

Etudiants-consommateurs réveillez-vous ! Une note réflexive individuelle pour cheminer en conscience

NATHALIE PRIME

ESCP Business School

CAROLINE VERZAT

ESCP Business School

TYPE DE SOUMISSION

Analyse de dispositif

RESUME

Cette communication porte sur l'analyse d'un dispositif pédagogique fondé sur des Notes Réflexives Individuelles (NRI) réalisées dans le cadre d'un cours de marketing international par des étudiants d'école de commerce en Master entre mars et décembre 2020. Visant à stimuler une prise de conscience contextualisée dans leur propre vécu des impacts environnementaux et sociaux de leur mode de consommation, la NRI trouve sa place dans l'éducation au développement durable selon une perspective de transformation et d'émancipation. Nous présentons ici les résultats d'une première analyse d'un échantillon de 26 récits réflexifs approfondis. L'analyse suggère que le travail de conscientisation des étudiants est lié à l'ampleur de la dissonance éprouvée entre les informations factuelles collectées et les valeurs écologiques présentes ou non préalablement à l'écriture de la note.

SUMMARY

This paper focuses on the analysis of a pedagogical device based on Individual Reflective Notes (IRN) carried out in the framework of an international marketing course by Business school students in Master's degree between March and December 2020. Aimed at stimulating a contextualized awareness of the environmental and social impacts of their mode of consumption, and lifestyle, the NRI finds its place in education for sustainable development from a perspective of transformation and emancipation. We present here the results of an initial analysis of a sample of 26 in-depth reflective accounts. The analysis suggests that the students' awareness deriving from the IRN is related to the cognitive dissonance experienced between the factual information collected and the ecological values present or not prior to writing the note.

MOTS-CLES (MAXIMUM 5)

Education au développement durable, réflexivité, émancipation, consommation responsable.

KEY WORDS (MAXIMUM 5)

Education for sustainable development, reflexivity, emancipation, responsible consumption

1. Introduction: contexte et objectifs

La note réflexive offre un apprentissage expérientiel où l'on s'appuie sur la réalité de l'individu, son contexte unique et personnel de consommation, pour nourrir la réflexion. Le dispositif étudié (la note réflexive individuelle) a été développé dans un cours fondamental de 30h en marketing international entre mars et décembre 2020. Ce cours a été proposé dans 2 programmes de Master of science en école de commerce pour des étudiants venus du monde entier (groupe 1 = 41 étudiants, groupe 2 = 37 étudiants). Cette école a récemment renforcé tous les enseignements dans le domaine du développement durable.

Parmi les objectifs pédagogiques du cours, les étudiants doivent développer leur sensibilité pour les défis posés par le développement durable, notamment des firmes internationales. Ce thème est central dans la note réflexive étudiée. Elle propose aux étudiants de prendre conscience individuellement des impacts environnementaux et sociaux de leur consommation personnelle et de leur rôle en tant que futur manager impliqué de près ou de loin dans les fonctions marketing.

En séance 1, les étudiants reçoivent les instructions sur le contenu de cette note ainsi que les critères d'évaluation prévus (présentés en détail dans la partie 2.3). Ils travaillent à leur rythme et l'ensemble des notes réflexives est collecté en séance 10. Pour des raisons d'ajustement des modalités d'examen pendant le Covid, la prise en compte de cette note réflexive dans l'évaluation a été différente dans les deux groupes : la NRI comptait pour 25% de l'évaluation du cours dans le groupe 1 (travail obligatoire), et elle comptait pour un bonus sur l'examen final compris entre 0,5 et 2 points (travail optionnel).

La question posée dans notre communication est de savoir dans quelle mesure la rédaction d'une note réflexive individuelle peut constituer pour les étudiants une expérience significative de prise de conscience des impacts sociaux et environnementaux créés par leur consommation. Quels types de réactions cognitives et émotionnelles naissent de l'évaluation objectivée de leur style de vie sur la planète et de leur engagement dans la transition durable ? Dans quelle mesure cela transforme-t-il leur rapport à la société de consommation et à leur rôle possible comme agent de changement dans leur avenir professionnel ?

Nous précisons ci-dessous la problématique, puis nous présenterons l'évaluation du dispositif, ce qui nous amènera à mettre en évidence quelques conclusions et pistes d'ouverture.

