

Sciences & Climat

Climat: la psychologie, un levier pour vivre mieux avec moins?

11 avril 2022, Rachel Häubi

Le 4 avril dernier, le tabou de la sobriété est tombé. Dans son dernier rapport, le Giec s'est penché pour la première fois sur les solutions liées à la demande pour limiter le réchauffement climatique. Et le constat est frappant: la réduction de la consommation pourrait diminuer les émissions de gaz à effet de serre (GES) de 40 à 70% d'ici 2050.

A l'Université de Genève, on n'a pas attendu cette volte-face pour se mettre à l'œuvre: un master en psychologie du développement durable y a ouvert ses portes en 2021. Le but? Contribuer au «virage énergétique» en étudiant les mécanismes qui influencent les décisions de consommation, et en encourageant des comportements sobres et vertueux. Tobias Brosch, responsable de cette formation inédite, nous en dit plus.

Heidi.news – A l'automne 2021, le master en psychologie du développement durable accueillait ses premiers étudiants. D'où est venue l'idée d'une telle formation?

Tobias Brosch – Si 95% de la population considère le changement climatique comme une menace majeure, il est maintenant temps de passer à l'étape suivante: l'action. Concevoir un mode de vie durable est une des tâches les plus urgentes pour la planète et l'humanité. En psychologie du développement durable, nous examinons donc les facteurs et les mécanismes neurocognitifs (comme les valeurs, les émotions, les croyances) qui poussent les individus à agir, à consommer, à décider, et à se comporter d'une manière qui améliore ou détériore l'état de notre biosphère, et par conséquent le bien-être des générations actuelles et futures.

Les sciences comportementales sont un levier essentiel pour atténuer le réchauffement climatique, celui-ci étant causé par les activités humaines. Pourtant, le domaine est encore peu étudié: en Europe, on compte seulement deux maîtrises en psychologie comportementale liée à l'environnement, aux Pays-Bas et au Royaume-Uni. Le master à Genève est le premier dispensé en français. A travers des recherches interdisciplinaires, des expériences en laboratoire et sur le terrain, une vingtaine d'étudiants seront formés chaque année à accompagner et promouvoir – grâce à des stratégies d'intervention et de persuasion efficaces – des comportements durables et des solutions climatiques socialement acceptables.

Pour la première fois, le rapport du Giec intègre un chapitre issu des sciences sociales selon lequel une réduction de la demande peut baisser les émissions de GES de 40 à 70%. Dans un pays libéral comme la Suisse, est-ce réalisable?

Ces objectifs sont non seulement réalisables, mais surtout indispensables. La Suisse est un pays riche, avec beaucoup de potentiel pour réduire ses émissions. Le rapport du Giec met en avant un éventail de changements de comportements à portée de main, notamment dans les secteurs de la mobilité, du bâtiment et de l'alimentation. Qu'il s'agisse de réduire sa consommation de viande, son chauffage à domicile, ou de prioriser les transports en commun... tous ces éléments sont facilement applicables au contexte suisse.

Quels mécanismes psychologiques influencent les décisions de consommation énergétique?

Nos décisions sont en partie orientées par une pensée rationnelle et délibérée – fondée sur nos connaissances et nos valeurs – mais qui peut être déviée par des mécanismes automatiques – générés par des émotions, des biais cognitifs ou des raccourcis mentaux. Par exemple, on peine souvent à mesurer les conséquences du dérèglement climatique sur le long terme dans nos actions immédiates. Cela est moins dû à un manque d'informations qu'à une difficulté à s'identifier à l'urgence climatique qui est essentiellement communiquée à travers des statistiques et des courbes de températures...

Comment inciter à des comportements plus durables?



Il faut d'abord identifier les barrières psychologiques qui entravent les habitudes durables: est-ce par incompréhension de la gravité du changement climatique? Ou par manque de motivation? Cela peut aussi être une question de compétences – on souhaite agir sans savoir comment – ou un problème d'auto-contrôle, comme c'est le cas des bonnes résolutions qu'on se fixe chaque nouvelle année.

