

Comprendre le changement de comportement

LE CHANGEMENT FAIT PEUR !

Peur d'être seul à le faire.
Peur de se tromper.
Peur de l'inconnu.
Peur de perdre ce que l'on a.

DESCRIPTION

En tant que Responsable Energie, vous êtes souvent amené à demander à vos interlocuteurs de changer de comportement pour une utilisation plus rationnelle de l'énergie. Or, le changement fait peur et la résistance peut être forte ! D'autant que l'on change rarement de comportement de façon durable du jour au lendemain. Comprendre les différentes étapes du changement de comportement, formalisées par James Prochaska et Carlo DiClemente, deux psychologues addictologues américains, vous permet de mieux adapter votre communication aux différents stades où se trouvent vos interlocuteurs.

MÉTHODOLOGIE

1. Stade de pré-contemplation

Vos interlocuteurs ne connaissent rien ou presque au problème et aux enjeux. A ce stade, ils ne mesurent pas à quel point un changement de comportement est à la fois utile et possible. Il vous faut améliorer leurs connaissances pour susciter une prise de conscience, sans tomber dans le piège de la peur ou de la moralisation.

➔ *Donnez des informations, vulgarisez, rendez les enjeux concrets et sensibilisez vos interlocuteurs en s'appuyant sur un bénéfice tangible.*

2. Stade de contemplation

Les enjeux sont connus, les nouveaux comportements à adopter aussi : on en parle au sein de votre organisation, certains précurseurs les ont déjà adoptés. C'est le moment de donner envie de changer, en identifiant les obstacles à lever, sans les dénigrer, et des leviers à actionner. Vous devez

susciter l'approbation pour ce nouveau comportement

➔ *Suscitez l'émotion chez vos interlocuteurs pour **provoquer un désir de changer**, faites-leur tester le nouveau comportement, aidez-les à identifier avec humour ce qui les freine et valorisez autant la démarche collective que les résultats déjà obtenus.*

3. Stade de préparation

Vos interlocuteurs sont prêts à changer, il faut susciter leur intention de le faire et provoquer un engagement. Ils ont non seulement besoin d'informations pratiques, mais aussi de trouver du sens à ce changement.

➔ *Proposez des formations et des outils concrets et/ou ludiques d'accompagnement du changement et donnez du feed-back sur les résultats déjà obtenus.*

4. Stade de l'action

Bravo ! Certains ont changé de comportement sur base de l'information dont ils disposent, de leurs nouvelles

habiletés et de leur motivation personnelle. Mais si l'expérience est négative, vous aurez toutes les peines à leur faire ré-envisager un changement !

➔ *Créez des conditions favorables pour que la première expérience soit positive, encouragez la convivialité, mais aussi valorisez et récompensez le passage à l'acte.*

5. Stade du maintien

Le nouveau comportement a été adopté, il faut désormais qu'il s'inscrive dans le long terme. Ce n'est pas le moment de réduire votre communication, au contraire !

➔ *Encouragez la répétition ou la régularité du comportement, valorisez le changement en proposant un renforcement positif et n'oubliez pas de donner du feed-back sur les résultats obtenus.*

6. Stade de la terminaison

Les personnes qui ont changé leur comportement peuvent devenir de formidables ambassadeurs

qui recommandent le nouveau comportement.

➔ *Suscitez et facilitez le partage d'expérience, pour amplifier votre communication.*

POINTS D'ATTENTION

- Le changement de comportement n'est pas linéaire : on peut s'arrêter, changer d'avis, et même être convaincu qu'il faut changer... sans rien faire. Il faut donc sans cesse adapter sa communication et répéter, sans lasser !
- Soyez persévérant : les changements de comportement prennent du temps !



bruxelles
environnement
.brussels



EXEMPLE

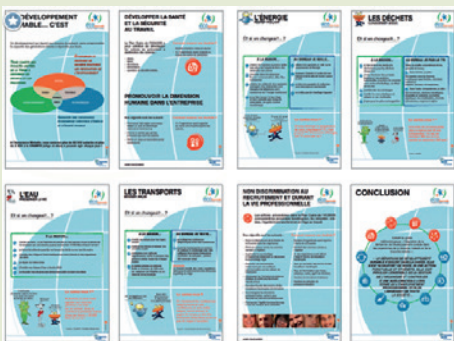
En combinant bien vos outils et vos messages, vous pouvez inscrire votre communication dans une démarche de changement de comportement efficace.

1. Pour informer sur les enjeux :

proposer une exposition, une conférence, des affiches, un Midi Energie (cf Fiche-Action #6) autour de la projection d'un film ou un débat... qui informent, mettent en perspective la situation actuelle, le potentiel de changement et l'engagement de l'organisation.

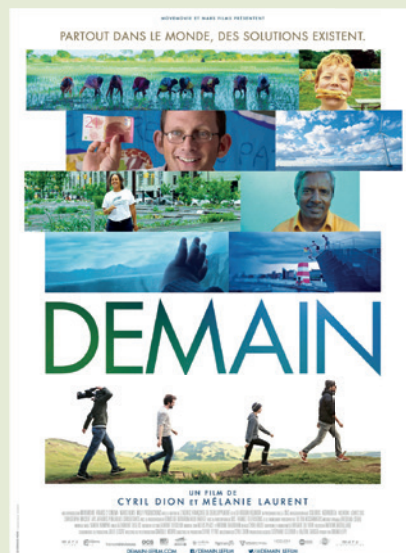
Pour sensibiliser leurs 90.000 employés à l'éco-attitude, l'Assurance Maladie française a conçu des modules pédagogiques utilisés pendant des ateliers d'information.

Source : www.sircome.fr

**2. Pour susciter l'approbation :**

des témoignages, des séances de test, des concours...

Beaucoup d'organisations ont proposé une projection en interne du film « Demain » pour mobiliser leur personnel sur des changements de comportement concrets.

**Pour provoquer l'intention :**

des conseils pratiques, des déclarations d'engagement, des groupes de travail, ...

4. Pour inscrire le comportement

dans la durée : des rappels sur place, des concours, le partage des résultats déjà obtenus...

5. Pour susciter le partage et

les échanges : créer une communauté d'utilisateurs, favoriser l'échange de bonnes pratiques au travers de petits-déjeuners thématiques, organiser des visites de bâtiments exemplaires par les usagers eux-mêmes (cf Fiche-Action #8), ...

POUR ALLER PLUS LOIN

- [Formation Bâtiment Durable, «Comment changer les comportements», Bruxelles Environnement.](#)
- [Etude « Salariés et Développement durable : quels freins ? quels leviers ? », Terra 21, ADEME, 2010.](#)
- [Communiquer en situation de changement : guide pour les communicateurs fédéraux, SPF Chancellerie du Premier Ministre, 2015](#)