



Université Grenoble Alpes  
Sciences Po Grenoble

Tifaine DOUCHET

## **LES FREINS A L'ACTION ENVIRONNEMENTALE**

- Etude sur le comportement de tri des déchets dans une entreprise parisienne  
pour comprendre et encourager les gestes vertueux -

A5 – 2018/2019

Master 2 : Développement et expertise de l'économie sociale

Sous la direction de Daniel Llerena



Université Grenoble Alpes

Sciences Po Grenoble

Tifaine DOUCHET

**LES FREINS A L'ACTION ENVIRONNEMENTALE**

- Etude sur le comportement de tri des déchets dans une entreprise parisienne  
pour comprendre et encourager les gestes vertueux -

A5 – 2018/2019

Master 2 : Développement et expertise de l'économie sociale

Sous la direction de Daniel Llerena



## **Remerciements :**

Je tiens à remercier toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire.

Je voudrais, dans un premier temps remercier mon directeur de mémoire, Daniel Llenera, professeur à l'Université Grenoble Alpes et chercheur rattaché au Laboratoire d'Economie Appliquée de Grenoble (G.A.E.L). Je le remercie pour sa disponibilité, ses conseils et apports qui ont participé à ma réflexion. Je lui suis également reconnaissante pour son encadrement et sa méthodologie qui correspond parfaitement à ma façon de travailler.

Je remercie toute l'équipe pédagogique de Sciences Po Grenoble et particulièrement la directrice du master Développement et expertise de l'économie sociale, Amélie Artis, de m'avoir permis de suivre cette formation et d'étudier l'économie sociale.

Je tiens également à remercier l'équipe avec laquelle j'ai travaillé cette année. Ils m'ont beaucoup appris sur l'économie sociale et solidaire et sur le monde du travail. Cédric Laroyenne, pour son accompagnement le long de mon année d'alternance. Angéline Lamy pour son exigence et sa confiance qui m'ont fait grandir professionnellement. Romain Riboud pour son encadrement au long de l'année et pour m'avoir permis d'utiliser la marque We are Green afin de diffuser mon questionnaire. Aussi, un grand merci à mes collègues Marie et Elodie pour leur bonne humeur et leur soutien durant cette année intense.

Un grand merci à ma famille pour leur soutien sans faille. A ma sœur Gaëlle pour sa relecture et ses conseils, à mes parents pour leur présence et leurs encouragements.

Merci également à la promo DEES 2018/2019 pour cette dernière année d'étude sous le signe de l'humour, de la bienveillance et de la solidarité.

Enfin, merci à mes amis d'être toujours là pour moi. Particulièrement, merci à ma colocataire et amie, Camille, sans qui cette année aurait été bien plus difficile.

## SOMMAIRE :

INTRODUCTION :	7
<b>Partie 1 : L'étude des comportements face à l'inaction écologique</b>	<b>22</b>
A- Frein 1 : La théorie du choix rationnel	22
B- Frein 2 : Le paradoxe environnemental	30
C- Frein 3 : Biais, heuristiques et représentations sociales	37
<b>Partie 2 : Présentation et limites des dispositifs Nudge et Boost</b>	<b>46</b>
A- L'approche Nudge pour adopter des comportements plus éco-responsables	46
B- Un dispositif limité et critiqué	60
C- Le Boost comme réponse aux limites du nudge :	65
<b>Partie 3 : Cas pratique : enquête sur les pratiques de tri des déchets chez Accenture</b>	<b>71</b>
A- L'enquête	71
B- Les résultats de l'enquête	75
C- Les grandes conclusions et les réponses aux hypothèses	83
D- Les biais et limites de cette enquête	90
CONCLUSION :	92
BIBLIOGRAPHIE :	96
ANNEXES :	100
TABLE DES MATIERES :	127
RÉSUMÉ :	129

« La psychologie est évidemment à la base de l'économie politique et, en général, de toutes les sciences sociales. Un jour viendra peut-être où nous pourrons déduire des principes de la psychologie les lois de la science sociale [...] ».

Vilfredo Pareto (1906)

## INTRODUCTION :

*90% <sup>1</sup> des Français considèrent que l'environnement doit être un problème à solutionner en priorité dans les prochaines années. 93% pensent que le tri sélectif doit être le premier geste pour l'environnement. Le nombre d'associations ayant comme projet de respecter, défendre, promouvoir, éduquer ou sensibiliser sur l'environnement ne cesse d'augmenter. De nouvelles actions, plus ou moins radicales, voient le jour afin de condamner des décisions politiques et économiques ou de proposer d'autres alternatives. La crise climatique n'a jamais été autant médiatisée dans l'hexagone et en Europe ; Greta Thunberg est devenue la figure de proue de ce combat, les marches pour le climat se succèdent et*

---

<sup>1</sup>HOIBIAN, Sandra, *Enquête sur les attitudes et comportements des Français en matière d'environnement* (édition 2010), Étude réalisée pour l'ADEME, Collection des rapports du CRÉDOC, n° 270, octobre 2010. Disponible sur : <<http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R270.pdf>> [consulté le 29 Juillet 2019].

*mobilisent la jeunesse... Les catastrophes liées au changement climatique se multiplient et se rapprochent ; Paris a battu son record de chaleur avec 42.6°C dans la capitale le 25 juillet 2019<sup>2</sup>, cet été le Groenland a connu des incendies sans précédents<sup>3</sup>. Pour autant nous ne modifions pas, ou peu, nos comportements. Nous ne prenons pas les mesures politiques, économiques, démographiques et sociales à la hauteur des enjeux qui nous attendent. Nous écoutons le discours de Greta Thunberg mais ratifions le CETA<sup>4</sup>, accord a priori néfaste pour le climat et en contradiction avec nos objectifs environnementaux. Nous avons chaud en ville, conséquence directe du changement climatique, mais nous ne prenons pas les mesures simples et efficaces (planter des arbres en ville<sup>5</sup>) en conséquence. L'Amazonie brûle de manière inquiétante mais nous ne réagissons pas. À tel point que le célèbre discours de Jacques Chirac prononcé en 2002 à Johannesburg n'a jamais été autant d'actualité : « Notre maison brûle et nous regardons ailleurs. La nature, mutilée, surexploitée, ne parvient plus à se reconstituer et nous refusons de l'admettre. L'humanité souffre. Elle souffre de mal-développement au nord comme au sud, et nous sommes indifférents. La terre et l'humanité sont en péril et nous en sommes tous responsables »<sup>6</sup>.*

---

<sup>2</sup> LE MONDE.FR, *Canicule : record de chaleur battu dans une cinquantaine de villes en France... avant les orages* [en ligne]. 2019. Disponible sur : < [https://www.lemonde.fr/climat/article/2019/07/25/avec-41-c-enregistre-a-la-mi-journee-paris-bat-son-record-absolu-de-chaleur\\_5493345\\_1652612.html](https://www.lemonde.fr/climat/article/2019/07/25/avec-41-c-enregistre-a-la-mi-journee-paris-bat-son-record-absolu-de-chaleur_5493345_1652612.html) > [consulté le 29 Juillet 2019].

<sup>3</sup> NOVECTHIC.FR, *Cet été, l'article est en feu* [en ligne]. 2019. Disponible sur : < <https://www.novethic.fr/actualite/environnement/climat/isr-rse/cet-ete-2019-l-arctique-est-en-feu-147526.html> > [consulté le 29 Juillet 2019].

<sup>4</sup> LE MONDE.FR, *Le CETA, controversé accord de libre-échange avec le Canada, approuvé à l'Assemblée* [en ligne]. 2019. Disponible sur : < [https://www.lemonde.fr/politique/article/2019/07/23/l-assemblee-nationale-vote-la-ratification-du-ceta-controverse-traite-de-libre-echange-entre-l-ue-et-le-canada\\_5492576\\_823448.html](https://www.lemonde.fr/politique/article/2019/07/23/l-assemblee-nationale-vote-la-ratification-du-ceta-controverse-traite-de-libre-echange-entre-l-ue-et-le-canada_5492576_823448.html) > [consulté le 29 Juillet 2019].

<sup>5</sup> ALTERNATIVE-ECONOMIQUE.FR, *Verdir les villes : la solution pour faire baisser la température !* [en ligne]. 2019. Disponible sur : < <https://www.alternatives-economiques.fr/verdir-villes-solution-faire-baisser-temperature/00079431> > [consulté le 29 Juillet 2019].

<sup>6</sup> LE FIGARO.FR, *Ecologie : le discours de Jacques Chirac à Johannesburg*. [en ligne]. 2014. Disponible sur : < <http://www.lefigaro.fr/politique/le-scan/2014/03/27/25001-20140327ARTFIG00120-ecologie-le-discours-de-jacques-chirac-a-johannesburg.php> > [consulté le 29 Juillet 2019].

## **Situation de départ :**

Trois années d'étude en économie sociale à l'Université Paris-Dauphine, une année de master en sociologie et affaires publiques dans la même université et enfin, deux ans en Développement et Expertise de l'économie sociale à Sciences Po Grenoble ont remis en question les postulats standards qui m'avaient été enseignés. Au cours de ces années d'études supérieures, j'ai appris que l'agent économique<sup>7</sup> prend ses décisions de manière rationnelle c'est-à-dire de manière logique, en se basant sur sa raison<sup>8</sup>, dans le but de maximiser son utilité espérée ; autrement dit, s'il s'agit d'un consommateur, son bien-être, s'il s'agit d'une entreprise, son profit.

Ce mémoire a pour vocation d'aller à l'encontre de ce postulat. Ici, nous considérons que l'être humain n'est pas toujours rationnel -terme que nous définirons plus tard- quand il prend une décision. Il n'est pas simplement un agent économique réfléchi et pragmatique, c'est un individu mu par ses émotions, ses doutes et ses instincts. S'ouvre alors à nous un champ de l'économie jusqu'ici inconnu : l'économie comportementale. Celle-ci peut se résumer en l'incorporation de la dimension psychologique du raisonnement humain dans l'analyse économique (Kahneman et Tversky, 1979). Ce courant économique, intitulé *behavioral economics*<sup>9</sup> par ses pairs, s'est développé en réponse aux limites de l'économie standard reposant sur l'hypothèse de rationalité individuelle. Notre intuition n'était donc pas isolée, beaucoup d'autres personnes avaient déjà mis en lumière ce paradoxe opposant économie et psychologie en étudiant les comportements des êtres humains dans leur qualité d'individus sociaux. Adam Smith par exemple, économiste incontournable de la théorie classique du 18<sup>ème</sup> siècle avait publié, dix-sept ans avant son célèbre traité *La Richesse des Nations*, un ouvrage remarquable intitulé *La Théorie des sentiments moraux* dans lequel il reconnaissait aux agents économiques une caractéristique sociale et humaine<sup>10</sup>. Récemment, l'économie

---

<sup>7</sup> La terminologie 'agent économique est lié à une vision purement économique. Il est intéressant de noter qu'il n'est jamais question 'd'individu', terminologie sociologique qui renvoie à un être humain et émotionnel plus complexe que l'agent économique rationnel.

<sup>8</sup> LA ROUSSE.FR, *Définition de rationnel* [en ligne]. Disponible sur <[https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/rationnel\\_rationnelle/66652](https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/rationnel_rationnelle/66652)> [consulté le 29 Juillet 2019].

<sup>9</sup> KAHNEMAN D & TVERSKY A, *Prospect Theory :An analysis of decision under risk*, *Econometrica*, vol.47, 1979/2 (traduction : la théorie des perspectives).

<sup>10</sup> LE MONDE.FR, *La Tribune de Jean Tirole* [en ligne]. 2018. Disponible sur : <[https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/10/05/jean-tirole-l-homo-economicus-a-vecu\\_5365278\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/10/05/jean-tirole-l-homo-economicus-a-vecu_5365278_3232.html)> [consulté le 21 Juillet 2019].

comportementale a connu un développement important avec les avancées de la psychologie expérimentale, notamment démocratisée par Daniel Kahneman et Amos Tversky. Leurs travaux ont mis en évidence les "anomalies" dans les comportements réels des agents économiques, ces comportements se révélant rarement conformes à la théorie du choix rationnel : un choix égoïste, basé sur des préférences stables et connues, sur la maximisation de l'utilité espérée, sur une capacité de calcul et de traitement de l'information illimitées.

Ces travaux ont donc mis en exergue le rôle joué par les erreurs de jugement (appelées **biais cognitifs**)<sup>11</sup>, par les émotions ainsi que par les normes et interactions sociales, qui entrent en jeu dans le processus de décision des individus. L'étude des comportements, du schéma de prise de décision, semblait passionnante. Nous voulions comprendre le fonctionnement de l'être humain, étudier ses prises de décision et faire un parallèle avec la situation environnementale dans laquelle nous nous trouvons. Puisqu'il semble que les individus soient relativement inactifs face à la crise écologique que nous traversons, comprendre comment nous en sommes arrivés là semble inévitable pour avancer. Ce mémoire se situe donc au croisement de l'économie comportementale et de la psychologie environnementale<sup>12</sup>.

### **La naissance de l'économie comportementale :**

L'économie comportementale est née de la limite de l'économie dite rationnelle (Gautié, 2007). Selon la théorie standard, en effet, les agents se conforment à des modèles ou des grilles d'analyses rationnels. Ces modèles leur indiquent le comportement optimal à adopter pour préserver au maximum leur utilité. « La théorie économique influence directement les acteurs,

---

<sup>11</sup> En psychologie cognitive et sociale, la notion de biais cognitifs fait référence à la manifestation systématique de jugements faux, liée à l'utilisation automatique et inconsciente de règles de raisonnement que l'on appelle « les heuristiques ». La théorie des biais cognitifs et des heuristiques décrit les illusions dont notre cognition est victime et qui menacent parfois notre rationalité. Dans cette entrée, la théorie des biais cognitifs est exposée et discutée selon une approche philosophique.

TEAM, D. (2019). *Biais Cognitifs (GP)*. L'Encyclopédie Philosophique. [en ligne] Disponible : < <http://encyclophilo.fr/biais-cognitifs-gp/>> [Consulté le 29 Juillet 2019].

<sup>12</sup> La psychologie environnementale permet d'adopter une approche contextualisée en considérant à la fois les spécificités physiques et sociales de l'environnement, ainsi que les caractéristiques individuelles. L'objectif de la psychologie environnementale consiste donc à étudier les « interrelations entre l'individu et son environnement physique et social, dans ses dimensions spatiales et temporelles » (Moser, 2003, p. 16).

en leur fournissant des concepts qu'eux-mêmes transforment en catégories opératoires, à travers, par exemple la refonte des normes comptables et financières, ou la réforme du droit. » (Gautié, 2007, p 929). Nous voyons donc l'impact d'une telle théorie sur la prise de décision et, in fine, sur le comportement des individus. Un bel exemple de cette hégémonie de la théorie économique standard est le modèle de fixation optimale des prix (Lazear, 2000). Il définit le système marchand mondial de manière rationnelle et idéale. Face à une théorie jugée non en phase avec la complexité de l'être humain et face aux éléments non rationnels qui entrent en compte au moment de sa prise de décision, l'économie classique a dû se réinventer. Il s'agit alors de se baser sur « la théorie et la méthode de l'économie standard [afin d'analyser] des phénomènes relevant jusque-là d'autres champs disciplinaires » comme les croyances, l'affect ou encore les normes sociales (Gautié, 2007, p930). La prise en compte de ces diverses caractéristiques a transformé profondément le paradigme économique. L'économie, qui se basait jusqu'ici sur les comportements individuels, souhaite dorénavant prendre en compte les interactions sociales (Gautié, 2007). Pour cela, l'économie comportementale a remis en cause les postulats standards en les rendant moins idéaux et donc plus 'humains'. Le principe de concurrence pure et parfaite est remplacé par la concurrence imparfaite, l'accès à une information complète, gratuite et immédiate laisse place à l'asymétrie d'information et à des hypothèses d'imperfection. Les économistes ont alors appris à appréhender les comportements individuels comme résultant d'interactions sociales faisant appel à l'émotion et non de simples calculs rationnels. Ces nouveaux économistes, en étendant les techniques empiriques et quantitatives de la théorie classique à l'ensemble des phénomènes sociaux sont devenus ; en quelque sorte, des « experts du social par excellence » (Gautié 2007). La remise en question de l'économie standard a amené de nouveaux défis. S'il ne s'agit pas de remettre profondément en cause les fondements de l'homo oeconomicus - être purement rationnel -, il faut dorénavant doter l'économie d'hypothèses plus réalistes basées sur les comportements réels et les interactions sociales. C'est le passage de l'homo oeconomicus à l'homo sapiens décrit par le professeur Richard H. Thaler à travers ses travaux (Thaler, 2000), que nous évoquerons plus tard.

L'économie comportementale se démocratise avec les travaux pionniers de Daniel Kahneman et d'Amos Tversky portant sur les choix en situation d'incertitude. À l'aide d'expériences réalisées en laboratoire, ils ont mis en évidence un ensemble d'anomalies de comportements. Ainsi ont-ils mis à mal les quatre piliers de l'homo oeconomicus que sont : la rationalité, l'égoïsme, la cohérence et la stabilité des préférences (Kahneman, 2003), en les

remplaçant par des interactions sociales telles que la coordination, la coopération, la négociation et la confiance.

### **Eléments déclencheurs :**

Deux éléments factuels nous ont interpellés et sont à l'origine de notre intérêt pour l'économie comportementale et du choix du sujet de ce présent mémoire.

- 1<sup>er</sup> élément factuel :

Le premier élément qui a déclenché un intérêt certain pour l'économie comportementale est sa popularité récente et sa notoriété de plus en plus avérée.

Pour preuve, pas moins de cinq des quinze derniers Prix Nobel <sup>13</sup> d'économie se reconnaissent de ce courant de recherche. Ainsi, Daniel Kahneman a ouvert la voie en 2002 avec ses travaux fondateurs sur la théorie des perspectives, à la base du concept de la finance comportementale. Il est suivi par Peter A. Diamond en 2010, Alvin E. Roth en 2012 puis Robert J. Shiller en 2013 pour des travaux également ancrés dans cette théorie comportementale. Enfin le Prix Nobel d'économie de 2017 décerné à Richard Thaler pour l'ensemble de ses travaux sur l'économie comportementale vient consacrer la popularité de ce mouvement de pensée. Nous pouvons noter également une croissance de la part des articles d'économie comportementale dans les quatre principales revues généralistes d'économie (*American Economic Review*, *Quarterly Journal of Economics*, *Journal of Political Economy* et *Review of Economic Studies*) (Bergeron & al, 2018) passant de 8.5% dans les années 1990, à 15% au début des années 2010.

---

<sup>13</sup> Henri Bergeron & Patrick Castel & Sophie Dubuisson-Quellier & Jeanne Lazarus & Étienne Nouguez & Olivier Pilmis, « Comportement correct exigé. Économie comportementale et gouvernement des conduites », *La Vie des idées*, 20 novembre 2018.

Par ailleurs, cette poussée de l'économie comportementale ne se limite pas au domaine académique. Les apprentissages de cette théorie s'étalent depuis le début des années 2010 sur les pages centrales de nombreux journaux à destination du grand public et du monde politique. Aussi, un nombre important d'États (Royaume-Uni, États-Unis, Canada, Pays-Bas, Danemark, Chili, Qatar, Arabie Saoudite...) et d'organisations internationales (ONU, OMS, OCDE) ont mis en place depuis les années 2010 des « nudges units » ou « behavioral insight teams » qui cherchent à mobiliser et approfondir les savoirs enseignés par l'économie comportementale afin de transformer l'action publique et avoir un impact politique concret. Ces 'units' travaillent ensemble pour constituer des réseaux d'échange de « bonnes pratiques ». La carte des initiatives de l'économie comportementale publiée (Annexe : carte Behavioural Insights and Public Policy) dans un rapport de l'OCDE<sup>14</sup> en 2017 illustre tout à fait cet engouement et cette diffusion de l'économie comportementale. Cet organisme dénombre pas moins de 202 institutions dans le monde qui appliquent les résultats de l'économie comportementale dans leurs politiques publiques.

Cet engouement pour l'économie comportementale découle sans aucun doute de sa prétention à bouleverser à la fois l'économie dans le monde académique et les politiques publiques. Depuis les années 1990, elle promet une « révolution politique » destinée à rendre l'action publique plus efficace et moins coûteuse en exploitant systématiquement les biais comportementaux révélés par l'économie comportementale. Son ambition est claire : modifier les comportements individuels dans le sens de l'intérêt général, c'est-à-dire l'intérêt de la société dans son ensemble. Richard Thaler exprime remarquablement cette convergence entre une diffusion académique - rendue possible par la reconnaissance de ses travaux par ses pairs- et politique, il a lui-même été conseiller de la *nudge unit* britannique à partir de 2010<sup>15</sup>. Ces savoirs intéressent également les entreprises privées, qui cherchent à les utiliser pour agir sur leurs salariés ou leurs clients. En somme, nous dit Sophie Dubuisson-Quellier, directrice du CNRS et experte en sociologie économique, « cette percée de l'économie comportementale résonne avec une transformation plus générale du paradigme de l'action publique qui vise à

---

<sup>14</sup> OECD.ORG *Behavioural Insights and Public Policy - Lessons from Around the World*. 2017 [en ligne] Disponible : <<http://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/behavioural-insights-and-public-policy-9789264270480-en.htm>> [consulté le 29 Juillet 2019].

<sup>15</sup> Henri Bergeron & Patrick Castel & Sophie Dubuisson-Quellier & Jeanne Lazarus & Étienne Nouguez & Olivier Pilmis, « Comportement correct exigé. Économie comportementale et gouvernement des conduites », *La Vie des idées*, 20 novembre 2018.

faire des conduites individuelles l'objet et le moyen central du gouvernement contemporain » (Dubuisson-Quellier, 2016).

○ 2eme élément factuel :

Le second élément qui a orienté le choix de notre sujet est un chiffre tiré d'une enquête du CREDOC<sup>16</sup> ; 90% des français se disent concernés par le réchauffement climatique mais, dans les faits, très peu agissent. Nous nous sommes alors demandé pourquoi nous n'agissions pas en conformité avec nos déclarations d'intention. Nous souhaitons comprendre l'écart entre une prise de conscience généralisée et largement médiatisée concernant le changement climatique et une action réduite, voire nulle, de la part des citoyens comme des politiques.

En somme, l'économie comportementale semble **offrir un paradigme** essentiel pour **comprendre l'inaction des gens face à l'urgence climatique**. Elle offre la possibilité de comprendre pour ensuite identifier et dégager des facteurs pour agir. Nous souhaitons donc comprendre ce paradoxe. Pour cela il nous faut étudier notre façon de prendre des décisions et de choisir d'agir ou non. En d'autres termes, nous voulons décrypter les processus qui orientent nos comportements dans le but de mettre en place des dispositifs pour agir. Notre étude se veut dans un premier temps théorique, c'est pourquoi nous souhaitons avant tout clarifier le cadre théorique dans lequel s'inscrit notre travail.

### **Cadre théorique :**

Avant d'entrer dans le cœur du sujet, il convient de clarifier certains points importants. Nous l'avons précédemment évoqué, l'inaction en matière environnementale ne provient pas d'un défaut d'informations. Nous sommes largement au courant de la crise climatique qui occupe, aujourd'hui, une place importante dans les médias. Plus que cela, il y a presque une « médiatisation excessive du danger environnemental depuis quelques années » (Roques, 2015, p48). Cette inaction n'est pas non plus due à un manque de conviction puisqu'une large majorité

---

<sup>16</sup> HOIBIAN, Sandra, *Enquête sur les attitudes et comportements des Français en matière d'environnement* (édition 2010), Étude réalisée pour l'ADEME, Collection des rapports du CRÉDOC, n° 270, octobre 2010. Disponible sur : <<http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R270.pdf>> [consulté le 29 Juillet 2019].

des français (90%) souhaite agir pour protéger l'environnement. Il faut donc chercher les raisons de cette inertie ailleurs. D'après les chercheurs en économie comportementale, cette inaction est la conséquence d'erreurs d'appréciation dont nous sommes victimes : les biais cognitifs (Singler, 2015). Effectivement notre système de pensée et notre processus de prise de décision sont, en grande partie, guidés par des biais comportementaux que nous allons étudier en première partie de ce mémoire.

Avant d'aller plus loin, posons les bases de l'analyse du processus de décision, c'est-à-dire les étapes qui nous mènent à la décision, proposée par Daniel Kahneman. Les travaux de Kahneman, Tversky et d'autres psychologues de ce mouvement, ont remis en question le modèle de l'homo oeconomicus. La théorie classique de l'espérance d'utilité ne décrit pas de manière satisfaisante les comportements humains face au risque. Tout du moins, le système de référence sur lequel elle se base est trop restrictif et éloigné de la réalité (concurrence pure et parfaite, fluidité de l'information...). Ainsi, la théorie des perspectives de Kahneman et Tversky cherche à affiner et enrichir la théorie classique (Gollier & al, 2003). Alors que les économistes concentrent leur attention sur les comportements observés, les deux psychologues se focalisent davantage sur les processus cognitifs qui sous-tendent la prise de décision. En 1974 ils apportent deux contributions majeures à la théorie économique standard. Ils proposent une théorie psychologique plus réaliste et énoncent la théorie des perspectives (prospect theory, publiée en 1979). Kahneman et Tversky argumentent que les individus évaluent les situations de manière relative par rapport à un point de référence subjectif et non purement objectif, comme l'affirme la théorie standard. En ré-injectant du subjectif, et donc de l'humain, dans l'économie, « les travaux de Kahneman et Tversky ont contribué à un courant important de recherche comportementale sur le jugement et la prise de décision humaine » (Gollier & al, 2003, p 296). Ils s'agit alors d'identifier la réalité des facteurs d'influence de nos comportements dans les prises de décisions quotidiennes ; c'est dans ce courant que s'inscrit ce mémoire.

Avec ces travaux est mise en évidence l'architecture de notre système cognitif, autrement dit -l'ensemble des processus mentaux- selon deux modes de fonctionnement distincts. Le premier fait intervenir des traitements automatiques de type heuristiques<sup>17</sup>, rapides, peu conscients, c'est ce que Kahneman a baptisé **Système 1**. Celui-ci, aussi appelé « fast

---

<sup>17</sup> Une heuristique est un raccourci mental qui permet de prendre des décisions et résoudre des problèmes rapidement et efficacement. Il ne fait pas intervenir l'ensemble des processus rationnels ni les informations pertinentes. LA ROUSSE.FR, *Définition d'heuristique* [en ligne]. [consulté le 29 Juillet 2019].

thinking », ne nécessite ni attention, ni effort. Il fonctionne dans l'instantanéité en utilisant des raccourcis mentaux fondés sur les premières impressions : notre mémoire, des stéréotypes qui s'imposent à nous, des liens de causalité apparemment évidents, des logiques peu rationnelles... Ainsi, le système 1 crée des routines et des automatismes. Il permet de prendre des décisions de manière rapide et automatisée. S'il est beaucoup moins énergivore pour notre cerveau et utilisé dans la grande majorité de nos décisions quotidiennes, il aboutit parfois à des erreurs. En effet prendre des décisions ou résoudre des problèmes de manière trop rapide et par habitude peut conduire à des erreurs comme l'illustre l'exercice proposé par Kahneman dans son ouvrage « Système 1, Système 2 »<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> KAHNEMAN, D. et CLARINARD, R. (2012). *Système 1, système 2*. [Paris] : Flammarion.

### Le Test de logique posé aux étudiants :

Une batte et une balle de baseball coûtent 1.10\$. La batte coûte 1\$ de plus que la balle. Combien coûte la balle ?

La majorité des étudiants (plus de 50% à Harvard, plus de 80% dans d'autres universités) répondent assez rapidement 0.10\$. Pourtant la bonne réponse, et c'est évident quand on pose le problème, est 0.05\$. Tout l'intérêt de ce problème est d'inspirer une réponse rapide, simple, intuitive mais fautive. Effectivement, si la balle coûte 0.10\$, le coût total sera de 1.20\$ (0,10\$ pour la balle, 1.10\$ pour la batte) et non 1.10\$. La bonne réponse est donc 0.05\$.

Kahneman, à l'origine de ce test, affirme que les gens sont en excès de confiance et accordent trop d'importance à leurs intuitions<sup>19</sup>. En psychologie cette opération mentale intuitive et rapide s'appelle une 'heuristique de jugement'. Ce sont des raccourcis cognitifs qui sont utilisés par les individus afin de simplifier leurs opérations mentales. Ces raccourcis permettent un gain de temps considérable. Pour autant, en les activant, les individus ne prennent pas en compte toute la complexité des informations pertinentes relatives à la situation et peuvent donc facilement faire des erreurs.

**Source :** THALER Richard H, *Misbehaving*, Seuil, 2018.

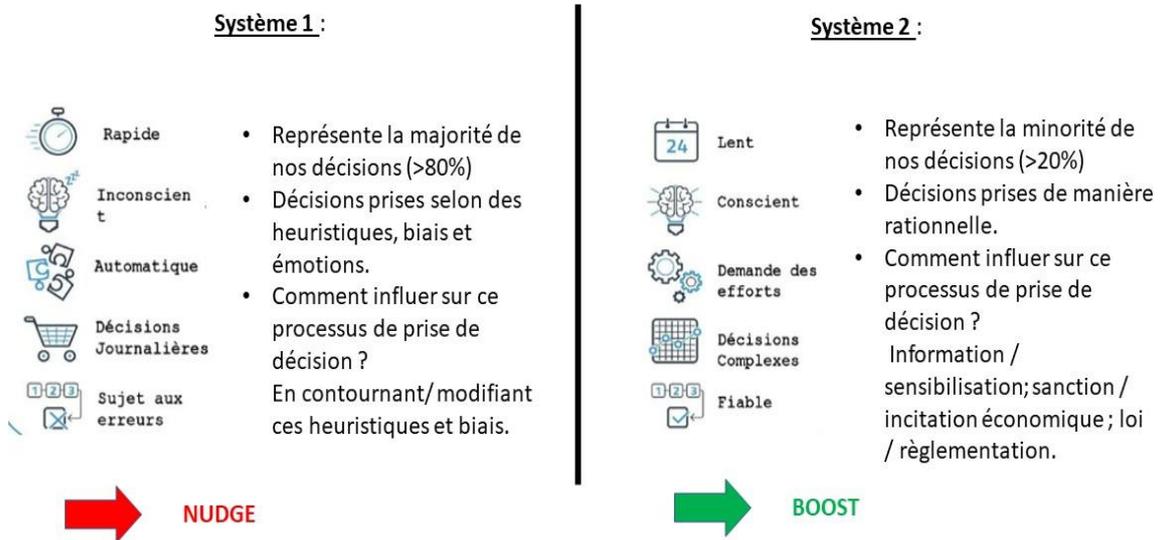
C'est en intervenant sur ces erreurs de jugements que l'économie comportementale prétend pouvoir changer le comportement des individus.

Le second mode de pensée est plus lent, conscient et raisonné ; il s'agit du **Système 2**. Celui-ci est plus coûteux et nécessite des raisonnements formels et réfléchis. Le système 2 ou « slow thinking » demande des efforts et de la concentration. Il mobilise l'ensemble de nos ressources attentionnelles et génère de la fatigue. Il est donc moins utilisé au quotidien et n'est activé que pour des prises de décision relativement importantes.

---

<sup>19</sup> Forme de connaissance immédiate qui ne recourt pas au raisonnement. LA ROUSSE.FR, *Définition d'intuition* [en ligne]. [consulté le 1 août 2019].

Processus de prise de décision selon Kahneman :  
-Daniel Kahneman, système 1, système 2 -



Source : *Daniel Kahneman Système 1, système 2*, illustration réalisée par Tifaine Douchet.

Ainsi, le système 1, automatique, intuitif et spontané guide la majorité de nos décisions (Gollier & al, 2003). Il permet à notre cerveau de dépenser moins d'énergie et de multiplier et accélérer la prise de décision. Cela est non négligeable quand nous savons que nous prenons des milliers de décisions par jour. Pour autant, le système 2 existe et s'il est moins sollicité, les décisions qu'il permet sont souvent importantes.

