CARA

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

EUROPEAN CLUSTER FOR MOBILITY SOLUTIONS

Déclencher l'adoption : comment transformer l'intention en action ?

Actions mises en place avec le soutien de

IVECO GROUP · IVECO BUS · VOLVO · RENAULT TRUCKS · Université Gustave Eiffel · IFP Energies nouvelles · La Région Auvergne-Rhône-Alpes · Liberté • Égalité • Fraternité RÉPUBLIQUE FRANÇAISE · MÉTROPOLE GRAND LYON · RÉGION CENTRE VAL DE LOIRE

Labellisé : les pôles de compétitivité · RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Représentant : PFA FILIÈRE AUTOMOBILE & MOBILITÉS · FIF · France Vélo

Déclencher l'adoption : pourquoi la transition écologique se gagnera sur le terrain des usages

Face à l'urgence climatique, jamais les citoyens, les entreprises et les pouvoirs publics n'ont autant affiché leur adhésion aux objectifs de transition. Pourtant, le décalage entre les intentions et les comportements demeure considérable. Réunis lors de la table ronde « Déclencher l'adoption : comment transformer l'intention en action ? », experts des comportements, chercheurs et acteurs économiques ont exploré une question devenue centrale : comment faire en sorte que les solutions durables ne soient plus seulement désirées, mais réellement adoptées ?

L'intention ne manque plus, l'action reste le défi

Durant de nombreuses années, les acteurs de la transition ont concentré leurs efforts sur la sensibilisation. Informer davantage, alerter sur les risques climatiques, démontrer l'impact des comportements individuels : la logique semblait évidente.
Or cette approche atteint aujourd'hui ses limites.
« La plupart des citoyens savent qu'il faut agir », résume en substance Lorraine Whitmarsh, professeure de psychologie environnementale à l'Université de Bath. Le sujet n'est plus tant de convaincre que de comprendre pourquoi des personnes convaincues n'agissent pas toujours en cohérence avec leurs convictions.

L'écart entre les attitudes déclarées et les comportements réels est désormais bien documenté. Nombreux sont les consommateurs qui se déclarent favorables aux produits responsables, aux mobilités durables ou à la sobriété énergétique, mais qui continuent à privilégier les solutions les plus simples, les moins coûteuses ou les plus familières.

Pour les intervenants, cette réalité oblige à changer de regard : la transition écologique n'est pas seulement une affaire de technologies ou de réglementations. Elle est aussi, et peut-être surtout, une question de psychologie, d'organisation et d'usages.
« Nous devons cesser de penser que davantage d'information suffira à modifier les comportements. »

Comprendre les mécanismes réels de la décision

Cette évolution des approches est particulièrement portée par les travaux de recherche présentés lors de la table ronde. Les comportements individuels ne sont jamais uniquement le résultat d'un calcul rationnel. Ils dépendent d'un ensemble complexe de facteurs :

- les habitudes du quotidien ;
- le contexte social ;
- le coût perçu ;
- le temps nécessaire ;
- la confiance dans les solutions proposées ;
- l'image renvoyée par le groupe ;
- la facilité de mise en œuvre.

Autrement dit, même lorsqu'une personne souhaite agir de manière plus durable, de multiples freins peuvent empêcher le passage à l'acte.

Selon Jonathan Hall, responsable de la transformation durable chez Kantar, les entreprises et les institutions doivent désormais raisonner en termes de parcours utilisateur plutôt qu'en termes de simple information.
« Le meilleur levier n'est pas forcément de convaincre davantage. C'est souvent de rendre le comportement souhaité plus simple, plus visible et plus pratique. »

Cette idée, largement reprise au cours des échanges, marque un changement de paradigme : au lieu de demander aux individus de faire davantage d'efforts, il faut réduire les frictions qui empêchent l'adoption.

SNCF : la mobilité durable est d'abord une question d'expérience

Dans le secteur des transports, cette réflexion prend une dimension particulièrement concrète.
Pour Simone Morgagni, directeur recherche, sécurité et développement de la mobilité partagée à la SNCF, l'objectif n'est pas uniquement de développer des offres plus vertueuses sur le plan environnemental.
L'enjeu est de construire des solutions que les voyageurs auront réellement envie d'utiliser.
Car les décisions de mobilité sont fondamentalement ancrées dans le quotidien : horaires, contraintes familiales, confort, fiabilité, simplicité des correspondances ou accès à l'information.
Une alternative peut être écologiquement exemplaire. Si elle apparaît plus complexe que l'option traditionnelle, son adoption restera limitée.

