

# LES ATTITUDES COMME INDICATEURS COGNITIFS ET AFFECTIFS DES COMPETENCES RELATIVES AU DEVELOPPEMENT DURABLE

Astrid de Leeuw\*, Pierre Valois\*\*

\* *Université du Luxembourg*, astrid.deleeuw@uni.lu

\*\* *Université du Luxembourg*, pierre.valois@uni.lu

---

**Mots clés :** *attitudes, croyances dominantes, fidélité inter-juge, analyse de contenu*

**Résumé.** Le but de l'étude consiste à proposer une méthode mixte d'identification des croyances dominantes envers l'achat de produits issus du commerce équitable. Sur la base de la théorie du comportement planifié, deux questions ouvertes sur les avantages et les désavantages associés à l'adoption de ce comportement ont été posées à un échantillon de 17 participants. Une méthode d'analyse en quatre étapes et impliquant deux juges-experts a été appliquée pour déterminer ces croyances dominantes. Les résultats montrent que la méthode mixte proposée est fiable.

---

## 1. Introduction

L'Université du Luxembourg poursuit ses actions en vue d'amener ses étudiants à acquérir des compétences en vue de jouer un rôle efficace dans l'approche sociale, environnementale et économique à la base du développement durable. Récemment, elle a créé, en collaboration avec l'Université de Liège, Campus d'Arlon, le « Master en développement durable ». Elle a également implanté, sur ses différents campus, un système de vente de produits issus du *commerce équitable*. Par ce type d'actions, elle désire que ses étudiants acquièrent les compétences requises pour pouvoir ultimement jouer un rôle signifiant en ce qui a trait au développement durable.

Un certain nombre de compétences requises au service du développement durable sont de l'ordre des savoir-faire, mais aussi des savoir-être (Poimboeuf, 2003). Et c'est là que le concept d'attitude prend toute son importance. Il est un précurseur significatif des comportements humains et un préalable essentiel au développement des compétences relatives au développement durable. Selon Ajzen et Fishbein (1980), les attitudes des individus sont déterminées par leurs croyances dominantes au regard des avantages et des désavantages liés à l'adoption d'un comportement. Ils postulent aussi que plus une croyance (positive ou négative) est accessible en mémoire, plus la probabilité qu'elle détermine le comportement est grande. L'identification et la mesure des croyances qui conditionnent les attitudes envers le développement durable représente une étape préliminaire incontournable pour vérifier si les stratégies mises en place par l'Université du Luxembourg ont eu un effet quelconque sur les compétences des étudiants relatives au développement durable. Le but de l'étude consistait donc d'abord à proposer une méthode mixte (qualitative, quantitative) d'identification des croyances dominantes envers l'achat de produits issus du commerce équitable. Dans un deuxième temps, l'étude visait à vérifier le degré de fidélité de la méthode ainsi développée.

## 2. Méthode

### Participants

Tel que proposé par Ajzen et Fishbein (1980), une phase exploratoire a été réalisée pour mesurer l'attitude envers « l'achat de produits issus du commerce équitable au cours de la prochaine année ». Plus précisément, un questionnaire avec des questions ouvertes a été administré à un échantillon de 17 participants volontaires. Cet échantillon comprenait 14 étudiants dont cinq hommes et neuf femmes âgés entre 20 et 59 ans ( $M = 27.94$ ,  $E.-T. = 10.61$ ), inscrits au nouveau cours sur le développement durable (*Science and Citizens meet the Challenges of Sustainable Development*), tandis que les trois autres participants travaillaient dans une ONG, dont le mandat consiste à sensibiliser les gens aux produits issus du commerce équitable. Ces derniers participants ont été contactés par courriel tandis que les étudiants l'ont été pendant les séminaires offerts dans le cadre du cours qu'ils suivaient sur le développement durable.

### Instrument

Sur le plan opérationnel, les croyances dominantes sont celles qui viennent premièrement à l'esprit quand des personnes répondent à une question ouverte et celles qui sont le plus souvent rapportées. Dans le cadre de cette étude, deux questions ouvertes ont été posées aux participants : (1) Quels sont, selon vous, les avantages à ce que vous achetiez des produits issus du commerce équitable au cours de la prochaine année ? (2) Quels sont selon vous, les désavantages à ce que vous achetiez des produits issus du commerce équitable au cours de la prochaine année ? Les réponses fournies à ces questions ont été exploitées pour formuler la série de croyances définissant les attitudes envers l'achat de produits issus du commerce équitable au cours de la prochaine année.

### Stratégie d'analyse mixte

La stratégie d'analyse proposée pour identifier les croyances dominantes comporte quatre étapes.

Etape 1. Deux juges analysent indépendamment le contenu des réponses et identifient les unités sémantiques qui représentent des avantages ou des désavantages. Pour vérifier le degré d'accord observé par rapport aux unités sémantiques identifiées par les deux juges, la proportion d'accords positifs (Cicchetti & Feinstein, 1990) est calculée et rapportée.

