

La communication engageante

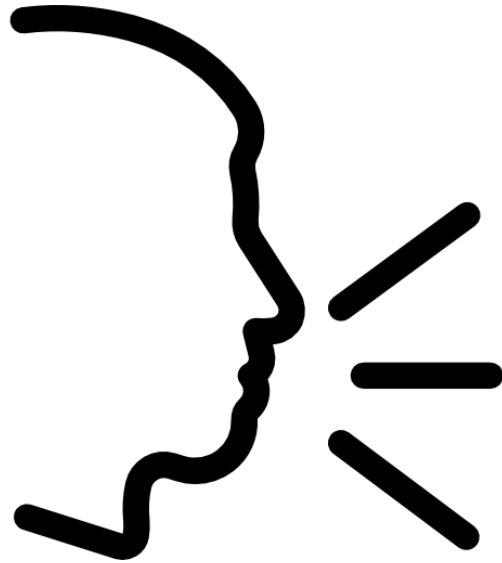
Levier pour accompagner les changements
de comportements

Lisa Massez : lisa.massez@univ-lille.fr



La persuasion

Qui ?



Quoi ?

Comment ?

A qui ?

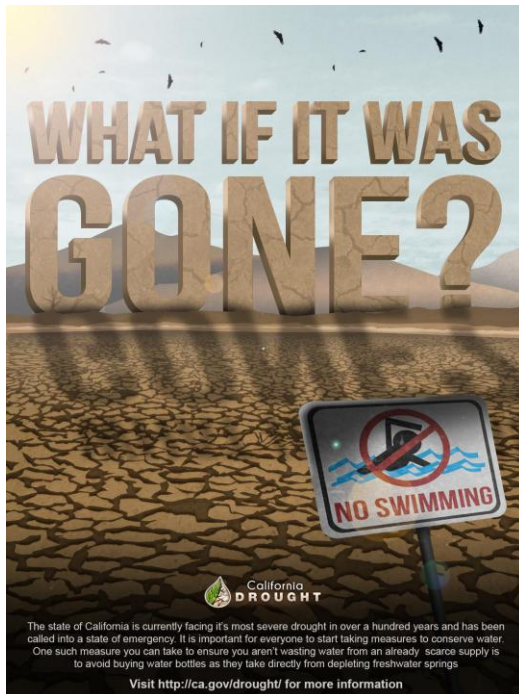
Conseils pratiques pour la préservation de l'eau (48% des messages)



MAIS

La simple transmission des informations a **peu
d'impact** sur les comportements des usagers

Utiliser les émotions ?