Distinguer ces deux systèmes est primordial car nous ne les influençons pas de la même façon (Singler, 2015). Pour jouer sur le système 1, il faut utiliser des associations simples, jouer sur les habitudes, les images, l'organisation spatiale. Il faut bien comprendre les erreurs de jugement dont nous sommes victimes et les utiliser pour changer les comportements. Intervenir sur le système 2 est plus complexe. Il faut argumenter, délibérer, convaincre à l'aide d'éléments rationnels et réfléchis.

Dans ce mémoire nous allons étudier de plus près les biais qui entrent en action et activent le système 1. Si ces biais sont systématiques, ils sont également prévisibles (Ariely,

2008). Nous répétons les mêmes gestes encore et encore si bien qu'ils deviennent prévisibles. Ainsi sommes-nous capables de les anticiper et donc, pourquoi pas, de les orienter.

Notre étude porte sur les comportements en termes d'environnement. Nous souhaitons comprendre, à la lumière des travaux d'économie comportementale et notamment de la modélisation système 1/ système 2, l'inaction en matière environnementale. Cette nouvelle approche comportementale semble être une partie de l'explication du décalage entre nos intentions et nos actions réelles. Afin d'illustrer au mieux cette hypothèse, nous allons nous baser sur un cas précis : le comportement en termes de tri des déchets en entreprise, plus précisément dans un cabinet de conseil international.

La Fondation dudit cabinet de conseil porte un programme de sensibilisation aux enjeux environnementaux - We are Green. Dans ce cadre sont organisés des conférences, ateliers et autres événements pour sensibiliser les collaborateurs et les éduquer aux bons gestes pour l'environnement. Par exemple, sont ponctuellement organisés des ateliers de tri des déchets, des conférences sur le zéro déchet ou encore des concours de tri. Le conseil étant une activité de service donc, à priori, non polluante. L'entreprise bénéficie d'un pôle RSE (responsabilité sociétale des entreprises) qui respecte la norme ISO 1401<sup>20</sup>. Elle a une politique écologique volontaire (système de collecte de tri des déchets, sensibilisation, implication des collaborateurs...). Pour autant, malgré ces temps de sensibilisation ponctuels dans l'année et une communication continue sur le tri des déchets (principalement via des affiches ou autres supports visuels), les locaux parisiens de l'entreprise affichent une performance de tri de 58%<sup>21</sup> ; malgré des efforts en termes de communication et de sensibilisation, ce résultat stagne depuis deux ans.

En dépit de dispositifs en faveur du tri des déchets et de l'urgence climatique qui touche notamment les jeunes générations, la moyenne d'âge des collaborateurs de ce cabinet de conseil étant de 32 ans, pourquoi n'adoptent-ils pas un comportement plus vertueux, c'est-à-dire plus respectueux de l'environnement, en matière de tri ? Autrement dit : quels sont les freins à

---

<sup>20</sup> La norme ISO 14001 est une norme destinée à promouvoir et encadrer une démarche de management environnemental. Elle s'adresse à tous type d'organisation soucieuse de mettre en place un système de production, de gestion et de fonctionnement qui s'intègre dans une perspective dynamique de maîtrise des impacts environnementaux.

E-RSE.NET, La norme ISO 14001, [Consulté le 29 juillet 2019]

<sup>21</sup> Infographie We Are Green 2018, il s'agit du pourcentage de bon tri (choix de la bonne poubelle sur les 3 au moment de jeter son déchet). Il ne s'agit pas du pourcentage de tri total. Voir annexes.

l'action des collaborateurs et comment les impliquer davantage sans les forcer, ni les contraindre ?

L'objectif de ce mémoire est, avant tout, de comprendre l'absence d'action des collaborateurs et de présenter des dispositifs pour les encourager à adopter un comportement plus vertueux, comportement qu'il conviendra de définir. Il s'agit de les inciter de manière non imposée, non contraignante et non monétaire.

### **Méthodologie :**

Afin de répondre au mieux à ces interrogations, nous allons, dans un premier temps, étudier la littérature scientifique sur le comportement des individus et leur conscience de la crise écologique que nous traversons. Nous exposerons plusieurs thèses et théories qui apportent des réponses à cet écart entre déclaration d'intention et action. La revue de la littérature nous éclairera sur les débats actuels sur ces questions. Nous tâcherons, bien entendu, de définir tous les termes de notre sujet et de décrire les concepts clés sous-jacents.

Nous adopterons également une démarche expérimentale afin de donner une illustration concrète à nos hypothèses. Pour cela nous avons imaginé un questionnaire visant à connaître la position des collaborateurs en matière de tri de déchets, le lien qu'ils font avec les problèmes environnementaux (notamment liés au plastique), leur envie ou non d'agir, le rôle de l'entreprise.... Ce questionnaire a été distribué en ligne grâce à un outil interne de l'entreprise sous la marque We are Green ; cela lui a donné une certaine légitimité : 130 réponses anonymes ont été récoltées. L'analyse de ces réponses, les observations et entretiens que nous avons menés seront appréciés au regard des grandes théories que nous aurons étudiées afin de proposer une explication au comportement des collaborateurs.

Nous avons, avant tout, défini quatre grands axes d'hypothèses. La première repose sur les perceptions qu'ont les individus de la crise environnementale et, plus précisément, de la nécessité de bien trier leurs déchets. Il nous semble que la perception que l'individu a d'un problème oriente son comportement. S'il perçoit le lien entre tri des déchets et environnement, alors il triera mieux ses déchets. Notre seconde hypothèse repose sur les croyances. S'il croit à

l'imminence d'une crise écologique et à l'importance de bien trier ses déchets pour la limiter, l'individu aura tendance à changer son attitude en matière de tri. Ensuite, le contexte dans lequel est prise la décision se révèle fondamental. La présence de consigne de tri, l'aménagement des poubelles, leur visibilité, induit le comportement des individus en matière de tri, c'est notre troisième hypothèse. Enfin, l'individu a une vision à court terme et il lui est difficile d'anticiper. Il est donc compliqué pour lui de faire le lien entre le bon tri des déchets aujourd'hui, pour une planète moins polluée (par le plastique notamment) demain.

Les problématiques de ce mémoire sont donc les suivantes ; en quoi le comportement des individus n'est pas conforme à leur déclaration d'intention ? Quels sont les freins au changement de comportement ? Dans quelle mesure pouvons-nous analyser les comportements de tri des déchets afin de révéler les freins au bon tri des déchets ?

L'originalité de ce mémoire est de proposer des approches innovantes pour corriger l'écart entre intention et action en matière d'environnement. Il a également pour ambition de proposer un diagnostic clair et des pistes de réflexion concrètes pour améliorer le score des 58% de bon tri. Nous chercherons à comprendre au mieux ce contexte particulier afin de proposer des solutions adaptées, réalisables et concrètes. Ainsi, ce travail contribuera-t-il, nous le souhaitons, à améliorer le tri des déchets dans les locaux français de l'entreprise.

Ce mémoire est construit en trois parties. La première partie théorique sera l'occasion de poser le cadre général et de comprendre les comportements des individus. Elle offrira des pistes d'explication sur l'écart entre conscience de l'urgence environnementale et inaction et précisera les biais cognitifs en jeu. La seconde partie présentera deux dispositifs imaginés par les théoriciens de l'économie comportementale pour modifier, de manière efficace et peu coûteuse, le comportement des individus afin de les inciter, in fine, à adopter une attitude plus vertueuse. Nous présenterons, à chaque fois, les forces et les limites de ces dispositifs que sont le *nudge* et le *boost*. Enfin la troisième partie présentera les résultats de notre enquête pratique. Celle-ci sera étudiée et analysée au regard de la première partie théorique et permettra de définir, dans le cas précis du tri des déchets en entreprise, le dispositif le plus efficace et souhaitable pour changer les comportements de tri de manière durable. Pour conclure nous tâcherons de répondre, une par une, aux hypothèses présentées dans cette introduction.

## **Partie 1 : L'étude des comportements face à l'inaction écologique**

*« Un jour, dit la légende, il y eut un immense incendie de forêt. Tous les animaux terrifiés, atterrés, observaient impuissants le désastre. Seul le petit colibri s'activait, allant chercher quelques gouttes avec son bec pour les jeter sur le feu.*

*Après un moment, le tatou, agacé par cette agitation dérisoire, lui dit : « Colibri ! Tu n'es pas fou ? Ce n'est pas avec ces gouttes d'eau que tu vas éteindre le feu ! »*

*Et le colibri lui répondit : « Je le sais, mais je fais ma part. »*

- Légende amérindienne

Cette partie théorique a pour vocation de présenter les études en rapport avec le sujet de ce mémoire. Nous allons étudier la littérature sur l'économie comportementale ainsi que la crise environnementale que nous traversons. Pour mettre en lien ces deux sujets et étudier les freins au comportement vertueux en faveur de la protection de l'environnement, nous avons choisi d'étudier les 3 freins majeurs et les plus représentatifs de l'inaction des individus.

### **A- Frein 1 : La théorie du choix rationnel**

Nous l'avons évoqué en introduction et là tient l'originalité de l'économie comportementale ; si la théorie économique classique postule que les agents économiques prennent leurs décisions de manière rationnelle, cela est à mettre en doute lorsqu'il s'agit d'êtres sociaux et de problématiques environnementales. En effet les caractéristiques de l'être humain d'une part et de l'environnement d'autre part semblent aller à l'encontre de ce postulat.

Le premier frein que nous allons étudier afin de comprendre notre inaction sur les questions environnementales renvoie à la notion de ‘dilemme de l’écologiste citoyen’ exposé par Jean-Paul Bozonnet (Bozonnet, 2007). D’après ce dernier, il existe, de fait, un consensus partagé par toutes les opinions publiques sur la nécessité de l’action environnementale (Bozonnet, 2001, Kempto & al, 1995). Pour autant, « les pratiques individuelles demeurent désespérément faibles et les politiques publiques précautionneuses, en dépit des discours ambitieux et des discours solennelles ». Afin de comprendre ce paradoxe, nous allons, dans un premier temps, étudier la théorie du choix rationnel au cœur de la théorie économique classique. Ensuite, nous évoquerons différentes théories tentant d’expliquer le passage de la conscience écologique aux pratiques domestiques.

Une grande partie des théories explicatives des pratiques environnementales s’inscrit dans ce que Boudon appelle *paradigme de l’action* ou *choix rationnel*<sup>22</sup> (Boudon, 1984). Ce paradigme est défini par plusieurs postulats. Le premier affirme que les phénomènes collectifs résultent d’actions individuelles agrégées. Le second postulat considère que les individus sont guidés dans l’action, avant tout, par leur intérêt. Le troisième, enfin, assure que les individus sont rationnels. En d’autres termes, ils agissent par calcul en maximisant leur utilité marginale et en minimisant leurs coûts (Bozonnet, 2007). Cette première partie suppose que nous sommes des êtres rationnels, postulat que nous remettrons en cause plus tard.

Étudions plus en détails ces trois postulats afin de mieux les comprendre.

#### 1) Des pratiques mûes par l’intérêt individuel :

Dans notre société, et au regard de l’importance des échanges économiques, l’individu est motivé par l’intérêt économique. Et cela, même lorsqu’il s’agit de l’environnement. Ainsi, « l’engagement dans les pratiques environnementales est proportionnel au coût de ces pratiques pour l’usager » (Bozonnet, 2007). Avant de s’engager dans une quelconque décision environnementale, l’individu calcule les bénéfices qu’il peut en tirer. L’étude réalisée par la

---

<sup>22</sup> Choix dicté par la logique et la raison. LA ROUSSE.FR, *Définition de rationnel* [en ligne]. [consulté le 30 Juillet 2019].

commission européenne en 2005 est révélatrice. Elle indique que plus de 50% des individus interrogés ne sont pas prêts à payer plus cher pour utiliser l'énergie renouvelable pour leur voiture, plutôt que de l'énergie produite par d'autres sources plus polluantes<sup>23</sup>. Le coût de ce changement d'habitude est donc, pour beaucoup, jugé trop élevé pour prendre une telle décision. Nous le voyons bien, la dimension économique est primordiale dans le changement de comportement en matière écologique. Cependant, d'autres dimensions, également mûes par l'intérêt individuel, entrent en jeu. Par exemple, sur la question des transports, la notion de gain de temps explique également la préférence pour l'avion plutôt que pour le train<sup>24</sup>. La notion de confort, lors de l'utilisation excessive du chauffage ou de la climatisation, est également très présente. Il en va de même pour la 'liberté' ressentie lorsque l'on emprunte sa propre voiture, plutôt que les transports en communs.

En somme, il semble que, dans notre société actuelle, le choix rationnel de l'acteur est avant tout motivé par la rentabilité économique ainsi que le gain de temps, de confort, de liberté... Un autre aspect est également souligné par le paradigme de l'action rationnelle. Il s'agit de l'importance du degré d'information. Lorsqu'il prend une décision d'achat, le consommateur a besoin d'informations claires. Ainsi, se fit-il souvent à des labels ou des notices précises. Or, le manque de clarté en matière environnementale conduit l'individu à se déporter sur d'autres choix. En effet, s'il existe de plus en plus de labels écologiques clairs et fiables, ces derniers, trop récents, ne sont pas encore inscrits dans les habitudes d'achats des individus. Pendant longtemps, les labels liés à l'environnement ont été peu clairs et intuitifs. Une communication peu visible et un manque d'information de qualité sont donc un véritable défaut en matière de prise de décision relative à l'environnement.

Un intérêt individuel guidé par la rentabilité économique et un manque d'information claire concernant les produits et les comportements bons pour l'environnement expliquent, en partie, un évitement de la part des consommateurs/acteurs.

---

<sup>23</sup> Etude réalisée par la commission européenne dans l'ensemble des pays de l'UE en 2005. A la question « êtes-vous prêt à payer plus pour l'énergie renouvelable, 38% ont répondu 'oui', 54% ont répondu qu'ils ne sont pas prêts à payer plus pour une voiture qui roule à l'énergie verte. Cité dans l'article de Jean-Paul Bozonnet. BOZONNET Jean-Paul *De la conscience écologique aux pratiques : Comment expliquer le hiatus entre attitudes environnementalistes et les comportements*. Archives ouvertes. 2007. <halshs-00160092> p 7

<sup>24</sup> Op cit.p 3

## 2) L'environnement comme bien collectif et la théorie du passager clandestin :

Le schéma de l'action rationnelle guidée par un intérêt économique et individuel fort explique donc, en partie, la non-action en matière d'environnement. Un autre paramètre est à prendre en compte : l'environnement est un bien collectif et non individuel, il est généralement gratuit et accessible à tous (Bozonnet, 2007). De ce fait, l'environnement est soumis au phénomène du 'free rider', c'est-à-dire, passager clandestin (Olson, 1966). Plus en détail, en l'absence de contrainte collective, la conduite la plus rationnelle pour un individu est de profiter de ce bien collectif sans faire de sacrifices pour l'entretenir. L'individu est alors gagnant sur tous les tableaux ; cela ne lui coûte rien et il peut profiter du bien librement. Le free rider est un comportement redoutable car il peut démotiver des individus dotés de solides valeurs ou normes personnelles qui se sentent seuls à se soumettre à la règle, alors que les autres jouissent du même bien, sans effort. Illustrons cette théorie ; en cas de pollution urbaine et de consigne de réduction de la vitesse, même l'écologiste le mieux intentionné aura du mal à résister à la tentation, s'il est le seul à se soumettre à la règle (Bozonnet, 2007). Il se sacrifie pour réduire sa vitesse mais cela ne sert à rien si les autres conducteurs ne font pas de même. L'air est pollué de toute façon car l'acte isolé n'est pas efficace. Par conséquent, l'individu se décourage. Un bien environnemental collectif abandonné aux lois du marché est voué à disparaître s'il n'est pas adopté par l'ensemble de la communauté. L'exemple classique de ce phénomène est celui des résidences secondaires. « Chacun souhaite occuper un site naturel pour le calme et profiter d'un beau paysage. Puisque chacun a le même désir, nous finissons souvent par nous retrouver dans une agglomération bruyante et polluée » (Bozonnet, 2007).

En somme, « l'environnement comme bien collectif ne peut être préservé que par la coopération » (Bozonnet, 2007, p 7). En effet, la coopération universelle apporte plus que la défection universelle. Pourtant, la stratégie la plus rationnelle pour chacun demeure la défection<sup>25</sup>. Cela est notamment dû à des mécanismes du marché fondés sur l'intérêt individuel qui ne fournissent pas d'incitations suffisantes pour protéger un bien collectif, ici l'environnement.

---

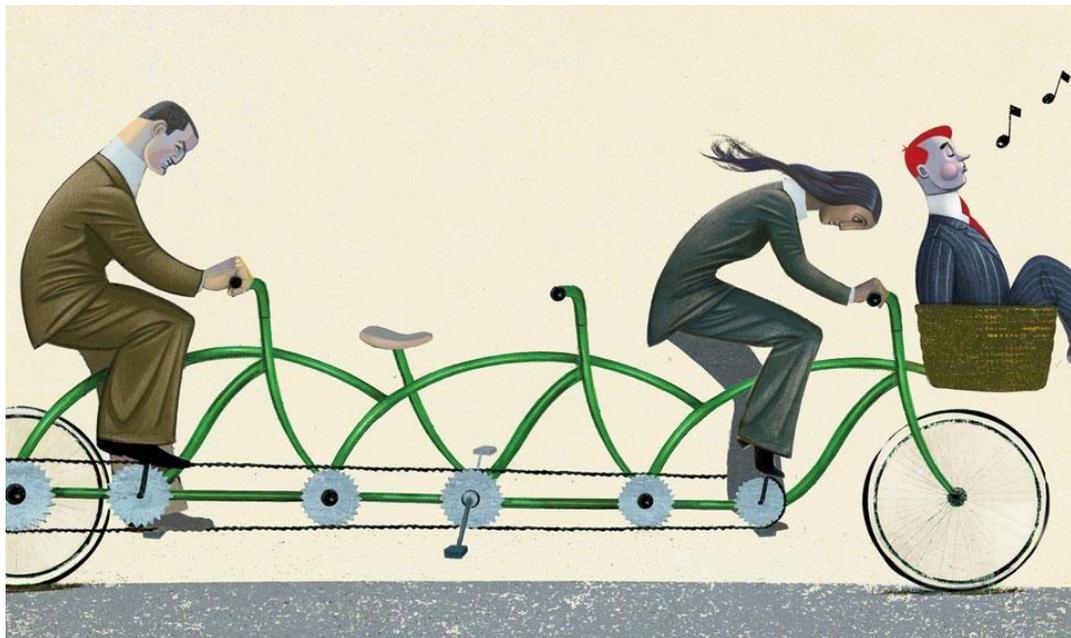
<sup>25</sup> L'étude réalisée en 2005 par la commission européenne révèle les raisons pour lesquelles une partie des citoyens européens ne font pas plus d'effort pour prendre soin de l'environnement. 33% pensent que cela n'a pas d'impact tant que les gros pollueurs n'agissent pas. 27% pensent que cela n'a pas d'impact si les autres citoyens n'agissent pas de même. Op cit.p 3.

## Le passager clandestin :

En sciences économiques et en sociologie, le passager clandestin ou 'free rider' désigne un individu qui bénéficie d'un service gratuitement (au niveau de l'argent, de l'effort, du risque et du temps) en faisant assumer les coûts par les autres.

L'expression vient du socio-économiste américain Mancur Olson qui démocratise dans son œuvre « Logique de l'action collective » (1965) la notion de 'free rider'. Sa réflexion porte sur la rationalité à l'œuvre dans l'action collective quand on prend en compte les coûts et avantages de l'action des individus. Il en conclut qu'un acteur rationnel a intérêt à profiter d'une action collective sans y participer.

L'exemple type de ce phénomène est celui du fraudeur dans des transports en commun. L'individu ne paye pas son billet et se repose sur l'honnêteté des autres passagers qui assurent, de cette façon, le bon fonctionnement du service public.



**Source :** DR ECONOMICS.COM *Le passager clandestin !* [en ligne] Disponible sur : <<https://dr-economics.com/2018/04/23/le-passager-clandestin/>> [Consulté le 30 Juillet 2019].

### 3) L'importance des valeurs dans les choix à priori rationnels :

Seule, la conscience écologique n'engendre pas de pratiques éco-citoyennes individuelles. Les individus sont vite rattrapés par des logiques de rentabilité économique ou par la facilité du statut de passager clandestin. « La théorie du choix rationnel semble donc l'explication la plus pertinente de l'absence de pratiques environnementales. » (Bozonnet, 2007). S'ils agissent de manière rationnelle, il n'est pas dans l'intérêt des individus d'adopter un comportement vertueux en matière d'environnement. Cependant, il manque une donnée importante à cette théorie : le système de valeur sur lequel les individus basent leur décision. Nous allons donc aborder succinctement quelques théories qui révèlent l'importance des 'valeurs' en termes de choix de comportement écologique.

#### La théorie de Weber et la légitimité

Le concept de valeur, très utilisé en sociologie, est issu de la théorie de Max Weber. Ce dernier définit quatre formes d'activités sociales et en distingue particulièrement deux ; l'action rationnelle par finalité et l'action rationnelle en valeur (Weber, 1971). La première, nous l'avons évoquée, est régie par la pure raison instrumentale et pragmatique : la maximisation de son propre bien-être. La seconde, que nous allons maintenant étudier, est orientée par ce que Weber appelle 'les valeurs'. Ici, les valeurs peuvent être définies comme « des raisons ultimes qui motivent l'action humaine » (Bozonnet, 2007 p 11). Chez le sociologue, le concept de valeur est lié à celui de pouvoir, de domination et de légitimité. Par exemple, Weber nous explique que les citoyens doivent partager les mêmes valeurs pour qu'un type de régime puisse fonctionner durablement. Nous comprenons donc l'importance du lien entre les valeurs, les pratiques individuelles et les politiques publiques. Pour opérer un changement dans les comportements écologiques, il faut donc que les décisions du gouvernement en la matière s'inscrivent dans la légitimité d'un système de valeur. Ici, Weber considère le système de valeurs comme une condition préalable pour accepter l'action et non comme un simple 'facteur' de passage à l'action. Par exemple, les campagnes anti-tabac ou celles de la sécurité routière en France ont connu un certain succès car les valeurs qui les portaient sont solidement installées dans l'opinion. Afin que les politiques environnementales soient efficaces, il faut avant tout

qu'elles bénéficient d'une légitimité forte dans l'opinion. C'est une condition nécessaire bien que non suffisante.

L'influence des valeurs sur les pratiques à faibles coûts

L'hypothèse des faibles coûts, défendue notamment par Diekman et Preisendörfer (Diekman et Preisendörfer, 2003), ne contredit pas la théorie du choix rationnel évoqué plus haut mais cherche à y inscrire effectivement le concept de valeur proposé par Weber. En effet, selon cette hypothèse des faibles coûts, « les valeurs interviennent lorsque l'acteur est incapable de départager les alternatives d'une action en fonction de ses intérêts » (Boudon, 1984). Par exemple, lorsque le prix ne permet pas de départager 2 options et que le choix rationnel devient, par conséquent, compliqué, ce sont les valeurs qui entrent en jeu pour faire pencher la balance en faveur d'une des options (Bozonnet, 2007). En termes de comportement vertueux pour l'environnement nous pouvons donc avancer qu'à prix égal, la solution la plus écologique serait privilégiée par un individu si l'écologie est en tête dans son système de valeur. Par exemple, un individu concerné par son impact sur l'environnement aura tendance à privilégier une voiture moins polluante si elle est au même prix que la voiture diesel classique, plus polluante.

La théorie de la post-modernisation de Inglehart

Une autre théorie qui vient compléter les deux premières est celle d'Inglehart. Celui-ci explique l'origine de l'environnementalisme et de l'écologie politique par un basculement progressif du système de valeur (Bozonnet, 2007). Il fonde sa théorie sur deux grandes hypothèses : l'utilité marginale et la socialisation. La première hypothèse est la suivante : la demande en biens fondamentaux (besoins primaires<sup>26</sup>) des individus étant de moins en moins importante, leur utilité marginale, c'est-à-dire l'utilité que leur procure la consommation d'une unité supplémentaire d'un bien ou service, a décliné au profit de biens supérieurs ou moins urgents (Inglehart & Flanagan, 1987). Autrement dit, si les individus ont déjà satisfait leurs besoins primaires, ils privilégient l'obtention de biens secondaires<sup>27</sup> plutôt que d'augmenter

---

<sup>26</sup> Les besoins primaires sont développés dans la pyramide des besoins de Maslow. Il s'agit, dans l'ordre du plus important des besoins : physiologique, de sécurité, d'appartenance, d'estime et de s'accomplir. Maslow A. H., *Motivation and personality*, New York, Harper and Row, 1954.

<sup>27</sup> Les besoins secondaires recouvrent les besoins légitimes qui permettent aux personnes de se réaliser humainement voire de se surpasser. Ce type de besoin n'est pas une urgence vitale (besoin fondamental) ni une priorité nécessaire (besoin primaire) mais relève de la réaliser son projet, sa vocation.

leur dotation en biens primaires. Si l'environnement est considéré comme un bien primaire acquis, alors les individus ne ressentent pas le besoin de le privilégier plus que n'importe quel autre besoin primaire. D'où l'intérêt de bien comprendre les valeurs portées par les individus et l'importance qu'ils leur accordent. Si les questions environnementales ne sont ni prioritaires, ni urgentes dans son système de valeurs et qu'elles sont considérées comme appartenant à un besoin primaire déjà comblé, alors l'individu ne cherchera pas à prioriser les décisions vertueuses pour l'environnement. L'hypothèse de la sociabilisation, quant à elle, prétend que les valeurs sont inculquées au cours de l'histoire de chacun par l'éducation familiale et scolaire. Selon Inglehart, les valeurs sont stables au cours de l'existence individuelle. Les changements de comportements se font par changement de générations : elles prennent donc du temps. « L'environnementalisme <sup>28</sup> se répandra chez les jeunes issus du baby-boom d'après-guerre parce qu'ils ont été élevés dans une ère d'abondance » (Bozonnet, 2007, p12), la patience est donc de rigueur.

De ces deux hypothèses, c'est la seconde qui a été retenue par différents chercheurs étudiant la question de l'inaction en matière d'environnement ; **la socialisation**. Elle est très efficace pour expliquer les effets de générations, notamment très influents dans les attitudes environnementales (Bozonnet, 2007). « On tient là une caractéristique majeure de l'influence des valeurs qui ne se sont jamais créées ex nihilo, mais sont héritées ou négociées dans le cadre de la socialisation, et ensuite inscrites durablement dans les attitudes » (Bozonnet, 2007). Cette théorie rappelle l'importance du milieu social et de l'éducation.

#### 4) L'environnement, un contexte particulier : le paradigme écologique

Prendre en compte le système de valeurs dans les changements en matière de comportement écologique est important, voire primordial. Dans ce sens, Dunlap définit la nature du système de valeurs environnementales, c'est le paradigme écologique (Bozonnet, 2007, p13). D'après lui, l'environnement correspondrait à un basculement : le passage d'un système de valeur centré sur l'être humain à un système centré sur la nature et l'environnement. Dunlap explique l'écologisme en tant que mouvement de pensée en faveur de la protection de l'environnement

---

<sup>28</sup> L'environnementalisme est un courant de pensée et d'idées qui prône le respect de la nature LA ROUSSE.FR, *Définition d'environnementalisme* [en ligne]. [Consulté le 30 Juillet 2019].

à l'aide de cinq dimensions principales et très opératoires (Dunlap & al, 2000). Ainsi, l'écologisme est défini par : les limites de l'économie contemporaine -notamment le rejet de la théorie du choix rationnel-, le refus de l'anthropocentrisme<sup>29</sup> qui considère que l'homme est au centre du monde, la conscience de la fragilité des équilibres naturels, le rejet de l'exemptionnalisme <sup>30</sup> qui prétend que nous sommes un peuple exceptionnel et, enfin, l'éventualité imminente d'une crise écologique majeure. En somme, nous assistons à un renversement complet du centre de gravité écologique. Le passage récent d'une perspective anthropocentrée vers une perspective éco-centrée, induit une révolution fondamentale et structurelle des comportements. Celle-ci ne semble pas encore effective, ce qui explique cette inertie encore trop importante en matière d'environnement. Par ailleurs le système de valeurs liées à l'environnement est encore trop flou et secondaire.

Ainsi, l'individu, en effectuant des choix rationnels, ne prend pas en compte la protection de l'environnement. Cela explique son inaction. Une seconde explication à cette inertie est peut-être à chercher dans son rapport à l'environnement et la perception qu'il en a.

## **B- Frein 2 : Le paradoxe environnemental**

Revenons au 'dilemme de l'écologiste citoyen' de Jean-Paul Bozonnet, caractéristique des sociétés post-industrielles. Nous sommes face à deux phénomènes : il ya un consensus sur l'urgence de l'action environnementale et il existe un écart systématique entre conscience écologique et pratiques individuelles concrètes (Bozonnet, 2007). Ainsi allons-nous, dans cette sous-partie, présenter le deuxième frein que nous avons identifié en expliquant le concept de paradoxe environnemental et exposant la théorie de l'écart entre valeur et action.

---

<sup>29</sup> L'anthropocentrisme est un système ou une attitude qui place l'homme au centre de l'univers et considère que toute chose se rapporte à lui. LA ROUSSE.FR, *Définition d'anthropocentrisme* [en ligne]. [Consulté le 30 Juillet 2019].

<sup>30</sup> L'exemptionnalisme : penser l'être humain comme une exception aux lois de la nature LA ROUSSE.FR, *Définition d'exemptionnalisme* [en ligne]. [Consulté le 30 Juillet 2019].

## 1) Le constat :

L'écllosion de l'écologisme<sup>31</sup> à la fin des années 1960 a mis en évidence les enjeux environnementaux et leur a donné une visibilité importante dans l'opinion. Ainsi en Europe, lors d'une première enquête internationale sur l'environnement en 1973, « 95% de la population de la CEE estime le problème environnemental important ou très important »<sup>32</sup>. De plus en plus, les problèmes environnementaux sont diffusés par les médias, l'inquiétude est généralisée, les mouvements écologiques sont encouragés et la protection de la nature et de l'environnement devient un sujet d'actualité (Bozonnet, 2007).

Plus récemment, l'enquête du Credoc d'août 2011 intitulée « consommation et mode de vie » révèle que près de 90% des personnes interrogées considèrent que l'environnement doit être la première des priorités (Roques, 2015). Aussi, des associations se créent avec comme objet de respecter, défendre, promouvoir, sensibiliser ou éduquer à l'environnement. De nouvelles actions, plus ou moins radicales, voient le jour afin de condamner des décisions politiques et économiques et proposer de meilleures alternatives (Roques, 2015). Par ailleurs, depuis 40 ans, les questions écologiques ne sont plus abordées de la même manière. Les dégâts environnementaux sont partiellement pris en charge par les politiques publiques. Les thèmes environnementaux se sont multipliés et ont évolué. Nous ne parlons plus de chimie ou pureté de l'air mais plutôt de lutte contre le réchauffement climatique. Pour Downs, le consensus sur les questions environnementales est donc global. (Downs, 1998).

L'enquête réalisée par l'ISSP<sup>33</sup> illustre de manière précise ce consensus. Au cours de cette enquête, la question posée aux personnes interrogées est la suivante : « pensez-vous que la terre ne peut plus soutenir durablement le taux de croissance actuel de la population ? ». La grande majorité des pays interrogés répondent 'oui' à cette question. Il existe donc bien un quasi-consensus sur le problème environnemental. Par ailleurs, le sujet de l'environnement n'a jamais été autant abordé dans les médias.

