



De l'émotion à l'action

Comment une exposition artistique peut transformer nos comportements écologiques ?

Baptiste Henry

Maîtrise recherche en Génie industriel

Supervision :
Virginie Francoeur
Sophie Bernard



**POLYTECHNIQUE
MONTREAL**

UNIVERSITÉ
D'INGÉNIERIE



Réseau de recherche
en économie circulaire
du Québec

**Fonds
de recherche**

Québec



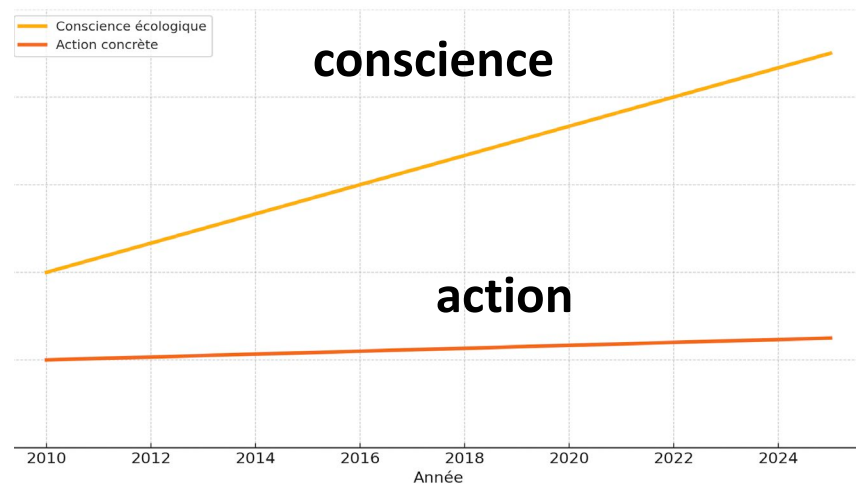
Contexte – Une crise bien connue, souvent ignorée

- 4,6 millions de tonnes de plastique au Canada (ECC,2019)
- La moitié = des emballages à usage unique
- Moins de 9% sont recyclés (OCDE, 2022)
- Des conséquences sur la biodiversité et **santé humaine** (Geyer et al., 2017).
- **Pourtant... peu de changement dans les comportements**



Le paradoxe du savoir et de l'action écologique

Un paradoxe écologique :



gap conscience-action



Comment déclencher un passage à l'action ?

Le levier oublié : l'émotion

- Pas de décision sans émotion (Damasio, 1994).
- L'art immersif peut déclencher des émotions clés (Boisclair, 2021 ; Benford et al., 2022).
- Un levier prometteur pour dépasser ce gap entre conscience et action écologique.



Question de recherche :

Émotion → Intention → Comportement ?

Une exposition immersive peut-elle initier cette dynamique ?

Objectifs :

Mesurer l'impact d'une exposition immersive sur les intentions écoresponsables

Identifier les émotions favorables au passage à l'action

Comprendre les leviers émotionnels utiles à la transition écologique

Terrain de recherche

L'exposition Zér0

📍 Exposition immersive à la Biosphère de
Montréal (Francoeur & Bernard)

- Nov. 2023 – avril 2024
- 10 œuvres art & science
- Thème : zéro déchet, alternatives durables



« (C2H4)_n »

Studio Ascètes (Alexis Vaillancourt, Olivier Bonnard et Olivier Heaps-Drolet)

Méthodologie mixte

Saisir ce que les visiteurs ont :

- Ressenti
- Appris
- Changé

 **Qualitatif :**

- 60 entretiens courts post-visite – 5 min

 **Quantitatif :**

- sondage à la sortie (T1, N=177) – 15 min
- suivi après 3-6 mois (T2, N=23) – 10 min

Selon des propriétaires d'épiceries au Québec,
pourquoi changer nos habitudes?