Peur

- Peut amener **une intention comportementale** en augmentant le risque perçu

MAIS

- Peut **démobiliser** si sentiment d'impuissance



Humour

- Favorise l'attention
- Renforce l'impact du message

MAIS

- Ne suffit pas

Cibler une population spécifique

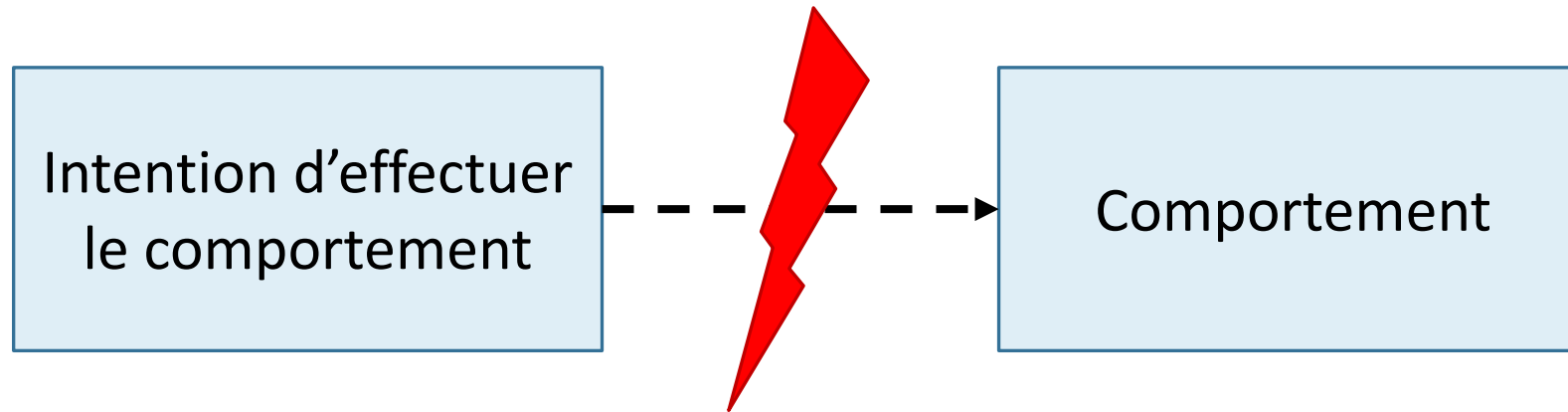
- **Identité sociale** : rendre saillant l'appartenance de l'utilisateur à un groupe et souligner la cohérence entre le message et les attitudes/comportements de ce groupe



Avoir un messenger expert ?



Résistance au changement



En faisant faire quoi ?

La communication
engageante

La communication engageante

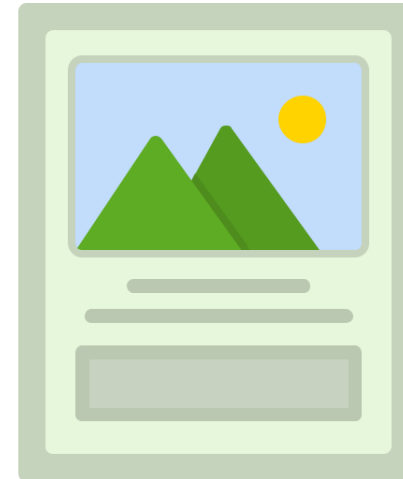
Acte engageant

+

Persuasion



Il est important de ne pas laver sa
voiture en pleine canicule



La communication engageante

→ **Besoin de cohérence**

Acte engageant



Comportement
ultérieur

Dissonance cognitive

La communication engageante

Acte engageant

- Liberté
- Explicite et irrévocable
- Acte public
- Répétition et conséquences
- Coût perçu élevé
- Justifications internes