2. Problématique

Le dispositif pédagogique se situe au carrefour de deux domaines de recherche qui nous orientent vers plusieurs intentions pédagogiques spécifiques.

2.1. Cadre théorique général : l'éducation au développement et à la consommation durables

Pour développer une conscience écologique dans le cadre de l'enseignement au développement durable, Hermes et Rimanoczy (2018) préconisent de faire vivre aux

apprenants un chemin d'apprentissage comportant plusieurs moments clés : la prise de conscience de l'ampleur des problèmes sociaux ou environnementaux, puis l'expérience émotionnelle d'une dissonance cognitive entre les valeurs de la personne et l'impact de ses actions sur des parties prenantes auxquelles elle n'avait jamais songé. Cette tension conduit spontanément à l'engagement dans l'action afin de résoudre des problèmes jusque-là méconnus.

La théorie de la dissonance cognitive de Festinger (1957) désigne la tension qu'une personne ressent lorsqu'un comportement entre en contradiction avec ses idées ou croyances. L'ampleur de la dissonance cognitive subie dépend de l'importance de ces idées/croyances dans le système de valeurs de la personne et du volume des idées/croyances dissonantes éprouvées. Festinger prédit qu'une personne exposée à une forte dissonance va chercher à réduire la tension psychologique induite, soit en changeant son comportement, soit en aménageant ses attitudes afin de justifier son comportement, soit en transformant ses croyances grâce à l'acquisition de nouvelles connaissances. L'effort déployé pour réduire la dissonance est proportionnel à son ampleur.

Celle-ci se manifeste notamment par l'intensité émotionnelle ressentie. Semal (2019) a mis en évidence le travail émotionnel impliqué dans la réduction de la dissonance des militants écologistes qui font l'expérience d'un "choc moral" impliquant une réaction émotionnelle très vive et viscérale ressentie parfois physiquement lorsqu'ils sont confrontés à des situations qu'ils jugent inacceptables par rapport à leurs valeurs. Les sentiments d'épouvante, de culpabilité ou de colère génèrent la nécessité d'une réaction à travers un engagement dans l'action.

Le deuxième domaine de recherche est celui de l'éducation à la consommation durable. La consommation durable ou responsable implique la satisfaction des besoins personnels sans impact négatif sur la vie (impact environnemental et social) et sur le potentiel de consommation des générations actuelles et futures (Belz et Peattie, 2009). Savoir comment amener les consommateurs à adopter un tel comportement est un sujet de recherche central de la transition durable des entreprises et des consommateurs (White et al, 2019 ; Fisher et al, 2017), notamment des plus jeunes. Car la consommation joue un rôle pivot (surconsommation et toutes ses conséquences, environnementales, sociales et psychiques) et est peut-être le moins facile à transformer (il faut faire des efforts et « s'éco-alphabétiser » car le besoin en informations nouvelles sur des sujets complexes est immense (Laroche et al., 2001).

Dans les établissements d'enseignement supérieur, malgré les pédagogies transmissives et instrumentales mises en œuvre ces dernières années, il n'est pas sûr que l'évolution des comportements (par exemple d'auto-régulation de la consommation) soit au rendez-vous. Les écarts persistants (White et al, 2019) observés entre attitudes-valeurs et comportements de consommation suggèrent d'expérimenter des pédagogies plus transformatives et émancipatrices pour relever ce défi (Papenfuss et al., 2019). En particulier, le développement de l'attention et de la conscience est un pré-requis individuel pour faire face à la consommation irréfléchie (Fisher et al, 2017).

2.2 Les intentions pédagogiques sous-jacentes à la NRI

En permettant aux étudiants de s'auto-observer à l'aide de la NRI, le dispositif traduit deux intentions pédagogiques simultanées.

D'abord, comment améliorer les connaissances des étudiants ? En dépit des informations désormais courantes sur l'accélération du réchauffement climatique et la destruction massive du vivant, nous avons remarqué que les étudiants disposent de peu de connaissances *spécifiques* sur les cycles de vie de tous les produits qu'ils consomment. L'information conçue pour la communication marketing fait souvent l'objet de manipulation par les marques (éco-blanchiment et asymétrie de l'information.) Le consommateur vit en mode pilote automatique (Fisher *et al.* 2017). L'information riche est rarement accessible sans effort et la consommation reste un phénomène largement abstrait qui appelle un travail de conscientisation réflexive préalable à toute transformation (Chatzisarantis et Hagger, 2007).

