

Rôle des attributions dans l'explication de l'adoption d'un comportement écologique: Une étude quantitative exploratoire

Leyla Jaoued-Abassi

► **To cite this version:**

Leyla Jaoued-Abassi. Rôle des attributions dans l'explication de l'adoption d'un comportement écologique: Une étude quantitative exploratoire. 19ème Congrès International sur les Tendances du Marketing, Jan 2020, Paris, France. hal-03270071

HAL Id: hal-03270071

<https://hal-upec-upem.archives-ouvertes.fr/hal-03270071>

Submitted on 24 Jun 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.

**Rôle des attributions dans l'explication de
l'adoption d'un comportement écologique : Une étude quantitative exploratoire**

**The effect of attributions on the adoption of an ecological behavior: An exploratory
quantitative study**

**Leyla JAOUED-ABASSI
Maître de conférences
Université Paris-Est Marne La Vallée
Institut de Recherche en Gestion
leyla.jaoued@u-pem.fr**

Rôle des attributions dans l'explication de l'adoption d'un comportement écologique : Une étude quantitative exploratoire

Résumé : Y a-t-il une différence entre les consommateurs se sentant concernés par les problèmes environnementaux et ceux qui le sont moins en termes d'intentions comportementales ? Notre recherche se donne pour objectif de tester l'impact des attributions faites par les individus sur leurs intentions comportementales. Plus spécifiquement nous souhaitons mettre en avant les effets des attributions de responsabilité, de contrôlabilité et de conséquences des désordres écologiques sur la mise en place d'un comportement écologique. Une étude quantitative, menée auprès d'un échantillon de 280 consommateurs a mis en avant l'importance des attributions de type « moi » dans la mise en place d'un comportement écologique. Les résultats indiquent que les individus qui attribuent les conséquences et la contrôlabilité des désordres écologiques à eux mêmes (moi) plutôt qu'au collectif (nous) et aux autres (les autres) sont plus disposés à agir en faveur de l'environnement. Les résultats mettent également en avant une tendance au rejet de la responsabilité des désordres écologiques sur les autres (les autres) ou à la dilution de cette responsabilité dans le collectif (nous).

Mots clés : Théorie des attributions, attribution de la responsabilité, attribution de la contrôlabilité, attribution des conséquences, comportement écologique.

The effect of attributions on the adoption of an ecological behavior: An exploratory quantitative study

Summary: Is there a difference, about behavioral intentions, between consumers who are concerned about environmental issues and those who are less concerned? Our research aims to test the effect of the attributions made by individuals on their behavioral intentions. More specifically, we seek to highlight the effects of attributions of responsibility, controllability and consequences of ecological disorders on the adoption of an ecological behavior. A quantitative study, conducted among a sample of 280 consumers, shows the importance of intern attributions (me) in the adoption of an ecological behavior. The results indicate that individuals who attribute the consequences and controllability of ecological disorders to themselves rather than to the collective (us) and to others (the others) are more willing to act in favor of the environment. The results also highlight a tendency to reject the responsibility of ecological disorders on others (others) or to the dilution of this responsibility in the collective (us).

Key words: Attribution theory, attribution of responsibility, attribution of controllability, attribution of consequences, ecological behavior

Rôle des attributions dans l'explication de l'adoption d'un comportement écologique : Une étude quantitative exploratoire

Introduction

Réchauffement climatique, pollution, changement de la biodiversité, épuisement des ressources naturelles... Les experts sont unanimes : la destruction de notre planète s'accélère de jour en jour et la transition écologique devient une urgence aussi bien sur le plan politique que sociétal. Même si l'environnement ne constitue pas un sujet prioritaire pour les français, ils sont plus de 80%, selon l'Ademe (2019), à se dire sensibles ou très sensibles aux questions environnementales et plus de 60% à se dire inquiets de l'état de la planète. Pourtant, malgré cette prise de conscience citoyenne, nous assistons 1- à une forme de désengagement du système sociétal actuel (*6% pensent qu'il doit être maintenu comme tel, un tiers pense qu'il faut repartir de zéro et 58% pensent qu'au moins une partie doit être revue et modifiée*), 2- à un manque d'actions concrètes en faveur de l'écologie (*51%, soit 9 points de moins que 2017, considèrent la modification importante des modes de vie comme la meilleure des solutions*) et 3- à un rejet des responsabilités, constituant un frein à l'avancée de la cause environnementale (*La responsabilité face aux enjeux environnementaux s'est plutôt transférée vers les Etats (19%), vers le progrès technique (9%) ou vers un certain fatalisme : 17%*). Un paradoxe, un décalage entre les attitudes et les comportements qui requiert une meilleure compréhension, dans un contexte d'urgence écologique où l'adoption de comportements en faveur de l'environnement devient une nécessité.