« La poubelle devrait être la dernière alternative.
Y'a trop de gaspillage! »

Bureau de la recherche - exposition « Zér0 »

Entrevues qualitatives

60 entretiens pour écouter les visiteurs, à chaud

« 3 œuvres qui vous ont le plus touché. Pourquoi ? »

« Que retenez-vous de l'expo et de la crise écologique ? »

- approfondir l'expérience vécue
- explorer le rôle des émotions
- identifier les leviers les plus marquants

Selon des propriétaires d'épiceries au Québec,
pourquoi changer nos habitudes?

« La poubelle devrait être la dernière alternative.
Y'a trop de gaspillage! »

Bureau de la recherche - exposition « Zér0 »

Quantitatif : Mesures collectées

Une étude longitudinale pour mesurer l'impact dans le temps

Temps 1 : capter l'effet immédiat

Mesures :

- Socio démographiques
- Expérience
- Émotions
- Intentions

+ entrevues qualitatives

Suivi longitudinal



Temps 2 : changement

Mesures :

- Comportements zero-déchet
- Discussions avec l'entourage

Selon des propriétaires d'épicerie au Québec,
pourquoi changer nos habitudes?

« La poubelle devrait être la dernière alternative.
Y'a trop de gaspillage! »

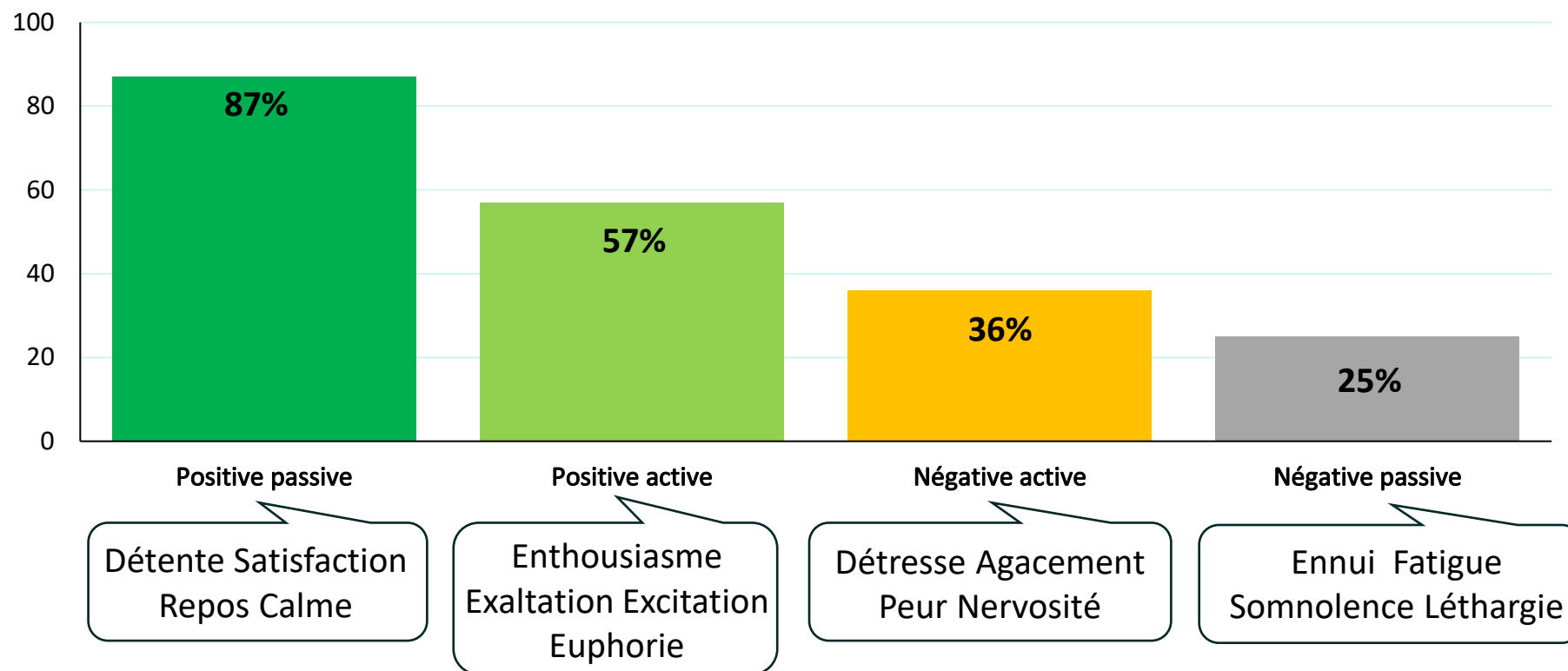
Bureau de la recherche - exposition « Zér0 »