---

<sup>31</sup> Ecologisme : position dominée par le souci de protéger la nature et l'homme contre les pollutions, altérations et destructions diverses issues de l'activités des sociétés industrielles LA ROUSSE.FR, *Définition d'écologisme* [en ligne]. [Consulté le 30 Juillet 2019].

<sup>32</sup> Eurobaromètre N°1, 1973. Op cit.p 3.

<sup>33</sup> ISSP.ORG *International Social Survey Program, 2000*. Op cit.p 3.

Quand l'écologie fait la une des médias :



La démission inattendue de Nicolas Hulot de son poste de Ministre de la Transition écologique et solidaire le 28 août 2018 et le réveil citoyen soudain a entraîné une médiatisation importante de la thématique de l'écologie.

Pourtant, comme l'affirme Roques, les questions environnementales ont souvent été maltraitées par les médias (Roques, 2015). Notamment parce que l'environnement n'est pas défini de façon claire dans les médias comme peuvent l'être la politique ou l'économie. En effet on parle d'agriculture, de pollution, de façon de consommer... sans délimiter clairement l'écologie.

De 1970 à 1997, 167 médias écologistes sont publiés en France contre seulement 63 en Allemagne. En 1972, *Le Monde* et d'autres quotidiens nationaux créent leur rubrique spécialisée sur l'environnement. C'est à partir des années 2000 que le journalisme environnemental s'est peu à peu institutionnalisé et est entré dans les grands médias nationaux comme *Les Echos*, *Libération*, *TF1*, *France2*, *Europe 1*, *RTL*...

Néanmoins la temporalité écologique reste sensiblement différente de la temporalité médiatique. Le changement climatique est encore trop abstrait et trop lointain pour que les médias s'emparent réellement du sujet. Le discours médiatique se fait alors principalement

sur des phénomènes extrêmes : catastrophe naturelle, inondation, tempête... alors loin des préoccupations des français.

La COP 21 en 2015, les Accords de Paris en 2016 et le réveil populaire de 2018 (marches pour le climat, l'appel citoyen...) ont entraîné une prise de conscience des citoyens et des médias.

Source : ESPANEL, Constant, *L'écologie dans l'environnement médiatique : le réveil inespéré de l'oubliée*, fastncurious [en ligne], Disponible : <<https://fastncurious.fr/2018/12/21/lecologie-dans-lenvironnement-mediatique-le-reveil-inespere-de-loubliee/>> [consulté le 30 juillet 2019]

Image : ETUDIANT.GOUV.FR *Concours Jeunes Reporters pour l'environnement* [en ligne]. Disponible <<http://www.etudiant.gouv.fr/cid135828/concours-%7C-jeunes-reporters-pour-l-environnement.html>> [consulté le 30 juillet 2019]

Malgré ce consensus et cette forte médiatisation, les pratiques favorables à l'environnement demeurent assez rares au sein de la population. Il existe un écart important entre « les opinions et les attitudes favorables à la protection de l'environnement d'un côté et les actions concrètes de l'autre » (Bozonnet 2007).

## 2) The value-action gap theory :

La théorie du « value-action gap » est définie comme l'écart entre les valeurs ou les attitudes d'un individu et ses actions concrètes<sup>34</sup>. En d'autres termes, il s'agit de la différence entre ce que les gens disent et ce qu'ils font. Cette théorie est notamment étudiée en psychologie sociale et environnementale. En effet, cette discipline postule que les attitudes affectent les comportements. Pourtant, en matière environnementale, nous observons que la conscience environnementale n'implique pas l'adoption de pratiques concrètes plus vertueuses dans la vie quotidienne des individus (Barr, 2004). C'est cet écart, entre conscience et comportement, que révèle le 'value-action gap' ou 'attitude-behavior gap'. Par exemple les fumeurs continuent de fumer alors qu'ils connaissent les dangers que cela peut engendrer pour leur santé (Roque, 2015). Dans la même logique, nous savons que les ressources de la planète sont limitées, nous

---

<sup>34</sup> UKESSAYS.COM *The definition of value action gap*. 2018. [en ligne]. Disponible <<https://www.ukessays.com/essays/environmental-studies/the-definition-of-value-action-gap-environmental-studies-essay.php?vref=1>> [Consulté le 30 juillet 2019]

continuons pourtant à emprunter le chemin d'une croissance sans limite. S'il est difficile d'identifier les raisons exactes de cet écart, nous voyons bien l'importance de cette théorie quand il s'agit de comprendre le comportement non vertueux des individus, malgré leur conscience des problématiques environnementales. « En bref, nos intentions sont bonnes mais nos actions le sont beaucoup moins. » (Singler, 2015, p48).

La question que nous nous posons est donc la suivante : pourquoi nos intentions ne se transforment-elles pas en actions concrètes (Barr 2004) ? Pour y répondre, il nous faut revenir sur les différents facteurs qui amènent au comportement individuel.

### 3) Les raisons du paradoxe environnemental :

Une telle prise de conscience devrait, logiquement, amener à des changements d'attitudes et des modifications dans les modes de vie afin d'avoir un impact moindre, voire positif, sur l'environnement.

Si nous pouvons observer quelques changements de comportement allant dans le bon sens comme : le co-voiturage, l'utilisation de moyens de locomotion plus « doux » (vélo, transports en commun...), la construction d'habitats moins énergivores ou des habitudes alimentaires plus durables ; nous constatons que ces changements restent minimes et marginaux face à l'étendue des dégâts et catastrophes qui sont annoncés en matière environnementale.

Les messages informationnels, aussi terribles soient-ils, n'engendrent pas de transformations majeures dans nos attitudes (Roques, 2015). La peur ou l'angoisse ressentie lors d'une catastrophe naturelle provoque des réactions ponctuelles sans entraîner des changements dans nos manières d'agir et de penser. Cela ne conduit pas à une modification durable des comportements. Par exemple, la route est la principale cause de décès chez les moins de 45 ans avec environ 40 000 victimes par an. Pour autant, l'automobile reste un moyen de transport très utilisé. C'est le paradoxe environnemental défini par Roques. Malgré les reportages, les informations dramatiques et les messages de prévention, nous prenons régulièrement notre voiture. Les risques et dangers sont bien présents et connus, mais nous

préférons les maintenir à distance. C'est le problème du siècle dénoncé par Singler ; « nous sommes globalement conscients du danger que nous encourons et de la nécessité de réagir au plus vite, mais cette conscience s'efface face aux problèmes quotidiens que nous devons gérer ». (Singler, 2015). Pour reprendre un adage devenu célèbre, les problèmes de fin de mois passent avant les problèmes de fin du monde. Dès lors, nous nous posons une question ; comment expliquer une telle inertie ?

L'information ne suffit pas

Afin d'expliquer ce blocage, Roques étudie 3 phénomènes. D'abord, l'utilisation courante et facile de la peur pour changer les comportements. Par exemple, nous informons des dangers de la cigarette et des risques réels afin de toucher à l'affect et de provoquer un sentiment de peur susceptible de pousser à l'arrêt de la consommation de tabac. L'effet de l'appel à la peur n'est pas le même selon que l'on cherche à faire changer l'opinion, à influencer sur l'intention d'agir ou à toucher la conduite réelle. « Ainsi une forte peur a plus d'effet qu'une faible peur sur l'opinion, mais elle a moins d'effet sur l'intention d'agir et encore moins sur le passage à l'acte » (Roques, 2015, p 47). La peur provoque, avant tout, une envie de nier le danger et de le maintenir à l'écart. Si c'est un moyen fréquemment utilisé pour changer les comportements, il est loin d'être efficace.

Ensuite, Roques évoque un lien entre une médiatisation excessive – saturation - et une mise à distance du message. Quand ils sont trop submergés d'images catastrophiques les individus ont tendance à vouloir se protéger en effectuant une certaine mise à distance avec la catastrophe.

Enfin, une troisième explication à cette inertie est liée à l'éloignement physique entre l'individu et la catastrophe. En effet, si nous sommes face à de terribles images d'une catastrophe ayant lieu loin de chez nous, nous avons tendance à prendre de la distance. C'est loin de chez nous, nous nous persuadons que cela ne peut pas nous arriver. Cela ne nous touche pas directement.

En somme, les messages concernant des événements catastrophiques ont peu d'effet sur nos conduites.

L'avènement d'une catastrophe naturelle provoque, nous l'avons vu, des réactions fortes. Pour autant, la forte médiatisation des catastrophes et l'effet de distance engendrent une négation de ces catastrophes et n'a aucun effet sur les changements de comportements. Roques propose donc une autre explication : le fatalisme et l'écologisme. Selon lui, « face aux catastrophes, les individus restent souvent hébétés, anesthésiés voire dubitatifs » (Roques, 2015, p51). Afin de comprendre ce comportement, revenons sur les causes de ces catastrophes.

Elles renvoient à deux types d'attitudes : le fatalisme et l'écologisme. Dans les deux cas, nous Roques : « il existe à l'origine d'une catastrophe, une faute et celle-ci incombe aux activités humaines décrites comme mauvaises, nuisibles voire même, funestes » (Roques, 2015, p51).

Le fatalisme, dans un premier temps, postule que nous sommes soumis à un destin qui échappe à la volonté humaine. Ce destin est fixé d'avance soit par Dieu, soit par des forces naturelles. Les réflexions sur l'origine du monde et sur sa destruction alimentent ce mythe du destin. Dans l'ensemble de ces récits et mythes, la catastrophe est infligée par un Dieu qui punit le monde de ses dérives. Dans cette configuration, si c'est un Dieu qui dicte le destin des hommes, alors leurs comportements n'ont pas d'influence. Cela explique l'inaction dont ils peuvent faire preuve.

L'écologisme, dans un second temps, semble pouvoir être une autre explication à nos réactions face aux catastrophes. L'écologisme se définit comme « une position dont le souci est de protéger la nature mais aussi l'homme contre un ensemble d'altérations » (Roques, 2015, p 54). Cette conception postule qu'en détruisant la nature et l'environnement, l'homme se détruit. Elle découle de la nostalgie d'une nature originelle et mythique. Toutefois, ce courant est opposé à l'idée optimiste que les humains puissent devenir maîtres et possesseurs de la nature. Pascal Acot, historien, expose les trois composantes de l'écologisme. D'abord, ce courant s'est construit sur l'opposition entre l'esthétisme de la nature et la laideur de la ville. Ensuite, il insiste sur la valorisation de l'être, plutôt que de l'avoir (phénomène de plus en plus décrié dans nos sociétés contemporaines). Enfin, dernière composante de l'écologisme ; il renvoie à une

nette sacralisation de la nature dans laquelle l'humain est un parasite et un nuisible (Acot, 1988). Ici encore, l'impuissance de l'homme est mise en exergue et explique son inaction face aux catastrophes dont il est à la fois informé et terrifié. C'est aussi pour lui une façon de se dédouaner de toute responsabilité.

Ainsi, le paradoxe environnemental expose une fracture entre conscience et actions concrètes. C'est, selon nous, un second frein à l'action en faveur de l'environnement. Mais, n'oublions pas que, selon la thèse de l'économie comportementale, l'individu est avant tout un être humain et social. Peut-être que son inaction peut-elle s'expliquer par cette nature humaine ?

### **C- Frein 3 : Biais, heuristiques et représentations sociales**

L'enseignement de l'économie comportementale est le suivant : si nous prenons parfois nos décisions de manière rationnelle nous le faisons de façon limitée et prévisible. En effet, nous sommes parfois guidés par des heuristiques ou biais cognitifs. En d'autres termes, nous sommes victimes d'erreurs de jugement qui nous renvoient au dilemme de 'l'écologiste citoyen » de Jean-Paul Bozonnet (Bozonnet, 2007). Nous sommes conscients de la crise écologique mais des erreurs, représentations et croyances nous poussent à ne pas agir en conséquence.

Ainsi, le troisième frein que nous avons choisi d'étudier dans cette partie est lié au processus de décision que nous avons décrits en introduction de ce mémoire. En effet, son étude nous a révélé que nous prenons la majorité de nos décisions de manière automatique, via le système 1. Ce système, automatique, inconscient et moins coûteux, est influencé, nous allons le voir, par un certain nombre de facteurs, heuristiques et biais dont nous n'avons pas conscience, liés à notre cognition<sup>35</sup>, c'est-à-dire au processus par lequel nous construisons nos représentations du monde et, par conséquent, notre système de décision.

---

<sup>35</sup> La cognition désigne le processus par lequel des systèmes naturels (humains et animaux) ou artificiels (ordinateurs) acquièrent des informations sur leur monde, en construisent des représentations, les transforment en connaissances par des opérations spécifiques, puis les mettent en œuvre dans des activités, des comportements ou des fonctionnements. LA ROUSSE.FR, *Définition de cognition* [en ligne]. [Consulté le 30 Juillet 2019].

## 1) Trois grandes familles de facteurs qui influencent nos décisions

Revenons aux facteurs - ou éléments- qui influencent nos décisions. Eric Singler, dans son livre « Green Nudge : réussir à changer les comportements pour sauver la planète » dénombre trois grandes familles de facteurs (Singler, 2015).

### Les facteurs sociaux

Cette catégorie de facteurs renvoie à l'influence, consciente ou non, qu'ont les autres ou les situations sur nous. Nous sommes des êtres sociaux ; « l'homme est un être sociable, la nature l'a fait pour vivre avec ses semblables »<sup>36</sup>. Par conséquent, ce que pensent les autres de nous a de l'importance, qu'on le veuille ou non. Nous décidons souvent (voire toujours) en fonction des autres, en fonction des normes sociales qui s'imposent à nous (Singler, 2015). Ces normes sont des règles de conduites non écrites, propres à nos groupes d'appartenance. Plusieurs phénomènes et acteurs construisent et définissent ces normes sociales qui, in fine, guident nos comportements. Nous pouvons noter l'importance de la perception dans le sens de compréhension qu'ont les individus de ces normes sociales. En effet, celles-ci peuvent être plus ou moins bien interprétées et donc, plus ou moins bien acceptées. Cette notion de perception est importante notamment au niveau de nos actions liées à l'environnement. Notre perception de l'environnement et de la crise climatique a une incidence certaine sur notre comportement (Roques, 2015).

Les normes sociales renvoient également à la notion de réciprocité. C'est un fait, nous adoptons souvent le même comportement que celui des autres personnes. C'est ce que les sociologues appellent 'l'effet de groupe' ou la 'désindividualisation en groupe'<sup>37</sup>. Ce phénomène est renforcé par la pression du groupe que peut subir un individu et qui le pousse à aller dans le sens du groupe, indépendamment de son propre souhait ou de sa propre opinion. Enfin, l'équité nous pousse à adopter un comportement que l'on considère comme normal ou éthique vis-à-vis des autres (Singler, 2015). Ces traits sociaux ou normes sociales ont donc un impact important sur nos comportements.

---

<sup>36</sup> Aristote est un philosophe Grec (-384 ; -322).

<sup>37</sup> [PSYCHOLOGIE-SOCIALE.COM Théorie des groupes](https://www.psychologie-sociale.com/index.php/fr/theories/theorie-des-groupes/13-la-desindividualisation-en-groupe) [en ligne]. Disponible <<https://www.psychologie-sociale.com/index.php/fr/theories/theorie-des-groupes/13-la-desindividualisation-en-groupe>> [consulté le 13 juillet]

Les facteurs situationnels sont liés à l'environnement, c'est-à-dire l'ensemble des éléments qui nous entourent et participent à la prise de décision. En effet, nous sommes fortement influencés par les autres mais également par la manière dont les choix nous sont proposés.

L'exemple de l'influence de la taille des assiettes :



Dans son article publié en 2013 dans la revue *Economics Letters*, Steffen Kallbekken explique que réduire la taille des assiettes a pour conséquence directe de diminuer de 20% le gaspillage alimentaire dans les restaurants. Le résultat est significatif notamment quand on connaît l'impact de l'agriculture sur l'environnement : elle représente 20% des gazs à effet de serre émis. De plus nous savons que 92% de l'utilisation d'eau mondiale est dirigée vers l'agriculture. Par conséquent réduire la taille des assiettes semble être une solution efficace et facile à mettre en place pour diminuer, de manière conséquente et durable, le gaspillage alimentaire. C'est une manière de modifier l'architecture de choix des individus, si l'assiette est plus petite ils vont moins se servir pour un temps égal passé à table. La plupart des individus ne se resservent pas car la quantité les satisfait, comme le révèle l'expérience menée par Kallbekken.

Source : KALLBEKKEN Steffen *Nudging hotel guest to reduce food waste as a win-win environmental measure*, *Economic letters* 119 (2013) 325-327.

Photo : Agathe Mayer, *Top santé* septembre 2016. Disponible sur <[www.topsante.com](http://www.topsante.com)>

Singler étudie les mécanismes à l'œuvre au moment de la prise de décisions. Ainsi, il met en évidence l'influence du cadre. Il s'agit, par exemple de la taille de l'assiette (cf encadré ci-dessus), l'emplacement moins évident des frites au fond de la cantine ou encore la visibilité et l'accessibilité des poubelles de tri. Ces aménagements ont pour effet de modifier l'architecture de choix des individus et de les orienter vers un comportement plus responsable. La plus petite assiette les encourage inconsciemment à se servir de plus petites portions, rendre les aliments gras moins accessibles diminue leur consommation, mettre en évidence les poubelles de tri facilite le tri sélectif des déchets et donc l'encourage. Nous voyons donc un impact positif de petits changements quotidiens liés à la présentation et à l'aménagement des choses faciles à réaliser. Mentionnons également la notion de saillance évoqué par Singler (Singler, 2015). La *saillance*<sup>38</sup> désigne un attribut spécifique à un objet qui capte notre attention et nous vient tout de suite à l'esprit. Il s'agit d'une chose caractéristique et singulière que l'individu retiendra au moment de prendre la décision. C'est un mécanisme clé de l'attention des individus : notre cerveau a des difficultés à porter attention à plusieurs éléments en même temps, il intègre donc plus facilement le premier élément visuel qui l'attire. La saillance, l'accroche visuelle pourrait-on dire, est donc un facteur qui entre en compte dans la prise de décisions. Aussi, les individus ont tendance à chercher et à préférer la simplicité.

#### Les facteurs personnels

Evidemment, les éléments liés à notre histoire personnelle, notre culture et notre éducation façonnent notre manière de prendre des décisions et influe sur nos comportements. Toutes nos expériences passées et nos apprentissages ont, en effet, créé un certain nombre de raccourcis mentaux qui nous permettent de prendre nos décisions de manière automatique et rapide. Plus besoin de réfléchir au moment de prendre une décision, les individus le font par habitude (Singler, 2015). En étudiant le processus de décision, Herbert Simon<sup>39</sup> note plusieurs facteurs qui influencent la prise de décision. Il s'agit selon lui « d'obstacles qui viennent limiter la rationalité de la décision ». Nous n'avons pas étudié la théorie de la décision rationnelle limitée proposée par Herbert Simon dans ce mémoire car nous avons inscrit notre travail dans le schéma

---

<sup>38</sup>LANDRAGIN Frédéric *Saillance physique et saillance cognitive*, Archives ouvertes CERLICO-Cercle Linguistique du Centre et de l'Ouest (France), 2004, 2. Disponible < <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00137106>>

<sup>39</sup> Herbert Simon (1969 1973) a théorisé le concept de prise de décision en s'écartant de la vision standard d'un simple calcul coûts/avantages pour optimiser l'utilité espérée.

proposé par Daniel Kahneman -Système 1-système 2-. Pour autant, nous retrouvons chez les deux chercheurs un accent mis sur l'influence desdits facteurs personnels. Il s'agit des intérêts et opinions des individus, mais, également, de leur âge, sexe, culture, religion, profession... Tous ces aspects du mode et style de vie des individus ont une incidence sur les choix et donc les comportements des individus.

Nous allons, maintenant, revenir plus en détails sur ces raccourcis mentaux que nous appelons heuristiques et biais cognitifs.

## 2) Heuristiques et biais de rationalités :

Le fonctionnement du cerveau entraîne des biais comportementaux. C'est-à-dire des erreurs systématiques qui influent sur la façon de se comporter ou de raisonner. Ces biais cognitifs sont des formes de pensée. Ils deviennent de la pensée logique et ont tendance à être systématiquement utilisés dans diverses situations. De fait, ces biais constituent des façons rapides et intuitives de porter des jugements ou de prendre des décisions de manière moins laborieuse qu'un raisonnement analytique, plus lent. Ils permettent au système 1 de fonctionner de manière automatique et rapide, sans déclencher le système 2. Ces biais, ou erreurs de jugement, provoquent le recours dans notre raisonnement intuitif à un certain nombre de raccourcis, des « heuristiques »<sup>40</sup>. Ces derniers sont automatiques, inconscients et involontaires.

Il existe un nombre important de biais cognitifs. Nous pouvons en dénombrer une trentaine. Nous n'allons pas tous les étudier dans ce mémoire, ce serait long et peu pertinent. Nous avons donc choisi d'aborder les six biais principaux expliquant pourquoi nos comportements ne sont pas à la hauteur des enjeux environnementaux et pourquoi nos actions ne sont pas conformes aux intérêts de la planète (Singler, 2015).

---

<sup>40</sup> TEAM, D. (2019). *Biais Cognitifs (GP)*. L'Encyclopédie Philosophique. [en ligne] Disponible : < <http://encyclo-philo.fr/biais-cognitifs-gp/>> [Consulté le 29 Juillet 2019].

## Le biais d'inertie ou du statu quo

La première caractéristique à prendre en compte lorsque nous étudions nos comportements est que l'être humain n'aime pas le changement. En fait, nous fonctionnons en majorité par habitude et automatisme. Changer nous demande un effort que nous ne sommes pas intuitivement ni naturellement, prêts à fournir. Voilà pourquoi, nous dit Singler, nous n'adoptons pas un comportement plus vertueux en matière d'environnement, alors même que notre raison nous dicte de le faire. Nous pouvons proposer deux explications à cela. Une raison biologique, dans un premier temps ; notre cerveau consomme moins d'énergie lorsque nous prenons une décision par habitude. Cela lui demande moins d'effort, il évite de traiter des informations, de mener des analyses comparatives... Une raison psychologique, dans un second temps ; nous aimons ce qui nous est familier. Or c'est la répétition qui crée la familiarité. Cela découle d'un raisonnement primaire : la nouveauté peut nous tuer, l'habitude non. Ainsi, reproduire les mêmes gestes est rassurant et perçu comme non dangereux. Singler le souligne ; au moins 50% de nos décisions quotidiennes se font par habitude.

## Le biais de sur-confiance

Ce biais de sur-confiance a des conséquences perverses. En effet, il signifie que, quelque soit le problème, l'être humain est assez intelligent pour trouver une solution. Ainsi, inutile de trop s'inquiéter pour le changement puisque nous finirons bien par trouver une solution à ce problème. Par conséquent, nous subissons un optimisme structurel dans nos capacités à faire face aux enjeux environnementaux (Singler, 2015). Ce biais est également appelé biais d'optimisme<sup>41</sup>. Ainsi, 80% des êtres humains surestiment leurs chances de succès. « Quand il s'agit de prédire ce qui va nous arriver demain, la semaine prochaine ou dans cinquante ans, nous surestimons la probabilité des événements positifs et sous-estimons celle des événements négatifs »<sup>42</sup>. Cela est notamment dû à notre mémoire qui est souvent trompeuse et sélective. Elle cherche à oublier les souvenirs pénibles pour nous aider à bâtir de futurs scénarii plaisants. Il semblerait donc que l'optimisme soit un véritable moteur pour l'espèce humaine, car trop de

---

<sup>41</sup> SHAROT Tali, *The Optimism Bias : A tour of the irrationally positive brain*, Knopf Canada, 2011, 272p.

<sup>42</sup> Op cit p 22

réalisme nuirait à l'initiative. Cependant, cela a un inconvénient notable ; nous souffrons du « syndrome du faux espoir »<sup>43</sup>.

#### Le biais de confirmation

Ce biais implique la prise en compte uniquement des éléments et informations qui confirment nos intuitions. Nous nous convainquons nous-même que nous avons objectivement raison d'avoir raison (Van Loon, 2016). Par conséquent, nous avons tendance à sélectionner et croire les arguments qui vont dans notre sens et confirment notre thèse. S'ils sont ambigus, nous les interprétons dans le sens qui nous convient. Ce biais ne s'arrête pas au présent, car notre mémoire est sélective, et nous nous souvenons de ce qui confirme notre idée. Concernant l'environnement, nous avons tendance, dans un premier temps, à chercher les arguments qui réfutent les dangers du changement climatique, nous nous nourrissons d'articles scientifiques ou autre qui nient la crise environnementale. À Singler de conclure : « Le biais de confirmation explique fortement l'inertie observée dans les comportements » (Singler, 2015 ; p 75).

#### Le biais du temps présent

L'être humain est focalisé sur le temps présent. Il a énormément de mal à se projeter sur le long terme (Van Loon, 2016). C'est pourquoi il n'arrive pas à anticiper une catastrophe qui va avoir lieu dans le futur. Il se concentre sur le présent. Nous préférons le 'ici et maintenant' plutôt que le 'ailleurs et plus tard'. Au quotidien, nous orientons nos choix pour nous faire plaisir aujourd'hui et reporter l'effort à demain. L'être humain privilégie donc le court terme au long terme avec « le risque que 'demain' se transforme en 'jamais' » (Singler, 2015). Ainsi ne prend-il pas en compte les conséquences que son geste quotidien a pour la planète. Tout ce qui importe c'est ce qu'il veut tout de suite. Si un individu a chaud, il met la climatisation, sans penser aux conséquences que peut avoir son geste sur le long terme.

---

<sup>43</sup> Expression de la psychologue canadienne Janet Polivy.

## Le biais de disponibilité mentale

Pour prendre une décision, nous comparons avantages et inconvénients. Nous l'avons vu, nous ne sommes pas des êtres complètement rationnels. Nous avons recours à des raccourcis mentaux, les heuristiques. Or, ce sont les événements les plus récents qui nous viennent à l'esprit directement (Van Loon, 2016). Ce sont les premiers critères auxquels nous pensons qui guident nos décisions. Par habitude, ou parce que nous n'avons pas été éduqué en ce sens, le critère environnemental ne nous vient pas naturellement à l'esprit quand nous prenons une décision.

## Le biais de l'affect

Dernier biais que l'on prendra en compte ici, et non des moindres ; l'émotion, c'est-à-dire l'état affectif<sup>44</sup>. Elle joue un rôle central dans la prise de décision. Notre état émotionnel au moment de la prise de décision a beaucoup d'impact. Or, la question environnementale a longtemps été présentée de manière rationnelle via des chiffres, des preuves et des articles scientifiques. En ce sens, ce problème ne touche pas les individus dans leurs sentiments. Faire le lien entre les petits gestes quotidiens et leur impact global n'est pas inné. Le discours environnemental est souvent technique et inapte à faire naître l'émotion (Roques, 2015). Le biais de l'affect joue donc un rôle important dans l'inaction en matière d'environnement.

### 3) La représentation sociale de l'écologie :

Toujours dans l'optique de comprendre les pratiques environnementales ou, plutôt, les 'non pratiques', la sociologie propose une explication liée au 'capital social'. Celui-ci, représente « la masse de relations sociales diverses dont peuvent disposer des collectifs, soit des groupes sociaux, des régions ou des pays » (Bozonnet, 2005). Le capital social est à l'origine du regroupement associatif ou des mobilisations citoyennes. Le capital social, qui implique les relations entre individus d'une société, est au cœur de la théorie du bien commun,

---

<sup>44</sup> LA ROUSSE.FR, *Définition d'émotion* [en ligne]. [Consulté le 31 Juillet 2019].

nous avons besoin des autres pour garantir notre propre bien. Nous avons également besoin d'eux pour défendre, en tant que groupe, notre environnement (Bozonnet, 2007). Si nous sommes seuls à réduire nos gestes polluants pendant que le reste de la société ne fait pas le même effort, nous sommes perdants.

Un autre point important réside dans les représentations sociales que l'on a des actes de protection de l'environnement. Prenons l'exemple concret du tri sélectif des déchets (Dupré, 2013). Selon sa thèse, les pratiques de tri peuvent être expliquées par les représentations que l'on a du tri sélectif. Plus encore, il est important de comprendre la relation entre l'individu et le tri pour comprendre pourquoi il trie ou non. Les représentations sont ici définies comme des « formes de savoir naïf, destinées à organiser les conduites et orienter les communications. Ce sont des interprétations de la réalité et des phénomènes complexes qui permettent à l'individu d'interpréter le monde » (Dupré, 2013, p182). En d'autres termes, la représentation est un facteur pertinent pour analyser le lien entre intention et action. C'est pourquoi nous l'étudions ici. Il faut comprendre le lien entre les êtres humains et leur environnement pour comprendre leurs comportements. C'est ce que nous allons faire dans la partie pratique de ce mémoire : comprendre les représentations sociales que les individus ont du tri des déchets sur leur lieu de travail. Cela nous permettra de comprendre leurs comportements et, par la suite, d'essayer de les modifier pour les rendre plus vertueux.

Dans cette partie nous avons exposé les trois freins principaux qui semblent expliquer l'inaction des individus malgré leur grande préoccupation en matière environnementale. D'abord même si l'individu prend parfois des décisions rationnelles, il n'est pas rationnel de protéger l'environnement. Ensuite il existe un écart entre intention d'agir et action important. Enfin, les gestes en matière d'environnement sont souvent automatiques et donc victimes d'erreurs et biais.

## Partie 2 : Présentation et limites des dispositifs Nudge et Boost

« Ne serait-il pas plus pertinent, sur le plan économique, de s'appuyer sur les comportements réels plutôt que sur les comportements attendus ? » Dan Ariely.

### A- L'approche Nudge pour adopter des comportements plus éco-responsables :

1) Le Nudge :

« Des petits détails d'apparence futile peuvent avoir des impacts considérables sur le comportement d'un individu » - Thaler & Sustein, 2008.

Emergence du dispositif Nudge

Avant tout, il convient de revenir sur la naissance du dispositif Nudge et sur son lien avec l'économie comportementale. En 2003, Cass Sunstein et Richard Thaler, les deux chercheurs en économie comportementale déjà mentionnés, ont démocratisé ce courant en publiant leur premier grand article sur le sujet ; « Libertarian Paternalism Is not an Oxymoron »<sup>45</sup>. Le problème abordé par cet article, est le suivant : « dans notre monde de plus en plus complexe il est difficile d'attendre des gens qu'ils aient les compétences nécessaires pour prendre des décisions optimales et justes dans la totalité des domaines où ils sont contraints de faire des choix. » (Thaler, 2015, p460). L'être humain tient particulièrement à son droit de choisir par lui-même, même si son jugement n'est pas le meilleur. La question qui se pose alors

---

<sup>45</sup> THALER Richard H. & SUNSTEIN Cass R, *Libertarian Paternalism Is Not an Oxymoron*, University of Chicago Public Law & Legal Theory Working Paper No. 43, 2003

est de savoir s'il est envisageable d'aider les gens à prendre les bonnes décisions sans les y forcer explicitement. En d'autres termes, les deux experts se demandent ce qu'il pourrait se passer en matière de comportement si nous faisons preuve de 'paternalisme libertarien'<sup>46</sup>.

Cette expression, mise en avant par les deux chercheurs, reprend la notion de paternalisme qui cherche à aider les gens à atteindre leurs objectifs. L'épithète « libertarien » vient compléter l'expression en précisant que l'aide que l'économie comportementale souhaite apporter se fait sans contrainte et sans limite des choix possibles. L'expression complète propose l'idée d'un coup de pouce implicite qui ne limite pas les options de choix des individus. L'expression n'a pas été très bien reçue dans le monde académique puisque rapprocher paternalisme et libertarisme a tout de l'oxymore ; les deux termes semblent s'opposer. Cette expression et surtout l'article de Thaler et Sunstein a néanmoins posé les bases d'une nouvelle expression qui sera facilement adoptée : le nudge que l'on peut traduire comme « coup de pouce » (Thaler,2015). La publication de l'ouvrage « Nudge : la méthode douce pour changer les comportements »<sup>47</sup>, couronné du prix Nobel d'économie en 2012, fait rentrer ce terme dans le langage courant de l'économie comportementale. Le nudge devient un symbole dont l'objectif est « de mener une politique visant à aider les gens sans pour autant forcer quiconque à faire quoi que ce soit » (Thaler,2015, p462). Cela est rendu possible en anticipant nos erreurs quand elles sont prévisibles.