En marketing, en psychologie et en sociologie, de nombreuses recherches se sont intéressées aux comportements écologiques des consommateurs et ont tenté de mettre en avant les freins et les motivations quant à la mise en place d'un comportement favorable à l'environnement. Ainsi, la personnalité de l'individu (Brick et Lewis, 2016), ses valeurs (Rice, 2006) ou encore son environnement et son appartenance sociale (Bertrandias et Elgaaied-Gambier, 2013) ont un impact sur son comportement écologique. Des facteurs contextuels, comme la disponibilité des produits écologiques, les infrastructures, la réglementation et les caractéristiques des produits peuvent également influencer l'adoption d'un comportement écologique (Steg et Vleck, 2009). Les recherches antérieures ont également mis en avant le rôle des attributions dans la mise en place d'un comportement écologique (Yang et al., 2015; Liu, Du, Southworth et Ma, 2017; Shin et al., 2018). En effet, les individus peuvent attribuer la responsabilité et/ou la contrôlabilité des problèmes écologiques à des facteurs internes ou externes ; leurs comportements peuvent dépendre de ces attributions. Notre recherche a pour objectif d'approfondir la compréhension du rôle des attributions dans l'adoption d'un comportement écologique et de tester, par le biais d'une étude quantitative, l'impact de ces attributions sur les comportements écologiques.

Rôle des attributions dans l'explication des comportements écologiques

Les recherches sur les attributions s'intéressent aussi bien aux antécédents des attributions - théories des attributions, qu'à leurs conséquences - théories attributionnelles (Kelley et Michela, 1980). L'individu cherche souvent à identifier les causes d'un événement et a tendance à faire des attributions, internes (moi) ou externes (les autres), pour expliquer ces événements (Kelley et Michela, 1980 ; Weiner, 2015). Ces attributions, formés à partir de son niveau d'information, de ses croyances ou encore de sa motivation conditionnent ses attitudes et son comportement (Kelley et

Michela, 1980). Selon Weiner (1985), l'individu va non seulement chercher à comprendre si la cause d'un événement est interne ou externe (locus de causalité) mais aussi à savoir si elle est stable ou non à travers le temps (stabilité) et si elle est contrôlable ou non (contrôlabilité par soi ou par les autres).

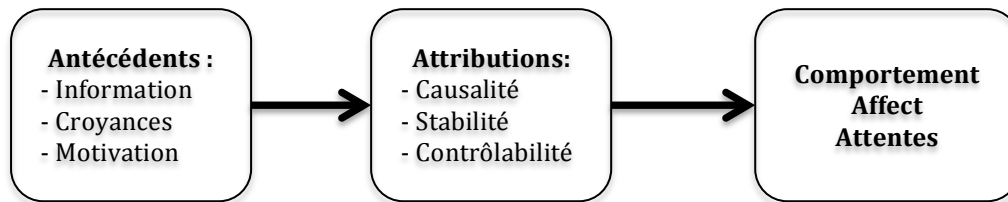


Figure1 : Modèle général des attributions Kelley et Mihela (1980)

Dans leur recherche menée dans le but de mieux comprendre les comportements écologiques, Jaoued et Gonzalez (2017) ont mis en avant le rôle des attributions dans la mise en place d'un comportement écologique. L'analyse de contenu des dix-sept entretiens semi-directifs menés auprès d'individus d'âge, de sexe et de catégorie socioprofessionnelle variés a permis d'identifier un processus attributionnel face aux problématiques écologiques. Selon les auteurs, ce processus prend trois formes différentes :

- Une attribution de la responsabilité des problèmes écologiques (Causalité : qui est responsables des désordres écologiques ?),
- Une attribution de la contrôlabilité des problèmes écologiques (contrôlabilité : qui a le pouvoir de contrôler les désordres écologiques ?),
- Une attribution des conséquences des problèmes écologiques, dimension qui vient renforcer les recherches antérieures sur l'attribution (Conséquences : Qui subira les conséquences des désordres écologiques ?).