Etape 2. Par la suite, une analyse de contenu est réalisée afin d'identifier les avantages et désavantages rapportés le plus souvent par les répondants. Deux juges procèdent indépendamment à cette analyse de contenu. De façon indépendante, ces deux juges classent les unités sémantiques dans des dimensions (termes génériques). Un expert collige et analyse les regroupements effectués par les deux juges. Une rencontre entre l'expert et les deux juges permet de tirer une conclusion quant aux dimensions à retenir.

Etape 3. Analyse de l'accord des deux juges quant au regroupement des unités sémantiques dans les dimensions (termes génériques) par le calcul du kappa de Cohen et du coefficient de corrélation intra-classe.

Etape 4. Calcul du degré de concordance entre les deux juges par rapport au classement des croyances identifiées (rho de Spearman), ainsi que du degré d'accord entre les deux juges par rapport à l'ordre de grandeur des fréquences des croyances identifiées (corrélation intra-classe).

En résumé, la fidélité inter-juges a été éprouvée à l'aide de quatre indices statistiques. Dans la première étape, la proportion d'accords positifs (Cicchetti & Feinstein, 1990) a été calculée, ce qui a permis de vérifier le degré d'accord observé par rapport aux unités sémantiques identifiées par les deux juges. Dans la troisième étape, le kappa de Cohen a été utilisé pour estimer le degré d'accord entre les deux juges quant à leur classement des unités sémantiques dans les dimensions retenues.

Finalement, nous avons encore eu recours au coefficient de corrélation des rangs de Spearman ( $\rho$ ). Ce coefficient ne fait pas appel aux valeurs quantitatives – dans notre cas, les fréquences observées des avantages et désavantages –, mais simplement à leur rang. Cela signifie que l'on classe les valeurs d'observation par ordre de grandeur et que l'on remplace ensuite la valeur quantitative par le numéro du rang. Ainsi, le  $\rho$  de Spearman nous a permis de vérifier le degré de concordance entre les deux juges quant à leur classement des avantages et désavantages en termes de rang. Un coefficient de corrélation des rangs élevé ne signifie pas nécessairement que les juges ont rapporté des fréquences du même ordre de grandeur pour chacun des avantages et désavantages rapportés. Aussi, le coefficient de corrélation intra-classe (CII : modèle de mesure aléatoire à un facteur) a également été utilisé pour vérifier non seulement si les juges classaient l'importance des avantages et désavantages en termes de fréquences dans le même ordre, mais aussi pour vérifier si les fréquences observées par chaque juge pour chaque avantage et désavantage étaient du même ordre de grandeur.

### 3. Résultats

Les résultats de l'étude montrent que les évaluations des deux juges concordent. Les avantages perçus (i.e. croyances positives) d'acheter des produits issus de commerces équitables au cours de la prochaine année sont (1) d'avoir une industrie plus compétitive dans le tiers tiers-monde, (2) de générer de l'argent pour les personnes qui en ont besoin, (3) de permettre d'obtenir des produits de qualité, (4) d'améliorer les conditions de travail dans le tiers tiers-monde, (5) de développer le sentiment d'être engagé pour une meilleure justice dans le monde, (6) d'avoir une bonne conscience concernant sa consommation et (7) d'avoir un meilleur choix de produits dans les magasins : proportion d'accords positifs = .96, erreur type = .02 ; kappa = .78,  $p < .01$  ;  $\rho$  de Spearman = .95,  $p < .001$  ; CII = .84,  $p < .01$ ).

D'autre part, les désavantages perçus (i.e. croyances négatives) d'acheter des produits issus de commerces équitables au cours de la prochaine année qui ont été les plus souvent rapportés sont (1) avoir plus de contraintes budgétaires, (2) avoir accès à un choix limité de produits, (3) aller dans plusieurs magasins puisque les produits sont difficiles à trouver, (4) avoir le sentiment de se faire berner, (5) avoir le sentiment de contribuer à plus de pollution en raison d'une chaîne commerciale supplémentaire (transports, logistique, etc.) : proportion d'accords positifs = .96, erreur type = .02 ; kappa = .92,  $p < .001$  ;  $\rho$  de Spearman = .96,  $p < .0001$  ; CII = .99,  $p < .0001$ .

### 4. Conclusion

Il apparaît que la méthode mixte (qualitative, quantitative) proposée pour identifier les croyances dominantes envers l'achat de produits issus du commerce équitable, du moins au plan de la fidélité inter-juges est appropriée. Elle permet d'identifier une série d'avantages et de désavantages que représentent les croyances comportementales d'un groupe spécifique et de contrecarrer trois biais : l'influence des croyances du chercheur, l'utilisation erronée de croyances d'une autre population qui ne sont pas forcément celles de notre population cible, et l'influence des croyances des juges procédant à l'analyse de contenu sur l'identification des croyances dominantes.

### Références

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Cicchetti, D. V., & Feinstein, A. R. (1990). High agreement but low kappa: II. Resolving the paradoxes. *Journal of Clinical Epidemiology*, 43(6), 551–558.
- Poimboeuf, H. (2003). Compétence globale, compétence spécifique au service du développement durable. *Economie et Humanisme*, 365, 19-21.