#### Définition

Nous l'avons évoqué, la publication du livre de Cass Sunstein et Richard H.Thaler propulse le nudge sur le devant de la scène. L'économie expérimentale ou 'behavioral economics' prend soin de recenser les déviations et écarts observés entre les décisions supposées prises selon le prisme de la théorie économique et les décisions réellement prises. Ainsi Thaler oppose les humains aux 'econs', individus parfaitement rationnels et logiques (Singler, 2015). Cass Sunstein, quant à lui est issu de la branche du droit. À ce titre, il s'intéresse aux décisions humaines. Le livre qui découle de la collaboration des deux chercheurs est inédit dans le sens où il fait le lien entre le monde de la recherche et celui de la vie réelle. L'idée est

---

<sup>46</sup> Op.cit.pX

<sup>47</sup> THALER Richard H. & SUNSTEIN Cass R, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*, New Haven: Yale University Press, 2008, 320 pages.

de mettre en pratique les connaissances accumulées sur le comportement humain pour, in fine, mettre en place des actions de changement des attitudes plus efficaces au niveau individuel et collectif. Dans ce sens, le livre et ses résultats s'adressent à la fois aux citoyens et aux décideurs publics. Il propose une approche efficace et peu coûteuse que les deux peuvent adopter. Par exemple, Barack Obama prendra en compte l'approche nudge dans sa politique de santé et dans d'autres domaines. Pour preuve, il nomme Cass Sunstein à la tête de l'OIRA- Office of Information and Regulatory Affairs-, organisme de régulation des affaires publiques américain durant son mandat présidentiel de 2009 à 2012 (Singler, 2015). Cela révèle la place importante accordée au courant de pensée qui porte le nudge dans la politique américaine.

Alors, qu'est-ce qu'un nudge ? Il s'agit littéralement d'un petit « coup de pouce », une incitation bienveillante qui vise à changer un comportement, à encourager l'adoption d'une attitude positive, pour soi, comme pour le collectif (Thaler & Sunstein, 2008). Les nudges, sont des incitations subtiles visant à faire de nous de meilleurs citoyens. Ils ont d'abord été utilisés dans le cadre de politiques publiques sur diverses thématiques, par exemple : comment faire en sorte que les enfants mangent plus équilibré à la cantine ? Que les citoyens trient plus et mieux ? Qu'ils participent aux campagnes de don d'organes ? Le nudge s'impose, d'après les économistes comportementaux, comme une solution innovante, efficace et peu coûteuse pour répondre à ces problématiques. Aujourd'hui, les responsables des politiques publiques s'inspirent des sciences comportementales pour construire leur projet politique.<sup>48</sup>

À cette fin, il ne s'agit non pas de transformer les 'préférences' individuelles mais d'agir sur 'l'architecture de choix', concept fondamental de la théorie d'économie comportementale (Thaler et Sunstein, 2008). Ce concept renvoie à la manière dont se présente physiquement l'espace des choix possibles. Cette architecture de choix peut-être très concrète, (exemple célèbre de la mouche trompe l'œil de l'aéroport d'Amsterdam que nous présenterons plus tard) ou plus induite, en installant par défaut l'option recto-verso sur les imprimantes pour limiter la consommation de papier, par exemple.

Les savoirs et instruments de l'économie comportementale ont depuis quelques années connu une diffusion rapide dans les médias et les organisations politiques de premier plan,

---

<sup>48</sup> LADN.EU, '*Nudges*' : la théorie du coup de pouce. 2018. [en ligne]. Disponible sur <https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/comprendre-le-nudge-politique-marques/> > [consulté le 20 juillet]

malgré d'importantes disparités nationales (la France ayant adopté plus tardivement et moins centralement ces dispositifs que les britanniques ou les américains). Ainsi les journaux parlent-ils couramment de nudge sur des sujets aussi variés que la santé, le programme des retraites, l'éducation ou encore, c'est ce qui nous intéresse particulièrement dans ce mémoire, le changement climatique.

Le Nudge en France :

En France la nouvelle direction interministérielle de la transformation publique (DITP), créée en 2018 compte trois départements, dont celui significativement appelé « méthodes innovantes, sciences comportementales et écoute usagers ». Le ministre de l'éducation, Jean-Michel Blanquer, friand des expériences issues des sciences cognitives et comportementales, les a placées en janvier 2018 au cœur d'un conseil scientifique dirigé par Stanislas Dehaene – psychologue et neuroscientifique – en charge des méthodes d'apprentissage et des manuels scolaires.

Ainsi, sur le portail de la transformation de l'action publique nous pouvons trouver une rubrique 'outils et méthodes pour transformer' dans laquelle il est proposé aux administrations d'Etat (ministères ou opérateurs nationaux) une méthodologie dirigée par des experts pour mieux comprendre les attentes ou pratiques des usagers. Cette compréhension par l'approche comportementale prétend pouvoir optimiser la conception et la mise en œuvre des politiques publiques. Cela témoigne de la popularité de l'économie comportementale et de l'approche nudge.

Sources : Texte & image : [MODERNISATION.GOUV.FR](https://www.modernisation.gouv.fr), *Outils et méthodes pour transformer*, [en ligne]. Disponible sur <<https://www.modernisation.gouv.fr/outils-et-methodes-pour-transformer> > [consulté le 01 août 2019].

Les objectifs du nudge :

Maintenant que nous avons donné une définition complète de ce dispositif, une question demeure : pourquoi utiliser le nudge ?

D'après les travaux de recherches que nous avons parcourus, le nudge est une intervention qui a plusieurs spécificités. Tout d'abord, le nudge cherche à inciter, c'est -à-dire orienter un comportement, sans contraindre. Ce dispositif vient corriger les imperfections de comportement décelées chez les individus pour les guider de manière positive, sans jugement de valeurs, ni morale, ni coercition. « En *nudge*, on ne cherche pas à informer, ni à convaincre. On part d'une impression qui est présente chez l'individu et l'on donne le petit coup de pouce pour que les gens basculent d'une bonne intention à un comportement réel » (Singler, 2015). Ensuite, le nudge est systématiquement basé sur une étude rigoureuse du comportement des individus afin de proposer le dispositif le mieux adapté à une situation précise. Ainsi, toujours dans une démarche scientifique claire, un nudge vise un objectif prédéfini (améliorer le tri des déchets, augmenter les dons du sang...). Pour cela le nudge cherche avant tout à modifier la façon dont les différentes options sont proposées (cf la notion d'architecture de choix). Pour autant, et c'est une caractéristique essentielle de ce dispositif, le nudge ne supprime pas, ni ne modifie, les options de choix proposées. Il ne s'attaque pas non plus à ses caractéristiques (prix, qualité...). Avec cet outil, tout est fait pour préserver la liberté totale du choix des individus. Il ne s'agit pas de modifier le choix intrinsèque mais de changer la présentation des différentes options de choix ou de l'environnement dans lequel s'effectue ce choix (Singler, 2015).

Les promoteurs des nudges les présentent comme un moyen efficace de résoudre ce que les psychologues nomment le « value-action gap » que nous avons étudié en première partie de ce mémoire (Bergeron & al, 2018). L'approche de l'économie comportementale ne promet pas de jouer sur les déterminants profonds ou structurels, mais sur action individuelle rapide et efficace. Par exemple ; « plutôt que de convaincre profondément les personnes qu'elles doivent épargner davantage pour leur retraite, il serait plus efficace de créer des options par défaut qui conduisent à épargner beaucoup et qui obligent à un acte délibéré pour épargner moins. Si on ne peut (veut) pas transformer les attitudes et les croyances, transformons les comportements ! » (Singler, 2015)

Pour créer un nudge efficace, il faut avant tout déterminer si le nudge est là pour corriger un comportement non rationnel ou une erreur de jugement : il faut de bien comprendre les biais et heuristiques en jeu. Il faut également se poser plusieurs questions : quels objectifs ? la culture du pays est-elle la même ? la cible est-elle comparable ? En effet, tous les leviers ne fonctionnent pas de manière équivalente en fonction de l'objectif recherché et du contexte. Pour Singler, il est donc primordial de comprendre le comportement actuel avant de le modifier. Ceci est possible en suivant des méthodologies d'enquête et des démarches scientifiques rigoureuses (Singler,2015). Partant du principe que tout individu a des raisons de faire ce qu'il fait, l'important est de comprendre pourquoi il le fait, qu'est-ce qui le conduit à faire ce choix plutôt qu'un autre ? D'où l'importance de définir l'objectif et le comportement à encourager ou modifier. Également, il faut bien comprendre la situation initiale dans laquelle a lieu le choix. Cela revient à étudier le contexte décisionnel, les facteurs d'influence et autres freins que nous avons étudié en première partie de ce mémoire. Par exemple, il peut être intéressant de réaliser une grande étude ethnographique en observant les comportements quotidiens, en menant des entretiens individuels approfondis ou, comme nous allons le faire dans la prochaine partie de ce mémoire, en élaborant un questionnaire en phase avec notre objet d'étude : il faut donner un sens à ce travail d'observation et d'investigation (Singler,2015).

Pour et par qui ?

Le nudge vise aussi bien pour les citoyens que les pouvoirs publics. Si l'outil est aux mains des pouvoirs public ou des entreprises privées, son objectif est d'aller dans l'intérêt collectif. L'important est de bien définir en amont ce qu'est l'intérêt collectif et si les personnes qui prennent en main ce dispositif servent bien cet intérêt collectif. Pour le cas de l'environnement par exemple, encourager des comportements plus vertueux est une bonne chose. Cependant, cela nécessite de s'accorder sur ce qui est vertueux, sur ce qui ne l'est pas ainsi que sur l'intérêt du comportement souhaité pour la société.

La question que nous nous posons maintenant est de savoir qui décide du sens dans lequel les choix et les comportements doivent être orientés ? L'enjeu est primordial : les

technocrates, qu'ils soient expert.e.s en politiques publiques ou en marketing peuvent-ils se permettre de répondre à la place des citoyen.ne.s ?<sup>49</sup>

Si cette question dépasse de loin celle des nudges, elle nous semble inhérente aux débats sur un tel outil. En effet, il faudrait dès maintenant réintroduire la question collective de ce qui est souhaitable ou non. Le débat sur le nudge que nous mènerons plus tard aura le mérite de soulever la question de la 'manipulation' induite par ces incitations douces. Il permet également de souligner que la question du choix individuel ne recoupe pas celle du choix social, même si les deux sont liées.

## 2) Les leviers nudges pour changer les comportements :

Les leviers 'classiques' que sont les lois, les informations et les incitations économiques conviennent pour orienter les choix pris par le système 2 de manière réfléchie et rationnelle. Pourtant, nous le répétons, la majorité de nos décisions sont en fait prises par le système 1. Le nudge constitue alors une réponse novatrice pour accélérer l'adoption des comportements plus positifs. Dans cette partie nous évoquons les dix grands leviers énumérés par Eric Singler sur lesquels joue ce dispositif innovant de l'économie comportementale (Singler, 2015).

Dans un premier temps nous pouvons évoquer les **architectures de choix par défaut**. En effet, les règles par défaut sont des nudges efficaces. Le choix par défaut est l'option proposée d'emblée par le concepteur d'un produit, même si une autre option est possible. C'est l'exemple typique de l'imprimante réglée en noir et blanc par défaut pour éviter le gaspillage de l'encre de couleur. Autre exemple : le formulaire du don d'organe dans lequel nous sommes, par défaut, donneur ou non donneur d'organes. L'être humain étant relativement paresseux, il est rare qu'il entame des démarches pour changer un choix qui est, pour lui, peu important. Ainsi, si l'imprimante imprime directement en noir et blanc et en recto verso, il ne va pas chercher à changer cette option alors qu'il n'aurait, lui-même, sans doute pas pensé à l'activer

---

<sup>49</sup>THECONVERSATION.COM, *Les nudges : un coup de pouce non violent ?* 2018 [en ligne]. Disponible <<https://theconversation.com/les-nudges-un-coup-de-pouce-non-violent-95306>> [Consulté le 03 août 2019]

pour limiter le gaspillage de papier (Singler, 2015). Les choix par défaut ont une influence déterminante sur le comportement des utilisateurs, bien utilisés, ils deviennent un nudge redoutable.

Ensuite, **les normes sociales** constituent également un levier puissant pour construire un nudge efficace. Nous sommes des êtres sociaux, nous sommes donc cadrés par des normes sociales. Celles-ci sont des outils puissants pour changer les comportements car nous avons tendance à nous comparer à nos voisins et à les copier. Par exemple, afin de favoriser le tri des ordures ménagères en Californie un prospectus a été distribué à toutes les maisons d'un même quartier. Celui-ci informait les foyers du nombre de voisins participant au tri et de la quantité de déchets recyclés. Dans cet exemple, c'est la norme sociale qui est invoquée, il s'agit d'informer les habitants d'un quartier sur leur 'score' de bon tri par rapport à leurs voisins. Quand un foyer a un score bas par rapport à ses voisins il aura tendance à tout faire pour obtenir un meilleur score, d'autant plus quand ses résultats sont rendus publics. Dans cet exemple, les messages reposant sur la norme sociale ont augmenté le volume de tri de 19% (Singler, 2015).

Autre levier intéressant à activer, **celui de la saillance** évoquée dans la première partie de ce mémoire. La plupart de nos décisions sont en fait des non-décisions, nous n'y pensons simplement pas. Par exemple nous ne pensons pas à éteindre la lumière en sortant d'une pièce ou à entamer les démarches nécessaires pour devenir donneur d'organes. Ici, il ne s'agit pas de convaincre les individus mais plutôt d'activer des préférences pré-existantes au moment opportun. Par exemple, pour inciter les individus à baisser la température de leur machine à laver le linge, la lessive Ariel a inscrit de manière bien visible et en vert (pour rappeler le lien à l'environnement) 'turn to 30°C' sur ses paquets de lessives. Cette simple inscription qui saute aux yeux au moment propice -quand nous mettons de la lessive dans la machine- a eu un impact positif et efficace simplement en rappelant qu'il est tout à fait possible de faire tourner une machine à 30°C.

Un autre problème qui freine souvent l'adoption des bons comportements tient à **l'information** que l'on a sur une situation et à la manière de l'appréhender. En clair, si nous ne percevons pas au bon moment l'impact positif ou négatif de nos actes, nous ne sommes pas encouragés à les changer. Ainsi nous dit Singler, pour changer les comportements de manière efficace il faut comprendre la perception des gens et faire connaître les conséquences immédiates de leurs actes au moment adéquate.

Pour être efficace un nudge doit avoir recours **aux micro incitations** et autres **récompenses** : il s'agit de générer une préférence pour un choix en renforçant significativement ses avantages ou ses inconvénients. Cela revient à modifier les termes de l'analyse coûts-bénéfices du choix afin d'encourager l'adoption du comportement souhaité. Ces petites incitations et récompenses encouragent le bon comportement, souvent déjà présent mais non activé.

Un autre levier nudge pertinent à mettre en avant réside dans la notion de **pré-engagement**. Effectivement, la philosophie et la sociologie nous indiquent que l'être humain porte de l'importance à ce que les autres pensent de lui<sup>50</sup>. Il veut donner et avoir de lui-même une image valorisante, il souhaite 'briller en société'. Une des conditions pour avoir une bonne image de nous-mêmes et renvoyer une impression positive de nous passe par le respect d'une cohérence entre ce que nous exprimons et ce que nous faisons effectivement. L'expression d'un pré-engagement agit comme un amplificateur de volonté, pour être bien vu, nous accordons beaucoup d'importance au respect de nos engagements. Cette caractéristique psychologique est donc un levier fort dans le changement de comportement et efficace pour mettre en place un nudge.

Nous l'avons étudié en première partie, la notion de **cadrage** est inévitable en termes d'analyse comportementale : nous sommes fortement influencés par la forme que peut prendre une information. Les mots utilisés pour décrire les différentes options de choix ont un impact important.

Enfin **la simplification** est une caractéristique importante aux nudges. Les individus sont relativement paresseux, ils cherchent à faire le moins d'effort possible. Il faut donc que le nudge soit simple et s'en tienne à l'adage : 'make it easy'. La **réciprocité et la reconnaissance** sont également des leviers intéressants à déclencher. Plusieurs expériences menées par l'économie comportementale révèlent que si quelqu'un se comporte de manière positive envers nous, nous avons une forte tendance à lui rendre la pareille (Singler, 2015). Dans la même logique, lorsque nous sommes reconnus à notre 'juste valeur', nous allons

---

<sup>50</sup> TAROT Camille, *Individu, société et individualismes. Une introduction au débat sociologique, Essaim*, 2004/1 (n°12)

chercher à montrer que cette reconnaissance est méritée. Ce que les gens pensent de nous est important et guide nos comportements. Enfin, **l'affect** joue un rôle prépondérant, étant soumis à nos émotions, nos décisions sont donc influencées par ce que nous ressentons.

### 3) Des exemples de nudge efficaces :

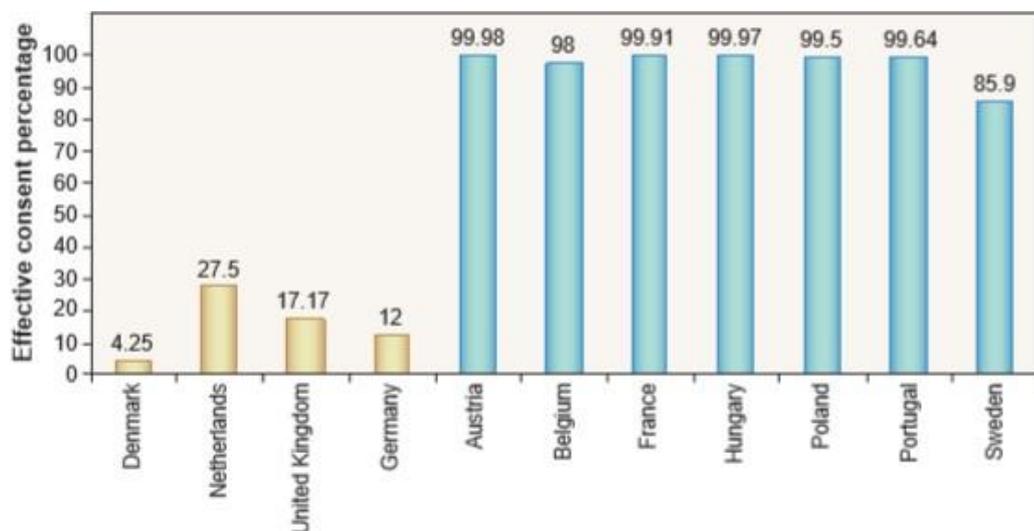
Quelques nudges célèbres

L'exemple de nudge le plus célèbre est sans doute celui de la mouche (illustration ci-dessous) collée dans des urinoirs des toilettes publiques de l'aéroport international d'Amsterdam Schipol. « L'idée était d'inciter les hommes à faire attention à l'endroit précis où ils urinent » (Thaler, 2015, p463). Pour cela, une mouche a été dessinée près du centre du siphon des urinoirs. D'après les services de propreté de l'aéroport d'Amsterdam, la présence de ces insectes trompe-l'œil a entraîné une réduction des éclaboussures et diminué de près de 70% les coûts de nettoyage des toilettes. Du fait de son coût faible et sa facilité à mettre en place, ce nudge a été reproduit dans de nombreux pays. Ce dispositif repose sur la notion de saillance, la mouche attire l'œil au moment opportun et il devient alors ludique de la viser.



Source : [www.mouchestick.com](http://www.mouchestick.com), [consulté le 1.08]

Un autre exemple de nudge qui a déjà prouvé son efficacité concerne le don d'organe. Johnson et Goldstein ont mené en 2003<sup>51</sup> une étude sur le consentement à donner ses organes dans différents pays. Celle-ci révèle que les pays de culture relativement proche ont des taux de consentement au don d'organe significativement différents. L'Autriche affiche un taux de consentement de 100% alors que l'Allemagne arrive tout juste à 12%. Pareillement, la Belgique est à un taux 98% alors que ses voisins les Pays-Bas stagnent à 27% (cf graphique ci-dessous). Comment expliquer ces grands écarts ? Cela est dû au choix par défaut pré-défini par chaque pays. En Autriche et en Belgique les citoyens sont, de fait, donneurs : c'est un choix par défaut. Pour ne pas être donneur, il y a des démarches supplémentaires à accomplir. En Allemagne et aux Pays-Bas, c'est le contraire : les citoyens sont, par défaut, non donneurs. S'ils souhaitent le devenir, il faut effectuer des démarches administratives. Ainsi, le changement des choix par défaut est un levier qui repose sur le biais du statu quo étudié en première partie de ce mémoire. C'est un levier puissant et redoutablement efficace.



**Effective consent rates, by country.** Explicit consent (opt-in, gold) and presumed consent (opt-out, blue).

Dernier exemple que nous pouvons évoquer ici : celui de la limitation de la prise d'antibiotique. Cette fois, c'est la norme sociale qui est invoquée. En Mars 2017, l'OCDE

<sup>51</sup> JOHNSON, Eric J. and GOLDSTEIN, Daniel G., *Do Defaults Save Lives?* Science, Vol. 302, pp. 1338-1339, 2003.

s'intéressait à plus de 100 exemples d'application de l'économie comportementale et notamment du nudge à travers le monde<sup>52</sup>. Un des exemples recueillis est celui de la Grande-Bretagne et de son objectif de réduction de la prescription d'antibiotiques. Afin de diminuer la prescription systématique d'antibiotiques proposée par beaucoup de médecin, une lettre a été envoyée aux 20% des médecins prescrivant le plus d'antibiotiques. Elle leur indiquait que leur taux de prescription d'antibiotiques était supérieur à 80% des médecins exerçant près de chez eux. L'invocation de la norme sociale et la comparaison avec leurs voisins ont eu pour conséquence une baisse d'environ 4% du taux de prescription des médecins ayant reçu la lettre : résultat intéressant pour une opération très peu coûteuse.

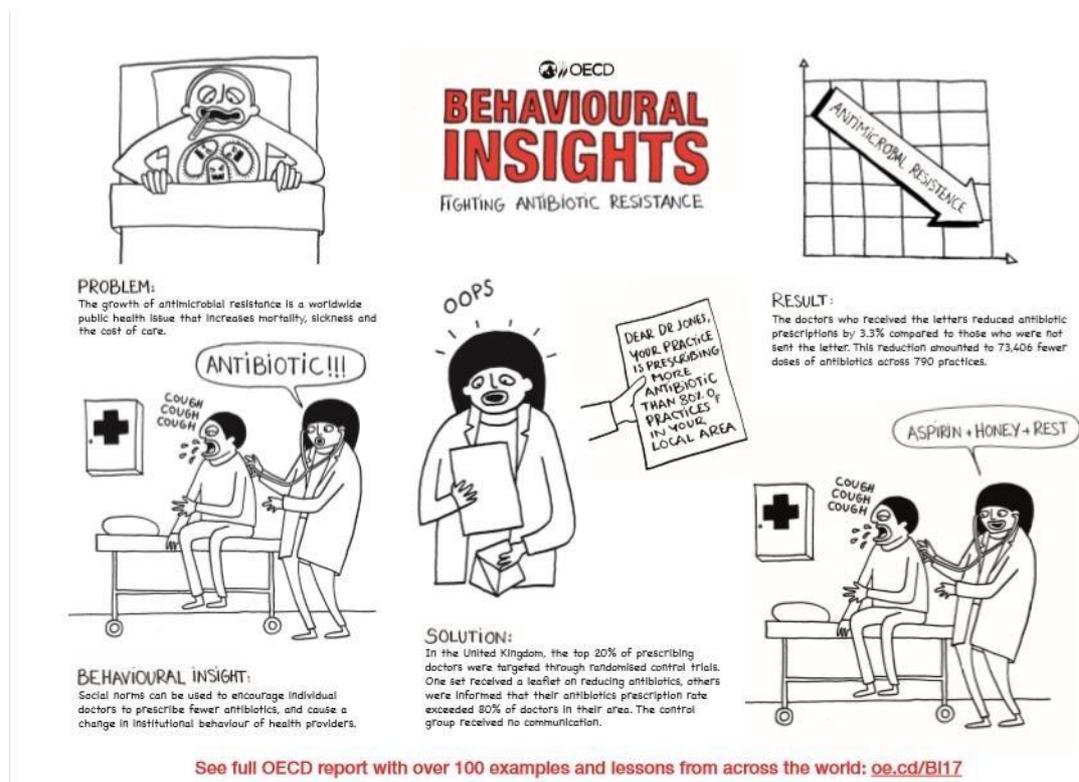


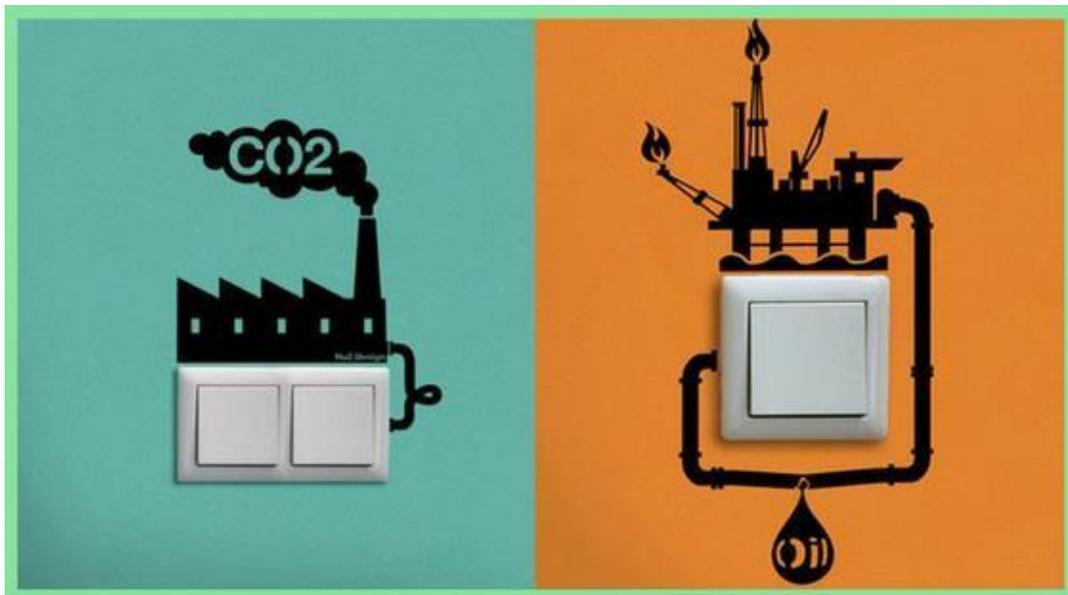
Illustration : OECD.ORG, Op.cit.p11

<sup>52</sup> OECD.ORG, *Behavioural Insights and Public Policy: Lessons from Around the World*, 2017, [en ligne]. Disponible sur < <https://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/behavioural-insights-and-public-policy-9789264270480-en.htm> > [consulté le 02 août]

En somme, avec le nudge, le principe est toujours le même : proposer de « petits » changements non contraignants et apparemment efficaces, qui jouent sur l’inertie des comportements, l’aspect ludique ou encore les « normes sociales ».

### Les green nudges

Afin de faire le lien entre les deux sujets de ce mémoire : économie comportementale et écologie, nous allons maintenant donner quelques exemples de ‘Green Nudge’ (Singler, 2015). Les green nudge ont pour objectif de faciliter les comportements écoresponsables, soit en restructurant l’espace – par exemple, en améliorant la luminosité et le design des escaliers pour inciter à les emprunter plutôt que de prendre l’ascenseur-, soit à l’aide d’autres dispositifs. Cela peut être des stickers visibles autour de l’interrupteur pour inciter à éteindre la lumière (cf photo ci-dessous).



Source : BEHAVE2030.FR, *Des green nudges pour des comportements plus écoresponsables*, 2018. [en ligne]. Disponible <<http://www.beehave2030.fr/des-green-nudges-pour-des-comportements-plus-ecoresponsables>>, [consulté le 03 août 2019].

Encore peu répandus en France<sup>53</sup>, ces nudges connaissent déjà des applications à succès dans de nombreux pays tels que le Danemark, la Suisse et les Etats-Unis.

À Copenhague, par exemple, les étudiants de l'Université de Roskilde ont mené une étude à grande échelle dans leur ville (Singler, 2015). L'expérience s'est déroulée en deux phases. Dans un premier temps, ils ont distribué des bonbons dans une zone piétonne en notant le nombre d'emballages finissant sur le sol. Ils ont réitéré l'expérience dans un second temps en apportant une seule modification : des empreintes de pas verts peints sur le sol en direction des poubelles. Ce changement minime a eu un impact non négligeable : les dessins de petits pas verts ont conduit à une réduction de 46%<sup>54</sup> du nombre d'emballage retrouvé sur le sol. À la suite à ces résultats, la municipalité de Copenhague a mis en place des empreintes vertes similaires dans toute la ville pour diminuer le nombre de déchets finissants sur le sol. Un exemple de nudge simple, facilement duplicable et efficace qui joue sur la configuration de l'environnement.

Aux Etats-Unis cette fois-ci, le nudge s'est attaqué à la consommation énergétique d'habitants d'un quartier. Afin de diminuer cette dernière, la société américaine O'Power a développé une facturation particulière diffusée à plus de quinze millions de foyers. Sur la facture est désormais indiquée sa propre consommation mais également celle de ses voisins. En fonction de sa consommation par rapport aux autres habitants de son quartier, le consommateur obtient une mention : « Super », « Bien » ou « En dessous de la moyenne » accompagnée ou non de smiley. En invoquant la norme sociale, le consommateur se compare à ses voisins et a tendance à vouloir 'rentrer' dans la norme (Singler, 2015). Au bout de quelques mois, la société américaine a déjà noté quelques résultats intéressants : les consommateurs mal notés économisent de 1.4% à 3.3% d'énergie à la suite de la réception du courrier<sup>55</sup>. Cela peut sembler peu mais c'est un résultat encourageant et une technique très peu coûteuse à mettre en place.

À travers ces différents exemples, nous avons vu comment les 'coups de pouce' jouent sur la transmission d'information, la configuration de l'environnement ou les autres erreurs de jugement dont sont victimes les individus. Ce faisant, ils incitent à un comportement plus

---

<sup>53</sup> BEHAVE2030.FR, *Des green nudges pour des comportements plus écoresponsables*, 2018. [en ligne]. Disponible <<http://www.beehave2030.fr/des-green-nudges-pour-des-comportements-plus-ecoresponsables>>, [consulté le 03 août 2019].

<sup>54</sup> Op.cit.p13

<sup>55</sup> Op.cit.p13

vertueux. Cette technique efficace et facilement transposable est pourtant déjà sujet à de nombreuses critiques. Nous allons le voir dans la prochaine sous-partie.

## **B- Un dispositif limité et critiqué :**

Le nudge comme technique d'incitation bienveillante a fait ses preuves, dans la mesure où on l'envisage pour ce qu'elle est : une forme originale de *soft power*<sup>56</sup>, nous entendons par là 'puissance douce' soit la capacité de conduire les individus à penser d'une certaine façon ou à changer de comportement en douceur, sans qu'ils s'y sentent contraints. Cependant, depuis leur démocratisation, les nudges sont victimes d'un nombre important de critiques négatives. Nous allons les étudier de plus près dans cette deuxième sous-partie.

