

CAFE CLIMAT N° 19 DU 12 JANVIER 2009

DU CHANGEMENT PERSONNEL AU CHANGEMENT COLLECTIF



Avec **Geneviève Pernel**, consultante en management durable et accompagnement du changement.

Un exposé brillant sur les moteurs qui nous conduisent au changement. Le mode de consommation obéit à une logique d'intérêt personnel. Il n'est pas facile de changer ; plusieurs freins notamment existent :

- La croyance en son absence de responsabilité
- Le manque d'informations fiables
- Les doutes sur les messages diffusés
- L'attente de prise en charge
- L'absence d'offre de substitution à un prix acceptable
- La menace encore abstraite

Or, force est de constater que **le consommateur contribue largement au problème du réchauffement climatique**, de différentes façons :

- contribution à la pollution (déchets)
- contribution au système de production
- contribution aux décisions (électeur)
- contribution aux décisions économiques (client/actionnaire)

Quels sont les déclencheurs du changement ?

2 moteurs externes :

- changement de politique / changement de produit
- la réglementation

2 moteurs internes

- insatisfaction perçue
- les valeurs, convictions, désirs

Une constante à relever : nous sommes plus durablement motivés par le désir et le plaisir que par la peur et la crainte du déplaisir, notamment dans la perspective d'un changement en profondeur.

Les conditions du changement collectif : informer ne suffit pas.

Une habitude est comme une bille qui tourne sur elle-même et finit par faire un trou. Il faut une pichenette, donc un effort pour faire sortir la bille du trou. S'il n'y a pas d'autres trous préparés aux alentours, la bille retourne naturellement dans son trou d'origine.

Comment générer le changement :

- En menaçant (peur de manquer) ou en s'appuyant sur la « peur du gendarme » : mais l'effet est à court terme
- En incitant par un futur désirable mais il faut du concret pour que le mouvement se prolonge
- En informant, en communiquant sur l'importance d'agir autrement, mais ce n'est pas suffisant
- En communiquant sur l'existence de solutions de rechange, à condition qu'elles soient réalisables (fournisseurs compétents et formés, produits de substitution disponibles dans les circuits commerciaux à des prix acceptables)
- En incitant par, des mesures de défiscalisation, crédit d'impôts etc.
- En supprimant les anciens supports d'habitudes (exemples : disparition des sacs plastiques chez les commerçants)
- En s'appuyant sur le principe que l'on n'est jamais si bien motivé que par soi-même : communication impliquante via des groupes de réflexion ou de travail ou d'échange pour que le consommateur devienne acteur de ses choix et décidé à les mettre en application (voir expérience de Kurt Lewin à New York en 1943 pour amener les ménagères à changer leurs habitudes d'achat).
- En jouant sur l'effet de mode pour avoir un effet de masse
- En formant tous les acteurs (fournisseurs et utilisateurs)
- En éduquant les jeunes générations notamment à réfléchir sur leurs critères de choix et l'impact de leurs décisions

Le changement personnel peut être moteur : c'est l'effet papillon.

« C'est en vous que doit se réaliser le changement que vous désirez voir dans le monde ». (Gandhi)

Des exemples de changement personnel donnés par les participants et qui ont conduit à un changement collectif : les AMAP (Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne).

La prise de conscience est nécessaire au changement : c'est le vouloir agir ; l'implication émotionnelle et mentale. Mais il faut aussi le savoir agir et le pouvoir agir. Aujourd'hui, on est entre le vouloir agir et le savoir agir mais pas encore dans le pouvoir agir.

Chaque individu a sa responsabilité et a le devoir d'apporter ce qui est à sa mesure.

Métaphore du colibri donnée par une participante :

« Un jour, il y eu un grand incendie dans la forêt.

Et l'on vit un colibri, inlassablement, apporter une goutte d'eau dans son petit bec.

Les autres animaux se moquèrent de lui : « Et quoi, tu crois qu'à toi tout seul tu vas pouvoir éteindre un si grand incendie ? ». « C'est vrai, répondit le colibri, tout seul je n'y arriverai pas, mais j'apporte toute la contribution qui est en mon pouvoir. Si chacun en fait autant, alors peut-être pourrons-nous éteindre cet incendie ensemble. »

A chacun de nous de jouer !