



**changements de comportements**

16-17 mars  
2006 2 jours pour les comprendre et croiser nos regards

Traces du colloque  
« Changements de comportements »

[www.reseau-idee.be/  
changements-comportements](http://www.reseau-idee.be/changements-comportements)

Sur le site du colloque « Changements de comportements », téléchargez les extraits audio des conférences (en résumé ou en intégralité), les traces écrites laissées par les intervenants, les documents de référence, les grilles d'analyse, les retours d'ateliers, ainsi que les coordonnées des 13 associations partenaires ainsi que d'une trentaine d'organisations qui ont présenté une initiative visant des changements de comportements. Exemples : « Le grand défi de l'énergie » auprès de 200 ménages bruxellois ; approche interculturelle de la propreté de l'espace public ; campagne « Buy positive »...

[www.mondequibouge.be](http://www.mondequibouge.be)

Le webzine de l'éducation vers un développement durable. Vous y retrouverez les versions presque intégrales des interviews publiées dans ce Symbioses, les reportages complets, et bien d'autres initiatives et réflexions en lien avec le développement durable. Sans oublier une mine de liens utiles.

## Ils l'ont fait

### Comment changer le monde

**Les entrepreneurs sociaux et le pouvoir des idées nouvelles**

se convaincre « qu'un autre monde est possible ». 7,40 €

([www.monde-diplomatique.fr/mav](http://www.monde-diplomatique.fr/mav) - 0033 1 57 28 29 85)

« Alternatives, l'espoir », de la revue l'Écologiste, n° 17, février 2006. En finir avec l'argent sale du développement. Une vie sans achats ? Appel pour des villages sans voiture. Vivre sans frigo ? Voici un aperçu des thématiques abordées par ce dossier suggestif. 6,20 € ([www.ecologiste.org](http://www.ecologiste.org) - 0033 1 46 28 70 32)

### 80 hommes pour changer le monde

80 reportages à travers le globe, à la rencontre de 80 personnes exceptionnelles. Architectes, chirurgiens, agriculteurs, banquiers, chimistes... tous ont réinventé leur métier, pour construire le monde durable auquel ils rêvent au lieu de subir celui qui existe.

Autant d'exemples dont s'inspirer. Un livre accrocheur contre le fatalisme.

S. Dranil et M. Le Roux, Ed. JC Lattès, 282 p., 2005, 18 €

### Revue

« Pour changer le monde », revue Manière de voir n° 83, novembre 2005. Les articles denses et interpellant sont regroupés sous trois chapitres : « À la conquête des pouvoirs » ; « Un contrat social inédit » ; « Premières victoires ». Une lecture progressive allant du rêve à la pratique. Idéal pour ouvrir le débat sur la propriété privée, le système électoral, l'aide humanitaire, la croissance... et

D. Bornstein, Ed. La Découverte, Paris, 2005. Environ 24,35 €

## Mieux comprendre

### Palo Alto

On ne compte plus les ouvrages et les théories sur la manière de changer les gens, sur la manière dont les changements apparaissent et comment ils peuvent être provoqués. Dans le rayon des « psycho-socios... », la contribution de l'école de Palo Alto est essentielle. Quelques-uns de ses « pères » font office de référence : Watzlawick, Bateson, Fish, Weakland... Les premiers, ils ont lié communication interpersonnelle, réalité et psychosé. Leurs propos dépassent ainsi de loin les problèmes individuels, pour s'appliquer à des organisations (écoles, entreprises, associations,...) voire même à certains égards à un système social. Mot d'ordre : pour faire changer, changeons de communication.



Citons l'incontournable :

« Changements - paradoxes et psychothérapie », Fisch, Watzlawick et Wat, Le Seuil, 1975, 6 €. Il se lit comme on se regarde dans un miroir. Ou encore « Vers une écologie de l'esprit », Bateson, Le Seuil, 1997, 7,80 €.

### Du désir au plaisir de changer

Egalement spécialiste de Palo Alto, F. Kourilsky a publié récemment « Du désir au plaisir de changer ». Qu'il s'agisse d'un changement concernant une vaste organisation, une entreprise, une famille ou une personne, l'auteur montre comment innover dans nos modes de communication et prendre en compte l'écologie de tout système humain et social, si l'on veut éviter les résistances au changement et ses effets pervers. Un manuel de réflexion et d'action pour la conduite du changement. Riche d'exemples et de démonstrations, il montre comment nous parvenons

inconsciemment à paralyser notre esprit en nous piégeant dans des cercles vicieux.

F. Kourilsky, Ed. Dunod, 2004, 28€

### Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens



Watzlawick disait « on ne peut pas ne pas manipuler ». Dans ce registre, ce très concret et perturbant « petit traité » apprend notamment comment mettre le « pied dans la porte » ou « Comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire ? ».

L'auteur tiendra par ailleurs une conférence sur « La psychologie

de l'engagement ou l'art d'obtenir sans imposer », le 28 juin 2006 à 20h à Louvain-La-Neuve (*lire article p. 13*)

R-V Joule, Presses Universitaires de Grenoble, 2002, 20 €.

### Les comportements de santé et leurs changements

Rapide aperçu (16 pages) des différentes théories sur les changements de comportements (pas seulement en santé)

téléchargeable sur : [www.uicc.org/fileadmin/manuel/comportements.pdf](http://www.uicc.org/fileadmin/manuel/comportements.pdf)

### Mais encore...

N'hésitez pas non plus à contacter les équipes de recherche de la plupart des Facultés universitaires de psychologie, sciences sociales ou de l'éducation, histoire de faire davantage collaborer travailleurs de terrains et chercheurs, et ainsi construire scientifiquement les actions éducatives visant les comportements.