### 1) Quelques critiques de l'économie comportementale et du nudge :

Dans leur article, Henri Bergeron et ses collègues<sup>57</sup> constatent que l'économie comportementale, et plus particulièrement l'outil nudge, est un effet de mode. Si ses premiers usages semblent efficaces, il faut cependant « tempérer l'optimisme » et prendre en compte les effets collatéraux qu'ils engendrent (Bergeron and all, 2018). En effet, les promoteurs de ce dispositif voient dans l'économie comportementale une « révolution scientifique » qui vise à remplacer l'homo economicus parfaitement rationnel issu la théorie standard par la figure plus réaliste de l'être humain lambda victime de nombreux biais de rationalité.

Récemment, une affaire a entaché le bienfondé et la bienveillance de la technique du nudge. L'étude de Brian Wansink, directeur du laboratoire de Cornell et inspirateur de la politique de Michèle Obama, sur les comportements a été très controversée. En effet, un audit

---

<sup>56</sup> LADN.EU, 'Nudges' : la théorie du coup de pouce. 2018. [en ligne]. Disponible sur <<https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/comprendre-le-nudge-politique-marques/>> [consulté le 20 juillet]

<sup>57</sup> Henri Bergeron & Patrick Castel & Sophie Dubuisson-Quellier & Jeanne Lazarus & Étienne Nouguez & Olivier Pilmis, *Comportement correct exigé. Économie comportementale et gouvernement des conduites*, La Vie des idées, 20 novembre 2018.

mené par l'université de Cornell sur la validité de ces recherches a établi que Wansink avait commis « des fautes académiques » en matière de déclaration et d'analyse des données (Bergeron & al, 2018). Il s'agit peut-être d'une erreur isolée, mais nous ne pouvons pas nier que l'analyse des comportements a plus de risque d'être erronée qu'un calcul mathématique rationnel. Les expériences sont des matériaux très intéressants mais parfois moins fiables que des modélisations mathématiques plus traditionnelles. Cela apporte quelques doutes quant à la rigueur du dispositif proposé par l'économie comportementale.

Plus généralement, Bergeron et ses collègues évoquent trois limites fondamentales à ces nudges dans leur article de 2018 cité plus haut. D'abord, et c'est une des critiques les plus récurrentes faite aux nudges : s'ils semblent pour le moment efficaces, ils ne sont pas durables. Leur aspect ludique et innovant finit par ne plus toucher les individus et les habitudes reprennent le dessus. La seconde critique, toute aussi pertinente, concerne l'ambition limitée et locale du nudge. Souvent qualifiés de superficiels et ciblé, les nudges peuvent être une solution ponctuelle et à petite échelle mais il est difficile d'y voir des solutions de long terme. Enfin, une question se pose à nous ; peut-on réduire les problèmes sociaux à des problèmes de comportement ? Autrement dit, les normes sociales qui dictent nos comportements sont ancrées dans l'éducation, la culture et l'environnement de chaque individu, ce sont des principes fondamentaux. Ainsi il semble utopique de penser que des changements de comportements puissent avoir un impact durable sur ces normes sociales. Étudions dès à présent les critiques de Bergeron et ses collègues plus en détails notamment en revenant sur les fondements mêmes de l'économie comportementale. (Bergeron & al, 2018).

Tout d'abord, revenons sur la dimension sociale des raisonnements et des choix individuels. Bien qu'il soit qualifié d'irréaliste, le modèle de l'homo oeconomicus reste une référence positive et normative pour l'économie comportementale. Les biais comportementaux sont définis par rapport à une rationalité parfaite puisqu'ils sont, de fait, une déviance de cette rationalité. Les nudges, quant à eux, visent à corriger ces biais. Il paraît donc paradoxal que l'économie comportementale se définisse par rapport à une théorie économique standard qu'elle cherche pourtant à dénoncer.

Par ailleurs, un des postulats de l'économie comportementale est que les biais révélés par les expériences sont universels car inhérents à la pensée humaine. De ce fait, les nudges seraient transférables d'un pays à un autre sans se soucier des caractéristiques et du contexte

des pays qui les mettent en œuvre. Nous voyons bien le danger d'un tel raccourci. Croire que tous les pays auront une utilisation bienveillante du nudge semble utopiste. Un pays non démocratique, corrompu ou autoritaire pourrait s'emparer du nudge et le détourner à des fins non vertueuses (Bergeron & al, 2018). Il est donc primordial de mettre des limites à ce dispositif pour l'empêcher de tomber entre de mauvaises mains.

Autre limite de l'économie comportementale : les décisions et les comportements y sont interprétés comme résultant de biais de rationalité alors qu'il s'agit souvent de valeurs ou normes propres à un groupe social. En d'autres termes, le nudge découle de l'analyse des prises de décisions et donc des erreurs de jugements que peuvent faire les êtres humains sans différencier ce qui est, effectivement, dû à des biais et ce qui est, en fait, une norme sociale propre à une société. Cette différence est pourtant primordiale puisque jouer sur une telle norme sociale ou sur un biais de rationalité n'est pas la même chose. Ainsi, s'il est culturellement ancré dans un groupe que la protection de l'environnement n'est pas une priorité, l'utilisation de nudges pour changer les comportements liés à l'environnement n'aura que très peu d'impact.

Une autre critique faite à la théorie de l'économie comportementale renvoie justement à la non prise en compte des groupes, institutions et interactions sociales différenciés. L'économie comportementale pense la société comme une somme d'individus dont les relations se réduisent à un échange d'information. La norme sociale suppose donc que les êtres humains sont mûs par un comportement conformiste consistant à imiter ses voisins : c'est l'effet de groupe. Il s'agit une vision simpliste du comportement humain que l'on peut reprocher à l'économie comportementale.

Aussi, les nudges ciblent une catégorie d'individus précise (jeunes, malades, consommateurs...) en espérant que le changement de comportements sera global (Bergeron & al, 2018). Encore une fois, il s'agit d'une vision simpliste, voire utopique. Cibler une catégorie précise d'individus ne mènera pas naturellement à des changements à plus large échelle. Ainsi l'oubli du caractère complexe et systémique de nombreux problèmes sociaux et de leur place dans le schéma des relations sociales explique en partie la faiblesse et surtout la non-durabilité des résultats obtenus par les dispositifs testés.

Enfin, les auteurs de l'article émettent une dernière critique et non des moindres : « les nudges menacent un élément essentiel de la démocratie : l'association du sujet à la définition

du bien commun » (Bergeron & al, 2018). En s'attaquant aux comportements des individus, l'économie comportementale amène à penser que les individus sont trop incohérents pour prendre de bonnes décisions par eux-mêmes<sup>58</sup>. Il faut prendre ces décisions à leur place : c'est le paternalisme libertarien de Thaler et Sunstein. Avec cette conception, le nudgeur occupe la place du 'philosophe roi' qui incite les autres à adopter le comportement qu'il juge arbitrairement le plus juste. Les citoyens se trouvent donc soumis à un système qu'ils ne maîtrisent pas. Sous prétexte qu'ils sont victimes de biais de rationalité, ils sont écartés de leurs propres choix.

En somme, le danger principal des nudges n'est pas tant leur application mais plutôt « la croyance qu'ils peuvent remplacer les autres savoirs sur le social et abraser la complexité des systèmes sociaux par une apparente simplicité d'action » (Bergeron & al, 2018).

## 2) Le coup de pouce : simple incitation ou manipulation ? un outil à la hauteur ?

Changer les comportements des individus 'pour leur bien' sans qu'ils ne le sachent pose une question fondamentale : où se situe la frontière entre influence et manipulation ? En effet, nombre des détracteurs du nudge voient dans ce dispositif une sorte de manipulation inconsciente et sournoise car discrète qui touche à la liberté et à la dignité des individus<sup>59</sup>.

En 2009, l'utilisation des nudges à des fins managériales ou politiques a donné lieu à un débat sur la question de l'acceptabilité de telles pratiques d'incitation<sup>60</sup>. La discussion a opposé, d'un côté, Thaler et Sunstein considérant que les citoyens sont toujours influencés lors de leur prise de décision, pas plus que la publicité contrôlée, les nudges ne constituent pas une violation

---

<sup>58</sup> HEDOIN Cyril, *Quand nos comportements déroutent les économistes*, 2012 [en ligne]. Disponible <<https://laviedesidees.fr/Quand-nos-comportements-deroutent.html>> [consulté le 21 juillet]

<sup>59</sup> SUSSAN Rémi, *Nudge, la manipulation bienveillante*, Sciences Humaines, 2016/12

<sup>60</sup> THECONVERSATION.COM, *Les nudges : un coup de pouce non violent ?* 2018 [en ligne]. Disponible <<https://theconversation.com/les-nudges-un-coup-de-pouce-non-violent-95306>> [Consulté le 03 août 2019]

de la liberté des citoyens ; de l'autre côté, les détracteurs du nudge ont souligné le caractère manipulateur de telles pratiques<sup>61</sup>.

Pour éviter de franchir la frontière de la manipulation, il faudrait, d'après Singler, « pouvoir personnaliser les *nudges*, être capable d'avoir une idée précise des goûts, des orientations et des choix des individus pour ne plus appliquer massivement les mêmes mécanismes. »<sup>62</sup>. Enfin il défend le nudge en évoquant la transparence du dispositif. Si les nudges cherchent bien à changer le comportement des individus de manière inconsciente, il n'est pas caché. De plus les choix ne sont pas modifiés, seule leur présentation change. Tout individu peut contourner le nudge et rester libre dans son choix final. « La transparence des choix joue donc un grand rôle dans la possibilité de juger comme manipulateur ou non la pratique considérée. »<sup>63</sup>

Revenons-en à l'environnement. Selon nous, un des dangers majeurs du nudge est de considérer qu'il apporte une solution efficace à l'enjeu majeur et mondial de la crise climatique. En effet, il ne faut pas surestimer la puissance de ce dispositif et en faire un outil unique qui règlera les problèmes environnementaux.

Pour finir, nuancions ces critiques. Si la question des nudges divise politiques et chercheurs c'est sans doute parce que nous sommes déjà soumis à des stimuli, incitations et autres manipulations sans l'avoir choisi. Le nudge apparaît alors comme une manière de mettre à jour ces incitations et contribue presque à les rendre plus transparentes. Ce 'coup de pouce' peut être considéré comme « une manière d'accroître la liberté de choix dans une optique bienveillante, ou au contraire les percevoir comme un instrument d'accentuation de la normalisation des comportements »<sup>64</sup>.

---

<sup>61</sup> FARRELL H & SHALIZI C, *Nudge policies are another name for coercion*, 2011, [en ligne]. Disponible sur < <https://www.newscientist.com/article/mg21228376-500-nudge-policies-are-another-name-for-coercion/>> [Consulté le 03 août 2019]

<sup>62</sup> LADN.EU, '*Nudges*' : la théorie du coup de pouce. 2018. [en ligne]. Disponible sur <<https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/comprendre-le-nudge-politique-marques/>> [consulté le 20 juillet]

<sup>63</sup> Op cit p18

<sup>64</sup> THECONVERSATION.COM, *Les nudges : un coup de pouce non violent ?* 2018 [en ligne]. Disponible < <https://theconversation.com/les-nudges-un-coup-de-pouce-non-violent-95306>> [Consulté le 03 août 2019]

Nous avons vu les limites majeures des nudges. Face à celles-ci, nous allons nous intéresser à un autre dispositif de l'économie comportementale qui adopte une approche novatrice quelque peu différente.

### **C- Le Boost comme réponse aux limites du nudge :**

#### 1) Naissance du Boost :

Jusqu'ici, le nudge est la plus connue et efficace technique d'incitation douce pour changer le comportement des individus<sup>65</sup>. Ce dispositif, porté par l'économie comportementale, a connu une certaine popularité car il propose de faire un lien entre la psychologie des individus et leurs décisions économiques. La théorie des perspectives sur laquelle il s'est construit tient toujours à maximiser l'utilité des individus, à l'instar de la théorie économique standard, mais en ne se fiant plus seulement à des calculs rationnels, également aux traits comportementaux, en présupposant que corriger les déviations de comportements individuels aurait des impacts positifs pour le collectif.

Le dispositif du boost, très récent, n'a pas encore retenu l'attention des économistes. Sûrement car il ne cherche pas à offrir une maximisation de l'utilité des individus mais plutôt à les aider à développer leurs compétences dans le bon sens.

Bien qu'il y ait encore peu de recherches sur le sujet et très peu de résultats sur la mise en place de ces boosts, nous avons choisi d'évoquer ce nouveau dispositif qui tente d'offrir une réponse aux critiques du nudge.

---

<sup>65</sup> Samuli Reijula, Jaakko Kuorikoski, Timo Ehrig, Konstantinos Katsikopoulos et Shyam Sunder, Nudge, Boost, or Design? Limitations of behaviorally informed policy under social interaction, 2015 [en ligne]. Disponible < <https://www.semanticscholar.org/paper/Nudge%2C-Boost%2C-or-Design-Limitations-of-behaviorally-Reijula-Kuorikoski/6ddcff8b3f07c8824d42d02dfbadccf2e5f5df56> >

Dans un premier temps, il convient d'exprimer l'objectif du boost : activer les compétences déjà existantes des individus ou de leur en donner de nouvelles pour qu'ils fassent leurs propres choix. Par conséquent, il n'y a pas de modification de l'architecture de choix. Les boosts sont construits pour encourager les individus à développer leurs compétences tout en préservant leur architecture de choix. Nous distinguons deux types de boosts ; les boosts de court terme et ceux de long terme. Les premiers favorisent les compétences déjà présentes dans un contexte spécifique, ils correspondent à ce que Sunstein appelle les 'nudges éducatifs' (Sunstein, 2016). Les seconds, proposent un changement de comportements permanent et transposable, indépendamment du contexte.

## 2) Comparaison entre Nudge et Boost<sup>66</sup> :

Comparer ces deux dispositifs nous permet de mieux comprendre l'originalité du boost par rapport au nudge. Ainsi, « les nudges modifient l'architecture de choix et incitent le comportement des individus à être plus rationnel. Le boost, quant à lui, propose aux individus de mieux réfléchir à leurs décisions pour qu'ils finissent par prendre eux-mêmes la décision la plus rationnelle possible »<sup>67</sup>.

---

<sup>66</sup> Ralph Hertwig and Till Grüne-Yanoff. Max Planck, *Nudging and Boosting: Steering or Empowering Good Decisions*, Institute for Human Development, Berlin and Royal Institute of Technology, Stockholm.

<sup>67</sup> FERRAIRA JL, *Is boost the new nudge*, Juin 2019, [en ligne]. Disponible < <https://mappingignorance.org/2019/06/19/is-boost-the-new-nudge/>> [consulté le 03 août 2019]

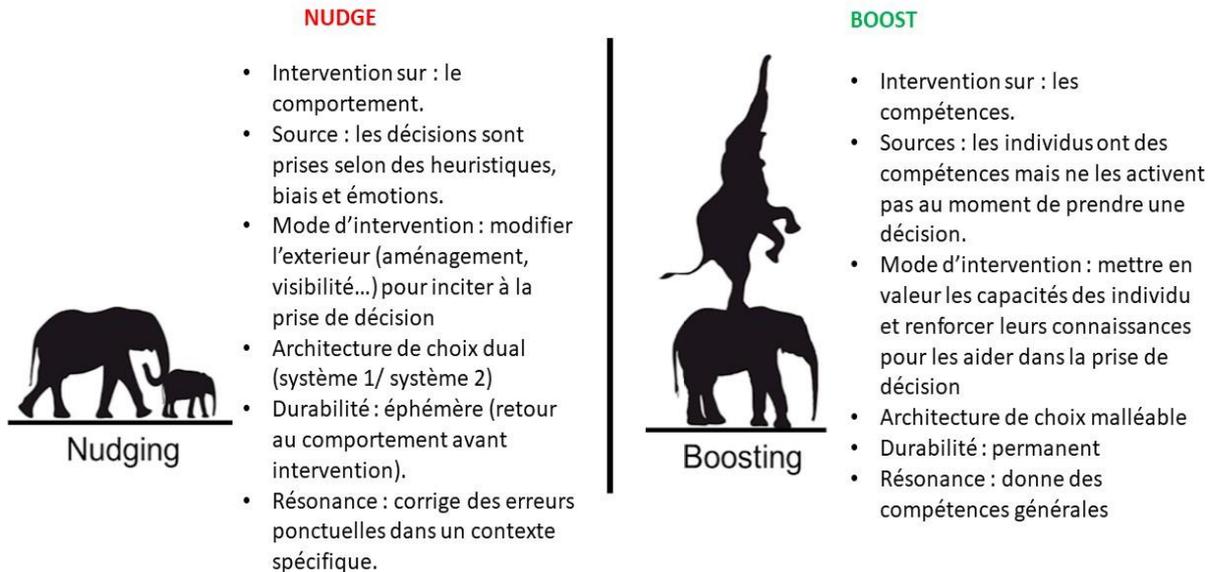
Tableau comparatif entre le Nudge et le boost :

	Nudge	Boost
Modalité de l'intervention	Comportements	Compétences
Les sources de ce dispositif (notamment dans la recherche)	Les individus prennent leurs décisions de manière systématiquement imparfaite et sont sujets aux biais cognitifs et heuristiques.	Les individus ont des compétences mais ils ne s'en servent pas au moment de prendre leurs décisions.
Lien de causalité	Utiliser l'architecture de choix pour jouer sur les biais cognitifs et la paresse des individus.	Mettre en valeur les capacités des individus à travers des changements dans : les compétences, les connaissances, les outils de décision et l'environnement externe.
Processus de décision	Architecture duale (système 1, système 2).	Architecture malléable.
Durabilité de l'intervention	Une fois l'intervention retirée, le comportement redevient celui d'avant intervention.	Les effets de l'intervention sont permanents.
Résonnance	Corrige des erreurs ponctuelles dans un contexte spécifique ('local repair')	Donne des compétences générales aux individus qu'ils pourront déployer dans d'autres situations.
Implications normatives	Impact sur l'autonomie des individus. Incitation cachée.	Requiert de la transparence et de la coopération.

## Le Nudge ou le Boost pour changer les comportements :

« Nudging and Boosting: Steering or Empowering Good Decisions »

Ralph Hertwig and Till Grüne-Yanoff.



Source : illustration Tifaine Douchet

L'article de Till Grüne-Yanoff<sup>68</sup> sur la différence entre ces deux dispositifs nous permet de résumer la situation. Les *nudges* affectent les comportements en agissant sur le contexte de choix en s'appuyant sur les résultats expérimentaux établissant une stabilité des relations entre les éléments du contexte et les comportements. Par conséquent, ce type d'intervention ne dépend pas du degré de compréhension ou de la participation active et volontaire des individus visés. La justification des *nudges* repose donc sur la démonstration que l'intervention va permettre de corriger une erreur comportementale et effectivement mener à un meilleur résultat. Les *boosts*, quant à eux, affectent les comportements en améliorant les compétences des individus à la prise de décision via l'utilisation d'outils. Ce type d'intervention requiert la compréhension et la participation active et volontaire des sujets. « Bien que les partisans des *nudges* puissent parfois répondre à des difficultés normatives, il apparaît que les *boosts* les évitent d'emblée. De ce point de vue, les *boosts* apparaissent préférables aux *nudges* » (Till Grüne-Yanoff, 2018).

<sup>68</sup> Grüne-Yanoff Till, *Boosts vs. Nudges from a Welfarist Perspective*, Revue d'économie politique, 2018/2 (Vol. 128), p. 209-224. DOI : 10.3917/redp.282.0209.

Par ailleurs, les boosts reposent sur la coopération active des individus et, de ce fait, doivent impérativement être explicites, visibles et transparents (Grüne-Yanoff and Hertwig, 2016, 2017). En d'autres termes, la manipulation n'est pas possible avec ce dispositif. De plus le boost cherche à changer les comportements de manière durable et non spécifiques, ce faisant, il semble répondre aux deux principales critiques faites aux nudges.

### 3) Exemples de boosts :



Photo: Lubo Minar / Unsplash<sup>69</sup>

Sur cette illustration, le boost consiste simplement à informer les nageurs que le danger qu'ils encourent s'ils vont à la mer est de leur propre fait. Même s'ils le savent déjà, le leur rappeler, sans toutefois les priver de la liberté d'aller se baigner, ni changer leur comportement, peut avoir un impact positif. L'idée n'est pas simplement de prévenir d'un danger à titre informatif (cela est différent de la sensibilisation/ information), mais d'alerter les individus sur le danger éventuel qu'ils encourent sans les contraindre à quoique ce soit.

---

<sup>69</sup> FERRAIRA JL, *Is boost the new nudge*, Juin 2019, [en ligne]. Disponible < <https://mappingignorance.org/2019/06/19/is-boost-the-new-nudge/> > [consulté le 03 août 2019]

Plutôt que de modifier le comportement des individus en jouant sur l'aménagement de l'espace ou la perception de l'information, le boost cherche à développer les compétences et le raisonnement des individus conduisant, in fine, au comportement désiré. Par exemple, pour encourager l'épargne, plutôt que de jouer sur le biais du statu quo comme le ferait un nudge classique, le boost cherche à activer les compétences en matière de comptabilité permettant aux individus de comprendre les avantages de l'épargne sur le long terme et de choisir eux-mêmes d'épargner ou non (Hertwig and al, 2017).

Si nous prenons l'exemple du tri des déchets. Un nudge consisterait en un meilleur aménagement des poubelles pour les rendre plus visibles et en l'élaboration de consignes claires et ludiques pour encourager le bon tri. Le boost, quant à lui, repose sur une sensibilisation importante et une mise en évidence du lien entre bon tri des déchets et réduction des résidus de plastique retrouvés dans la nature. Dans le cas où cette envie de respecter la nature est déjà présente chez les individus et inscrite dans leurs valeurs, rappeler le lien entre tri et protection de l'environnement au moment opportun aura un impact durable sur les éco-gestes des individus.

Pour conclure nous pouvons ajouter que les nudges les plus efficaces et durables (quand ils ne se contentent pas de changer le comportement des individus à un instant T, mais quand ils cherchent à modifier profondément les compétences de ces individus), peuvent, in fine, être considérés comme des boosts (Hertwig and al, 2017). Les deux dispositifs sont donc très proches.

## **Partie 3 : Cas pratique : enquête sur les pratiques de tri des déchets dans les locaux parisiens d'un cabinet de conseil**

*« Avatar de l'apocalypse écologique annoncée, le déchet incarne aujourd'hui les problèmes environnementaux issus du consumérisme généralisé de la société occidentale ».*

- Mickaël Dupré

*« Le peu que l'on peut faire, il faut le faire, on doit le faire »*

-Théodore Monod

Après avoir étudié les comportements des individus sur les questions environnementales, nous avons proposé des dispositifs de changement à l'inaction en précisant leurs avantages et limites. Dans cette dernière partie, nous allons exposer notre cas pratique. En effet, nous avons mené une enquête sur les pratiques de tri des déchets dans une grande entreprise dont le siège est à Paris. Au regard des théories exposées dans les deux premières parties de ce mémoire et en nous appuyant sur la littérature scientifique, nous allons dégager les freins spécifiques au bon tri sur le lieu de travail. L'objectif est de donner quelques pistes de réflexion et de solution pour encourager un maximum le tri sur son lieu de travail et passer au-dessus de la barre des 58% de bon tri inchangé depuis deux ans.

### **A- L'enquête :**

Cette enquête est née d'un constat simple mais paradoxale : pour 93% des français, le tri sélectif est le premier geste pour l'environnement (Roques, 2015) pourtant dans les locaux de l'entreprise étudiée seuls 58%<sup>70</sup> des collaborateurs trient correctement leurs déchets. Les résultats de notre questionnaire confirmeront cette hypothèse, il existe un écart réel entre la conscience

de l'importance du bon tri pour l'environnement et l'acte de tri.

#### 1) Le contexte de l'enquête :

Comme toutes les grandes entreprises, a un pôle RSE (Responsabilité sociale des entreprises) qui prend en charge les questions environnementales. De ce fait, elle est certifiée ISO 14001 <sup>71</sup>, cela lui donne la trajectoire à suivre concernant sa politique environnementale. Cette norme propose un système de gestion efficace et écologique de l'entreprise. L'entreprise est alors tenue de mettre à jour sa politique écologique afin d'améliorer sa performance et de s'assurer de sa conformité à la norme.

Ainsi le cabinet de conseil peut se targuer d'avoir une politique environnementale volontariste et complète (cf infographie Green 2018, en annexe). Sa stratégie environnementale suit trois grands axes sur lesquels elle cherche à réduire son impact sur l'environnement : les achats, les clients et les collaborateurs. Concernant les achats, 100% des appels d'offre comportent des questions sur la préservation de l'environnement, 98% des ordinateurs utilisés par ses salariés sont réemployés, sa flotte de véhicule est 100% électrique et hybride. Enfin, 35 000 nouvelles bouteilles de ont été produites grâce au recyclage et au tri sélectif sur l'année 2018/2019. Au niveau de ses clients, l'entreprise soutient le Développement Durable sur quatre enjeux de durabilité ; l'économie circulaire et la transition énergétique (en proposant, par exemple, des solutions digitales de mobilité durable) ; la transparence (traçabilité et confiance) ; la responsabilité digitale et la création de valeur durable. Enfin, et c'est l'aspect qui nous intéresse particulièrement dans ce mémoire, le dernier axe sur lequel le cabinet mobilise ses efforts environnementaux concerne ses collaborateurs. Ainsi l'entreprise a réalisé une diminution des émissions de CO2 par employé de 52% depuis 2007. Elle réalise également chaque année des campagnes de sensibilisation et d'autres actions pour impliquer ses collaborateurs dans les questions environnementales.

---

<sup>70</sup> Selon le reporting officiel du tri des déchets, voir annexes.

<sup>71</sup> ISO14001.FR, *Ressources sur la norme iso14001*, [en ligne]. Disponible sur < <http://www.iso14001.fr/>> [consulté le 11 août 2019]

La norme ISO 14001 donne les grandes orientations en matière environnementale. Dans ce cadre, sont proposées des actions pour avoir un meilleur impact sur l'environnement. Cependant, la norme n'impose pas d'exigences absolues en matière de performance environnementale. Elle ne définit pas d'objectifs clairs et précis en termes de gestion et de tri des déchets. En revanche depuis 2016, la loi oblige les entreprises à trier leurs déchets : les entreprises ont une obligation générale de tri de leurs déchets, avec le « décret des 5 flux » du 10 mars 2016<sup>72</sup>. Celui-ci impose aux entreprises de trier le bois, les plastiques, les métaux, le verre et le papier/carton des autres déchets afin de favoriser la valorisation de ces matières. Le recyclage et le tri sont donc devenus un enjeu écologique et également économique pour les entreprises<sup>73</sup> puisqu'il s'agit de dépenser moins en réduisant, réutilisant, réparant et recyclant (la démarche des 4R).

Concrètement, au niveau du tri des déchets, des actions de sensibilisation et d'éducation au bon tri et rappel l'importance du recyclage sont mises en place depuis trois ans. Le prestataire de tri de l'entreprise intervient à l'occasion d'ateliers et de conférences pour expliquer le cycle de vie des déchets et l'importance de jeter ses déchets dans la bonne poubelle. Pourtant, malgré des actions ponctuelles bien accueillies, voire demandées par les collaborateurs, le reporting du tri des déchets fait état, depuis deux ans maintenant, d'un taux de tri stagnant autour de 58%.

Il existe donc un paradoxe entre les dispositifs pour encourager au bon tri -avec notamment les leviers rationnels classiques : information, incitation, sanction- et un taux de tri qui stagne depuis deux ans que nous allons étudier au cours de cette enquête.

## 2) La méthodologie :

Pour réaliser cette étude nous avons diffusé un questionnaire. En effet, le temps qui nous était imparti, d'une part, et l'objectif de cette enquête, d'autre part, nous ont laissé penser que

---

<sup>72</sup> ADEME.FR, *Obligation Tri 5 flux*, [en ligne]. Disponible sur <<https://www.ademe.fr/obligation-tri-5-flux>> [consulté le 11 août].

<sup>73</sup> ZEROWASTEFRANCE.ORG, *Guide sur la diminution des déchets au bureau*, Disponible en pdf sur <<https://www.zerowastefrance.org/wp-content/uploads/2018/07/zd-au-bureau-zwf.pdf>>

le questionnaire était le moyen le plus pertinent d'obtenir un maximum de réponses : nous étions dans une démarche quantitative et non qualitative. L'analyse de ce questionnaire sera, bien entendu, enrichie par des articles scientifiques, des observations et des entretiens que nous avons pu mener.

L'élaboration des questions et leur ordre n'est pas anodin. Nous avons construit un questionnaire rapide avec des questions claires et simples afin d'obtenir les réponses les plus sincères possible. Nous avons également fait attention à l'ordre des réponses : par exemple, nous avons choisi de ne pas mettre la question du lien entre tri des déchets au travail et action citoyenne en début de questionnaire. Cette question, très engageante et responsabilisante, aurait pu influencer le reste des réponses. Selon nous, demander en premier lieu les attitudes de tri, avant d'évoquer le lien entre tri et préservation de l'environnement, permet d'éviter les biais. Ainsi, notre questionnaire est construit selon la trame suivante : d'abord quelques questions sur le profil des répondants (âge, sexe, hiérarchie dans l'entreprise), ensuite nous questionnons les habitudes de tri (fréquence de tri, freins au bon tri, utilité du tri), la troisième partie aborde les dispositifs qui, selon les collaborateurs, encourageraient au bon tri. Enfin nous interrogeons le lien entre tri des déchets en entreprise et sauvegarde de l'environnement.

Avec ce questionnaire, nous ciblons les salariés travaillant dans les locaux parisiens du groupe, ils sont environ 750. Nous espérons toucher tous les profils, niveau hiérarchique et âge. Pour cela, nous avons choisi de diffuser le questionnaire en ligne via un outil interne et avec le logo We are Green - programme qui porte les questions écologiques. Cela a donné de la légitimité au questionnaire et nous a permis de récolter un nombre de réponses anonymes significatives. Cela étant dit, il faudra prendre en compte le fait qu'il s'agit de réponses sur des comportements auto-déclarés, donc pas toujours objectives.

### 3) Les objectifs :

Cette enquête est avant tout exploratoire. Elle cherche à mieux comprendre les processus comportementaux et psychologiques qui guident les comportements en matière de tri. L'objectif de ce travail est de comprendre les comportements pour, in fine, proposer un dispositif mieux adapté aux habitudes de tri et améliorer le score des 58% de bon tri. Il permettra

également de mieux comprendre la manière dont les salariées appréhendent les questions environnementales et leur envie ou non d'adopter un comportement plus éco-responsable.

Dans ce but, nous avons formulé plusieurs hypothèses, nous pouvons les regrouper en quatre grandes intuitions. La première renvoie à la perception des collaborateurs du tri des déchets. Nous pensons qu'ils ne font pas le lien entre tri des déchets sur leur lieu de travail et impact sur l'environnement en général. Il se peut également qu'ils pensent que l'impact est minime et qu'il ne mérite pas un effort de leur part. Notre seconde hypothèse repose sur la crédibilité qu'ils accordent à cette crise. S'ils ne croient pas en une crise environnementale imminente alors ils n'auront pas envie de trier, en tout cas, ils n'y penseront pas. Notre troisième hypothèse concerne le contexte dans lequel s'effectue le tri. Ainsi, dans le cas où les poubelles sont peu visibles, pas assez nombreuses, mal placées ou les consignes de tri pas assez claires, les collaborateurs ne font pas l'effort de bien trier. Enfin, notre dernière hypothèse est liée à l'éducation et aux habitudes personnelles. Nous pensons que les jeunes générations et, en tout cas, les personnes sensibilisées aux questions environnementales ont tendance à mieux comprendre les enjeux et donc mieux trier.

