



Séminaire de la PFI ACTOR
Mercredi 23 mars 2011
IFSTTAR



Vers une mobilité écocitoyenne: analyse des facteurs psychosociaux du changement de comportement relatif à la pratique du covoiturage

Richard Isabelle, Dominique Lassarre
Laboratoire de psychologie sociale d'Aix en Provence (EA 849)
Université de Nîmes

vendredi 25 mars 2011

CONTEXTE

- [3/4 des déplacements mécanisés urbains réalisés en voiture (CERTU, 2002)
- [27% des émissions françaises de GES proviennent des transports (GART, 2010)
- [Contexte favorable à l'automobile: rapide, flexible, chaînage d'activités, image de liberté et de distinction sociale (Carpentier, 2008)

vendredi 25 mars 2011

ENJEUX

- [**Mais** nécessité de repenser la mobilité pour des raisons environnementales
 - Pollution atmosphérique et sonore
 - Occupation de l'espace
 - Engorgement des infrastructures
- [**Comment modifier les comportements?**
 - Changer le contexte: PDE, PDU, SCOT (penser l'espace en fonction des utilisateurs) ; politiques restrictives (sanction ou bonus)
 - Changer la façon de se représenter le contexte : politiques douces (incitations sans sanction) et campagnes de sensibilisation

vendredi 25 mars 2011

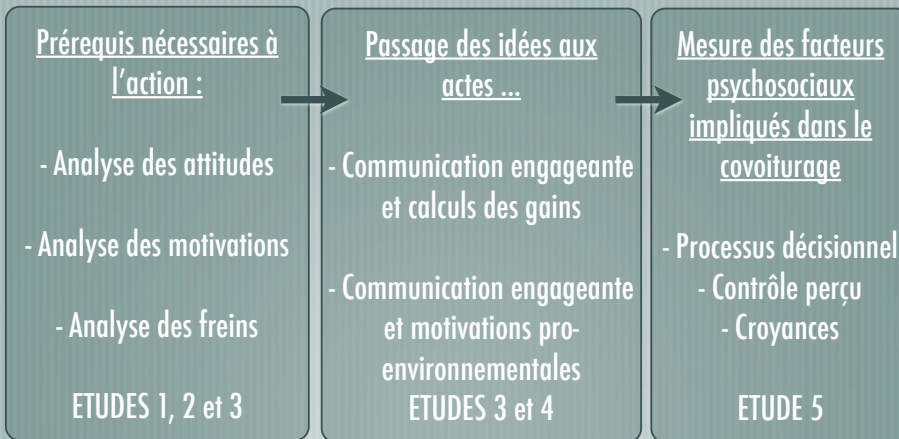
Apport de la psychologie dans les thématiques environnementales

- [**Comment communiquer et sensibiliser?**
 - **La psychologie sociale**
 - La psychologie sociale est la science du conflit entre l'individu et la société (Moscovici, 1984)
 - **La psychologie environnementale**
 - «Etude des interrelations entre l'individu et son environnement physique et social, dans ses dimensions spatiales et temporelles» (Moser et Weiss, 2003)
 - **La Recherche-Action-Participative (PAR)**
 - «Investigation faite en collaboration, fournissant aux personnes des théories et des procédures systématiques pour répondre à des problèmes de société particuliers» (Stringer, 1996)
 - La psychologie sociale de l'environnement = fournir des théories permettant d'aider et d'accompagner la mise en place des changements en matière de comportement pro-environnementaux comme le covoiturage

vendredi 25 mars 2011

PROBLEMATIQUE

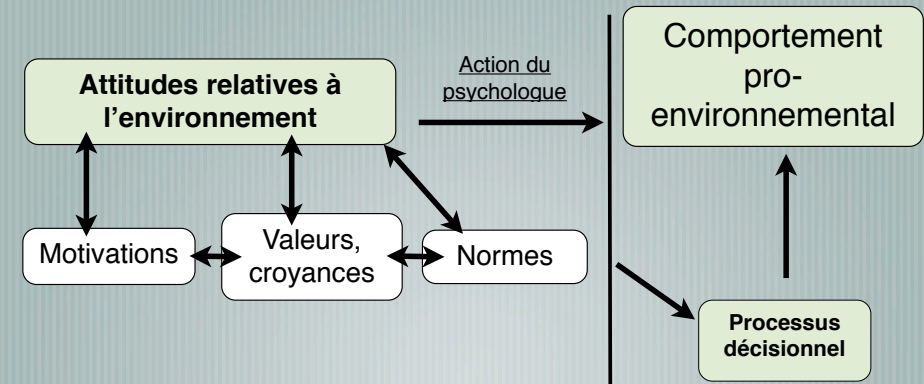
Comment engager les salariés dans une dynamique de covoiturage ?