Profil des 177 participants (étude quantitative – Temps 1)

Un public adulte, instruit, actif et globalement favorisé

Temps 1 : Quelles émotions ressenties ?

Proportion de visiteurs ayant ressenti au moins un type d'émotion



L'exposition a surtout suscité des **émotions positives**, propices à un **changement volontaire**.



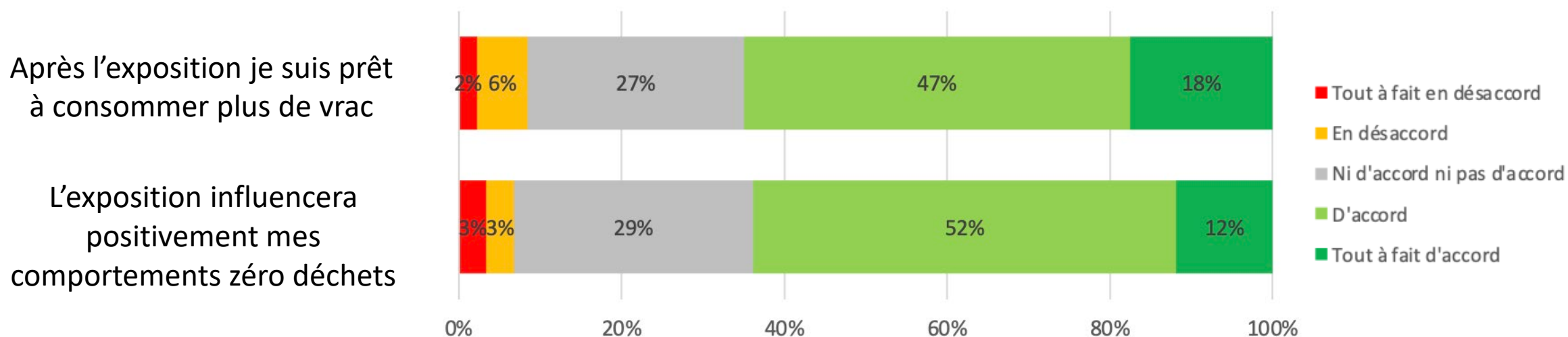
Temps 1 : Une exposition qui informe et sensibilise ?

*L'exposition a facilité la
réception des
informations.*

*L'exposition m'a
sensibilisé au zéro
déchet et à l'écologie.*

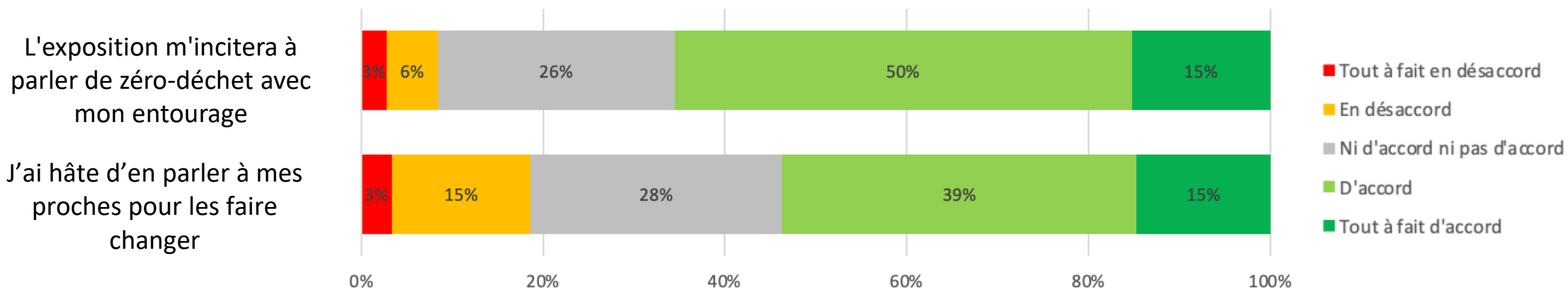
**8 visiteurs sur 10 ont appris grâce à l'exposition
7 sur 10 ont été sensibilisé à l'écologie**

