



HAL
open science

Comment promouvoir l'acceptabilité des ZFE ?

Frédéric Martinez

► **To cite this version:**

Frédéric Martinez. Comment promouvoir l'acceptabilité des ZFE?. TEC Mobilité intelligente [Revue TEC : Transport Environnement Circulation], 2019, 242. hal-02371744

HAL Id: hal-02371744

<https://hal.science/hal-02371744v1>

Submitted on 28 May 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Auteur

Frédéric Martinez : Chercheur, Responsable équipe Dynamique des changements de Mobilité, Département Aménagement, Mobilité et Environnement (AME) - IFSTTAR

Titre

Comment promouvoir l'acceptabilité des ZFE ?

Revue

TEC n°242, juin 2019

Chapeau

Afin de promouvoir l'acceptabilité des ZFE , les théories issues des sciences humaines, et notamment de la psychologie sociale, fournissent des pistes intéressantes.

Explications. `

7 479 signes

Le processus d'acceptabilité compte trois phases, tout d'abord la phase d'acceptabilité a priori, puis celle d'acceptation et enfin la phase d'appropriation. L'étude de l'acceptabilité a priori correspond à la mise en évidence des attitudes, de la pensée sociale autour de la mesure. Ensuite, lorsque la mesure est mise en place, il convient d'étudier les processus psychologiques sous-jacents à son acceptation par le biais d'expérimentation. Enfin, la dernière phase a pour but d'étudier l'appropriation réelle, le caractère effectif de l'usage dans une activité ordinaire. Les théories issues des sciences humaines, et notamment de la psychologie sociale, fournissent des pistes intéressantes afin d'accentuer

l'acceptabilité des Zones à Faibles Emissions autour de trois notions clefs interdépendantes, le contrôle, l'influence sociale et l'utilité perçue.

Située au carrefour des sciences psychologiques et sociales, la psychologie sociale développe un regard centré sur les interactions individus / contextes pour observer et analyser les expériences, les pratiques et les perceptions des personnes et des groupes. Ainsi, la psychologie sociale propose d'étudier comment les perceptions, décisions et comportements des individus sont influencés par des facteurs contextuels liés aux modes et contenus de communication, aux interactions sociales, aux objets et situations proposées. De ce fait, la psychologie sociale peut proposer des pistes pour accentuer l'acceptabilité des Zones à Faibles Emissions. Ces pistes validées par la recherche peuvent être utilisées pour affiner les dispositifs de communication durant les trois phases, sans généralement en augmenter le coût.

Le contrôle

La contrôlabilité et l'auto-efficacité perçues sont deux aspects conjoints du rapport au contrôle d'une importance capitale dans les changements de comportements et les stratégies de communication. Tous les modèles de prédiction des comportements admettent que ces deux facteurs influent directement les comportements. Dans une société où la valeur autonomie est prégnante, les restrictions de circulation peuvent être perçues comme injustes, des atteintes à la liberté individuelle illégitimes, et entraîner un effet de réactance, où les usagers de la route refusent d'obéir à la règle pour restaurer un sentiment de liberté. Afin d'induire de la contrôlabilité et donc de l'acceptabilité, il convient d'associer en amont de la mise en place de la mesure le public afin qu'il participe activement en laissant une « véritable marge » de manœuvre en mettant en débat par exemple, l'étendue géographique de la zone, le type de véhicules interdits... Être « acteur », donc contrôler, ne signifie pas forcément se sentir efficace dans son contrôle. Si nous avons besoin de nous sentir autonomes pour accepter une

mesure, nous avons également besoin de nous sentir en capacité afin de changer nos comportements.