Selon ces freins à l'action, on peut utiliser une boîte à outils psychologiques variés, par exemple en communiquant davantage sur les bénéfices personnels qu'engendrent un comportement durable, ou en éveillant le système affectif pour faire ressentir la gravité de la situation, ou encore en facilitant la prise d'actions durables à travers des stratégies, comme le «nudge».

Qu'est-ce que le «nudge»?

Au lieu de chercher à convaincre, le «nudge» est une forme de suggestion indirecte, un «coup de pouce» qui rend un comportement plus probable. On l'instaure en modifiant l'environnement dans lequel les décisions sont prises, par exemple par les normes sociales, ou les options par défaut. Ainsi, pré-cocher l'option «électricité verte» dans les tarifs d'électricité pousse 70% des ménages à sélectionner ce choix, contre 10% sans «nudge».

De même, une facture d'électricité qui compare la consommation de notre ménage à la moyenne du voisinage motive à adapter ses comportements vers une réduction la demande. Aux Etats-Unis, une expérience similaire a mené à une réduction de la consommation énergétique de 2,5% dans 50 millions de ménages. En alimentation encore, modifier l'ordre des choix peut réduire la consommation de viande à grande échelle. Par exemple, si on place des burgers à l'entrée d'une cafétéria et les salades au fond, la majorité choisira les burgers. Si on inverse l'ordre, on inverse le résultat.

Le rapport du Giec précise que ces changements de comportements devront s'accompagner de transformations structurelles et sociétales... A quoi cela pourrait ressembler en Suisse?

Une transformation essentielle sera culturelle, soit une redéfinition des valeurs sociétales. Seul, un individu ne peut pas arrêter la crise climatique, mais à plusieurs, les bons gestes s'additionnent et peuvent transformer l'ensemble de la société. C'est le principe des normes sociales. On estime que même si une minorité de 20% de citoyens adapte ses comportements, cela peut entraîner, par effet ricochet, la transformation des habitudes de la majorité de la population.

Comment encourager une réduction de la demande énergétique en Suisse?

Il est nécessaire de communiquer davantage sur la nécessité et les avantages de transformer nos modes de vie, et de faciliter les écogestes. C'est regrettable que la Loi sur le CO2, qui prévoyait une redistribution des revenus à la population et le financement de projets durables, n'ait pas été acceptée en juin 2021. Au-delà d'inciter financièrement à une réduction de la demande, cette loi envoyait un signal psychologique fort, en reconnaissant les externalités négatives des comportements individuels liés à une consommation de l'essence. Elle avait le potentiel de transformer les normes sociales vis-à-vis de la consommation des énergies fossiles en Suisse.

Les 10% les plus riches de la population contribuent de manière disproportionnée aux émissions globales de GES. Comment mettre en place des changements de comportement équitables?

Le potentiel de réduction des émissions est en effet beaucoup plus significatif chez les individus avec un statut socio-économique élevé. Les stratégies de réduction de la demande devraient les cibler en priorité. Le sujet fait d'ailleurs débat en psychologie, car on remarque que les recherches ont longtemps fourni des résultats homogènes qui s'appliquaient à l'ensemble de la population. Or aujourd'hui, nous sommes appelés à davantage nous focaliser sur les comportements des classes les plus aisées. A noter qu'en Suisse, la quasi-totalité de la population appartient à ces 10% des plus riches qui sont responsables de la moitié des émissions mondiales de GES.

Réduire la demande, n'est-ce pas synonyme de renoncer à un certain confort, et de perdre en qualité de vie?

Au contraire, on remarque que les stratégies d'atténuation basées sur la demande ont des répercussions positives

sur le bien-être humain. Le Giec recommande par exemple de réduire le gaspillage alimentaire, d'éviter la surconsommation, de manger moins de viande, de privilégier la mobilité douce, de prolonger la durée de vie des technologies... Ces habitudes sont non seulement bénéfiques pour le climat et l'environnement, mais elles sont aussi économes, saines, et porteuses de sens. En tant que société, il nous faut à présent apprendre à trouver du sens et du bien-être dans la sobriété plutôt que dans l'augmentation de la consommation.

Tobias Brosch est professeur associé à l'Unige et responsable de la chaire de psychologie du développement durable. | TB, courtoisie