Ensuite, comment ramener l'attention ? Depuis la généralisation des smartphones et du WIFI dans les établissements d'enseignement supérieur, les effets délétères de la «culture des écrans» sont bien connus et inquiétants notamment au regard de la transition durable (Brown, 2017) : On constate la destruction massive et rapide de l'attention, première étape de toute expérience consciente, et la diminution de l'empathie. La captation de l'attention à des fins commerciales grâce à la captation des données est partout, pour tous et perpétuelle ; En tous cas, la surcharge cognitive est depuis longtemps dépassée (Bronner, 2021) et le travail doit impliquer un fort niveau d'attention.

2.3. Description détaillée du dispositif pédagogique des NRI

Les NRI stimulent chez les étudiants une pensée lente caractérisée par la recherche consciente et délibérée, l'effort et la pensée rationnelle. Par une recherche détaillée sur le cycle de vie d'un produit acheté récemment pour eux-mêmes, les étudiants se situent dans la phase d'évaluation post-achat. L'analyse est complétée par le calcul de leurs empreintes carbone, eau, esclavage, et écologique, rendant manifeste leur style de vie au regard des impératifs de développement durable. Les notes sont rédigées en anglais et le récit suit des instructions simples et directives décrites dans l'encadré ci-dessous.

Nous voulons développer la conscience de notre propre impact individuel sur la transition vers la durabilité environnementale et sociale résultant de notre style de vie et surtout de notre consommation. Cet apprentissage est considéré comme une condition pour désapprendre et ensuite imaginer un style de consommation plus orienté vers la durabilité. En quatre pages (sans les références), rédigez une note couvrant les points suivants :

1. Pensez à un produit que vous avez récemment acheté pour vous-même dans l'une des 3 catégories : textile/mode, alimentation et boissons, ou électronique. Précisez-le clairement, en particulier s'il s'agit d'un produit de marque ;
2. Répondez à la série de questions suivantes :
Savez-vous comment il a été fabriqué ?
Savez-vous d'où proviennent les matériaux et lesquels, le cas échéant, sont toxiques ?
Savez-vous quels déchets ont été créés ?
Qu'en adviendra-t-il lorsque vous en aurez fini ?
Si vous ne connaissez pas les réponses aux questions précédentes : renseignez-vous. Donnez des références précises et exhaustives pour vos informations (références, vidéos, sites web, blogs...);
3. Et si... ? Comment pourrait-on rendre le produit plus durable ? Cela ajouterait-il à sa valeur pour vous ? À qui d'autre cela profiterait-il ?;
4. De manière plus générale, connaissez-vous votre empreinte carbone ? Votre empreinte d'esclavage ? Votre empreinte eau ? Votre empreinte écologique ? Renseignez-vous et commentez ;
5. Fournissez la liste complète des références, vidéos, images, sites web sur lesquels vous vous êtes appuyé(e).

Encadré 1 – consignes de la NRI

La grille d'évaluation de la NRI fournie aux étudiants comprend 5 thèmes décrits sur 4 dimensions chacun et évalués sur une échelle de points à 3 niveaux pour un total possible de 40 points (dimension non abordée – zéro points / à moitié abordée – 1 point / totalement abordée – 2 points). Les 5 thèmes (et leur 4 dimensions descriptives) mettent l'accent sur : (1) la description des faits (qualité de la recherche d'information) ; (2) l'interprétation des faits (les réflexions critiques sur le produit, la marque, l'entreprise, soi-même) ; (3) les émotions et les sentiments (positifs et négatifs, leur origine et effets, la dissonance cognitive potentielle) ; (4) les actions futures (résolutions personnelles concrètes, recommandations pour l'entreprise, idées concrètes pour faciliter la transition durable pour les consommateurs des économies matures et émergentes); et (5) la présentation générale de la note.

3. Evaluation du dispositif

3.1. Echantillon et méthode d'analyse

Nous avons retenu un échantillon de notes réflexives suffisamment développées dans les deux groupes, soit les NRI ayant obtenu un score d'au moins 30 points sur 40 (ou 15/20) ce qui indique un travail approfondi de réflexivité. Nous retenons ici 14 notes sur 41 pour le premier groupe, et 12 sur 37 pour le second (soit au total = 26 NRI, soit 33% des NRI). L'analyse des données qualitatives des récits a été guidée par la théorie sous-jacente à la structure de la NRI autour de l'identification de 4 thèmes soutenus par des verbatim significatifs : les valeurs d'empreinte déclarées et interprétées, les valeurs pro-écologie affirmées ou non, les réactions de dissonance ou résonance observées, et les enseignements ou actions qui en découlent pour l'étudiant.