vendredi 25 mars 2011

Facteurs psychosociaux en jeu dans le changement de comportement

Modèle résumant le rôle des différents facteurs psychosociaux dans le changement de comportement



vendredi 25 mars 2011

Le dilemme social

- [Conflit d'intérêts entre la sphère individuelle et sociale
 - [Un intérêt de rentabilité individuelle à court terme nuit à la conservation des ressources naturelles dans leur ensemble à moyen et à long terme
 - [Van Vugt (2009) propose un modèle permettant de comprendre et d'améliorer la prise de décision en ce qui concerne le bien commun
- 4 modèles d'intervention :
- L'information
 - L'identité
 - Les institutions
 - Les encouragements

vendredi 25 mars 2011

Modèles psychosociaux du changement de comportement

- [Psychologie de la persuasion (Brinol et Petty, 2002, 2003)
- [Théorie du comportement planifié (Ajzen, 1987, 1991)
- [Paradigme de la communication engageante (Joule, 2000)

vendredi 25 mars 2011

Etude 1 : les freins au covoiturage

Contexte et enjeu de l'étude

- Etudier les freins au covoiturage pour pouvoir construire une communication permettant de les prendre en compte
- Evaluer la difficulté quant à la réalisation du covoiturage
- Comprendre ce qui différencie la pratique des autres gestes écologiques

Sujets

- Etudiants de deux facultés (Nîmes et Aix en Provence)
- 160 étudiants entre 17 et 44 ans; moyenne d'âge = 20 ans
- La moitié des sujets pratiquent le covoiturage (54%)

vendredi 25 mars 2011

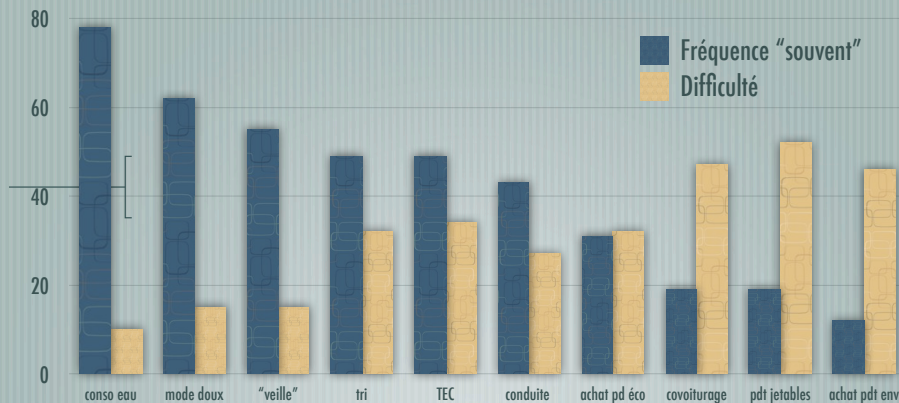
Méthodologie : enquête par questionnaire

- Attention à l'environnement
- Pratique et difficultés perçues pour différents gestes
- Désignation des trois gestes les plus difficiles à réaliser
- Pratique effective du covoiturage
- Représentation de la voiture et du covoiturage
- Perception des effets du covoiturage sur l'environnement
- Caractéristiques des sujets

vendredi 25 mars 2011

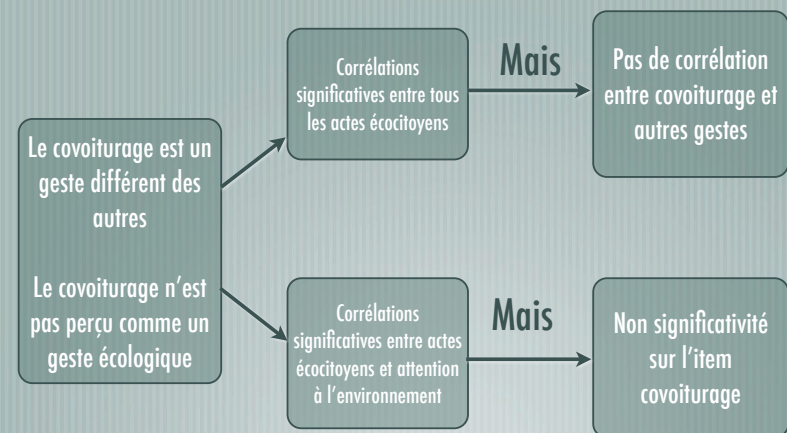
le covoiturage est un geste peu fréquent et difficile