La perception de la responsabilité, de la contrôlabilité et des conséquences des problèmes écologiques est susceptible d'influencer les attitudes et les comportements écologiques des consommateurs (Jaoued et Gonzalez, 2017). A l'instar des recherches antérieures sur les attributions, Jaoued et Gonzalez (2017) identifient, pour chacune des trois dimensions de l'attribution, une sous dimension interne (moi) et une sous dimension externe (les autres). A ces deux sous-dimensions, leur recherche met en avant une troisième sous- dimension collective (nous) retrouvée de manière récurrente dans le discours de certains répondants. Les résultats de leur recherche stipulent que le type d'attribution développée par un individu – « moi », « nous » ou « eux » façonne la mise en place ou non d'un comportement écologique : Les individus semblent plus enclins à changer d'attitude et à agir de manière favorable à l'environnement lorsqu'ils développent des attributions de type « moi » ou à moindre mesure « nous ». L'attribution de la responsabilité, de la contrôlabilité et/ou des conséquences de certains désordres écologiques à sa propre personne ou à sa personne en tant que membre d'un collectif semble orienter les comportements vers la protection environnementale et vers la contribution à la résolution des problèmes écologiques par lesquels l'individu se sent concerné. Leur recherche conclut que les attributions de type « nous » ou « les autres » peuvent traduire une forme de dilution, de désengagement ou de rejet de la responsabilité et de la contrôlabilité sur les autres et constituent, dans certains cas, une forme de neutralisation pour rendre « *son comportement acceptable et se protéger de l'auto-culpabilisation et du blâme des autres* » (Oudou et Bonnin, 2014).

A l'issu de notre analyse de la littérature sur le rôle des attributions, nous formulons les hypothèses suivantes:

H1: les individus formulant des attributions de responsabilité et/ou de contrôlabilité et/ou de conséquences de type « moi » sont plus enclins à adopter des comportements écologiques que les individus formulant des attributions de type « nous » ou « les autres ».

H2: les individus formulant des attributions de responsabilité et/ou de contrôlabilité et/ou de conséquences de type « nous » sont plus enclins à adopter des comportements écologiques que les individus formulant des attributions de type « les autres ».

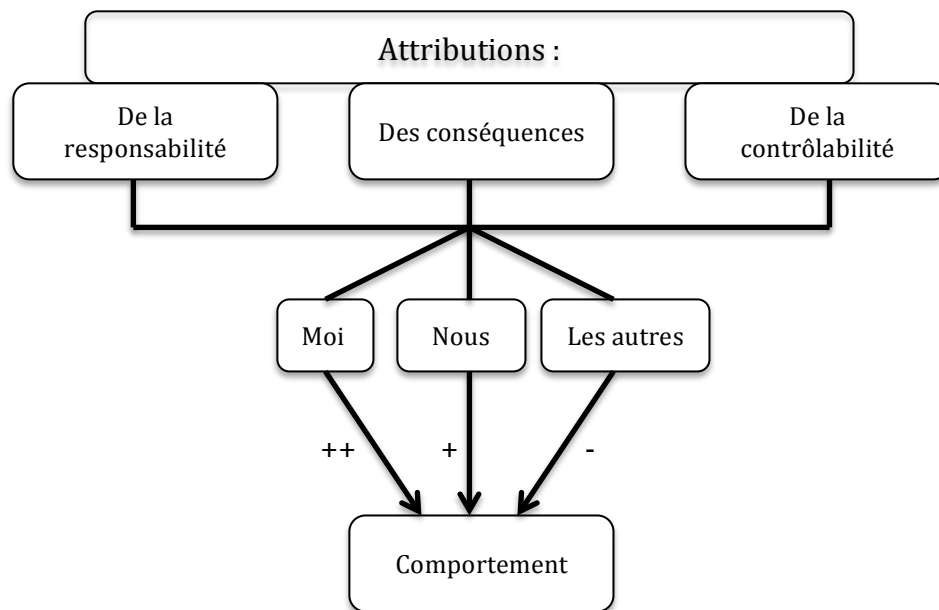


Figure 1 : Schéma des hypothèses

Méthodologie de la recherche

Afin de tester les effets des attributions sur les attitudes et les comportements écologiques, une enquête en ligne a été administrée à un échantillon de 280 consommateurs. Afin d'introduire de la variation, deux problèmes écologiques ont été choisis : la pollution et la biodiversité. Notre choix des problématiques écologiques était basé sur les résultats d'un sondage réalisé par Norstrat en 2019¹ et qui classait la pollution et la biodiversité parmi les trois préoccupations environnementales des français, à proportions quasi-égales (32% et 27%); ce qui nous permet de contrôler l'importance de la problématique auprès des consommateurs. Un premier échantillon, composé de 144 répondants, a été interrogé sur la problématique de la pollution et un deuxième échantillon, composé de 136 répondants, a été interrogé sur la problématique de la biodiversité.