3.2. Résultats : Un continuum de prises de conscience.

Les étudiants peuvent être classés en quatre catégories correspondant à des niveaux de prise de conscience croissants selon deux variables : 1) l'absence ou la présence de valeurs et habitudes pro-écologie antérieures, plus ou moins récentes et affichées avec conviction, et 2) la perception des valeurs d'empreinte comme supérieures ou inférieures à la moyenne selon les points de comparaison choisis. Ces deux variables sont liées à l'intensité de la réaction et à sa nature (choc cognitif, choc moral, résonance), et au type d'action qui en résulte (leçons générales plus ou moins hypothétiques, changement de comportements plus ou moins précis et planifiés, voire désir d'orientations professionnelles et/ou citoyennes).

Le tableau 1 présente la synthèse de l'analyse et résume ce continuum.

	Niveau de conscientisation manifeste dans la note réflexive			
	SENSIBILISATION 3 étudiants	CONSCIENCE EVEILLEE 8 étudiants	CONSCIENCE REVOLTEE 6 étudiants (dont 5 H)	CONSCIENCE ÉCOLOGIQUE RENFORCEE 9 étudiants (dont 8 F)
Empreintes perçues	Plutôt supérieures	Supérieures à la moyenne	La plupart supérieures	La plupart inférieures
Valeurs et habitudes pro-écologie	absentes	Absentes ou ambivalentes	Revendiquées mais récentes	Affirmées et probablement de longue date
Réactions observables dans la note	Découverte de l'impact écologique (uniquement choc cognitif)	Choc cognitif > choc moral	Choc moral et choc cognitif très forts à cause de la culpabilité ressentie	Choc moral > choc cognitif mais résonance avec les valeurs
Actions	Leçons morales dominantes. + Volonté de changement pour l'avenir	Changement de consommation amorcé	Leçons morales générales + <u>Changement de comportement précis et planifié</u> + <u>engagement professionnel</u>	Renforcement des comportements et des convictions pro écologie + engagement citoyen et professionnel

Tableau 1 – 4 niveaux de conscientisation produits par la NRI

Trois étudiants sont au niveau de la sensibilisation : rien dans leur NRI ne traduit de valeurs écologiques antérieures. L'analyse est nouvelle pour eux : *“Before writing this reflective note, I never really took the time to look at the composition of the clothes I bought”* *“eye-opening statistics that I’d never considered thinking about too much”*. Leurs valeurs d’empreinte élevées génèrent de la surprise, un choc principalement d’ordre cognitif : *“I did not realize that the amount of water was so high though”* *“It is actually hard for me to believe.”* Cela aboutit à des enseignements éthiques posés en termes intellectuels. Ces étudiants doivent ré-ajuster leurs idées et croyances: *“Working on this assignment has opened my mind to being more sustainably inclusive”* *“Sometimes we believe that what we do goes unnoticed or won’t make much difference, but I realize now how much this is actually not true”*. Un changement potentiel de comportement est envisagé pour l’avenir *“As consumers, we think very little (or almost not at all) about the impact our purchases have on the environment, and that’s something I’d like to change in myself after having completed this assignment.”* Mais il est perçu comme difficile *“From what I have learned, my diet is the most water expensive habit. This point will be very difficult for me to correct.”*

Pour huit étudiants, la NRI fait émerger des perceptions d’ambivalence en termes de valeurs/comportements *« On one end, I eat meat regularly, [] On the other end, I started buying food locally when possible especially during Covid”*. Il n’en reste pas moins que leurs valeurs d’empreinte sont supérieures à la moyenne. Le choc éprouvé ajoute alors une dimension morale à l’effet de surprise. *« I never really looked deeper into the sustainability policies of the brands I like, this is partly a conscious decision of “not knowing”, “I had never thought about this, now I am shocked”*. Les NRI de ce groupe témoignent toutes d’un changement de comportement récent. *“Since a few months I’m really trying to improve my consumption habits and to buy more and more “healthy” products, both for the planet and me”*. *« I started buying more from local stores as butcheries and bakeries to support the small businesses”*.

