences
sociales

La conscience
du problème
et des
conséquences du
comportement

Les conditions
qui facilitent ou
entravent
le comportement

Les comportements dans l'espace public

Intérêt commun > Intérêt personnel immédiat

Les comportements dans l'espace public

Intérêt commun > Intérêt personnel immédiat

Les normes
sociales ou
influences
sociales

Les comportements dans l'espace public

Intérêt commun > Intérêt personnel immédiat

Les normes
sociales ou
influences
sociales

La conscience
du problème
et des
conséquences du
comportement

Les comportements dans l'espace public

Intérêt commun > Intérêt personnel immédiat

Les normes
sociales ou
influences
sociales

La conscience
du problème
et des
conséquences du
comportement

Les conditions
qui facilitent ou
entravent
le comportement

Les normes sociales

Très présentes dans l'espace public où les comportements d'autrui sont visibles

Les normes sociales

Très présentes dans l'espace public où les comportements d'autrui sont visibles

Ce que je perçois ou ce que je devine
du comportement d'autrui

Les normes sociales

Très présentes dans l'espace public où les comportements d'autrui sont visibles

Ce que je perçois ou ce que je devine
du comportement d'autrui

Ce que je sais ou que je devine être
attendu par les autres,
mais par des « autres » dont l'estime
m'est importante

Les normes sociales

Très présentes dans l'espace public où les comportements d'autrui sont visibles

Ce que je perçois ou ce que je devine
du comportement d'autrui

Ce que je sais ou que je devine être
attendu par les autres,
mais par des « autres » dont l'estime
m'est importante

Cette influence dépend du groupe auquel je m'affilie et par qui la norme est « imposée »

Les normes sociales

Très présentes dans l'espace public où les comportements d'autrui sont visibles

L'influence sociale est un levier très utilisé en marketing.

! Ce levier ne fonctionne que si la norme affichée et la norme réelle sont alignées !

Dans l'espace public, la force de la norme est très forte, elle n'a pas besoin d'être communiquée :

ELLE SE CONSTATE !

La conscience du problème et des conséquences

Liée aux connaissances et aux sensibilités individuelles

La conscience du problème et des conséquences

Liée aux connaissances et aux sensibilités individuelles

La conscience du problème lié
à une situation ou
à un comportement précis

La conscience du problème et des conséquences

Liée aux connaissances et aux sensibilités individuelles

La conscience du problème lié
à une situation ou
à un comportement précis

La conscience
des conséquences négatives d'un
comportement « délétère »
et des conséquences positives d'un
comportement « bénéfique » attendu

La conscience du problème et des conséquences

Liée aux connaissances et aux sensibilités individuelles

La conscience du problème lié
à une situation ou
à un comportement précis

La conscience
des conséquences négatives d'un
comportement « délétère »
et des conséquences positives d'un
comportement « bénéfique » attendu

Ces considérations renvoient au sens que porte le comportement.
Une sensibilisation peut modifier le contenu de ces pensées

La conscience du problème et des conséquences

Liée aux connaissances et aux sensibilités individuelles

le sens du comportement

L'espace public est par définition
un espace partagé par de nombreux groupes sociaux
dont les objectifs, les représentations et les attentes peuvent être différents

Incivilité ou usage au sens différent ?

Les conditions facilitantes

Liées au contexte et à sa perception

Les conditions facilitantes

Liées au contexte et à sa perception

LE CONTEXTE RÉEL

Les infrastructures, le matériel,
l'information, l'environnement
sonore, visuel, olfactif, etc.

Les conditions facilitantes

Liées au contexte et à sa perception

LE CONTEXTE RÉEL

Les infrastructures, le matériel, l'information, l'environnement sonore, visuel, olfactif, etc.

LE CONTEXTE PERÇU

L'utilisabilité, la praticité, la compréhension, les émotions générées, la nécessité, etc.

Les conditions facilitantes

Liées au contexte et à sa perception

LE CONTEXTE RÉEL

Les infrastructures, le matériel, l'information, l'environnement sonore, visuel, olfactif, etc.

LE CONTEXTE PERÇU

L'utilisabilité, la praticité, la compréhension, les émotions générées, la nécessité, etc.

Le décalage entre la réalité et la perception est fréquent : intérêt d'une démarche centrée usagers

Les conditions facilitantes

Liées au contexte et à sa perception

Un contexte facilite ou entrave un usage/ un comportement /une conduite :

Les conditions facilitantes

Liées au contexte et à sa perception

Un contexte facilite ou entrave un usage/ un comportement /une conduite :

EMOTIONNELLEMENT

Propreté perçue

Esthétisme

Sécurité perçue

Les conditions facilitantes

Liées au contexte et à sa perception

Un contexte facilite ou entrave un usage/ un comportement /une conduite :

EMOTIONNELLEMENT

Propreté perçue

Esthétisme

Sécurité perçue

MATÉRIELLEMENT

Accessibilité des infrastructures / du matériel

« Une invention technologique s'élève au rang d'**innovation**
seulement **si elle acceptée et utilisée** par la population à laquelle elle s'adresse »
(Alter, 2002)

CeRCA – CNRS UMR 7295 – Université de Poitiers
emilie.guichard@univ-poitiers.fr

Service Déchets Economie Circulaire – Grand Poitiers
ej.guichard@grandpoitiers.fr



Rencontres nationales
Niort – 25 mai 2023

Emilie Guichard
Psychologue Sociale
& doctorante



GRAND POITIERS
communauté urbaine