Temps 1 : Une incitation à consommer en vrac ?



2 visiteurs sur 3 ont une intention accrue à consommer du vrac

Temps 1 : L'exposition Zér0 suscite-t-elle l'envie de parler d'écologie ?



2 visiteurs sur 3 incités à en parler

1 visiteur sur 2 incité à convaincre les autres



« (C2H4)n »

Studio Ascètes (Alexis Vaillancourt, Olivier Bonnard et Olivier Heaps-Drolet)

Résultats qualitatifs

Les œuvres marquantes sont visuelles

L'arbre géant en plastique recyclé : un déclencheur puissant

- 30 citations spontanées mentionnent l'arbre (C2H4)n
- Mélange d'émerveillement et de choc
- Métaphore vivante de la surconsommation

💬 *"Il est beau et il me montre tout ce qu'on jette sans y penser."*

💬 *"Ce n'est pas juste un arbre de plastique. Il est beau, grand... mais il y a du sens derrière. Ça m'a donné envie d'y croire.."*

Résultats qualitatifs — 4 leviers déclencheurs émotionnels



1. Captiver par l'esthétique

« *C'était beau, immersif, impressionnant.* »

L'esthétique attire et crée une première ouverture émotionnelle.



3. Réactiver des valeurs personnelles

« *J'ai pensé à mes enfants, à ce qu'on laisse derrière nous.* »

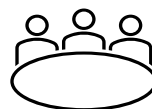
L'art agit comme un miroir, réveillant ce qui compte.



2. Provoquer un choc réflexif

« *Ça m'a renvoyé à ma propre responsabilité.* »

Certaines œuvres dérangent... et font réfléchir.



4. Créer du lien et donner envie de partager

« *J'ai envie d'en parler autour de moi.* »

L'exposition devient un point de départ pour la discussion.

L'art et l'émotion apparaissent comme un levier d'intention.

Et maintenant ? L'intention suffit-elle ?

Ce que l'exposition a déclenché :

- Envie de parler
- Volonté de consommer autrement
- Désir de changement

Mais une intention est :

- Fragile
- Peut s'éroder

Émotion → **Intention → Action ?**



Temps 2 : Comparaison du sous-échantillon T1+T2 avec l'échantillon initial

Peu de différences significatives

Différences significatives :