Dans le troisième groupe, neuf étudiants témoignent d’un niveau de conscience qui prend la forme d’une révolte. Car leurs valeurs d’empreinte restent élevées alors qu’ils revendiquent des valeurs écologiques depuis un certain temps et pensaient avoir un style de vie

responsable (« *I felt good about myself contributing to a more sustainable food consumption style* » “*This idea to buy products ‘made In France’, ‘made locally’ has always driven me*” “*it corresponds to my personal goal to go towards products of natural origin*”). De cette dissonance forte résulte un choc moral violent dans lequel on ressent une forte culpabilité : « *the least I can say is that the results made me feel quite guilty* » ; “*I’ve been looking to reduce waste in all the wrong places*” “*All these tests really shocked me, I always thought I’m kind of living like an example on how it should be, but now that I know, that I’m mostly part of the problem instead of the solution*”. La conséquence de ce choc moral est multiforme : la NRI propose des enseignements généraux (« *This story is everyone’s business.*” “*this is not an option*”), des plans d’action de changement de comportement avec des objectifs précis (“*I will reduce my water consumption by 4.*” “*I will eat more tofu*”) et des engagements professionnels : “*I will take a commitment at both personal and professional levels*”. Nous avons noté une dominante d’hommes dans cette catégorie d’étudiants (8 sur 9).

A l’inverse la catégorie suivante est majoritairement féminine (8 femmes sur 9 étudiants). Dans ce groupe, les étudiants ont à la fois des valeurs écologiques anciennes « *For many years I’ve been concerned about climate change and I am vegetarian for this reason* » et des niveaux d’empreinte inférieurs à la moyenne. La NRI est alors vécue comme un test d’authenticité « *This paper was the perfect occasion to discover if I was as eco-friendly than I thought.*” “*I was aware of my Slavery footprint but for the sake of the paper, I wanted to calculate my results again*”. Cela n’empêche pas qu’il y ait toujours un choc moral « *43 slaves are “working for me”. This is really shocking.*” “*I had the feeling that at my level, I was already doing things great and not polluting that much. However, data shows that it is not enough!*”. Les convictions écologiques sont alors renforcées. Elles se traduisent par des initiatives au niveau personnel qui nourrissent l’alignement entre les valeurs et le comportement souhaité : « *for my next vacations, I’ll try to do as much ecotourism as possible. I’ll do a bike trip and sleep under the tent, in harmony with nature.*” “*I’m ready to pay the price for more healthy food*” et par un engagement à la fois citoyen et professionnel “*In my future career, I will always try to implement a sustainable aspect to a project and promote more closer circuits and circular economies.*” “*I really believe we are the generation that can make an impact and change the way we consume.*”

4. Conclusion et pistes d’ouverture

A travers cette analyse, nous comprenons que la NRI a permis aux étudiants de faire l’expérience de leur propre « pouvoir d’agir » (Vallerie et Le Bossé, 2006). L’exercice de la NRI a eu l’effet recherché de renforcement du niveau de conscience des étudiants vis-à-vis de leurs comportements de consommation.

Comme nous le supposions, elle a permis l’augmentation du niveau des connaissances chez les étudiants des trois premières catégories qui n’avaient jamais porté une telle attention à ces sujets. De plus, il apparaît que l’impact de ce travail réflexif sur les changements de comportements, (au moins au niveau des intentions déclarées) est lié à l’ampleur de la dissonance cognitive ressentie. Conformément aux théories sur l’éducation responsable s’appuyant sur la notion de dissonance cognitive, l’impact du travail réflexif est

particulièrement net lorsque les émotions exprimées manifestent un choc moral (culpabilité, frustration...) au-delà de la découverte ou de la surprise d'ordre cognitif (cas des catégories 2, 3 et 4). Il est donc pleinement justifié d'encourager les étudiants à exprimer leurs émotions (critère 3 de la grille d'évaluation).

Toutefois, l'analyse menée laisse plusieurs questions entières liées aux limites de l'échantillon et du dispositif lui-même. Ces considérations ouvrent des pistes de recherche ainsi que d'éventuelles transpositions dans d'autres contextes.