## Communication: user sans abuser

### Ados, comment on vous manipule



Les stratégies visant les changements de comportements sont évidemment aussi (sur-tout) utilisées à des fins commerciales. Et doivent alors être dénoncées et démontées. C'est le pari de cet ouvrage qui, à force d'exemples, montre aux ados qu'ils sont « cernés » de partout.

V. Malher, Albin Michel, 2004, 14,45 €.

### Communiquer sur le développement durable

Comment produire des campagnes publiques efficaces. Ce guide montre comment exploiter les outils de communication pour promouvoir des styles de vie plus durables. Orienté « conseils », bien structuré, il s'appuie sur de nombreux exemples concrets à travers le monde. Pour tous ceux qui souhaitent lancer des campagnes de sensibilisation sur ce thème.

PNUE, 2005. Téléchargeable sur [www.unep.fr/sustain/](http://www.unep.fr/sustain/)



### Publicitor

Ouvrage généraliste français sur la communication publicitaire et son évolution. Tous les aspects sont abordés: annonceurs, destinataires, médias, création publicitaire, acteurs et métiers de la publicité, influence sur l'économie, la société, etc. Pour mieux comprendre les armes utilisées. A décortiquer et à débattre.

J. Lendrevie, A. De Baynast et Nicolas Riou, Ed. Dalloz, 47 €.

## Pédagogique

### Jeunes en santé

Guide à l'intention des élèves et du personnel scolaire leur présentant une multitude de techniques et d'activités concrètes de gestion de classe pour susciter les changements de comportements (pas seulement en santé), la créativité et la confiance des élèves, la réflexion sur son comportement... Incontournable.

[www.mels.gouv.qc.ca/dgfi/csc/viescolaire/viescolaire.html](http://www.mels.gouv.qc.ca/dgfi/csc/viescolaire/viescolaire.html)

### Les médias en jeux

Les médias (écrits, audiovisuels, informatifs, publicitaires...) nous influencent sans cesse. Voici une septantaine de fiches d'animation pour apprendre à les consommer, les décoder, y résister. En jouant avec vos jeunes.

FESC, Ampli Junior et Media Animation  
1993, 6€ + 2€ port.  
02 242 57 93

## Enquêtes de changements

### Logiques d'attitudes et de comportements à l'égard de la consommation d'énergie

Toute nouvelle étude d'envergure réalisée sur trois ans par le CRIOC, avec l'ULB et l'ICEDD. On y apprend notamment que l'adoption de comportements économes en énergie est rarement l'expression de motivations d'abord environnementales ou d'économie financière, bien que ce soit ce sur quoi les campagnes de sensibilisation argumentent principalement. Motivation principale : la recherche du confort et du bien-être. Avoir bien chaud et circuler en tenue légère en hiver, par exemple. Autre constat de cette étude surprenante : le consommateur surévalue son comportement économe en énergie. Dans l'étude quantitative, il annonce « bien faire », mais les interviews qualitatives révèlent pourtant une distorsion entre ce qu'il pense (faire) et ce qu'il fait réellement. Il n'éteint pas toujours la lumière, sa maison n'est pas si « bien isolée », comme 50% des personnes interrogées il chauffe son logement à plus de 22 C° en hiver (loin des 19 C° conseillés). Plus de la moitié du millier de personnes interrogées est incapable de citer le moindre montant concernant sa consommation énergétique. La température est une source de conflit dans un ménage sur deux, qui généralement se résout par la satisfaction des besoins de la personne la plus frileuse (plus souvent les femmes et les personnes âgées). 70 % des personnes désirant faire des travaux de chauffage demandent conseil principalement à leur chauffagiste, or l'étude montre aussi qu'il n'y a pas encore de culture de l'énergie dans le secteur de la construction. Elle souligne aussi la méconnaissance de l'existence de primes, particulièrement dans les ménages les plus pauvres (qui en ont donc le plus besoin), aux formalités d'octroi considérées comme très complexes. Méconnaissance donc, mais intérêt : nous sommes prêts à réduire ce que nous percevons comme du gaspillage. Autre signe encourageant : l'étude qualitative souligne l'influence de l'éducation sur ce type de comportements.

Vous trouverez un résumé de cette recherche, et les solutions proposées, auprès de Catherine Rousseau (CRIOC) : 02 547 06 89 - [catherine.rousseau@crioc.be](mailto:catherine.rousseau@crioc.be) et sur le site [www.crioc.be](http://www.crioc.be)

### Les actions d'éducation relative à l'environnement et à la nature : étude des publics et des stratégies d'actions



© Natagora

Nouvelle étude de Natagora, avec l'UCL, qui vise à identifier les perceptions qu'ont les publics des problématiques environnementales, les contraintes qui freinent la modification des comportements et la pertinence des processus et des moyens actuellement mis en œuvre en éducation à l'environnement. L'un des constats : il faut tenir compte des avantages concrets (matériels comme symboliques) de l'engagement, et non proposer des actes purement altruistes. Notons que la santé individuelle est une de leurs préoccupations majeures. « Agir si les autres font de même » semble également primordial pour l'ensemble des interviewés. Et de suggérer aux organisations de proposer des activités festives, à la carte et ponctuelles à proximité des citoyens, histoire de créer des liens...

Pour recevoir cette étude, contactez Paul Gailly (Natagora) :  
04 250 95 93 - [paul.gailly@aves.be](mailto:paul.gailly@aves.be)

Citons également les enquêtes successives sur l'éco-consommation en Wallonie disponibles auprès du Réseau Eco-consommation :  
071 300 301 - [www.ecoconso.be/publications](http://www.ecoconso.be/publications)

dossier