Graphique des fréquences relatives concernant la réalisation des différents gestes et leur difficulté



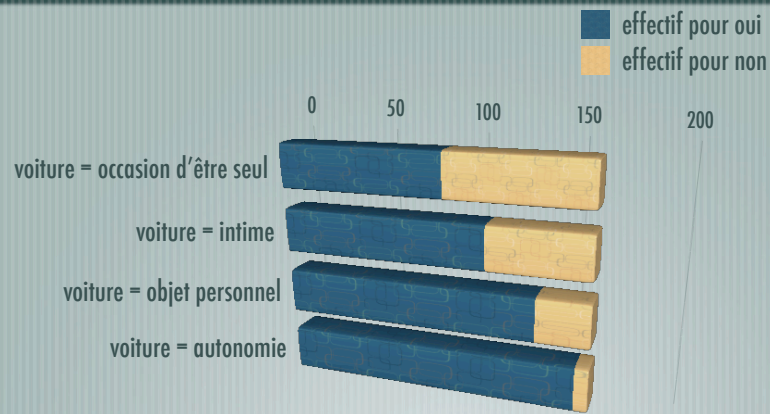
vendredi 25 mars 2011

Corrélations



vendredi 25 mars 2011

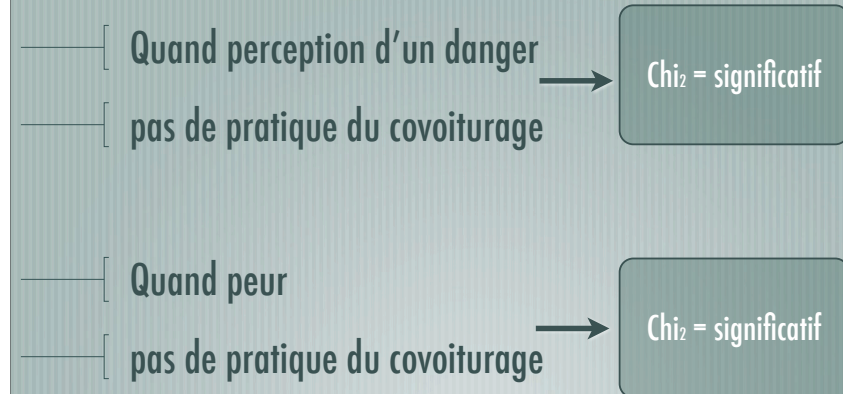
Représentation de la voiture



Les Chi2 sont significatifs pour les items intime, objet personnel, et autonomie

vendredi 25 mars 2011

Danger, peur et pratique du covoiturage



vendredi 25 mars 2011

Passer des intentions aux actions Etude N°2 : La communication engageante

Principe du paradigme de la communication engageante

Une communication persuasive est plus efficace si elle est précédée de l'obtention d'un comportement préparatoire engageant et consistant avec le message

Contexte et enjeu

Etude réalisée dans le cadre d'un plan de déplacement entreprise (PDE)

Sujets

- 60 salariés de deux entreprises (plus de 250 salariés)
- 44 techniciens, 16 cadres
- 37 hommes, 23 femmes
- Moyen de transport = voiture «solo»
- Age moyen = 42 ans

vendredi 25 mars 2011

Méthodologie

- 1 questionnaire covoiturage
- 1 calcul coûts financiers (en euros)
- 1 calcul coûts énergétiques (en Kg CO2)
- 1 calcul coûts financiers + calculs coûts énergétiques
- Message persuasif présentant les avantages liés au covoiturage
- Une charte d'engagement à la pratique

vendredi 25 mars 2011

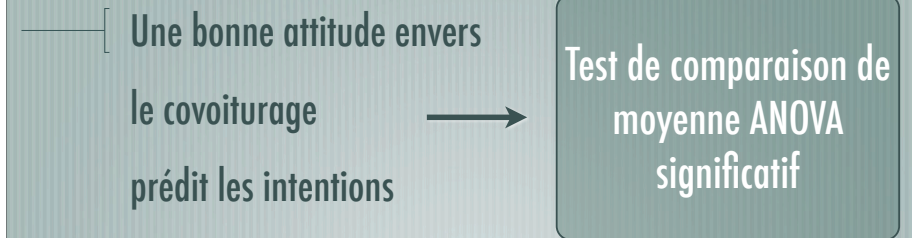
Résultats du questionnaire covoiturage

	Attentif à l'environnement	Pratique Covoiturage	Gain financier	Gain écologique	Permet rencontre	Information	Intention
Moyenne	3.58	1.63	3.46	3.65	3.23	2.61	2.70
Ecart-type	0.64	0.99	0.67	0.56	0.69	0.78	0.92