Après une première question mesurant la préoccupation environnementale des répondants et adaptée de l'échelle Bohlen et al. (1993), chacun des deux échantillons a été exposé à un paragraphe décrivant les enjeux écologiques du problème sur lequel

¹ <https://e-rse.net/preoccupations-environnement-francais-sondage-272261/#gs.999q49>

² https://docs.google.com/forms/d/1_k9eXWZopYH4JrjIE9TAZUt0i7oy_8Yv4f9gdpcpVW0/edit?usp=form

porte son questionnaire. A l'issu de ce paragraphe les répondants ont été interrogés sur leurs attributions : Les attributions de responsabilité, de contrôlabilité et de conséquences ont été mesurées par une échelle adaptée de l'échelle de mesure des attributions causales de Fontaney et al. (2003) ; Cette échelle tenait compte des sous dimensions interne « moi », externe « les autres » et collective « nous », que peut formuler le répondant. En fin de questionnaire², les répondants ont été interrogés sur leurs intentions comportementales en faveur de l'environnement.

Principaux Résultats

Sur le plan descriptif, les résultats montrent une très forte préoccupation environnementale chez les répondants (M=4,54), en revanche, cette préoccupation n'est que moyennement corrélée avec les intentions comportementales en faveur de l'environnement. Ce résultat confirme le décalage entre les attitudes et les comportements écologique des consommateurs. Il stipule qu'une préoccupation environnementale élevée n'est pas suffisante pour pousser les consommateurs à agir en faveur de l'environnement.

En ce qui concerne les attributions, l'analyse en composantes principales met en avant trois axes expliquant 71,459% de la variance. Ce qui confirme le caractère tridimensionnel des attributions identifié par Jaoued et Gonzalez (2017): Attribution de la responsabilité, attribution de la contrôlabilité et attribution des conséquences. Une analyse de la régression met en avant un impact positif des attributions de la contrôlabilité et des conséquences de type « moi » sur les intentions comportementales ($\beta=0,289$ $P<,002$ et $\beta=0,551$, $P<,017$). Les attributions des conséquences et de la contrôlabilité de types « nous » et « les autres » n'ont en revanche aucun impact sur les intentions comportementales. Ainsi, lorsque les répondants se sentent personnellement concernés par les conséquences des problèmes écologiques ou lorsqu'ils perçoivent qu'ils ont le contrôle sur ces problèmes (attributions « moi ») ils développent des intentions comportementales en faveur de l'environnement. En revanche, lorsqu'ils estiment qu'ils ne sont ni concernés par les conséquences ni en capacité de les résoudre, ils ont tendance à faire des attributions de type « nous » et « les autres » et à ne pas développer d'intentions comportementales en faveur de l'environnement ; ce qui pourrait expliquer le décalage entre leur attitude favorables à l'environnement et leurs comportement. Les résultats montrent également que les attributions de la responsabilité, quelque soit leur type - « moi », « nous ou « eux » - n'ont aucun impact sur les intentions comportementales. Ce résultat ne nous surprend pas car sur le plan descriptif, les répondants avaient tendance à attribuer la responsabilité des problèmes écologiques au collectif « nous » et aux « autres » (M=4,23, M=4,41) plutôt qu'à eux même (M=3,65,). Les répondants n'attribuant pas la responsabilité des désordres écologiques à eux mêmes, mais plutôt au collectif « nous » et aux autres sont peu susceptibles de développer des intentions comportementales en faveur de l'environnement. Le désengagement de la responsabilité en la diluant dans le collectif « nous » ou en la rejetant sur les « autres » n'est pas favorable au développement d'intentions comportementales en faveur de l'environnement. (*H1 partiellement confirmée*)

Il est également à préciser qu'il n'existe pas de différence en terme de comportement entre les consommateurs qui font des attributions de type « nous » et ceux qui font des

²https://docs.google.com/forms/d/1_k9eXWZopYH4JrjIE9TAZUt0i7oy_8Yv4f9gdpcpVW0/edit?usp=forms_home&ths=true

attributions de type « les autres » ; ces deux types d'attributions n'ont pas d'impact significatif sur le comportement. L'attribution au collectif ne semble pas impacter plus le comportement écologique que l'attribution aux autres. Seule l'attribution à soi (moi) semble orienter le comportement en faveur de l'environnement (*H2 infirmée*).

Conclusion

Les résultats de notre recherche montrent que même lorsque la préoccupation environnementale est très élevée elle n'est que moyennement liée au développement d'intentions comportementales en faveur de l'environnement. Il s'avère que les consommateurs ne soient prêts à agir que lorsqu'ils font des attributions de responsabilité, de conséquences et de contrôlabilité de type « moi ». Les consommateurs se sentant concernés par les conséquences des problèmes écologiques et estimant qu'ils ont le pouvoir de contrôler ces problèmes sont les plus à même d'agir en faveur de l'environnement. Une tendance à la dilution de la responsabilité dans un collectif ou au rejet de la responsabilité sur les autres est également mise en avant par les résultats. Les consommateurs estiment qu'ils sont moins responsables que le collectif ou que les autres dans la dégradation de la planète.