## **B- Les résultats de l'enquête :**

Dans cette sous-partie, nous allons présenter les premiers résultats de notre enquête. Nous allons enrichir nos conclusions en nous appuyant sur d'autres études menées sur le sujet. À ce titre, l'article sur les « représentations sociales du tri sélectif et des déchets en fonction des pratiques de tri » rédigé par Mickaël Dupré en 2013 nous fournit quelques pistes d'explication de qualité. Ainsi, Dupré explique que différents facteurs psychosociaux semblent affecter les pratiques de tri. Selon lui, le facteur du « contrôle perçu », en d'autres termes : « la capacité que l'individu se reconnaît pour réaliser le comportement souhaité » est le facteur le plus prédictif. En effet, il dépend lui-même de différents éléments : les connaissances concernant la collecte des déchets, l'impact perçu du tri sur l'environnement, les contraintes de temps, d'espaces physique ou esthétique ou encore les croyances en l'efficacité du tri et de ses propres pratiques. D'après Dupré, « ces facteurs eux-mêmes ont un impact plus ou moins important sur

les comportements de gestion des déchets » (Dupré, 2013 p 178). Nous allons ici mettre en évidence les facteurs psychosociaux impliqués dans le contexte de l'entreprise étudiée.

## 1) Collecte des résultats et traitement des données :

Revenons, dans un premier temps, sur notre méthodologie de récolte et de traitement des données. Le questionnaire a été mis en ligne début juin 2019 et clôturé mi-juillet, nous avons effectué plusieurs relances pour obtenir un maximum de réponses. Nous avons obtenu 127 réponses viables sur environ 750 personnes présentes dans les locaux parisiens du groupe. Cela représente 17% de répondants, résultats encourageants qui témoignent de l'intérêt porté par les collaborateurs sur la thématique de l'écologie en entreprise. Nous avons récupéré les réponses en ligne, via un logiciel interne à l'entreprise sous forme de feuille Excel. Nous avons pu aisément effectuer des graphiques pour illustrer ces résultats. Nous avons également retraité les questions ouvertes afin de classer les réponses dans différentes grandes catégories et rendre l'analyse plus facile. Enfin, nous avons écarté les réponses incomplètes ou non à-propos.

## 2) Le profil des répondants :

### L'âge

La première section de notre questionnaire a été construite de manière à comprendre les caractéristiques de la population répondante. Ainsi à notre première question : « Quel âge avez-vous ? »<sup>74</sup>, nous constatons une grande fourchette d'âge allant de 22 à 55 ans, la majorité entre 25 et 32 ans, résultats peu étonnants lorsque l'on sait que la moyenne d'âge des salariés est de 32 ans<sup>75</sup>. Pour autant, un nombre significatif de répondants (51 sur

---

<sup>74</sup> Voir questionnaire en annexe.

<sup>75</sup> BELLAICHE A-S, La planète connectée des collaborateurs d'XXX, 2016 [en ligne]. Disponible sur < <https://www.usinenouvelle.com/article/la-planete-connectee-des-collaborateurs-xxx..N402267>> [consulté le 11 août 2019]

127, soit environ 40%) ont plus de 35 ans. Cela infirme notre hypothèse selon laquelle la protection de l'environnement implique davantage la jeune génération. Au contraire, il semblerait que « si ce sont les jeunes qui ont les attitudes les plus favorables envers la protection de l'environnement, ce sont les mêmes individus qui ont les comportements les plus néfastes, notamment en matière de tri des déchets » (Dupré, 2013). Pour preuve, Dupré évoque une étude réalisée par Bodonna<sup>76</sup> en 2003 sur « l'environnement, les déchets ménagers et la citoyenneté » dans laquelle il est indiqué les chiffres concernant le tri chez les moins de 25 ans en comparaison à leurs aînés. Les premiers semblent trier beaucoup moins systématiquement que les seconds, qu'il s'agisse du verre (64% contre 89% des septuagénaires), des piles (53% des moins de 25 contre 80% pour les plus de 25ans), des emballages (54% contre 86%) ou des papiers journaux (49% contre 84%). En somme, l'âge oriente sensiblement les comportements en matière de tri, c'est chez les moins de 25 ans que l'on observe la plus grande distance entre comportements et attitudes relatives à l'environnement (Schuster, 2003).

Nous pouvons, dès lors, nous demander les raisons qui expliquent que les jeunes, pourtant très impliqués dans la cause environnementale, adoptent un comportement de tri moins exemplaire que leurs aînés. La réponse est à chercher dans les modes de vie différents de ces deux populations<sup>77</sup>. Les jeunes ont des modes de vie plus nomades, or il est difficile de bien trier lorsque nous ne sommes pas chez nous ou que nous ne disposons pas d'équipement adéquat. D'autant plus lorsque l'on vit dans un petit espace comme une chambre étudiante.

#### Le sexe

La seconde question de notre questionnaire, pour clarifier le profil des répondants, portait naturellement sur leur sexe. Nous avons un taux de réponse homme-femme assez proche : 71 femmes sur 127 répondants soit 56% et 56 hommes (44%). Si la parité n'est pas atteinte, cela nous laisse quand même penser que les questions environnementales ne sont pas liées au sexe : elles préoccupent presque autant les hommes que les femmes.

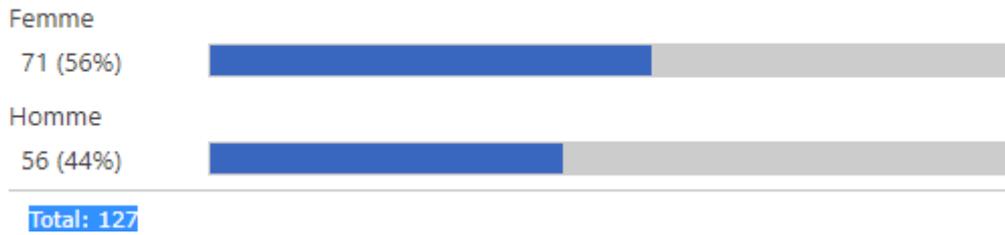
---

<sup>76</sup> BONADONA, S. (2003). *L'environnement, les déchets ménagers et la citoyenneté*. (thèse de Doctorat non publiée), Université de Provence, France

<sup>77</sup> PETIT Pauline, *Tri des déchets, les jeunes moins concernés que les seniors*, 2016 [en ligne]. Disponible sur <<https://www.consoglobe.com/tri-des-dechets-jeunes-moins-concernes-que-seniors-cg>> [Consulté le 11 août 2019]

## Représentation hommes/femmes des répondants au questionnaire :

### 2. Sexe ?



Source : graphique extrait des réponses aux questionnaires

### Le niveau hiérarchique

Enfin, pour compléter le profil de notre population, nous nous sommes interrogés sur la position hiérarchique des répondants au sein de l'entreprise. Nous constatons que le questionnaire a mobilisé tous les niveaux : du consultant junior (fraîchement arrivé) au manager senior (présent dans l'entreprise depuis des années). Cependant, une majorité des réponses vient des consultants (44 personnes soit 35%). Il s'agit de salariés ayant entre 27 et 29 ans, présents dans l'entreprise depuis environ deux ans. Ils ont une certaine expérience de leur métier et sont déjà bien ancrés dans le milieu du conseil parisien. Figure également parmi les répondants, 17% de managers ou seniors managers (22 répondants) aux responsabilités élevées et avec plus d'ancienneté dans l'entreprise, population difficile à toucher avec ce type d'enquête interne car très occupée. Même si ce résultat est encourageant, il reste assez révélateur : les personnes les plus haut placées dans l'entreprise prennent moins le temps de répondre à ce type de questionnaire. Cela confirme l'hypothèse de Dupré : le meilleur indice sociodémographique influençant les pratiques de tri est le revenu, lié au niveau hiérarchique (Dupré, 2013).

### 3) Le comportement de tri dans les locaux parisiens du groupe :

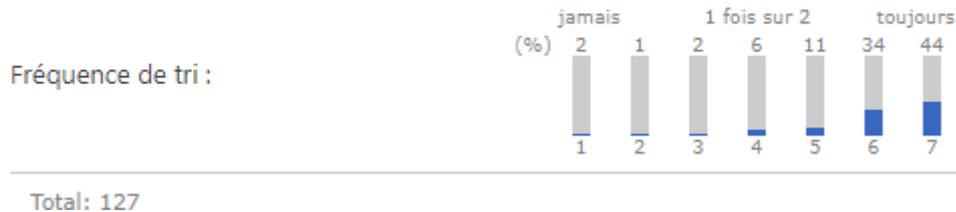
Maintenant, rentrons dans le vif du sujet en étudiant le comportement 'réel' des salariés en matière de tri des déchets. Rappelons ici qu'il s'agit de comportements auto-déclarés. Par conséquent, ils ne sont pas entièrement subjectifs. Cela étant dit, étudions de plus près la seconde partie de notre questionnaire.

## La fréquence de tri

De manière très transparente et surtout, dans l'optique de ne pas orienter la réponse, nous avons posé la question suivante : « Est-ce que vous triezy vos déchets sur Axe (locaux parisiens du groupe) ? ». Nous constatons qu'une large majorité des collaborateurs (95%) trie au moins une fois sur deux ses déchets. 44% d'entre eux affirment 'toujours' trier leurs déchets. Il y a donc clairement une habitude de tri présente chez la plupart des collaborateurs et ancrée dans les pratiques en entreprise.

### Fréquence de tri dans les locaux parisiens du groupe :

#### 5. Est-ce que vous triezy vos déchets sur Axe ?



Source : graphique extrait des réponses aux questionnaires

## Les Freins au bon tri évoqués par les collaborateurs

Afin de connaître les freins qui, selon les collaborateurs, empêchent de bien trier, nous avons posé cette fois-ci une question ouverte : « Quels freins vous empêchent de bien trier vos déchets sur votre lieu de travail ? ». Pour clarifier au mieux les résultats de cette enquête, nous avons regroupé les réponses dans de grandes catégories. Tout d'abord 32 répondants, et c'est la catégorie majoritaire, indiquent qu'il n'y a pas de frein au bon tri : « aucun frein, je trie déjà », « pas de soucis pour moi de trier ». Ensuite, le frein qui revient le plus souvent, nous le retrouvons dans 23 réponses, concerne la clarté des consignes : celles-ci sont « peu claires » ou

« différentes d'un étage à un autre ». Le troisième frein évoqué dans plus de 15 réponses concerne la visibilité et l'emplacement des poubelles de tri. En effet, selon les répondants, « l'emplacement des poubelles n'est pas toujours bien signalé », « les poubelles sont trop loin dans l'open space », « il y a un manque de visibilité des poubelles ». D'autres freins évoqués dans plusieurs réponses concernent le nombre insuffisant de poubelles ainsi qu'un manque d'information claire sur le cycle des déchets et l'intérêt du tri. Ainsi, revient souvent la notion de doute sur la bonne gestion des poubelles après le tri effectué par les collaborateurs. Citons certaines réponses : « pas d'information suffisante et claire sur le cycle de tri: que se passe-t-il une fois la poubelle ramassée ? », « j'ai déjà vu le personnel de ménage vider les différentes poubelles de tri dans un seul et même sac plastique », « qui me garantit que le tri est respecté une fois que j'ai bien jeté mes déchets ? ».

L'envie de bien trier

Bien sûr, le bon tri des déchets repose avant tout sur la volonté personnelle de bien trier. C'est pourquoi nous avons posé deux questions mesurant la volonté des collaborateurs de bien trier. La première question en ce sens : « Souhaitez-vous améliorer vos habitudes de tri ? » est assez révélatrice : 88% des collaborateurs y répondent positivement, seulement 12% négativement. Il y a donc une réelle aspiration à mieux faire :

#### Volonté de mieux trier :

##### **8. Souhaitez-vous améliorer vos habitudes en matière de tri des déchets chez Accenture ?**

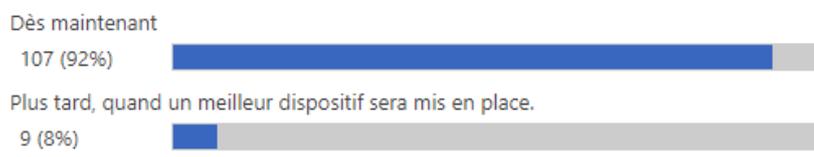


Source : graphique extrait des réponses aux questionnaires

Autre manière de mesurer cette motivation au bon tri, nous avons demandé dans quelle temporalité ils étaient prêts à mieux trier. Là aussi, la réponse est assez significative : 92% se disent prêts à changer leur comportement « dès maintenant », 8% seulement le retarde à « plus tard, quand un meilleur dispositif sera mis en place ». Autrement dit, 92% n'attendent pas un changement de politique de tri de la part de l'entreprise pour améliorer leur comportement, ils peuvent et veulent le faire d'eux-mêmes, dès maintenant. En revanche, 8% avouent attendre un meilleur dispositif de la part de l'entreprise avant de modifier leur propre comportement.

### Temporalité du changement de comportement :

#### **9. Si vous souhaitez changer votre comportement en terme de tri, quand seriez-vous prêt à le faire ?**



Source : graphique extrait des réponses aux questionnaires

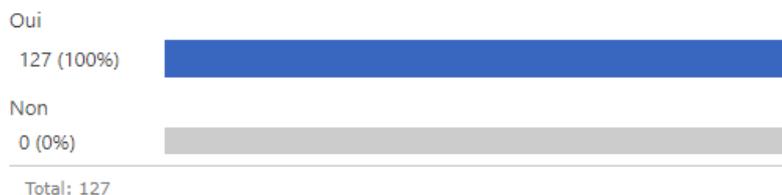
#### 4) Perceptions et croyances du tri en entreprise :

Une autre question abordée par notre questionnaire renvoie aux perceptions et croyances des collaborateurs en termes d'intérêt et de pertinence du tri en entreprise. Nous souhaitons savoir si les collaborateurs accordent de l'importance au bon tri, s'ils sont prêts à modifier leur comportement dans ce sens et, surtout, si l'entreprise a un rôle à jouer. En effet, si, pour eux, leur entreprise n'est pas légitime à proposer une meilleure politique en matière de tri, cela aura des conséquences sur leur comportement de tri au travail. Une série de trois questions nous a donc permis de confirmer/ infirmer nos hypothèses sur ce sujet.

D'abord, pour 100% des répondants, les entreprises ont bien un rôle à jouer sur les questions écologiques. En ce sens, le cabinet de conseil possède une certaine légitimité pour agir sur ces sujets-là. Une part du changement de comportement en matière écologique est donc bien à chercher au sein même des entreprises.

### Rôle des entreprises à jouer sur les questions écologiques :

#### **13. Pensez-vous que les entreprises ont un rôle à jouer sur les questions écologiques ?**



Source : graphique extrait des réponses aux questionnaires

Un autre résultat de notre étude montre que 74% des collaborateurs pensent que leurs gestes quotidiens à Axe (trier leurs déchets, éteindre la lumière...) peuvent avoir un réel impact sur l'environnement. Résultat intéressant quand on sait que la barre des 58% de bon tri n'est pas dépassée. Nous retrouvons ici un constat que nous avons fait dans la première partie de ce mémoire : il existe une vraie intention de bien trier et une conviction que cela a un impact sur l'environnement, pour autant, les comportements en matière de tri ne le traduisent pas. Autrement dit, il ne s'agit pas d'un manque de conviction ni de volonté, les raisons du mauvais tri au travail sont à chercher ailleurs.

Pour preuve, 98% des collaborateurs ayant répondu à l'enquête se disent prêts à changer leurs comportements quotidiens pour être plus éco-responsables sur leur lieu de travail.

### Volonté de changer de comportement :

#### **15. Etes-vous prêt à changer vos comportements quotidiens pour être plus éco-responsable à Axe ?**



Source : graphique extrait des réponses aux questionnaires

## **C- Les grandes conclusions et les réponses aux hypothèses :**

Une fois l'analyse des résultats de l'enquête effectuée, nous pouvons désormais étudier, à la lumière d'articles scientifiques, le comportement de tri et proposer des pistes d'explication.

### 1) Les facteurs qui encouragent le bon tri :

À la lumière des révélations fournies par le questionnaire, nous allons étudier de plus près les obstacles qui empêchent les collaborateurs de bien trier. Connaissant les freins au bon tri, nous avons posé la question suivante : « 7- Quels dispositifs vous encouragent à bien trier vos déchets ? ». L'idée sous-jacente était de mettre en évidence les dispositifs qui, selon les principaux intéressés, auraient un effet positif sur leur comportement en matière de tri. Encore une fois nous avons privilégié une question ouverte afin de récolter des réponses non orientées et sincères. Les réponses viennent confirmer et compléter les freins au bon tri révélés dans la question 6. Ainsi, 32 collaborateurs répondant à l'enquête pensent qu'une meilleure visibilité des poubelles (couleurs) et accessibilité (localisation, fréquence) favoriseraient le tri. Selon eux, il faut améliorer la « proximité des poubelles » et « les poubelles de tri ne sont pas suffisamment nombreuses ». Nous retrouvons ce résultat dans l'enquête menée par Dupré et ses collègues sur la Communication appliquée au tri sélectif en 2014. Pour eux, « certaines caractéristiques de la collecte affectent dans une plus large mesure les pratiques de tri » (Dupré & al, 2014). Ainsi, la collecte en porte-à-porte, qui diminue l'effort pour la personne qui trie est considérablement plus efficace que la collecte en point d'apport. Si nous transposons cette conclusion au cas spécifique de l'entreprise étudiée, nous pouvons en déduire que plus les poubelles sont proches des espaces de travail et nombreuses, moins l'effort d'aller trier est important et donc le comportement de tri est meilleur. Dupré et ses collègues observent que « 50% des non-trieurs témoignent qu'ils trieraient s'ils étaient équipés de bacs à roulettes à la place d'un point d'apport volontaire » (Dupré & al, 2014). Nous voyons donc l'importance d'un bon aménagement de l'équipement de tri pour favoriser un meilleur comportement. Concernant la visibilité des poubelles, nous pouvons également évoquer la dimension sociale du tri, selon Dupré et son enquête sur la représentation sociale du tri, « la dimension sociale est essentielle dans la détermination des pratiques de tri » (Dupré, 2013, p181). En effet, le tri est un comportement normatif, le fait que le tri soit visible pousse les individus à trier. Nous l'avons déjà évoqué, les

individus se comparent aux autres et accordent de l'importance à ce que l'on pense d'eux. La visibilité sociale conduit donc à une plus grande assiduité des comportements de tri.

Nombreux répondants (26) évoquent l'importance de la clarté des consignes pour mieux trier. Ils sont 26 également à bien trier car c'est une habitude personnelle. En effet selon Dupré, les comportements en matière de tri sont largement orientés par les habitudes et les valeurs personnelles (Dupré, 2014).

Par ailleurs, si les collaborateurs n'évoquent pas un manque d'information par rapport au tri. Plusieurs (une dizaine) aimeraient mieux comprendre l'utilité du tri et surtout le lien entre tri et protection de l'environnement, parfois trop abstrait pour eux. C'est la notion, de morale écologique évoquée par Chantal Aspe et Marie Jacqué dans leur article sur l'éducation à l'environnement. Cette notion renvoie à la prise de conscience du lien qui relie les individus à la nature, des conséquences de leurs actes sur l'environnement et de leur rôle. D'après les auteures, la morale écologique est une généralisation du mode de pensée environnemental qui permet de reconsidérer les liens entre l'individu et le collectif. Avoir cette morale est donc primordial « dans un contexte social et moral caractérisé par une individualisation des modes de vie et un éclatement des formes de participations politiques offrant un cadre dans lequel l'engagement collectif peut s'exprimer de manière individualisée. » (Aspe & al, 2012). En d'autres termes, c'est cette morale qui guide les comportements des individus, notamment concernant le tri de leurs déchets, c'est également pour eux une façon individuelle de faire un acte positif pour la société. Dupré préfère parler de responsabilité morale : « la responsabilité morale semble être le plus en lien avec les comportements de tri et plus généralement, les pratiques éco-citoyennes » (Dupré, 2014, p181). La littérature sur le tri révèle que les individus classent les comportements pro-environnementaux dans le domaine de la moralité. Par conséquent, il ne s'agit plus de calculer les coûts-bénéfices du comportement de manière rationnelle mais plutôt de faire un choix personnel entre bien et mal. Ce résultat est intéressant puisqu'il nous ramène au cœur de la thèse de ce mémoire : en matière de tri les comportements ne sont pas rationnels. Ainsi, pour rendre les comportements plus vertueux, les leviers rationnels classiques ne suffisent pas, il faut comprendre les autres facteurs en jeu. Plus encore, les différentes études suggèrent que l'individu culpabilise souvent à propos de ce qu'il fait ou ne fait pas, mais il se sent également moralement responsable de l'environnement. Il apparaît donc que le sentiment d'obligation morale est un facteur déterminant de la pratique de tri des individus (Dupré, 2014).

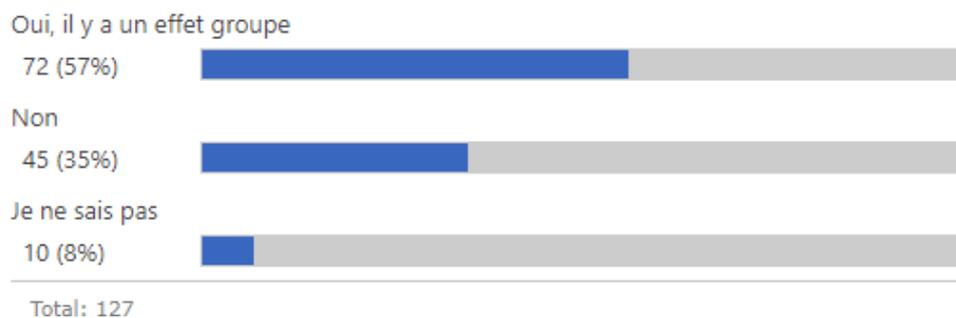
D'autres enseignements apportés par notre questionnaire concernent les réponses que nous n'avons pas, ou très peu, retrouvées. Contrairement à nos intuitions de départ, ni l'éducation, ni le devoir de protection de la planète ne sont des facteurs conduisant au bon tri. Si l'habitude personnelle revient souvent dans les réponses, il n'est pas pour autant question d'un manque d'éducation d'après les collaborateurs. Nous pouvons en déduire qu'il n'est pas nécessaire d'agir au niveau de la conscience environnementale ou de l'éducation au bon tri, déjà présente, mais plutôt au niveau du passage à l'acte. En clair, les collaborateurs savent qu'ils devraient trier mais, s'ils ne sont pas encouragés à le faire au moment propice, ils ne le font pas.

Par ailleurs, le sentiment de devoir de protection de la planète n'est pas un facteur qui pousse au bon tri. Selon des études, la relation entre l'intérêt pour l'environnement et les comportements pro-environnementaux est faible, voire modérée (Dupré, 2014). Il semblerait que « l'intérêt pour l'environnement n'explique pas plus de 10% de la variance des comportements écologiques comme le recyclage » (Dupré, 2014). Ce n'est donc pas ce levier qu'il faut activer pour modifier les comportements des collaborateurs en matière de tri.

Enfin, nous avons posé la question de 'l'effet de groupe' dans l'acte du tri. Autrement dit, est-ce que les individus sont plus susceptibles de trier si leurs collègues le font. Le résultat est significatif, 57% des répondants pensent qu'il y a effectivement un 'effet de groupe' qui entre en jeu en matière de tri. Ici aussi, nous retrouvons une conclusion évoquée dans l'article de Dupré, 'l'attachement à la communauté' affecte les comportements de tri, il s'agit d'un fort indice des comportements pro-environnementaux. Cependant cette conclusion est à nuancer car 35% des collaborateurs ayant répondu à l'enquête ne croit pas en un 'effet de groupe' susceptible de les inciter à mieux trier.

## L'effet de groupe dans le comportement de tri :

### **10. Pensez-vous être plus susceptible de bien trier si vos collègues font de même ?**



Source : graphique extrait des réponses aux questionnaires

En somme, notre questionnaire confirme notre intuition selon laquelle les comportements de tri sont régis par une norme sociale. Cela laisse supposer la possibilité d'un biais de désirabilité sociale dans les réponses des collaborateurs concernant leurs pratiques de tri. Nous avons également mis en évidence un sentiment de responsabilité qui joue dans l'adoption, ou non, de pratiques pro-environnementales. Par ailleurs, l'écart entre la volonté d'adopter des comportements vertueux en matière de tri et les pratiques réelles nous laisse à penser qu'il existe un décalage important entre représentations et pratiques en matière d'environnement. Il ne s'agit donc pas simplement d'agir sur la conscience environnementale pour induire des changements de comportement de tri : « l'argument environnemental ne semble pas offrir un levier particulièrement pertinent pour le changement de pratiques (Dupré, 2013). » Aussi, il ne s'agit pas simplement d'un manque d'information et de connaissance de l'impact du bon tri mais plutôt d'un manque d'incitation au moment de trier. Ces conclusions nous laissent croire qu'un nudge serait un dispositif pertinent pour favoriser un comportement de tri plus vertueux.

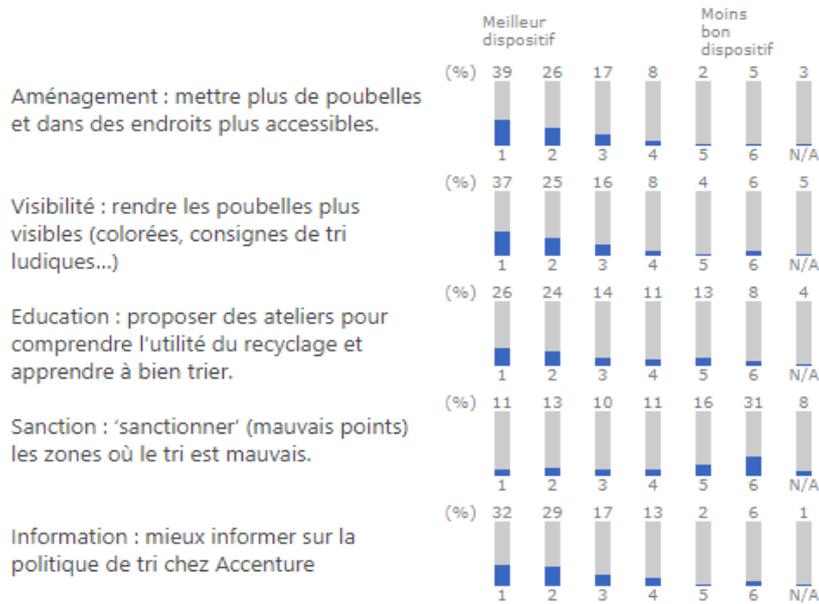
#### 2) Les dispositifs à favoriser selon les collaborateurs :

Après avoir étudié les freins au bon tri nous avons cherché à identifier les dispositifs les plus pertinents à mettre en place selon les collaborateurs. Pour cela, nous avons posé, dans un premier temps une question fermée pour mettre en évidence les dispositifs les plus demandés. Dans un second temps, nous avons proposé une question ouverte pour mettre en lumière d'autres dispositifs souhaités par les collaborateurs.

Ainsi à la question : « Quel type de dispositif favoriserait un comportement vertueux en matière de tri ? » 39% des collaborateurs participants à l'enquête ont voté pour l'aménagement. Selon eux, mettre plus de poubelles, dans des endroits plus accessibles, est le levier le plus efficace pour améliorer le score de bon tri. Pour 37% des répondants, c'est au niveau de la visibilité des poubelles qu'il faut travailler en priorité. Les poubelles mériteraient d'être plus colorées et les consignes de tri plus claires et ludiques. Nous pouvons déjà noter que ces deux facteurs pourraient être facilement activés à l'aide d'un nudge. Ces résultats confirment notre première conclusion : ce n'est pas tant sur la sensibilisation qu'il faut jouer mais plutôt sur la visibilité et l'accessibilité des équipements de tri. De plus, contrairement à une de nos hypothèses de départ, l'éducation n'est pas le levier à activer en priorité, pour 25% des collaborateurs, ce n'est pas le meilleur dispositif. Cela corrobore une des conclusions de Dupré : « l'éducation aurait une relation incertaine avec les pratiques de tri (Dupré, 2014) ». Enfin, le dispositif le moins favorable selon les collaborateurs est celui de la sanction. Donner des mauvais points aux zones où le tri est le plus mauvais ne semble pas une solution efficace pour changer les comportements.

Le dispositif le plus favorable au bon tri selon les collaborateurs :

**11. Quel type de dispositif favoriserait un comportement vertueux en matière de tri ?**



Total: 127

Source : graphique extrait des réponses aux questionnaires

Enfin, dans le but de proposer un dispositif adapté aux attentes et aux besoins spécifiques des collaborateurs nous leur avons demandé s'ils pensaient à d'autres dispositifs favorisant un comportement de tri vertueux. Ainsi, un collaborateur a proposé de mettre 'des affiches chocs à côté des poubelles'. L'idée est ici d'attirer l'œil et d'activer, au moment où le collaborateur s'apprête à jeter ses déchets, un sentiment de culpabilité. Nous pouvons imaginer une affiche choquante illustrant le continent de plastique avec une légende reliant le fait de trier ses déchets plastiques avec la réduction de ce continent.

Nous pouvons également imaginer une référence à la norme sociale en écrivant au-dessus des poubelles : « x% de vos collègues trient correctement leurs déchets et participent ainsi à sauvegarde de l'environnement. Seriez-vous prêt à faire de même ? ».

Une autre proposition des collaborateurs consiste à faire « taire les rumeurs selon lesquelles il ne sert à rien de trier, tout finit dans la même poubelle ». En effet, la croyance en l'efficacité du tri est, nous l'avons déjà évoqué, un des facteurs psychosociaux le plus susceptible d'affecter les bonnes pratiques de tri.

A côté de ces propositions, un élément revient plusieurs fois ; il faut supprimer le plastique et régler le problème à la source et non s'arrêter simplement sur les conséquences du problème. C'est une limite du nudge : s'il peut sans doute améliorer le score de bon tri des déchets, il semble superficiel de s'attaquer au tri des déchets plutôt que de limiter les déchets en amont. Le meilleur déchet étant celui qu'on ne produit pas, le nudge semble être un 'pansement sur une hémorragie'.

### 3) D'autres dispositifs tirés de la littérature :

À l'aide de la littérature, et en prenant en compte les remarques des collaborateurs, nous souhaitons proposer d'autres dispositifs susceptibles de favoriser le tri à Axe. Par exemple, dans leur article sur la communication engageante et le tri, Dupré et ses collègues proposent de combiner persuasion et engagement afin de modifier les pratiques de tri. « Cette

technique consiste à combiner persuasion et engagement comportemental (Dupré & al, 2014) ». En d'autres termes, l'idée est de pousser l'individu à réaliser un comportement libre et engageant, puis de lui exposer, ensuite, un discours persuasif. Selon les auteurs de cette étude, cette forme de communication a un intérêt certain : elle cumule les bénéfices de l'engagement comportemental avec ceux de la persuasion. Pour illustrer ce propos Dupré et ses collègues ont mené une expérience dans laquelle « les participants apposaient leur nom et leur signature sur une affiche afin de signifier leur accord avec le bienfondé du tri du papier, puis lisaient un court texte en faveur de la protection de l'environnement » (Dupré & al, 2014). Ainsi, l'acte engageant de signer un contrat a eu un effet significatif sur la participation au tri des déchets. Dans le cadre de notre cabinet de conseil, nous pouvons tout à fait imaginer un 'contrat de bon tri' qui encouragerait, sans toutefois les obliger, les collaborateurs à avoir un comportement plus vertueux. Nous pouvons également imaginer un tableau qui ferait état de la quantité de déchets triés en direct au-dessus des poubelles. Le recours à la norme sociale semble être une piste intéressante à creuser. Cependant, si cette technique est efficace lorsque l'on recherche un changement ponctuel non lorsque l'on recherche un comportement plus durable.

À Dupré de conclure que le tri apparaît comme le seul comportement à visée strictement collective. En effet, il demande à l'individu de prendre de son temps, de son énergie et de son espace pour le collectif. L'important est alors de savoir si le sentiment de responsabilité évoqué par le trieur s'établit avant ou après la pratique du tri. En effet, s'il est pré-existant à la pratique du tri, « la communication devrait alors rechercher la responsabilisation de l'utilisateur et la mise en saillance de la capacité individuelle » (Dupré, 2013, p 202). Il s'agirait donc d'activer la morale écologique au moment opportun afin de transformer l'intention en action. Par ailleurs, il serait efficace de mettre en avant la simplicité des bonnes pratiques de tri pour encourager les collaborateurs à les adopter.

