

Acheter vert : choix personnel ou dilemme social ? Impact du conformisme sur les choix de consommation durable

Berrhoun, T., Bertoldo, R., Girandola, F., 2022

I. Introduction

La problématique environnementale

- 1^{er} rapport du GIEC publié en 1990
- 97% des Français déclarent que « *protéger l'environnement est personnellement important pour eux* » (2017)^a
- 70% des Français déclarent avoir changé leurs habitudes de consommation où envisager de le faire (2017)^b
- **SUV : 788 972 en Europe en 2003 contre 5 918 297 en 2019^c**

Le dilemme social de l'influence normative (Biel & Thørgersen, 2007)

Dans une société aux modes de consommation devant évoluer pour répondre aux attentes de la transition écologique, l'individu « précurseur » encourt le risque de devenir déviant. Ce dilemme est susceptible de favoriser l'inertie.

^a *Attitudes of European citizens towards the environment*, Special Eurobarometer 468

^b *Les Français, la consommation écoresponsable et la transition écologique*, IFOP & WWF France



^c *New passenger cars by segment in the EU*, European Automobile Manufacturers Association (ACEA)

II. Problématique & Hypothèses


Malgré un partage de fortes valeurs environnementales, les individus sont-ils capables de résister à une forte pression normative ?

Hypothèses


Hypothèse générale 1 – Les individus vont se conformer à la norme descriptive^{ab}

- (En rapport à C0)
- H1a.  L'individu fera plus de choix durables lorsque la ND est « durable »
 - H1b.  L'individu fera moins de choix durables lorsque la ND est « polluante »

Hypothèse générale 2 – Les individus vont se conformer à la norme injonctive^{ab}

- H2a.  L'individu fera plus de choix durables lorsque la norme injonctive a été activée

Hypothèse générale 3 – La norme injonctive aura un impact moindre face à celui de de la norme descriptive^c

- H3a.  En rapport à C0 : l'individu fera moins de choix durables lorsque la ND est « polluante » même si la NI est activée

^a Alló, M., & Loureiro, M. L. (2014). The role of social norms on preferences towards climate change policies: A meta-analysis. *Energy Policy*, 73, 563-574.

^b Melnyk, V., Carrillat, F. A., & Melnyk, V. (2022). The influence of social norms on consumer behavior: A meta-analysis. *Journal of Marketing*, 86(3), 98-120.

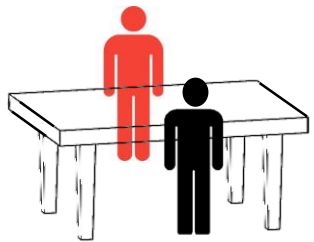
^c Cialdini, R. B., Demaine, L. J., Sagarin, B. J., Barrett, D. W., Rhoads, K., & Winter, P. L. (2006). Managing social norms for persuasive impact. *Social Influence*, 1(1), 3-15.