Sur le plan théorique notre recherche constitue une première tentative de test du lien entre les attributions, dans une conception tridimensionnelle intégrant l'attribution des conséquences, et les intentions comportementales en faveur de l'environnement. Les résultats obtenus mettent en avant l'important rôle des attributions et incitent à explorer plus en profondeur leur conception tridimensionnelle et son impact sur le comportement. Sur le plan managérial, les résultats de notre recherche offrent des pistes d'améliorations pour les campagnes de sensibilisation et d'éducation environnementale. Si on souhaite inciter les individus à agir en faveur de l'environnement et à adopter des comportements écologiques il est nécessaire d'éveiller leur conscience en les informant : 1- sur leur propre responsabilité dans chacun des problèmes écologiques, 2- sur les conséquences que peut avoir chacun des désordres écologiques sur leur propre personne, 3- sur les différentes solutions à leur portée contribuant grandement à la contrôlabilité de chacun des désordres écologiques. Les campagnes de sensibilisation et d'éducation doivent s'adresser à chacun et non au collectif, et fournir les informations nécessaires pour que chaque individu puisse être capable de faire des attributions de type « moi ».

Cette recherche comporte des limites. Il s'agit d'une recherche exploratoire réalisée sur échantillon de convenance et non représentatif de la population française. Il serait intéressant d'appliquer cette recherche à d'autres problèmes environnementaux, en incorporant d'autres variables dont l'influence sur le comportement écologique a été mise en avant dans les recherches antérieures.

Bibliographie :

- Bertrandias L. et Elgaaied-Gambier L. (2014), Other's environmental concern as a social determinant of green buying, *Journal of Consumer Marketing*, 31 (6/7), pp. 417-429.
- Bohlen G., Shlegelmilch B. et Diamontopoulos A. (1993), Measuring Ecological Concern : A multi-construct perspective, *Journal of Marketing management*, 9, pp. 415-430.
- Brick C. et Lewis G.J. (2016), Unearthing the "Green" Personality: Core Traits Predict Environmentally Friendly Behavior, *Environment and Behavior* 48 (5), pp. 1 –24

- Fontayne, P., Martin-Krumm, C., Buton, F. et Heuzé, J.-P. (2003). Validation française de la version révisée de l'échelle de mesure des attributions causales (CDSII) *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 58, pp. 59-72.
- Jaoued L. et Gonzalez C. (2017), Le consommateur face à l'écologie : indifférent, réactant ou sensible ?, *33ème congrès de l'association française du Marketing*, Association Française du Marketing, May 2017, Tours, France
- Kelley, Harold H.; Michela, John L. (1980), Attribution theory and research, *Annual Review of Psychology*, 31, pp. 457-501.
- Liu, D., Du, H., Southworth, F. et Ma, S. (2017) The influence of social-psychological factors on the intention to choose low-carbon travel modes in Tianjin, China, *Transportation Research Part A : Policy and Practice*, 105, pp 42-53.
- Odou, P. et Bonnin G. (2014), Les stratégies de neutralisation de la pression normative par les consommateurs : le cas du téléchargement illégal, *Recherches et Application en Marketing*, 29 (1), pp.103-121.
- Rice G. (2006), Pro-environmental behavior in Egypt : Is there a role for Islamic environmental ethics?, *Journal of Business Ethics*, 65 (4), pp. 373–390. Shin Y. H., Im J., Jung S. E. et Severt K. (2018), The theory of planned behavior and the norm activation model approach to consumer behavior regarding organic menus, *International Journal of Hospitality Management*, 69, pp. 21-29
- Steg L. et Vlek C. (2009), Encouraging pro-environmental behaviour : An integrative review and research agenda, *Journal of Environmental Psychology*, 29, pp.309–317.
- Weiner B. (2015), On the cross-cultural trail, searching for (non)-replication, *International Journal of Psychology*, 50 (4), pp. 303-307
- Weiner, B. (1985): An attributional theory of achievement motivation and emotion, *Psychological Review*, 92, p. 548-573.
- Yang Z. J., Seo M., Rickard L. N., Harrison T. M. (2015). Information sufficiency and attribution of responsibility : Predicting support for climate change policy and pro-environmental behavior. *Journal of Risk Research*, 18 (6), pp. 727-746.