#### 4) Retour aux hypothèses de départ :

À présent, revenons sur nos hypothèses de départ et étudions-les à la lumière des résultats de notre enquête.

Notre première hypothèse concernait la perception du tri des déchets par les collaborateurs. Nous supposions qu'ils ne faisaient pas le lien entre tri des déchets sur leur lieu de travail et impact sur l'environnement en général. Les résultats de notre questionnaire réfutent cette hypothèse. Au contraire, nous avons constaté que les salariés étaient conscients de l'importance de bien trier. 98% des répondants se disent prêts à modifier leurs comportements quotidiens pour être plus éco-responsables.

Notre seconde intuition était que les salariées n'avaient pas conscience de la crise écologique que nous traversons et ne croyaient pas au rôle de l'entreprise pour limiter cette crise. Là encore, nous nous sommes fourvoyés, les salariés ont connaissance de cette problématique mais, surtout, ils sont tous persuadés que les entreprises ont un rôle à jouer sur ces questions. En revanche, nous avons soulevé la possibilité que les collaborateurs ne pensent tout simplement pas à trier au moment opportun même s'ils ont connaissance des enjeux. Cette intuition se révèle juste.

Notre troisième hypothèse concernait le contexte dans lequel s'effectue le tri. La visibilité des poubelles, leur nombre, la clarté des consignes étaient, selon nous, les principales raisons pour expliquer le mauvais score de tri des déchets. Le questionnaire a confirmé cette intuition. Il s'agit bien, selon les interrogés, du frein principal au tri.

Enfin, notre dernière hypothèse était liée à l'éducation et aux habitudes personnelles. Nous pensions que les jeunes générations avaient tendance à mieux comprendre les enjeux et donc mieux trier. Or l'étude de la population répondante nous a appris que la question du tri n'était pas une question de génération ni d'éducation. Les habitudes personnelles en revanche, influent beaucoup sur le comportement de tri au travail.

#### **D- Les biais et limites de cette enquête :**

Enfin, nous ne pouvons pas clôturer cette étude sans mentionner les biais et limites auxquels nous avons été confrontés. En effet, la population étudiée, les outils utilisés, le contexte, l'objectif de l'enquête et les pré-jugés de l'enquêteur au moment de construire le questionnaire ne sont pas sans conséquences sur les réponses des interrogés. La première limite que nous pouvons soulever concerne la nature des mesures effectuées. Celles-ci ont été réalisées sur des

comportements auto-déclarés et non pas sur des comportements effectifs. Le risque de biais n'est donc pas à négliger (Dupré, 2014).

Ensuite, nous devons rappeler que cette étude s'est faite sur la base du volontariat, sous la marque We are Green et qu'elle a été diffusée grâce aux Ambassadeurs du programme We are Green. Il paraît donc fortement probable que les répondants soient des personnes déjà sensibilisées aux questions écologiques et impliquées dans la politique environnementale de leur entreprise. Le mode de diffusion du questionnaire utilisé n'a pas permis d'impliquer des collaborateurs non concernés par ces questions, nous n'avons pas un échantillon représentatif des différents profils de collaborateurs travaillant dans les locaux parisiens du groupe.

Aussi, les collaborateurs sont relativement jeunes, il s'agit majoritairement diplômés de grandes écoles, ils touchent un bon salaire et habitent dans Paris intramuros. L'enquête n'est donc pas représentative de l'ensemble de la population française : ces résultats sont à cantonner au microcosme des cabinets de conseil parisiens. Le biais générationnel est également à prendre en compte.

Par ailleurs, même si l'enquête est complètement anonymisée, nous ne pouvons pas échapper au biais de désirabilité de la norme sociale évoquée plus haut. En effet, il paraît fortement probable que les répondants aient tendance à répondre de manière socialement acceptable selon eux.

Enfin, notre étude nous a permis d'étudier les comportements de tri dans leur ensemble, nous n'avons pas testé isolément les variations de facteurs responsables de la pratique du tri. Nous ne pouvons donc pas identifier le degré d'importance des facteurs situationnels et des facteurs psychosociaux en jeu (Dupré, 2014).

## **CONCLUSION :**

Nous avons mené ce travail afin de comprendre le paradoxe suivant : 90% des français se disent inquiets pour l'environnement, très peu adoptent un comportement quotidien plus vertueux. Le tri des déchets offre une illustration de ce paradoxe : 98% des collaborateurs interrogés pensent que le tri des déchets est important et sont prêts à adopter un comportement quotidien plus responsable. Pourtant depuis deux ans, seuls 58% d'entre eux tri correctement leurs déchets. Nous nous sommes donc demandés en quoi le comportement des individus n'était pas conforme à leurs déclarations d'intentions. Nous souhaitons mettre en évidence les freins au changement de comportement notamment en lien avec l'environnement. En clair il s'agissait de comprendre ce qui empêche les collaborateurs d'adopter un comportement vertueux et de proposer, au regard de la littérature sur le sujet, des dispositifs pour encourager les collaborateurs à adopter des gestes plus responsables, ici : bien trier.

Pour ce faire nous avons, dans un premier temps, exposé le cadre théorique dans lequel s'inscrit ce mémoire : l'économie comportementale. Cette économie remet en cause la théorie classique de l'individu rationnel et cherche à prendre en compte les biais et erreurs de jugement dont sont victimes les individus. C'est dans ce cadre que nous avons exposé le paradoxe environnemental. Celui-ci fait référence à « l'écart massif entre d'une part, la forte connaissance déclarée de la question environnementale et son importance perçue et, d'autre part, la faiblesse des pratiques concrètes adoptées par les individus dans leur vie quotidienne » (Singler, 2015, p48).

Afin de comprendre ce paradoxe, nous nous sommes appuyées sur le processus de décision de Daniel Kahneman : lorsque nous prenons nos décisions, deux systèmes peuvent être sollicités. Le système 1, rapide automatique et inconscient permet de prendre la majorité de nos décisions quotidiennes. Ce sont des décisions prises par habitudes et influencées par des biais ou heuristiques. Typiquement, le système 1 est activé lorsque nous effectuons des gestes quotidiens, par exemple : jeter nos déchets. Ce système automatique permet au cerveau d'économiser de l'énergie. Kahneman et ses collègues économistes comportementaux ont réfléchi à la manière d'influencer ces attitudes anodines afin d'aboutir à un changement de comportement. C'est la naissance du nudge ou 'coup de pouce', dispositif qui consiste en un changement dans l'architecture de choix qui s'impose aux individus dans l'objectif d'orienter

leurs comportements. Le système 2, quant à lui, requiert beaucoup plus d'énergie, il est donc moins sollicité. Plus lent, il nécessite un certain temps de réflexion afin de prendre la décision la plus optimale. Ce système est moins utilisé pour nos gestes quotidiens mais c'est lui qui est activé pour des sujets de fond comme le choix de notre posture et attitude en termes de protection de l'environnement. Pour jouer sur ce système, plusieurs leviers classiques peuvent être sollicités : l'information pour convaincre, les mécanismes économiques pour inciter, la régulation pour imposer et l'innovation pour apporter de nouvelles solutions (Singler, 2015).

Le tri des déchets, geste automatique qui dépend donc du système 1, semblait un terrain d'expérimentation pertinent pour étudier l'économie comportementale et le dispositif du nudge. Notre enquête nous a permis de mettre en évidence le comportement de tri des collaborateurs. Si leurs habitudes de tri ne résultent pas d'un manque de conscience environnementale, c'est au niveau de la transformation de l'intention en action qu'il y a un blocage. Pour beaucoup de collaborateurs, le manque de visibilité des poubelles et le manque de clarté des consignes de tri expliquent les mauvaises pratiques de tri. C'est pourquoi notre recommandation est de mettre en place un nudge efficace qui permettrait d'inciter les collaborateurs à adopter un comportement vertueux au moment de jeter leurs déchets. Cependant, nous ne pouvons pas ignorer les limites du nudge : il s'agit d'un dispositif superficiel et peu durable. Beaucoup des détracteurs de l'économie comportementale ont également mis en évidence le caractère manipulateur de ce dispositif. Afin de répondre à ces critiques nous proposons d'utiliser le boost pour changer le comportement de tri des collaborateurs. Comme le nudge, le boost cherche à changer les habitudes mais il ne s'appuie pas sur les biais dont nous sommes ponctuellement victimes. En effet, le boost cherche à développer notre conscience environnementale pour, in fine, nous permettre d'adopter le comportement le plus vertueux de nous-même. La conscience environnementale étant déjà largement présente chez les collaborateurs, il s'agit de l'activer et de la développer pour provoquer un changement de comportement réfléchi et durable. Le boost, à la différence du nudge, modifie les comportements sur le long terme et de manière totalement transparente et réfléchie. L'individu reste maître de sa décision, le caractère manipulateur de ce dispositif est donc écarté.

Ces résultats, quoique intéressants, sont à nuancer pour plusieurs raisons. En effet, il y a des limites à ce mémoire et son enquête d'une part, et à l'économie comportementale d'autre part. Notre mémoire s'inscrit dans un courant encore récent et les articles sur le boost et

l'efficacité réelle du nudge sont encore peu nombreux. Il faudrait plus de temps pour mesurer les résultats effectifs de ces dispositifs. Aussi, notre enquête est interne et très liée aux particularités de cette entreprise : ils ne sont probablement pas transposables.

Plus généralement, si l'économie comportementale connaît un certain engouement, elle suscite de nombreuses interrogations. Tout d'abord, nous pouvons nous demander si une situation 'réelle' créée en laboratoire (l'économie comportementale étant expérimentale), n'est pas, de fait, artificielle (Gautié, 2007, p933). Ensuite, nous pouvons remettre en question la pertinence même de la démarche de l'économie comportementale. Celle-ci est dénoncée comme une « démarche systématique de démolition des fondements du paradigme standard sans aucun modèle alternatif à proposer » (Lazear, 2000, p140). Dans ce sens, elle est parfois comprise comme une remise en cause de la théorie standard sans réels fondements.

Il convient maintenant de revenir sur nos hypothèses de départ pour répondre au mieux à notre problématique. En introduction de ce mémoire, nous avons défini quatre grands axes d'hypothèses. La première reposait sur les perceptions qu'ont les individus de la crise environnementale et, plus précisément, de la nécessité de bien trier leurs déchets. Selon nous, la perception oriente le comportement : celle du lien entre tri des déchets et environnement encourage aux bons gestes. L'analyse des freins aux éco-gestes confirme cette intuition. Notre seconde hypothèse reposait sur les croyances. Croire en la crise écologique imminente et en l'importance de bien trier ses déchets pour limiter celle-ci encourage le comportement vertueux. Là encore, c'était une bonne intuition : les comportements de tri sont en partie dictés par la conscience environnementale et la conviction qu'il est important d'avoir un comportement vertueux. Ensuite, nous avons mis en avant l'importance du contexte dans lequel est prise la décision. Selon nous, la présence de consignes de tri, l'aménagement des poubelles, leur visibilité, ont un impact sur le comportement des individus en matière de tri. Nous pouvons valider cette troisième hypothèse. Enfin, nous avons supposé que les individus ont une vision à court terme et qu'ils anticipent peu. Si nous avons bien mis au jour le biais selon lequel nous préférons le présent au futur, la conscience environnementale nous laisse penser que nous prenons de plus en plus en compte le futur proche quand nous prenons des décisions liées à l'environnement.

Revenons, maintenant, aux problématiques de ce mémoire : « En quoi le comportement des individus n'est pas conforme à leur déclaration d'intention ? Quels sont les freins au changement de comportement ? Dans quelle mesure pouvons-nous analyser les comportements de tri des déchets afin de révéler les freins au bon tri ? ». Plus que jamais, nous pensons qu'il est primordial de comprendre les freins qui empêchent les collaborateurs de trier correctement leurs déchets pour proposer un dispositif adéquat et adapté et inciter à un comportement plus vertueux. De plus, ce sont ces freins qui expliquent l'écart entre intention et action. Les collaborateurs ne trient pas du fait que les poubelles ne sont pas accessibles, les consignes peu claires ou d'autres raisons de ce type, et non parce qu'ils pensent que c'est inutile.

Ce mémoire nous a permis d'esquisser les prémisses d'une étude sur l'analyse du comportement des individus en matière d'environnement. Comprendre leurs attitudes et expliquer le décalage entre intention et action est, nous le pensons, un moyen pertinent qui permettra d'influer et d'orienter les comportements. Si cette compréhension est primordiale, elle reste superficielle. Il ne faut pas s'arrêter à l'étude du comportement et à la prise de décision. Il s'agirait d'aller plus loin en étudiant scientifiquement, comme nous le propose Sébastien Bohler<sup>78</sup>, notre cerveau -organe de la prise de décision.

---

<sup>78</sup> La thèse de Sébastien Bohler, neurologue et rédacteur en chef de la revue *Cerveaux & psycho*, soutient que notre cerveau est une prouesse de technologie. Il a mis des milliards d'années à se développer a su s'adapter à de multiples changements et éviter tous types de danger. Pourtant, cette machine incroyable qui a doté l'humain de capacités toujours plus importantes, est devenu notre pire ennemi, celui qui va sans doute mener à la perte de l'espèce humaine. BOHLER Sébastien, *Le bug humain*, Robert Laffont, 2019, 270p.

## BIBLIOGRAPHIE :

ACOT P, *Histoire de l'écologie*. Presses Universitaires de France, « La Politique éclatée », 1988, 288 pages.

AL-SHAMS, A. *Le nudge. Embarras du choix & paternalisme libertarien*. 2017. *Multitudes* 68, n° 3, 44-53.

ASPE C ET JACQUE M. *Environnement et société*. Editions Quæ, 2012.

ASPE, C ET JACQUE, M. *L'éducation à l'environnement : entre critique et adaptation*. *Natures sociales*, 2012, 213-53.

BARR, S. (2007). *Factors influencing environmental attitudes and behaviors : A UK study of household waste management*. *Environment and Behavior*, 39, 435-4

BERGERON, H, CASTEL P, DUBUISSON-QUELLIER S, LAZARUS J & NOUGUEZ E ET PILMIS O. *Le biais comportementaliste*. Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.), 2018.

BINNINGER, A-S, ROBERT I, & OURAHMOUNE N. *Étiquettes environnementales et consommation durable : des relations ambiguës en construction*. *Revue de l'organisation responsable* Vol. 9, n° 1 (12 juin 2014) : 5-24.

BOUDON R., *La place du désordre*, 1984. Paris, PUF, 245 p.

BOZONNET J.P. *Environnementalisme européen et capitaux sociaux, Ou quel lien social exactement tricotent les écolos ?* 2004, XVIIème Congrès de l'AISLF, Tours, CR 23 - *Sociologie de l'environnement et du Développement Durable*, 12 p.

BOZONNET J.P. *L'écologisme en Europe : les jeunes désertent*, 2005 in *Les jeunes Européens et leurs valeurs, Europe occidentale, Europe centrale et orientale*, (Galland O. et Roudet B. dir), Paris, INJEP-La découverte.

BOZONNET J.P. *Les préoccupations environnementales en Europe, réaction aux nuisances et construction idéologique*, 2001. in *L'opinion européenne* (Reynié D. et Cautrès B.), Paris, Presses de la Fondation Nationale de Sciences Po, pp. 123-158.

BOZONNET Jean-Paul *De la conscience écologique aux pratiques : Comment expliquer le hiatus entre attitudes environnementalistes et les comportements*. [en ligne]. 2007. Archives Ouvertes. Disponible au format PDF sur <<file:///C:/Users/tifai/AppData/Local/Temp/Texte base Toulouse Juin2007-1.pdf>>

CLOCHARD, J, HOLLARD J G, & PEREZ F. *Richard H. Thaler et les limites de la rationalité*. Revue d'économie politique Vol. 128, n° 4 (17 octobre 2018): 535-48.

COMBY, J-B. *Quand l'environnement devient « médiatique ». Conditions et effets de l'institutionnalisation d'une spécialité journalistique*. Réseaux 157-158, n° 5-6 (2009) : 157-90.

DOWNS A., *Up and down with ecology - The "issue-attention" cycle"1998*. in Political Theory and Public Choice: The Selected Essays of Anthony Downs (ed.), Cheltenham (UK), Edward Elgar Publishing, pp. 100-112.

DUBUISSON-QUELLIER, S. *Gouverner les conduites*. Domaine Gouvernances. Paris : SciencesPo les presses, 2016.

DUNLAP, R.E., VAN LIERE, K.D., MERTIG, A.G. ET JONES, R.E. (2000). Measuring Endorsement of the New ecological Paradigm: A revised NEP Scale. Journal of Social Issues, 56, 3, 425-442.

DUPRE, M, MEINER S & GUEGUEN N. *Communication engageante appliquée au tri sélectif: comparaison entre les techniques du pied-dans-la-porte et du double-pied-dans-la-porte*. Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale Numéro 102, n° 2 (16 juillet 2014) : 259-84.

DUPRE, M. *Représentations sociales du tri sélectif et des déchets en fonction des pratiques de tri*. Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale Numéro 98, n° 2 (15 octobre 2013) : 173-209.

FLEURY-BAHI, G. *La relation individu-environnement. Le point sur...* Psychologie, 2010, 7-19.

GAUTIE, J. *L'économie à ses frontières (sociologie, psychologie)*. Revue économique Vol. 58, n° 4 (1 juillet 2007) : 927-39.

GOLLIER, C, HILTON, D & RAUFASTE E. *Daniel Kahneman et l'analyse de la décision face au risque*. Revue d'économie politique Vol. 113, n° 3 (2003) : 295-307.

GRÜNE-YANOFF, T *Boosts vs. Nudges from a Welfarist Perspective*. Revue d'économie Politique Vol. 128, n° 2 (22 mai 2018) : 209-24.

INGLEHART R. & FLANAGAN S. C. *Value change in industrial societies*, 1987. n American Political Science Review, 81 (4) : 1289-1319.

JIN, P & MUNIER F *Creativity, growth, and nudge: the case of Shanghai*. Marché et organisations N° 21, n° 2 (25 septembre 2014) : 147-61.

- KEMPTON W., BOSTER J. S. & HARTLEY J.A. *Environmental values in American Culture*, 1995. Cambridge, MA, MIT Press, 336 p.
- LABELLE, F, SPENCE M, & COURRENT J-M. *A practice-based typology of sustainable SMEs : development of a sustainability compass*. Revue de l'organisation responsable Vol. 11, n° 2 (19 octobre 2016): 5-23.
- LAZEAR, E *Performance Pay and Productivity*. 2000. American Economic Review, 90 (5): 13
- MARTIN, O. *L'analyse quantitative des données*. 4e édition. 128. Malakoff : Armand Colin, 2017.
- OLSON M., 1978. *Logique de l'action collective*, Paris, PUF, 200p.
- ROQUES, J-L, BERGER C, COMBES C, & DUPONT Y. *Le paradoxe environnemental : dans un contexte de changement incessant, pourquoi rien ne change ?* Proximités-Sociologie. Bruxelles : E.M.E, 2015.
- ROY A. *L'environnement, de plus en plus intégré dans les gestes et attitudes des Français*, 2006. Le 4 pages IFEN, n°109, 4 p.
- SERVET, J-M. *L'économie comportementale en question*. Éditions Charles Léopold Mayer, 2018.
- SINGLER, E. *Green nudge: réussir à changer les comportements pour sauver la planète*. Montreuil : Pearson, 2015.
- SUNSTEIN, C.R. and R.H. THALER. *Libertarian Paternalism Is No an Oxymoron*. 2003. University of Chicago Law Review 70, 1159-1202.
- SUSSAN, R. *Nudge, la manipulation bienveillante*. Vol. 287. Auxerre : Editions Sciences Humaines, 2016.
- THALER, R.H. *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics*. 2015. New-York : W. W. Norton & Company
- THALER, R H., SUNSTEIN C R, & PAVILLE M-F *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Pocket. Paris : Vuibert, 2012.
- THALER, R.H. and S. BENARTZI. *Save More Tomorrow*. 2004. TM: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving. Journal of Political Economy 112p, S164-S187.
- TIROLE Jean, *Économie du bien commun*, 2016. Paris, PUF.

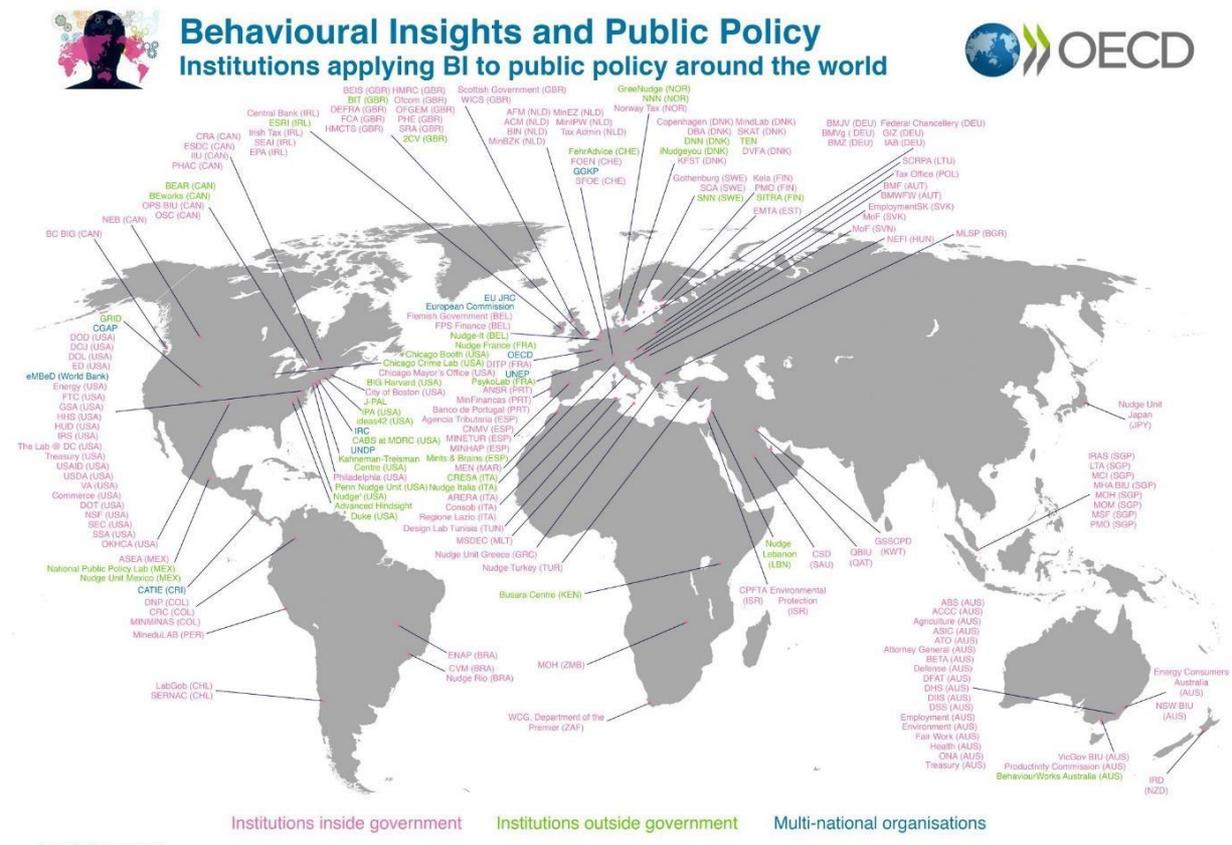
TVERSKY, A. and D. KAHNEMAN. *Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases*. 1974. Science 185, 1124-1131.

TVERSKY, A. and D. KAHNEMAN. The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. . 1981. Science 211, 453-458p

WEBER Max, 1971, *Économie et société*, Paris, Plon, 650 p.

# ANNEXES :

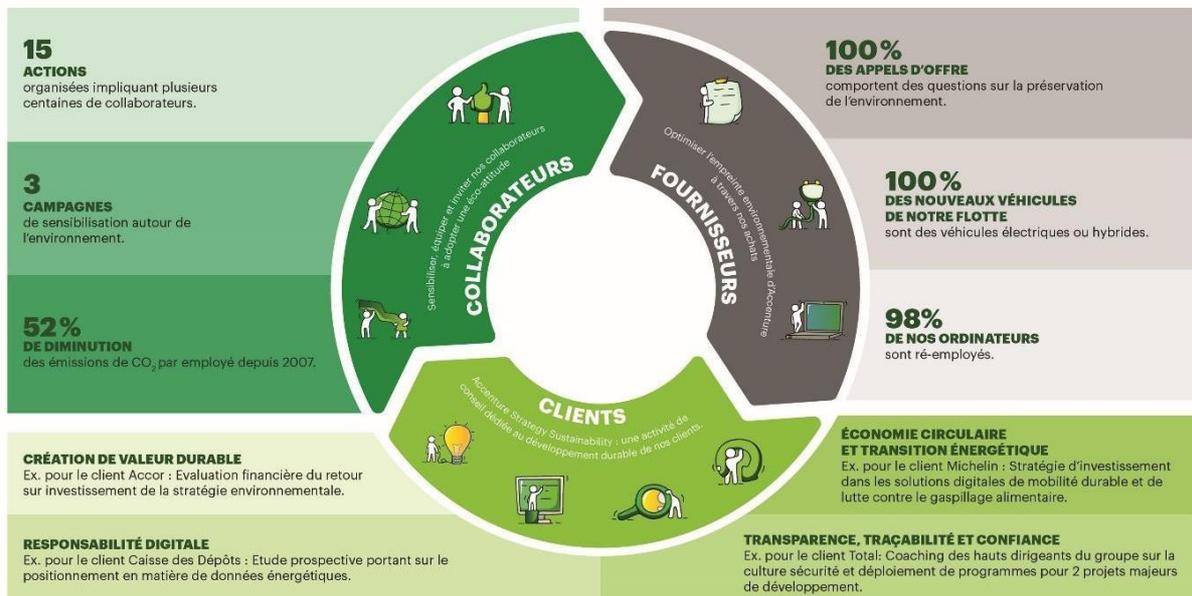
## Annexe 1 – Carte *Behavioural Insights and Public Policy*, OCDE



Source : OECD.ORG *Behavioural Insights and Public Policy - Lessons from Around the World*. 2017 [en ligne] Disponible : <<http://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/behavioural-insights-and-public-policy-9789264270480-en.htm>> [consulté le 29 Juillet 2019].

## Annexe 2 – Infographie We are Green : L'engagement environnemental de l'entreprise étudiée de A à Z

Source : document interne.



## Annexe 3 – Questionnaire sur les comportements de tri à Axe :

### ENQUÊTE



Bonjour, nous lançons une enquête pour comprendre les leviers qui nous encouragent/découragent à bien trier nos déchets sur Axe. Cette enquête permettra de mettre en place un dispositif mieux adapté à nos locaux et nos habitudes afin d'avoir un meilleur résultat en termes de bon tri.

Les personnes qui sont souvent chez le client peuvent répondre mais elles doivent **prendre en compte leur comportement à Axe et non chez le client.**

Ce questionnaire est rapide (10 minutes) et anonyme. Je vous remercie pour votre temps et aide précieuse à la réalisation de cette enquête.

**Consignes :** entourez votre réponse à l'aide de ce symbole :  (il suffit de le copier-coller) ou compléter directement avec vos réponses.

#### **Profil :**

-Votre âge :

-Sexe :            M                    F

-Level :

-Temps passé en moyenne par mois à Axe (en pourcentage) :            %

1- Est-ce que vous triez vos déchets chez Accenture ? (sur une échelle de 1 à 7, entourez votre fréquence de bon tri)

(Jamais) 1    2    3    4    5    6    7 (Toujours)

2- Quels freins vous empêchent de bien trier vos déchets chez Accenture ? (Exemple : les poubelles sont trop loin ou peu visibles, les consignes de tri ne sont pas claires, je n'y pense pas...)

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

3- Au contraire, Quels dispositifs vous encouragent à bien trier vos déchets ? (Visibilité des poubelles, clarté des consignes de tri, habitude personnelle de la maison...)

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

4- Souhaitez-vous, si besoin, améliorer vos habitudes en matière de tri des déchets chez Accenture ?

Oui Non

5- Si oui, quand seriez-vous prêt à le faire ?

Dès maintenant Plus tard, quand un meilleur dispositif sera mis en place.

6- Pensez-vous être plus susceptible de bien trier si vos collègues font de même ?

Oui, il y a un effet groupe Non

7- Selon vous, quel type de dispositif favoriserait un comportement vertueux en matière de tri ?

*(Plusieurs réponses possibles, merci d'entourer d'une couleur différente le numéro du dispositif le plus efficace selon vous)*

1. Aménagement : mettre plus de poubelles et dans des endroits plus accessibles.
2. Visibilité : rendre les poubelles plus visibles (colorées, consignes de tri ludiques...)
3. Education : proposer des ateliers pour comprendre l'utilité du recyclage et apprendre à bien trier.
4. Sanction : 'sanctionner' (mauvais point) les zones où le tri est mauvais.
5. Incitation : récompenser (cadeau) les zones où le tri est bien fait.
6. Information : mieux informer sur la politique de tri chez Accenture
7. Autre :

8- Pensez-vous que les entreprises ont un rôle à jouer sur les questions écologiques ?

Oui Non

9- Pensez-vous que vos gestes quotidiens sur votre lieu de travail (tri des déchets, éteindre la lumière...) peuvent avoir un réel impact sur l'environnement ?

Oui Non

10- Etes-vous prêt à changer vos comportements quotidiens pour être plus éco-responsable à Axe ?

Oui Non

Ce questionnaire nous aidera à améliorer le dispositif de tri chez Accenture et passer la barre des 58% de bon tri. Merci !