Tout d'abord, nous n'avons analysé ici que les « meilleures » NRI, c'est-à-dire celles qui ont parfaitement suivi les consignes et ont mené le travail d'analyse et de réflexivité avec sérieux et exhaustivité. Notons qu'elles représentaient une proportion quasi-identique de l'effectif dans les deux groupes ce qui suggère que le poids de la NRI dans le système d'évaluation (bonus si travail optionnel ou 25% de la note du cours) n'a pas eu d'incidence. Mais nous n'avons pas analysé le reste de l'effectif qui n'a pas fait l'exercice avec autant d'engagement. Nous ne savons donc pas évaluer si ces étudiants ont malgré tout augmenté leur conscience écologique ou pas, et si cela est lié à des dissonances moins fortes vis-à-vis de valeurs écologiques antérieures ou non.

Deuxièmement, nous ne savons pas bien mesurer ce qui rend l'exercice intéressant ou pas. Au-delà des variables individuelles (valeurs, antériorité des comportements écologiques, genre), il peut exister des éléments pédagogiques qui n'ont pas été pris en compte ici faute de données d'observation. Quel rôle l'enseignant ou les autres étudiants jouent-ils pour encourager à porter attention à ce travail et/ou pour en faciliter l'expression écrite ? Si l'on considère l'importance du partage émotionnel dans les communautés de militants écologistes pour réduire la dissonance cognitive (Semal, 2019, Macy et Brown, 2014), n'y aurait-il pas des effets d'accompagnement par l'enseignant et de travail en groupe à stimuler en classe via des focus groupes, un coaching d'équipe... ? Par ailleurs, l'intérêt de la NRI a-t-il quelque chose à voir avec le contexte des classes de marketing ou de l'école de commerce favorable à la sensibilisation écologique ? Dupliquer cet exercice dans d'autres environnements serait donc passionnant.

Enfin, il y a des améliorations à apporter aux consignes pour faciliter l'analyse et l'interprétation, notamment des valeurs d'empreinte car tous les étudiants n'ont pas utilisé les mêmes applications de calcul, ce qui rend la comparaison rigoureuse compliquée. De même, l'analyse du cycle de vie du produit mériterait d'être critériée, ce qui aurait du sens dans un cours dédié à la transition marketing pour le développement durable. Il serait intéressant aussi d'ajouter un exercice de repérage des valeurs centrales des étudiants afin de faciliter la mise en évidence des dissonances cognitives potentielles. Enfin, une étude longitudinale combinant des mesures avant-après expérience de la NRI permettrait de mesurer l'efficacité de ce dispositif sur la consommation durable au-delà des intentions déclarées.

Références

Belz, F. et Peattie, K. (2009). Sustainability Marketing. A Global perspective. Chichester.

Bronner, P. (2021). Apocalypse cognitive. PUF.

Brown, J. (2017). Stare into the lights my pretties. Documentary 2h9 min, <https://stareintothelightsmypretties.jore.cc/>

Chatzisarantis, N.L.D. et Hagger, M.S. (2007). Mindfulness and the intention-behavior relationship within the theory of planned behaviour. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33(5), 663-676.

Festinger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. Stanford University Press.

Fischer, D., Stanzus, L., Geiger, S., Grossman, P., et Schrader, U. (2017). Mindfulness and sustainable consumption : a systematic literature review of research approaches and finding. *Journal of Cleaner Production*,

Hermes, J. et Rimanoczy, I. (2018). « Deep learning for a sustainability mindset. » *International Journal of Management Education*, 16 (3): 460-67.

Laroche, M., Bergeron, J., Tomiul, M. et Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of Consumer Marketing*, 18:503–520.

Macy, J. et Brown, M. (2014). *Coming back to life: the updated guide that reconnects*, New Society Publishers.

Papenfuss, J., Merritt, E., Manuel-Navarete, D., Cloutier, S. et Eckard, B. (2019). Interacting pedagogies : A review and framework for sustainability education. *Journal of Sustainability Education*. 20 (April).

Semal, L. (2019) *Face à l'effondrement, militer à l'ombre des catastrophes*, Paris, PUF.

Vallerie, B. et Le Bossé, Y. (2006). Le développement du pouvoir d'agir (*empowerment*) des personnes et des collectivités : de son expérimentation à son enseignement. *Les Sciences de l'éducation - Pour l'Ère nouvelle*, 39(3), 87-100.

White, K., Habib, R. et Hardisty, D.J. (2019). How to SHIFT consumer behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework. *Journal of Marketing*, 8(3), 22-49.