III. Protocole expérimental

Salle d'attente



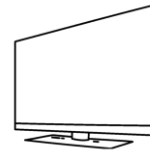
Etape 1 : le briefing



- Présentation
- Introduction de la VI1 : Norme Injonctive



Etape 2 : l'étude



- 5 choix à l'oral
- Les 4 compères répondent avant



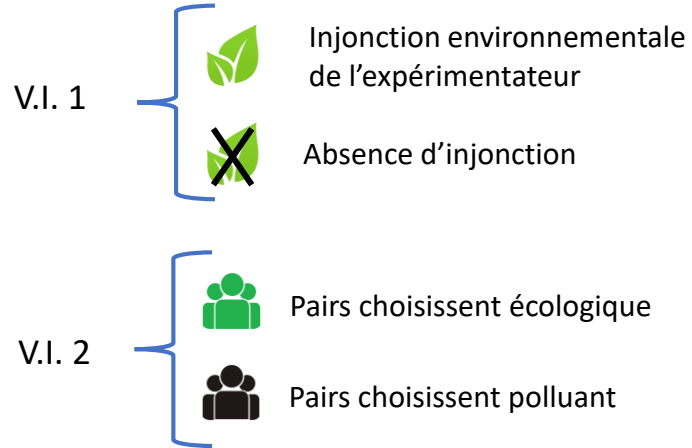
Etape 3 : le contrôle



- Pollution perçue
- Esthétique perçue



IV. Résultats



C0 – C1 : $W = -4,52$; $p = 0,012$

C0 – C2 : $W = -2,12$; $p = 0,564$

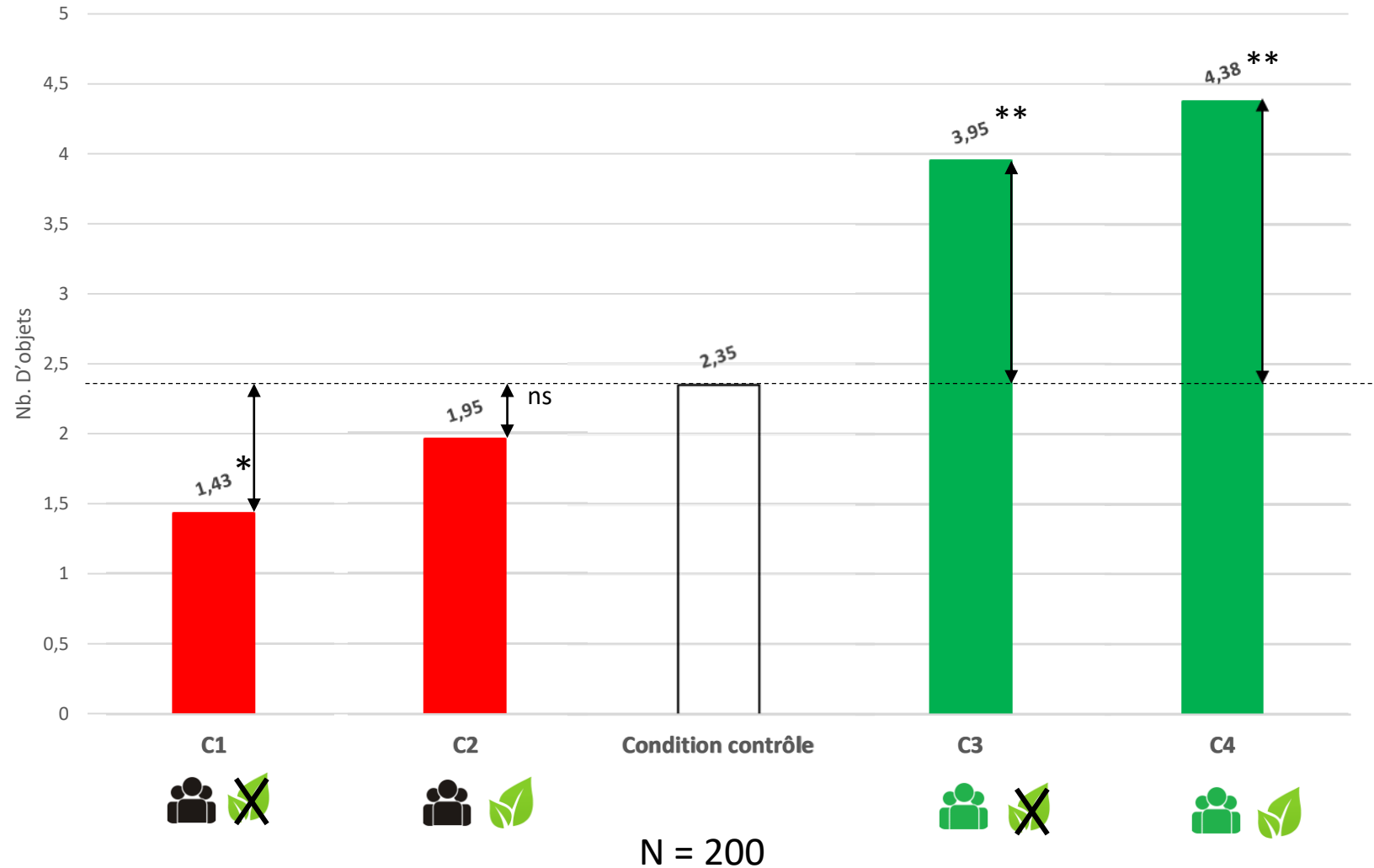
C0 – C3 : $W = 7,11$; $p < 0,01$

C0 – C4 : $W = 8,64$; $p < 0,01$

Effets simples :

	χ^2	p	r^2
Injonctive	4,14	0.043	0,025
Descriptive	88,66	< .001	0,554
Inj * Desc	1,06	0.305	

TABLEAU 1. NOMBRE D'ARTICLES ÉCOLOGIQUES SELECTIONNES EN FONCTION DE LA NORME DES PAIRS



IV. Discussion

Faire appel aux valeurs de l'individu semble insuffisant pour insuffler du changement, spécialement dans les cas où la norme descriptive représente une force d'opposition.

Toutefois plusieurs limites :

1) Quelle motivation à se conformer ? (Kelman, 1961 ; Bendor & Swistak, 2001)

2) Validité écologique faible

3) Modération en fonction du type d'objet (Richins, 1994)

→ Réplication *in Vivo* et approfondissement à travers d'autres études

Remerciements et bibliographie

Merci pour votre attention.

Remerciements à l'équipe des compères :

Delphine Souvestre, Chloé Cornu, Selma Ouraci, Capucine Rodet, Ulrick Leleu

Bibliographie

- Alló, M., & Loureiro, M. L. (2014). The role of social norms on preferences towards climate change policies: A meta-analysis. *Energy Policy*, 73, 563-574.
- Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments. *Organizational influence processes*, 58, 295-303.
- Bendor, J., & Swistak, P. (2001). The evolution of norms. *American Journal of Sociology*, 106(6), 1493-1545.
- Biel, A., & Thøgersen, J. (2007). Activation of social norms in social dilemmas: A review of the evidence and reflections on the implications for environmental behaviour. *Journal of economic psychology*, 28(1), 93-112.
- Cialdini, R. B., Demaine, L. J., Sagarin, B. J., Barrett, D. W., Rhoads, K., & Winter, P. L. (2006). Managing social norms for persuasive impact. *Social influence*, 1(1), 3-15.
- Kelman, H. C. (1961). Processes of opinion change. *Public Opinion Quarterly*, 25(1), 57-78
- Melnyk, V., Carrillat, F. A., & Melnyk, V. (2022). The influence of social norms on consumer behavior: A meta-analysis. *Journal of Marketing*, 86(3), 98-120.
- Richins, M. L. (1994). Special possessions and the expression of material values. *Journal of consumer research*, 21(3), 522-533.