Cette logique conduit les acteurs de la mobilité à travailler davantage sur l'intermodalité, la fluidité des parcours et l'intégration des services.
« La réussite de la transition dépendra de notre capacité à concevoir des solutions qui s'intègrent naturellement dans les habitudes de déplacement. »

Ce constat dépasse largement le secteur ferroviaire. Il concerne l'ensemble des nouvelles mobilités, du covoiturage aux mobilités partagées en passant par les transports collectifs décarbonés.

CMA CGM : la transition énergétique ne vaut que si elle est adoptée

Parmi les interventions les plus remarquées figure celle d'Émilie Espanet, secrétaire générale de la coalition New Energies de CMA CGM.

Dans un groupe engagé dans le développement des carburants alternatifs pour le transport maritime et la logistique, la question des usages est devenue stratégique. Car investir dans les nouvelles énergies ne garantit pas automatiquement leur diffusion.

Pour CMA CGM, la transition consiste certes à développer de nouvelles solutions technologiques, mais également à créer les conditions de leur appropriation par les clients, les chargeurs, les opérateurs et plus largement l'ensemble des acteurs des chaînes logistiques.
« La technologie ne crée pas seule la transformation. Ce sont les usages qui lui permettent de changer réellement l'échelle des choses. »

Cette réflexion est particulièrement pertinente dans le transport maritime où les investissements se chiffrent en milliards d'euros et où les choix des clients jouent un rôle déterminant dans l'accélération de la décarbonation.

Les entreprises pionnières font ainsi face à un défi inédit : investir massivement avant même que la demande ne soit totalement mature. D'où l'importance de construire de nouveaux récits autour des usages, de démontrer les bénéfices concrets des solutions bas carbone et de créer des mécanismes de confiance.

« Le succès de la transition se mesure lorsque le choix durable cesse d'être perçu comme une contrainte supplémentaire. »
L'intervention d'Émilie Espanet a ainsi rappelé que l'enjeu de la décarbonation des transports n'est pas uniquement industriel ou énergétique. Il est aussi culturel et comportemental.

Du consommateur au citoyen : une responsabilité collective

L'un des messages forts de la table ronde est d'ailleurs de ne pas faire porter toute la responsabilité du changement sur les individus.
Pendant longtemps, les débats sur le climat ont insisté sur les gestes du quotidien et les choix de consommation.

Les intervenants plaident désormais pour une vision plus systémique.
Les comportements sont influencés par les infrastructures disponibles, les prix, les normes sociales, les modèles économiques, les politiques publiques et les stratégies des entreprises.
Autrement dit, les individus agissent dans un environnement qui peut soit encourager, soit décourager les comportements vertueux.
Pour cette raison, les entreprises disposent d'un rôle considérable.

Elles peuvent :

- simplifier les parcours ;
- rendre les solutions durables plus attractives ;
- créer de nouvelles habitudes ;
- valoriser les comportements responsables ;
- intégrer la durabilité dans l'offre par défaut.

Cette approche est aujourd'hui largement utilisée dans les secteurs du numérique, de la mobilité ou encore de l'énergie.

Faire de la durabilité le choix naturel

Un consensus s'est progressivement dégagé au cours des échanges. La prochaine étape de la transition écologique ne se jouera pas uniquement dans les laboratoires, les usines ou les centres de recherche.

Elle se jouera dans les pratiques quotidiennes. Comment choisissons-nous nos modes de déplacement ? Comment consommons-nous l'énergie ? Quels arbitrages faisons-nous dans nos achats ou nos déplacements professionnels ?
Pour les participants, les réponses à ces questions détermineront largement la vitesse de la transition dans les années à venir.

L'enjeu n'est plus simplement de proposer des solutions durables. Il est de faire en sorte que ces solutions deviennent les plus simples, les plus accessibles et les plus désirables. Comme l'a résumé un intervenant en clôture des échanges : « Lorsque le comportement durable devient le comportement le plus facile, alors l'adoption cesse d'être un problème. »

Une formule qui résume sans doute le principal enseignement de cette table ronde : la bataille du climat ne se gagnera pas seulement dans l'innovation technologique. Elle se gagnera aussi dans la compréhension fine des usages et dans notre capacité collective à transformer les bonnes intentions en actions concrètes.