Technique d'engagement Pied-dans-la-porte



Acte
préparatoire

Comportement cible

Remplir un questionnaire

Réfléchir à des slogans

Poser un autocollant

Répondre à un sondage

Technique d'engagement

Double Pied-dans-la-porte

Dupré et al. (2014) : tri sélectif

Pied dans la porte
simple

Questionnaire

Double pied dans la porte
peu coûteux

Questionnaire

+ signature d'un contrat de tri

Double pied dans la
porte coûteux et public

Questionnaire

+ diffusion d'informations
auprès des voisins

Technique d'engagement Porte-au-nez

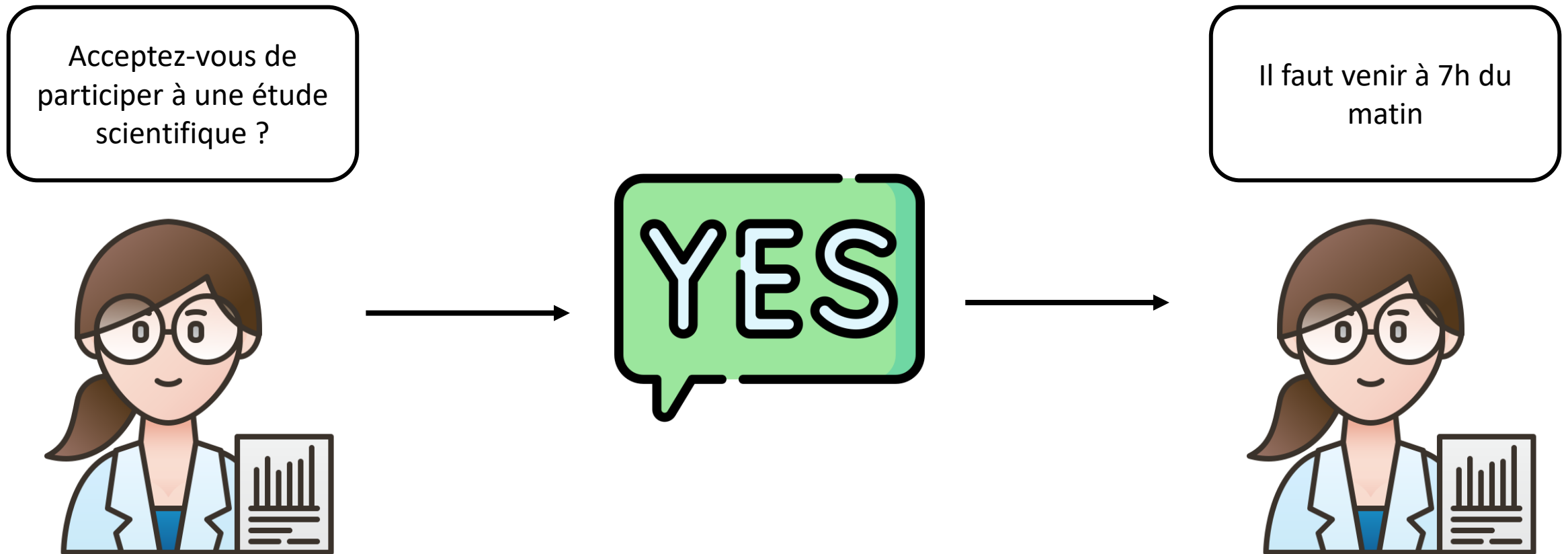
Acte préparatoire

Comportement
cible

- Commencer par une demande irréaliste mais crédible
- Enchaîner immédiatement avec la demande cible
- Utiliser en face-à-face ou par téléphone

Technique d'engagement

Amorçage



Technique d'engagement

Hypocrisie induite

Acte préparatoire

Signer un flyer sur
l'importance de limiter
sa consommation d'eau

**Rappel des
transgressions**

Quand vous prenez votre
douche, est-ce que vous
faites TOUJOURS en sorte
qu'elle soit la plus courte
possible ?

Comportement cible

Technique d'engagement

Hypocrisie induite

Acte préparatoire

**Rappel des
transgressions**

Comportement cible

- Conserver l'anonymat sur les transgressions
- Assurer un cadre non culpabilisant, insister sur les possibilités de réalignement
- Utiliser cette technique auprès des publics déjà sensibilisés

Conclusion



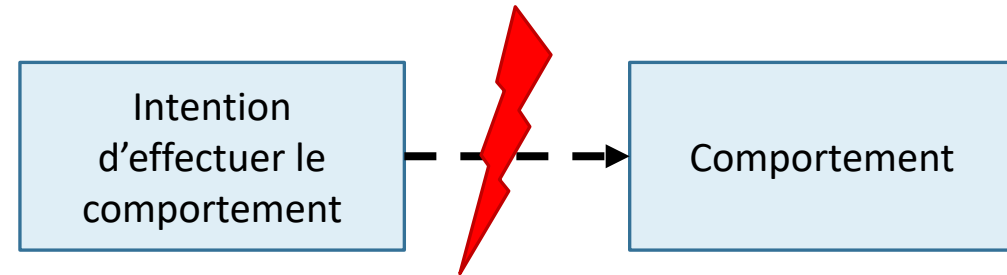
Quoi ?

Comment ?

A qui ?

Qui ?

Résistance au changement



**En faisant
faire quoi ?**



**La communication
engageante**

La communication engageante

Levier pour accompagner les changements
de comportements

Lisa Massez : lisa.massez@univ-lille.fr