Annexe 4 – Extrait des réponses au questionnaire :

Quels freins vous empêchent de bien trier vos déchets [ ] ?
dés fois je ne sais pas dans quelle poubelle mettre
Les consignes de tri sont assez basiques, parfois j'ignore si je peux recycler un contenant alimentaire, afin d'éviter de ruiner une poubelle de tri, en cas de doute, je jette le déchet dans la poubelle ménagère. Il faudrait s'informer en amont, mais il est toujours trop tard lorsque l'on s'apprête à jeter un déchet. Accenture pourrait nous aider à la décision en proposant des consignes claires et précises sur ce que l'on peut recycler et s'il faut en amont nettoyer le déchet de toute trace alimentaire par exemple.
-
hésitation pour certains déchets comme le bouchon Pas de tri possible dans les poubelles de salle
pas de frein
les consignes de tri sont différentes que celles chez moi. Je ne peux pas trier mes emballages par exemple.
Il n'y en a pas assez à proximité et il n'y a pas de poubelles de tri dans les salles de réunion. S'il y en a, les consignes ne sont pas claires, et/ou personne ne les respecte.
Poubelle trop pleine (je pense notamment à celle pour les gobelets plastiques). Peut-être éloignées et peu visibles dans certaines zones.
Pas de freins
les consignes ne sont pas tjs claires et je ne suis pas sûre de mettre les déchets dans la bonne poubelle
Pas de freins
> Pas de poubelle Papier/carton et plastique recyclable à côté des machines à café pour les gobelets > Poubelles papiers à côté des imprimantes adaptées uniquement au papier mais pas au carton (grille rectangulaire pour faire passer des feuilles). > Pas de poubelles adaptées aux gobelets plastiques au 6e (il existe des poubelles spécifiques pour récupérer ce type de déchets)
les consignes de tri ne sont pas claires
- pas de poubelles de tri sur la terrasse
Consignes de tri ne sont pas claires
Je ne pense pas toujours à mettre mon gobelet (en carton) dans la poubelle correspondante (plastique)

Aucun
Pas de poubelles disponibles
MAIS CONSIGNES DE TRI PAS CLAIR ET EN LIGNE AVEC CE QUE FAIT LA VILLE DE PARIS
Je ne suis pas à AXE mais le soucis est identique à la défense, les poubelles sont trop petites dans les bureaux et ne propose pas de faire le tri
Consignes de tri pas claires dans les poubelles de salle manque d'un compost
manque de clarté des consignes (pas forcément en adéquation avec ce que je jette)
je ne suis pas toujours claire sur les gobelets en carton
....
Il n'y a pas de tri des déchets à Greenside
Aucun
les consignes de tri ne sont pas claires + des fois il n'y a plus de places certaines catégories de poubelles ...
na
Pas assez de poubelle pour trier tout ce qui est triable. Améliorer les indications pour éviter les erreurs de tri. Rajouter des indications. Il faut aussi travailler sur la diminution des impressions car beaucoup sont jetées. Pour informations, cette proposition devrait aussi être utilisée à la cantine, et devrait faire plus de tri.
n/a
N/A
signalétique pas toujours clair, poubelles "mieux placées"
pas convaincue que les poubelles dans les close soient effectivement triées ... il faut plus de poubelles pour les boissons (gobelets, canettes)
il y a trop de gobelets jetables aux fontaines: fournir des ecocup ou des mugs à chacun
-
Les poubelles sont trop loin (il n'y en a pas à côté de la machine café, notamment) L'ouverture de la poubelle ne facilite pas le passage de mes déchets (problème de format)
Signalétique gobelets plastiques qui ne correspond pas bien à la matière plastique plus carton des gobelets.
peu de poubelles sur les grandes ailes (A et B)
N/A

Loin et pas clair
Consignes peu claires, et je suis fainéant.
Quand les poubelles sont pleines
Parfois un manque d'informations.
Mettre une poubelle de tri au parking, seul endroit où je ne peux trier mes déchets (que je ne remonte pas dans les étages :)
Consignes pas assez claires
pas de poubelle de tri !!!
Pas de poubelles prévues pour le tri à Toulouse Blagnac, une seule poubelle dans l'open space, et une dans le coin café/cuisine. Je trie au minimum en ramenant mes bouteilles vides à la maison. Je ne jette que rarement au bureau (sauf quelques tasses en carton pour le café).
Pas d'information suffisante et claire sur le cycle du tri (que se passe t-il une fois la poubelle ramasser...)
Poubelles peu visibles et tri clairement identifié.
pas de soucis pour trier pour moi je suis juste déçu qu'une boîte comme Accenture soit toujours aux gobelets en plastique...
Aucun les poubelles sont visibles et mit à disposition les consignes sont claires
pas de poubelles de tri dans les salles, manque de visibilité des poubelles de tri
Consignes de tri peu claires
consignes pas claires, poubelles mal faites
aucun frein, je trie déjà
.

<p>Il n'y a pas de poubelle pour le verre =&gt; la cafet vend des produits avec des contenants en verre, il devrait y avoir un moyen de recycler le verre au lieu de le mettre dans la poubelle normale</p> <p>Consignes mauvaises : les indications concernant les gobelets en plastique et en carton ne sont pas les mêmes à tous les étages...</p> <p>Il faudrait que les ouvertures pour les poubelles papier soient plus larges : difficile de faire rentrer quelque chose d'un peu épais/un sac en papier ; peu d'endroits</p>
n/a
Peu de choix pour trier dans les poubelles de la cafét
<p>RAS pour tout ce qui est déchets "bureautique" (papiers, café).</p> <p>Par contre, amélioration possible pour tout ce qui est déchets liés aux repas pris dans nos locaux (sandwichs, salades) &gt; ces déchets finissent non triés dans les poubelles des salles de réunions/closed le plus souvent à côté des poubelles car les poubelles sont trop petites.</p> <p>les poubelles sont souvent un peu loin</p>
RAS
Consignes pas suffisamment clair
N/A
Pas toujours pratique pour jeter à l'intérieur de chacune des poubelles
<p>Parfois manque de clarté sur les règles et proximité des poubelles en particulier celles des salles ne sont pas clairement faites pour le tri ou leur fonctionnement n'est pas expliqué.</p> <p>Il pourrait y avoir plus de poubelles pour les piles.</p>
aucun
N/A
Aucun
<p>Les consignes de tri ne sont pas claires, parfois je ne sais pas dans quelle poubelle jeter mes déchets</p> <p>Les consignes ne sont pas claires, les emballages se recyclent mais non souillés ?</p> <p>Je trie 95% du temps, si je ne le fais pas c'est pas doute sur ce que j'ai entre les mains</p> <p>poubelles trop loin dans les open space. A la cantine, on oublie régulièrement de trier car les poubelles sont dans notre dos au moment de déposer le plateau</p>
na
<p>Je trie au maximum. En revanche, quand je vais à la cantine (rare), le tri pour les plateaux est tout sauf commode donc non propice à l'effort de chacun pour trier.</p> <p>Le tri dans les salles de réunion n'est pas bien respecté, malgré les consignes.</p>

N/A
Certains éléments ne sont pas clairs. On sait dans quelle poubelle va le carton, le plastique etc. En revanche, on ne sait pas toujours quels éléments sont recyclables ou non. Exemple : les gobelets en plastique des fontaines à eau vont dans le plastique, mais qu'en est-il des gobelets nespresso, composés à la fois de plastique et de carton ?
Les poubelles sur les terrasses ne permettent pas le tri sélectif ==> poubelle unique. Donc pour beaucoup de personnes, notamment les fumeurs qui sortent avec un café et une cigarette, en rentrant ils jettent leur gobelet dans la poubelle dehors en même temps que leur mégot. Au lieu de jeter le mégo et après rentrer à l'intérieur et jeter le gobelet dans la poubelle avec le tri sélectif.
Je trie toujours
Pas de freins, mais Accenture fournit pas d'alternatives au plastique - à revoir les machines à café - gobelets et paillettes
Pas de frein particulier
Pas de frein
Je trie mes déchets
Signalétique parfois ambiguë, notamment au RDC chez Berts
Dans les salles les poubelles ne permettent pas de trier les gobelets plastiques ou cartons L'emplacements des poubelles pas toujours bien signalés. Difficulté parfois de catégoriser le type de déchet

poubelles de tri pas assez nombreuses (notamment au 8eme et 9eme étage d'AXE), on a parfois un doute au niveau des consignes.
Poubelles trop loin
-
les poubelles sont peu visibles
N/A, je trie bien mes déchets !
Les poubelles sont rares et loins. Je pense que tous les déchets sont mélangés par la société qui vident les poubelles, même après avoir été gentiment triés. Je n'ai aucune confiance dans le processus aval de traitement de mes déchets. Le problème n'est pas le collaborateur mais le process. Les consignes de tri ne sont pas mise assez en évidence.
Il n'est pas possible de trier tout ce qui est recyclable ce qui est dommage (notamment: le verre à la cafétéria et dans les étages, les gobelets carton de la cafétéria dans les étages). Toutes les poubelles ne sont pas présentes sur chaque spot, empêchant de pouvoir tout trier a tout moment.
Assez peu de poubelles à mon avis.
Poubelles pleines, poubelles trop loin
Le fait que les poubelles soient remplies d' "erreurs de tri" alors que la signalétique est claire !
je n'y pense pas, mais c'est plutôt rare
je cherche toujours à trier
Pas sûre dans quelle catégorie le déchet appartient.
RAS
Mes déchets sont mélangés avant d'arriver aux poubelles et je ne peux pas faire le tri. Par ailleurs les poubelles ne sont pas claires et ne correspondent pas à notre pratique domestique, ce qui est confusant.
Des fois les consignes ne sont pas claires, je ne sais pas exactement où jeter mes déchets.
Certains déchets recyclables ne sont pas clairement affichés sur les poubelles.
Bac de tris pas forcément adaptés (RIE)
Je n'y pense pas car poubelles pas très claires ou full
Aucun
Consignes peu claires

Je ne comprends pas dans quelle poubelle mettre mes déchets
Aucun
Pas toujours les bonnes poubelles au bon endroit (ex : à la cantine, il n'y a pas de poubelles pour jeter le papier des tickets)
aucun
si je n'y pense pas
aucun
rien ne m'enpeche de bien trier au travail
Poubelles de tri pas dispo
Je le fais déjà
pas de frein
Poubelles de tri uniquement au 6e et non reparties sur les bench
Consignes de tri, tailles de poubelles parfois.
Pas de poubelles de tri dans les close ( ou pas clair)
Les consignes de tri ne sont pas claires
tri quasi toujours effectué, manque de rappel du tyri dans les salles de réunion/box
ras
Aucun

Aucun
Les poubelles de tri sont parfois loin de l'endroit où on en aurait besoin. Les consignes ne sont pas très claires pour les poubelles dans les salles de réunion.

Au contraire, quels dispositifs vous encouragent à bien trier vos déchets ?
Visibilité des poubelles
Accenture possède des poubelles de tri accessibles, et à tous les étages. Je trie par défaut, sauf quand j'ai un doute sur le déchet et que les consignes ne sont pas assez spécifiques.
Les poubelles sont suffisamment nombreuses et les consignes claires
clarté des consignes
proximité des poubelles
suffisamment de poubelles disponibles partout
Il y avait eu une séance de sensibilisation chez Accenture qui m'avait réexpliqué comment trier
Visibilité des poubelles, clarté des consignes, habitude personnelle, émulation entre amis/collègue, être informé (lorsqu'on comprend le pourquoi du comment, on a plus conscience de l'impact que prend ce geste simple).
Habitude personnelle, éducation, respect de l'environnement et des générations futures.
Clarté des consignes de tri
bcp de poubelles, habitudes personnelles
Les poubelles ont des couleurs très visuelles, il faudrait peut être indiquer par des plans à chaque étage où les trouver.
habitude personnelle uniquement
(Visibilité des poubelles
- poubelles de tri sur les étages
Habitude personnelle
Couleur des poubelles

la visibilité des poubelles est plutôt bien.
Visibilité des poubelles
POUBELLES ET CONSIGNES CLAIRES
Juste mettre à disposition dans les bureaux des poubelles de tri
les poubelles d'étage qui expliquent précisément quoi mettre dans quel poubelle.
habitude perso
j'apprécie les boîtes à piles !
.....
La présence de poubelles
Visibilité des poubelles, clarté des consignes de tri, campagnes régulières, habitude personnelle
+ des explications sur l'utilité du tri
na
Plus de poubelles pour trier convenablement.
Bonne accessibilité
clarté des consignes de tri sur les poubelles
Poubelles visibles, consignes claires.
signalétique plus clair, poubelles "mieux placées"
près des photocopieuses c'est très clair
nombre et visibilité des poubelles
-
Clarté des consignes de tri (les photos / picto en place aident bien !)
Habitude personnelle
poubelles de tri bien situées
couleurs poubelles et logos sur les poubelles
Visibilité des poubelles, clarté des consignes, habitude personnelle

Visibilité des poubelles et consignes
Des poubelles partout
les couleurs des poubelles et la signalisation
Les icônes explicatifs, les stands et ateliers réalisés par la Fondation, etc.
Proximité et visibilité des poubelles (et clarté des consignes)
Habitudes personnelles
habitude perso
disponibilité & visibilité du dispositif au minimum ! Je n'ai pas besoin de plus pour trier, je le fais au quotidien à la maison ou chez le client, donc je reproduirai le même geste sans effort, au contraire.
Clarté des consignes
Contenu poubelle clairement identifié. diversité des poubelles : papier/carton, metal, mais aussi pile, verre, etc... S'assurer que le personnel de ménage respecte le tri et ne mélange pas le contenu des poubelles pour des questions pratique.
pour moi la signalétique est suffisante, le nombre de poubelles aussi..
les poubelles sont visibles et mit à disposition les consignes sont claires
envie aussi de protéger la planète c'est un devoir
n/a
Abandon des machines à café à dosettes (au profit d'une machine avec broyeur pour café en grains).
clarté des consignes de tri
Visibilité des poubelles, clarté des consignes de tri, habitude personnelle
.

habitude personnelle
Disponibilité des poubelles de tri à de multiples endroits ; habitude personnelle
habitude personnelle
Poubelles bien visibles (aux espaces impression / Lounge)
clarté des consignes du tri
Pas de freins. Les consignes et la signalétiques sont claires.
Importance de consignes très clair
Visibilité & facilité d'accès des poubelles
visibilité des poubelles et ce que l'on peut jeter dedans avoir un retour sur ce que permet ce tri s'assurer que le tri est respecter quand ces poubelles sortent d'Axe
Les poubelles des espaces communs sont plutôt claires dans leurs indications.
clarté des consignes et accès facile aux poubelles
Sensibilisation à la préservation de l'environnement, disponibilités de poubelles de tries
Habitudes personnelles
des consignes précises
Une visibilité non pas sur les poubelles mais sur les produits consommés
Visibilité des poubelles, clarté des consignes de tri, habitude personnelle...
pictogrammes sur les poubelles (plus rapides à lire que du texte)
Clarté des consignes de tri + habitudes personnelles
Je trie au maximum, chez moi comme au bureau. Dans les étages d'Axe, il y a suffisamment d'indication.

Visibilité des poubelles + habitude perso
Les poubelles sont largement accessible et la répartition est assez claire
Les poubelles qui ont le tri sélectif sont relativement claires. Peut-être faire une distinction plus nette si besoin entre les gobelets en plastic et ceux en carton (plastifié ?)
Les poubelles sont très claires
les poubelles sont bien visibles
Visibilité des poubelles, clarté des indications de tri, habitude personnelle
Le nombre de poubelles, la visibilité des consignes
j'ai l'habitude de trier mes déchets donc ça ne me pose aucun problème quand je suis à Axe.
visibilité des poubelles
Poubelles de tri bien distinctes avec consignes claires
Habitude personnel (au domicile)

Habitude personnelle qui me pousse. L'aspect coloré pour bien démarquer les différents types de poubelles.
Habitude personnelle
Habitudes personnelle et visibilité des poubelles
clarté des consignes de tri
Habitude personnelle et clarté des consignes à Axe
Prouvez moi que les déchets sagement triés ne sont pas tous mélangés par la suite.
Habitude personnelle
Les poubelles sont très visibles, les consignes pourraient l'être un peu plus.
Bon visuel et facile à reconnaître
Clarté des consignes, proximité et indices visuels
Clarté des consignes de tri, habitude personnelle
Les poubelles de couleurs sont bien visibles
des messages dans les bureaux pour le tri
Visibilité des poubelles, images en tant qu'exemples de tri, SURTOUT, le fait d'être assurée que les déchets triés ne vont pas être remélangé par les personnels qui s'en chargent derrière
visibilité des poubelles
habitude et visibilité
Toutes ces raisons m'encouragent à tirer davantage.
Habitude, présence des poubelles dans des endroits ou j'en ai besoin. Consignes claires (Logos présetant les types de déchets....)
Habitudes personnelles, visibilités des poubelles dans les étages
Clarté des consignes
Visibilité des poubelles & Clarté des consignes de tri + Habitude personnelle
Proximité des poubelles

Clarté des consignes de tri
Simplicité de la démarche, indications claires, habitude personnelle.
Clarté des consignes, exemples des déchets concernés
Visibilité des poubelles
clarté des consignes de tri
les poubelles visibles et avec les consignes dessus au 6ème et au rez de chaussée
les poubelles sont bien visibles et les consignes sont claires
habitude personnelle
C'est une habitude personnelle
visibilité des poubelles et habitude personnelle
Poubelles visibles au 6e avec consigne claires
Visibilité, consignes claires
Habitude personnelle et responsabilisation
visibilité des poubelles
habitude
Consigne claires + code couleurs avec rappel des règles
Présentation du cycle des déchets, selon le compartiment où ils sont jetés (par ex., bannettes à papier des corbeilles à Axe => incinération).

Consignes et habitude personnelle

Les poubelles sont bien visibles et les consignes sont claire.

<b>Pensez-vous à un autre dispositif ?</b>
faire une grosse affiche avec des photos de nos produits du quotidien et affiche choc avec des chiffres
<p>Mettre en place le compostage des déchets alimentaires.          Communiquer sur les actions Green d'Accenture, montrer l'exemple.          Avoir des champions du green et ne pas rester à la surface du problème (nous utilisons encore des gobelet en plastiques pour le café et l'eau, peut-on passer rua craton ou mieux à des gobelet "consignables" ? )</p>
Supprimer les verres en plastique pour réduire les déchets
Mettre des poubelles de tri dans les salles, notamment pour les gobelets en plastique
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Créer des challenges plus récurrents</li> <li>- Désigner des champions qui pourraient des MDs de practices</li> </ul>
<p>Sensibiliser les employés lors des réunions de communauté. ou sur les écrans de diffusion des étages et du lounge. Leur rappeler sous forme humoristique qu'il existe des poubelles de tri sur Axe mais c'est malheureusement une question d'éducation et de respect. C'est une démarche personnelle et il est difficile de faire changer les mauvaises habitudes.          Apporter une preuve que le tri effectué au départ est suivi jusqu'au bout par le personnel de ménage. Un collègue m'a déjà fait la réflexion "ça ne sert à rien de trier car ensuite, tout est mis dans la même poubelle !".</p>
Plutôt que de "sanctionner", mettre en place un concours des meilleures zones de tri pour être plus positifs
cf. exemples ci-dessus

mettre une machine de tri plastique sur les sites
Encourager les objets réutilisables plutôt que jetables
NON
moins de plastique: des mugs, fournitures
Mettre plus de type de poubelle pour trier, notamment dans les espaces où les gens mangent (caféteria, 5ème et à chaque zone d'étage)
Améliorer les sigles et en mettre plus pour éviter les doutes. Est-ce qu'il y a une analyse des produits jetés pour vérifier s'il y a des erreurs? Comment éviter trop d'impressions?
mieux consommer plutôt que de mieux trier => exemple faire des campagnes d'encouragement à utiliser des mugs plutôt que des gobelets + supprimer tous les gobelets plastiques du bâtiment et les remplacer par des gobelets carton ou des verres nettoyables par les équipes de catering
éventuellement avoir UN endroit avec des tris vraiment spécifique (pile, ampoule, journaux, ....)
vaisselle recyclable à la caféteria, fournir des mugs / ecocup à chacun
Quel est le problème au juste?

Des jeux concours qui récompenseraient les meilleurs 'trieurs'.
Information: sensibilisez et encouragez à utiliser du réutilisable, en affichant près des zones poubelles. Ex. prendre sa tasse au lieu de jeter des verres / tasses en plastique, de même pour les bouteilles, les couverts etc. Au lieu de sanction: donnez des points pour ceux qui trient bien, cadeaux comme tasse Accenture ou autre goodies. Les juniors sont les plus nombreux, donc ceux qui auront le plus d'effet sur le tri, et ce sont ceux qui apprécient le plus les goodies justement !
Former le personnel de ménage. Les sensibiliser sur la valeur ajoutée du tri. Leur fixer des objectifs/incitation (financiere ou bonus reconnaissance) pour le respect du tri.
1/ remplacement des gobelets plastiques ! 2/ optimisation des ressources informatiques la nuit pour limiter notre empreinte carbone 3/ automatisation plus poussée de la gestion du lumière (une lumière qui reste éteinte dans un bureau vide par exemple) 4/ l'énergie verte pour nos locaux (mise en place de bureau autonome ou presque) 5/ des car plan electriques plus concurrentiels et plus développés : l'offres CAR PLAN est actuellement trop limitée par rapport à l'offre du marché qui a bien évoluée ces derniers mois. il y a peu de modèle, et encore moins de modèle récent qui sont plus performants. 6/ une sensibilisation plus forte des équipes sur le poid des emails, des ping, des espaces disques, etc.... il faut limiter le gaspillage de nos ressources informatiques....
des ateliers sont une bonne initiative
bac de compostage sur les terrasses
compost sur la terrasse et utilisation du compost dans des ateliers jardinage. Créer potager ou mettre des plantes aromatiques ?
Supprimer les gobelet en plastique

enlever les gobelets au 6 et dans les fontaines d'eau, donner un mug et une gourde aux new joiners, utiliser que du papier recyclé non blanchi
Prévoir tri des déchets liés aux repas pris dans les locaux (sandwichs, salades, ...). Donner de la visibilité sur les tonnages par catégories de tri effectués et qu'on ait l'assurance que le tri que l'on fait dans les étages ne se retrouve pas entièrement mélangés dans les poubelles à la fin :) non
J'ai remarqué que dans les toilettes, il n'y pas de poubelles de tri et souvent les personnes jettent leurs gobelets dans la poubelle près des lavabos. Potentiellement un système de poubelle double fonction pour tri serait plus adaptée
Je pense que pour certains déchets les consignes ne sont pas suffisamment clair et font que les gens ne font pas toujours les bons choix
Peut-être organiser des concours autour du tri ? Challenge avec des vainqueurs mis en avant. Renforcer les messages de sensibilisation sur ce que représente un simple geste en terme d'économie et de contribution. Se rendre compte que peu est beaucoup est clé en terme d'éducation même si les changements induits peuvent prendre du temps.
Il faudrait donner une visibilité au delà du tri qu nous faisons chez Accenture et si ce tri est valorisé lors du traitement des déchets par la suite.
Limiter l'accès aux composants jetables: les gobelets en plastique, les couverts en plastique. Il faut favoriser les mugs et couverts lavables et sensibiliser les collaborateurs à l'impact. Les ateliers ... trop peu de monde a le temps d'y aller. Utilisation des écrans, mailer ou réseau social d'entreprise pour faire de la sensibilisation, avec influence par l'exemple.

<p>Réduire le plastique =</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Au 6ème, des gobelets en plastiques en libre service =&gt; remplacer par des gobelets en cartons</li> <li>- Supprimer les couvercles en plastiques des gobelets à la cafet + au 6</li> <li>- Gobelets dans les machines</li> <li>- Mettre plus de fontaine à eau pour inciter les gens à ne PAS acheter de bouteilles à la cafet + pk pas proposer des gourdes brandées</li> </ul>
<p>Au lieu de sanctionner les mauvais trieurs, félicitez les bons trieurs ?</p>
<p>Supprimer peu à peu les goblet en plastique, en ayant informant en amont sur cette suppression. Créer des goblets avec consigne (1€) si on le ramène, comme dans les festivals.</p>
<p>Eviter qu'il y ait des déchets tout simplement ! Supprimer tous les gobelets jetables, bouteilles en plastiques, canettes, et emballage à usage unique en remplaçant par des mugs, ou emballage réutilisables, lavables ou consignables</p>
<p>Pas de nouveau dispositif, mais il y a trop de plastic dans les machines à café - gobelets et paillettes ne devraient pas etre en plastique. Surtout les paillettes : celà ne sutilize que une fois en pendant 15 secondes.. Et pas de choix si je veux un café et j'ai déjà un gobelet - lamachine me fourni toujours un nouveau</p>
<p>Information : inciter à utiliser des contenants durables (ex : tasses, verres) plutôt que des contenants à usage unique. Aussi, améliorer en amont l'usage des consommables : les emballages de Nespresso sont lourds, les touillettes en plastique sont emballées dans des emballages plastiques / cartons. Les gobelets en carton sont emballés dans des sachets en plastique...</p>
<p>La cantine !!!! Il n'y a pas de tri à la cantine, c'est juste hallucinant quand on voit les quantités de déchets.</p>
<p>Le lombricompostage permettrait de valoriser les déchets végétaux et cartons tout en produisant de l'engrais et du terreau qui alimenteraient les espaces verts de l'immeuble (Patio, terrasse du 6ieme). Compte tenu du nombre de repas servis par jour, il y a vraiment de quoi valoriser le tri des déchets végétaux</p>

Faire une com' (plutot qu'un atelier qui demande de mobiliser du temps physique) sur les gestes écolo à appliquer au travail - mais aussi à la maison - et sur leurs bénéfices ("qu'est-ce que je gagne à faire cet effort? Pourquoi est-ce aussi important?" > amener du sens)
- favoriser les produits recyclables pour les gobelets par exemple. - mettre les poubelles de recyclage de la cantine sur le meme côté que le tapis et tout au long.
Contrôler les prestataires en charge de la collecte des déchets et communiquer sur leur efficacité et comme leur ressenti.
les gobelets à la cafeteria ne sont pas biodegradable !
Journée de Tri, avec des 'badges people page' gagner. Offrir des goodies aléatoirement à des personnes qui font du tri (lanyards verts avec une mention, type : Responsable Accenture Consultant...)
Eviter les déchets inutile. Remplacer le plastique à la cafet par des matériaux moins polluants ou réutilisables. Mettre en place un lave-vaisselle par étage pour laver des tasses.
-

Non
Montrer des exemples à chaque poubelle
<ul style="list-style-type: none"> <li>- remplacer les gobelets par des verres en verre</li> <li>- éteindre les lumières automatiquement la nuit</li> <li>- diminuer la clim en été (pas besoin qu'il fasse 18degrés...)</li> </ul>
Eliminer tous les gobelets plastiques et imposer à chacun d'avoir son propre mug. Eliminer emballage plastique de la cafet au RDC en proposer du carton ou la possibilité d'acheter une salade à composer soit même et dans son propre " tupperware "
Formation, communication
<p>Selon moi le meilleur dispositif pour moins tier est avant tout de moins consommer. Il existe des alternatives et techniques pourtant simples.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gobelets en plastique : vendre des mugs</li> <li>- Rendre "l'abondance" des mugs moins visible</li> <li>- Dechets organiques : coin compost sur la terrasse</li> <li>- Encourager à utiliser un tupperware personnel réutilisable au bar à salades</li> <li>- Donner plus de visibilité aux poubelles spéciales (piles/ampoules) - je sais toujours pas où les trouver</li> <li>- Communiquer d'avantage sur l'importance du tri, pourquoi et comment nos déchets sont recyclés</li> </ul> <p>Sans aborder le point de l'optimisation énergétique car ce n'est pas le sujet (tri des déchets) il existe des process simples mais conséquents sur l'impact de la surconsommation énergétique...</p>
<p>Je vois 2 axes d'améliorations rapides :</p> <p>1 - Demander à la société en charge du ménage de jeter le contenu des bannettes à papier des corbeilles dans un sac bleu (actuellement, l'ensemble du contenu des corbeille est jeté en sac noir, qui va directement à l'incinération).</p> <p>2 - Informer que le tri est réellement fait si les déchets vont en sac bleu. Peu de gens respectent le tri à Axe (la plupart des gobelets sont jetés en poubelle noire, même si une poubelle spécifique pour les gobelets est placées juste à côté). L'explication qui m'est le plus souvent donné est que "de toute façon, cela va dans la même poubelle au final". Hors apparemment, il existe 2 traitements différents pour les déchets qui arrivent en sac noir ou en sac bleu.</p>

## TABLE DES MATIERES :

SOMMAIRE.....	6
INTRODUCTION.....	7
<b>Partie 1 : L'étude des comportements face à l'inaction écologique.....</b>	<b>22</b>
A-    Frein 1 : La théorie du choix rationnel .....	22
1) Des pratiques mûes par l'intérêt individuel .....	23
2) L'environnement comme bien collectif et la théorie du passager clandestin .....	25
3) L'importance des valeurs dans les choix à priori rationnels .....	27
4) L'environnement, un contexte particulier : le paradigme écologique .....	29
B-    Frein 2 : Le paradoxe environnemental.....	30
1) Le constat.....	31
2) The value-action gap theory.....	33
3) Les raisons du paradoxe environnemental.....	34
C-    Frein 3 : Biais, heuristiques et représentations sociales .....	37
1) Trois grandes familles de facteurs qui influencent nos décisions .....	38
2) Heuristiques et biais de rationalités .....	41
3) La représentation sociale de l'écologie.....	44
<b>Partie 2 : Présentation et limites des dispositifs Nudge et Boost.....</b>	<b>46</b>
A-    L'approche Nudge pour adopter des comportements plus éco-responsables .....	46
1) Le Nudge.....	46
2) Les leviers nudges pour changer les comportements .....	52
3) Des exemples de nudge efficaces .....	55
B-    Un dispositif limité et critiqué .....	60
1) Quelques critiques de l'économie comportementale et du nudge.....	60
2) Le coup de pouce : simple incitation ou manipulation ? un outil à la hauteur ? .....	63
C-    Le Boost comme réponse aux limites du nudge .....	65
1) Naissance du Boost.....	65
2) Comparaison entre Nudge et Boost.....	66
3) Exemples de boosts .....	69
<b>Partie 3 : Cas pratique : enquête sur les pratiques de tri des déchets dans les locaux parisiens d'un cabinet de conseil.....</b>	<b>71</b>
A-    L'enquête .....	71

1) Le contexte de l'enquête .....	72
2) La méthodologie .....	73
3) Les objectifs .....	74
B- Les résultats de l'enquête.....	75
1) Collecte des résultats et traitement des données .....	76
2) Le profil des répondants .....	76
3) Le comportement de tri en entreprise .....	78
4) Perceptions et croyances du tri en entreprise .....	81
C- Les grandes conclusions et les réponses aux hypothèses .....	83
1) Les facteurs qui encouragent le bon tri.....	83
2) Les dispositifs à favoriser selon les collaborateurs .....	86
3) D'autres dispositifs tirés de la littérature .....	88
4) Retour aux hypothèses de départ.....	89
D- Les biais et limites de cette enquête .....	90
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>92</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>96</b>
<b>ANNEXES .....</b>	<b>100</b>
Annexe 1 – Carte <i>Behavioural Insights and Public Policy</i> , OCDE .....	100
Annexe 2 – Infographie We are Green : <i>L'engagement environnemental de A à Z</i> .....	101
Annexe 3 – Questionnaire sur les comportements de tri à Axe.....	102
Annexe 4 – Extrait des réponses au questionnaire .....	104
<b>TABLE DES MATIERES.....</b>	<b>127</b>
<b>RÉSUMÉ .....</b>	<b>129</b>

## **RÉSUMÉ :**

La crise écologique n'a jamais été autant médiatisée et considérée par les français. Tous les signaux sont au rouge ; il faut agir pour sauver la planète. Pourtant l'écart entre conscience écologique et actions réelles existe et est grand ; c'est le paradoxe environnemental. Privilégier un comportement quotidien vertueux n'est pas simplement une question de volonté ou de conviction, cela demande de contourner certains obstacles et biais dont sont victimes les individus sans même s'en rendre compte. Face à ce constat, l'économie comportementale, démocratisée par les recherches de Kahneman et Sunstein, propose des dispositifs intéressants consistant à jouer sur nos erreurs de jugement. À l'aide d'une étude sur les comportements de tri dans une grande entreprise, nous avons analysé les freins au tri et proposé des solutions nées de la théorie comportementale. Puisque nos actions intuitives et automatiques sont facilement prédictibles et malléables, le nudge ou 'coup de pouce' semble être un dispositif facile, efficace et peu coûteux à mettre en place pour favoriser les comportements vertueux. Par exemple, il peut être une bonne solution pour améliorer le tri des déchets. Cependant, le nudge soulève de nombreuses interrogations que nous exposons dans ce travail comme la non-durabilité de ses effets et son caractère manipulateur. Pour dépasser ces limites, nous avons étudié un autre dispositif : le boost.

**Mots-clés :** biais cognitifs, inaction, incitation, comportement vertueux, économie comportementale, psychologie environnementale, nudge, rationalité, boost.

## DÉCLARATION ANTI-PLAGIAT

- 1- Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original qui ne peut pas être suspecté de plagiat.
- 2- Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.
- 3- J'atteste que les citations d'auteurs apparaissent entre guillemets dans le corps du mémoire.
- 4- Les écrits sur lesquels je m'appuie dans ce mémoire sont systématiquement référencés selon un système de renvoi bibliographique clair et précis.
- 5- Je déclare avoir obtenu les autorisations nécessaires pour la reproduction d'images, d'extraits, figures ou tableaux empruntés à d'autres œuvres.
- 6- Conformément au règlement des études, le non-respect de ces dispositions me rend passible de poursuites devant la section disciplinaire de l'établissement.

NOM : D. BUCHET ..... Prénom : Tifaine .....

DATE : 23.08.2019 .....

Signature :