Echelle type Likert allant de «pas du tout» (1) à «tout à fait» (4)

vendredi 25 mars 2011

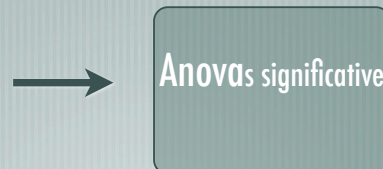
attitudes et intentions liées au covoiturage



vendredi 25 mars 2011

Résultats de l'expérimentation

— [Quand réalisation d'un calcul financier, énergétique ou deux calculs = plus d'engagement comparativement au groupe sans calcul]



— [Pas d'effet d'interaction entre les deux variables calcul écologique et calcul financier]

vendredi 25 mars 2011

Mesurer le covoiturage effectif: Etude N°3

Contexte et enjeu

- Mettre en évidence les facteurs explicatifs de la mise en pratique du covoiturage
- Comprendre le processus décisionnel (contexte, idéologie)
- Analyser la pratique chez les covoitureurs effectifs

Sujets

- 118 inscrits sur un site Internet de covoiturage
- 32 covoitureurs / 86 non-covoitureurs
- Age moyen = 42 ans
- 62 cadres ; 45 techniciens ; 5 retraités ; 4 étudiants ; 2 sans emploi
- 69 hommes ; 49 femmes

vendredi 25 mars 2011

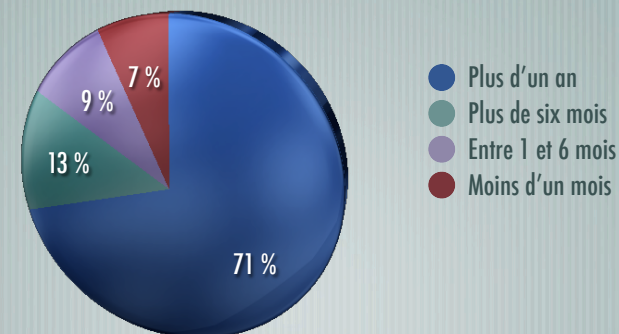
Méthodologie : un questionnaire

- [Information sur le covoiturage
- [Pratique effective
- [Motivations à la pratique (bénéfices personnels et sociaux)
- [Evaluation des freins (techniques et/ou psychologiques)
- [Importance dans choix conducteur versus passager
- [Processus décisionnel (idée ; inscription ; action)
- [Croyances
- [Contrôle perçu des conséquences de ses actions / environnement

vendredi 25 mars 2011

Résultats sur l'échantillon covoitureurs

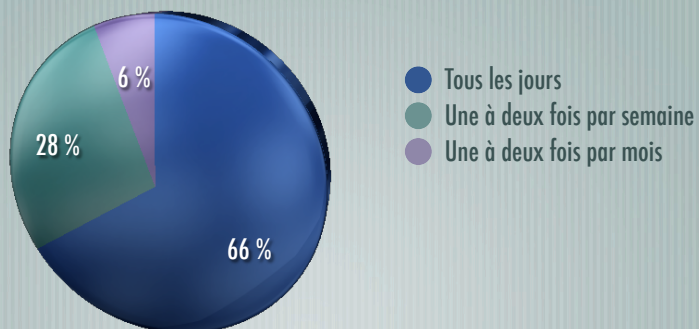
- [Fréquence d'utilisation : depuis combien de temps?



vendredi 25 mars 2011

Résultats covoitureurs (suite)

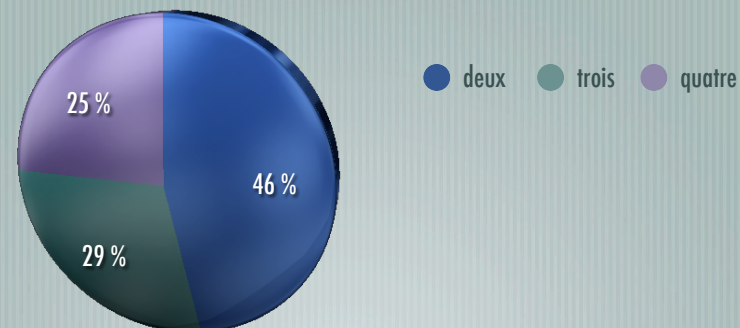
- [Combien de fois pour trajet domicile-travail?



vendredi 25 mars 2011

Résultats covoitureurs (suite)

- [Combien de personne dans la voiture?