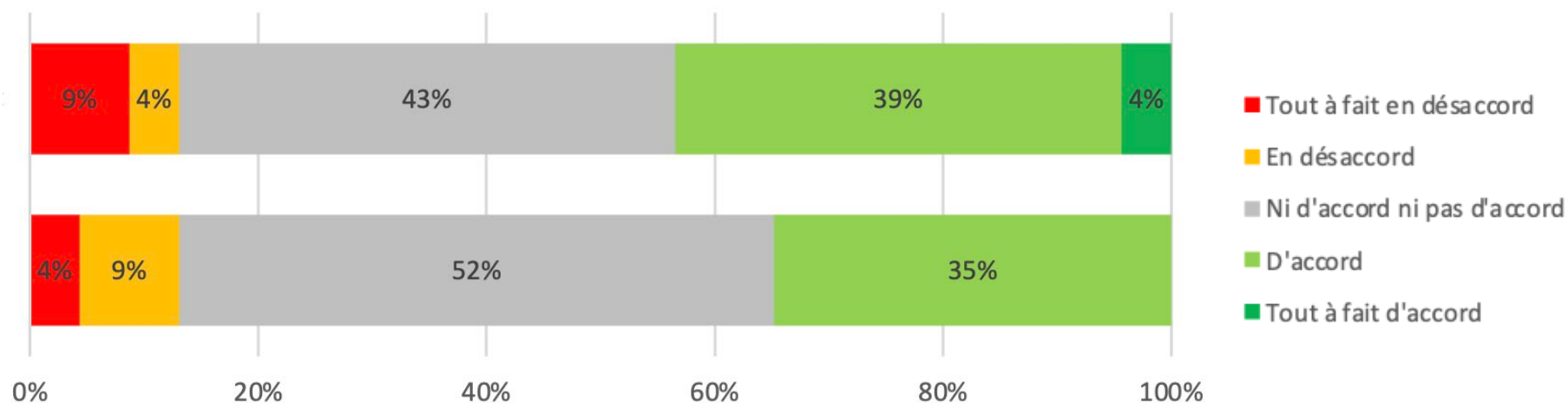
- Plus souvent en emploi ($p < 0,1$)
- Revenu annuel $> 50\,000 \$$ ($p < 0,1$)
- **Moins d'émotions désagréables actives** ($p < 0,05$)
- Plus favorables à des politiques incitatives ($p < 0,1$)

Sous-échantillon globalement représentatif

Analyse Temps 2 : Une visite qui suscite dialogue et passage à l'action ?

J'ai parlé de zéro déchet avec mon entourage après la visite

Cette visite a influencé mes comportements zéro déchet



1/3 disent avoir été incités à changer leur comportement zéro-déchet

1/3 ont discuté de zéro déchet après la visite

Discussion : *De l'émotion à l'action, une dynamique à soutenir*

Émotion → Intention → Action

- L'exposition a créé un cadre favorable à l'émotion et la réception des messages.
- Elle a déclenché des prises de conscience et généré des intentions d'agir.
- Ces intentions ne se traduisent pas toujours en action.
- **1 visiteur sur 3** influencé durablement



Robustesse des résultats et limites de l'échantillon

Limites :

- Échantillon **favorisé**, à Montréal et peu représentatif des plus précaires
- **Temps 2** : échantillon réduit (n=23)
- **Données auto-déclarées** : biais possibles (oubli, désirabilité sociale)