Influence sociale

Bien que le moyen le plus efficace pour acquérir un sentiment d'auto-efficacité réside dans les expériences de vie, il est possible d'accentuer ce sentiment par le biais d'expériences vicariantes, à savoir la présence d'un modèle social permettant une identification et induisant une croyance en la possibilité de contrôler son comportement. Ces éléments n'impliquent pas que la diffusion de valeurs ou de comportements nouveaux ne puisse être réalisé que par une majorité, au contraire. Les travaux en psychologie sociale démontrent le pouvoir d'influence et donc de changement social que possèdent les minorités qui apparaissent au départ radicalement alternatives, et qui restent ensuite consistantes et visibles. Toute question ou pratique sociale, dont la mobilité, renvoie à des rapports entre groupes et à des jugements de valeur portant sur des groupes. Est-il bien vu ou mal vu de se déplacer avec des modes de transport plus durables ? Est-ce un vecteur de valorisation de soi, donc de rattachement à un groupe valorisé ? Ces questions sont essentielles si une communication envisage de se diffuser après sa diffusion, donc de faire l'objet d'une reprise par les individus, qui en s'emparant et en s'appropriant le message assure la part la plus efficace de la diffusion d'un message. Valorisée, une pratique a davantage de possibilités de devenir visible, de constituer un support d'apprentissage social par observation et imitation. La norme sociale est considérée comme un puissant déterminant des comportements, qui peut ainsi inciter les individus à agir dans un sens donné.

Utilité

Une autre piste afin d'accentuer l'acceptabilité réside dans l'utilité perçue de la mesure. Les politiques publiques partent, le plus souvent, du principe que les

choix des usagers de la route sont rationnels comme l'illustrent les programmes basés exclusivement sur des incitations financières et-ou une augmentation des coûts. En d'autres termes, l'individu est censé effectuer le choix le plus utile, celui qui lui rapporte le plus et qui lui coûte le moins. Les déplacements automobiles quotidiens représentent une part importante de la pollution atmosphérique qui impacte non seulement la qualité de l'air que nous respirons, mais aussi l'avenir de la planète sur laquelle nous vivons, il est donc rationnel d'accepter la mise en place des zones à faibles émissions. Pourtant, deux problèmes de décision objectivement identiques en termes de distributions de probabilités sur les issues possibles peuvent ne pas être considérés comme subjectivement équivalents par le décideur. La prise de décision est concomitante à la construction de la représentation subjective des perspectives offertes, engendrée par le cadrage du dispositif de communication. Par exemple, les conséquences de la mise en place de la mesure peuvent être présentées soit en termes de gains espérés lors de l'adoption (cadrage en gain) soit en termes de pertes attendues lors de la non-adoption (cadrage en perte). Un cadrage en perte est plus efficace pour susciter des comportements dont l'acceptation présente un risque, une incertitude, alors que le cadrage en gain est plus efficace pour susciter des comportements dont l'acceptation permet d'éviter un risque. Avant de décider quelle valence de conséquence mettre en exergue, il conviendra de se demander où se situe le risque subjectif perçu, parfois différent de celui objectif, dans

la mise en place ou dans l'absence de zones à faibles émissions. Il convient également de s'interroger sur le type de bénéfices à mettre en avant. Il peut s'agir de bénéfices individuels ou collectifs, immédiats ou lointains parce que l'acceptabilité est accentuée lorsque dispositif de communication engendre une perception de cohérence. La communication sur le changement des modes de transport dans le cadre en particulier du changement climatique pourrait se révéler en effet inefficace et problématique du point de vue de sa cohérence. En effet, la juxtaposition d'un enjeu global et lointain et de solutions perçues comme se

limitant à de simples « petits gestes » pourrait par son incohérence créer un profond sentiment d'impuissance, de lassitude, voire de rejet dans la population. Par exemple, est-il cohérent de communiquer sur le fait que la mise en place des zones à Faibles Emissions aura un effet sur la fonte de la banquise polaire des ours blancs ? Il semble opportun, au contraire, de mettre en exergue une conséquence plus proche, plus locale, plus immédiate, telle que la santé en luttant par exemple contre les maladies respiratoires.