- [100 % déclarent continuer la pratique sur le long terme

- [90 % sont satisfaits

vendredi 25 mars 2011

Motivation des covoitureurs

N = 32	Covoiturage = économique	Covoiturage = pratique	Covoiturage = reposant	Covoiturage = écologique	Covoiturage = convivial
Effectif	30	26	22	27	31
Fréquence relative	93 %	80 %	69 %	83 %	96 %
Médiane	5	4	5	5	5

vendredi 25 mars 2011

Inconvénients pratique chez covoitureur

N = 32	Horaires aléatoires	Covoitureurs pas sympas	Covoitureurs pas fiables	Privation de liberté	Besoin voiture après travail
Effectif	17	4	4	27	4
Fréquence relative	52 %	12 %	12 %	85 %	12 %
Médiane	3	1	2	3	2

vendredi 25 mars 2011

Choix du conducteur

	Coûts trajet	Avis laissés	Contact téléphone	Type véhicule	Genre	Nbre de place	Age
Effectif	22	11	21	12	13	16	13
Fréquence relative	67 %	33 %	65 %	36 %	40 %	49 %	40 %
Médiane	4	2	3	2	1	2	2

vendredi 25 mars 2011

Choix du passager

N = 32	Coût du trajet	Avis laissés	Contact téléphonique	Genre	Age
Effectif	23	19	20	15	15
Fréquence relative	71 %	68 %	61 %	46 %	46 %
Médiane	3	3	3	1	1

vendredi 25 mars 2011

Processus décisionnel : idée

Vous avez réalisé qu'il était possible de faire du covoiturage quand:

N = 32	Proposition de covoiturage	Site Internet	Changement de contexte	Pb de déplacement
Effectif	17	13	16	8
Fréquence relative	52 %	30 %	49 %	24 %
Médiane	3	1	2	1

vendredi 25 mars 2011

Processus décisionnel : action

Vous avez décidé de vous inscrire sur le site Internet de covoiturage quand :

N = 32	Encouragement entourage	Avantage financier	Fatigue	Témoignages +	Animation covoiturage	Conscience écologique
Effectif	16	24	20	21	13	19
Fréquence relative	49 %	74 %	61 %	64 %	39 %	59 %
Médiane	3	4	3	3	2	4

vendredi 25 mars 2011

Processus décisionnel : arrêt

Vous cesseriez de pratiquer le covoiturage si :

N = 32	Covoitureur plus disponible	Carburant moins cher	Voiture électrique	TEC disponible
Effectif	17	5	26	26
Fréquence relative	52 %	15 %	21 %	62 %
Médiane	5	1	4	4

vendredi 25 mars 2011

Résultats pour échantillon non-covoitureurs

86 inscrits / 118 ne covoiturent pas

Pourquoi ?

	Covoiturage en dehors du site	Manque de communication	Non connaissance des points de ralliement	Autres précisez
Effectifs	8	12	15	55
Fréquence relative	8 %	13 %	17 %	62 %

Autres = pas de réponse aux contacts pris ; pas trouvé de correspondance ; prise des transports en commun

vendredi 25 mars 2011

Résultats comparaison covoitureurs et non-covoitureurs

Informations suffisantes sur le covoiturage :

	oui	moyenne	U de Mann-Whitney
Covoitureurs	65 %	4	significatif
Non-covoitureurs	38 %	3.22	

vendredi 25 mars 2011

Résultats comparaison (suite)

Croyances égoïstes, croyance sociale, croyance biosphérique

	Croyance Egoïste	Croyance Sociale	Croyance Biosphérique
Moyenne covoitureur	15.53	13.46	10.3
Moyenne non-covoitureur	15.07	13.64	10.7
U de Mann-Whitney	NS	NS	NS

vendredi 25 mars 2011

Résultats comparaison sur contrôle perçu

	Contrôle perçu
Moyenne covoitureur	8.39
Moyenne non-covoitureur	8.64
U de Mann-Whitney	NS

vendredi 25 mars 2011

Conclusion

- Attitude plutôt favorable au covoiturage
- Motivation avant tout financière mais élevée dans l'ensemble
- Croyances et contrôle perçu bons
- Processus décisionnel =
 - 1/ Economie financière
 - 2/ Témoignages positifs
 - 3/ Fatigue

vendredi 25 mars 2011

Conclusion (suite)

- [**MAIS** difficile de passer des idées aux actes car :
 - Freins psychologiques
 - Freins techniques
- [**POURTANT** communication engageante permet d'avoir des effets sur l'intention de s'engager
- [**NECESSITE** d'accompagner les individus après la formulation des intentions pour conduire au comportement effectif

vendredi 25 mars 2011

— [**MERCI DE VOTRE ATTENTION**

vendredi 25 mars 2011