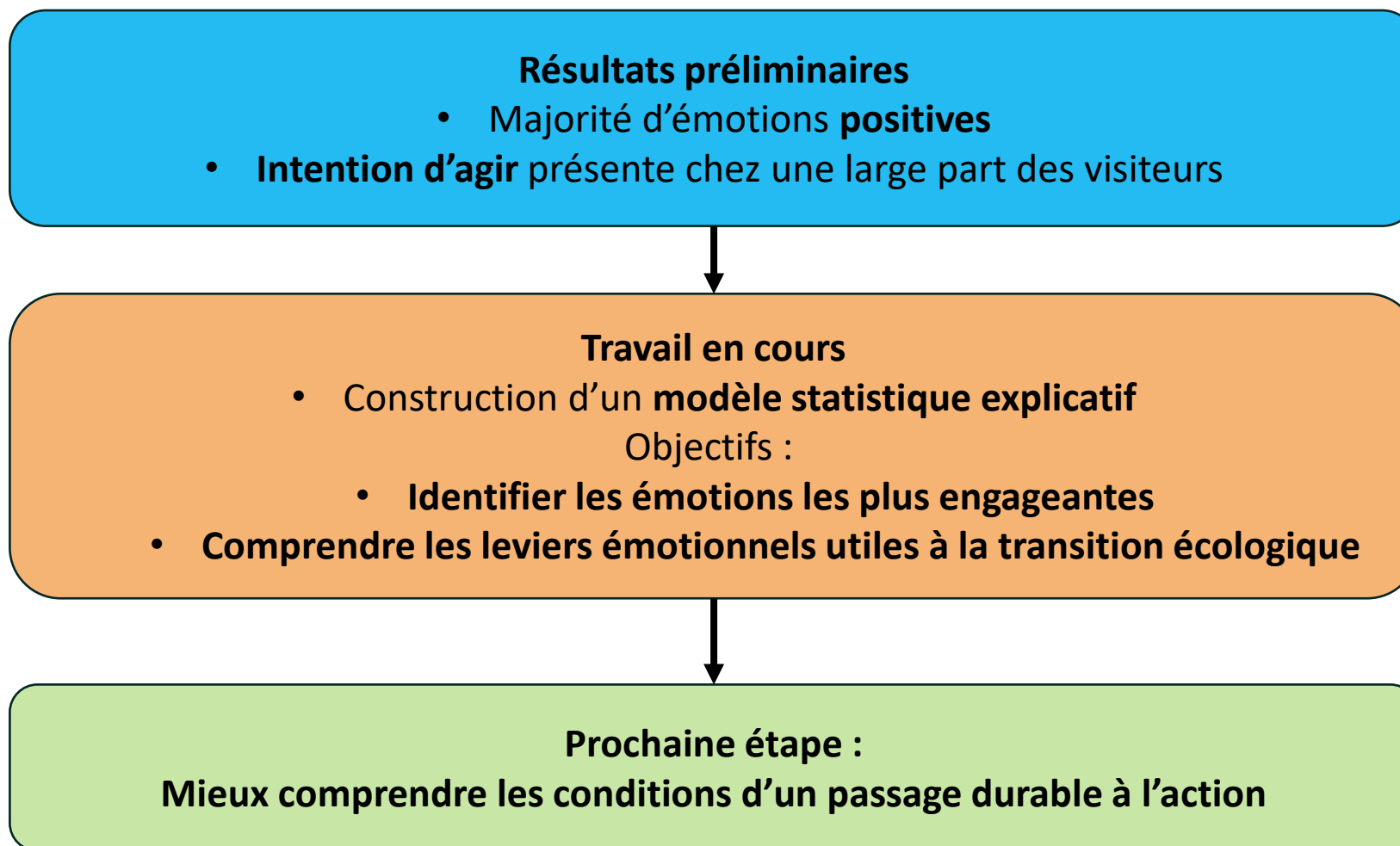
Signaux convergents :

- **Cohérence** des données qualitatives, quantitatives et longitudinales
- **Triangulation méthodologique** renforçant la crédibilité des résultats

Les émotions perçues agissent comme déclencheurs de changement durable.

Nos résultats suggèrent que l'émotion est un levier clé de la transition écologique.

De premiers résultats prometteurs, vers une modélisation du passage à l'action





Conclusion : Naviguer vers l'action écologique

La **science** est notre **boussole**
L'**émotion** est le **vent**

L'exposition Zér0 a activé ce souffle émotionnel vers le changement.

Mais quelles émotions créent le plus de vent ?
Et comment soutenir ce mouvement ?

Références

- Benford, S., Giannachi, G., Koleva, B., & Rodden, T. (2022). From interaction to performance: Immersive art experiences and emotional engagement. *Journal of Human-Computer Interaction*.
- Boisclair, A. (2021). L'art pour sensibiliser : émotions, expérience et transformation.
- Damasio, A. (1994). L'erreur de Descartes : La raison des émotions. Odile Jacob.
- Environnement et Changement climatique Canada. (2019). Étude économique sur l'industrie canadienne des plastiques, le marché et les déchets. Gouvernement du Canada.
- Francoeur, V., & Bernard, S. (2023). Zér0 – Une exposition art & science sur le zéro déchet. Biosphère, Montréal.
- Geyer, R., Jambeck, J. R., & Law, K. L. (2017). Production, use, and fate of all plastics ever made. *Science Advances*.
- Organisation de coopération et de développement économiques. (2022). La pollution plastique croît de manière implacable alors que la gestion des déchets et le recyclage sont insuffisants.

Envie d'en savoir plus sur l'exposition Zér0 ?

Visite virtuelle, fiches techniques





Grands partenaires



Partenaire des activités scientifiques

