# Étape 1 : Définir le problème de comportement

Avant de concevoir des solutions, il est essentiel de savoir exactement ce que vous essayez de changer et qui vous cherchez à influencer. La présente feuille de travail vous aidera à définir les comportements précis que vous souhaitez changer et à viser le public que vous devrez le plus atteindre. Ensuite, en utilisant une matrice impact/faisabilité, vous examinerez les possibilités qui offriront le plus grand potentiel et qui seront les plus réalistes à exécuter. À la fin de cette activité, vous saurez où concentrer vos énergies, de manière à concevoir des interventions vraiment efficaces.

## Préciser le comportement et le public cible

**Utilisez le présent tableau pour suivre les étapes en vue de préciser les comportements particuliers et le public cible aux fins de la planification de votre intervention.**

| | | |
|---|---|---|
| **Quels comportements précis ciblez-vous?** | | |
| **Qui doit faire quoi?**<br>*Réfléchissez aux groupes de personnes avec lesquels vous devrez collaborer pour cibler le comportement. Travaillerez-vous auprès de citoyens? Dans l'affirmative, avec quels groupes ou segments? Voulez-vous que les responsables des marques ou les détaillants passent à l'action? Les points de vente de nourriture hors domicile pourraient-ils jouer un rôle? Pourrait-il y avoir lieu de faire intervenir les développeurs de produits, les groupes de résidents, les collectivités autochtones, les groupes religieux, les écoles, les gouvernements locaux...? Et bien sûr, vous devrez probablement également travailler avec des bailleurs de fonds.* | Qui | Quoi |
| | Qui | Quoi |
| | Qui | Quoi |
| | Qui | Quoi |

L'étape suivante consiste à utiliser la matrice impact/faisabilité ci-dessous, qui vous aidera à déterminer les comportements précis que vous souhaiterez cibler.

## Matrice impact/faisabilité

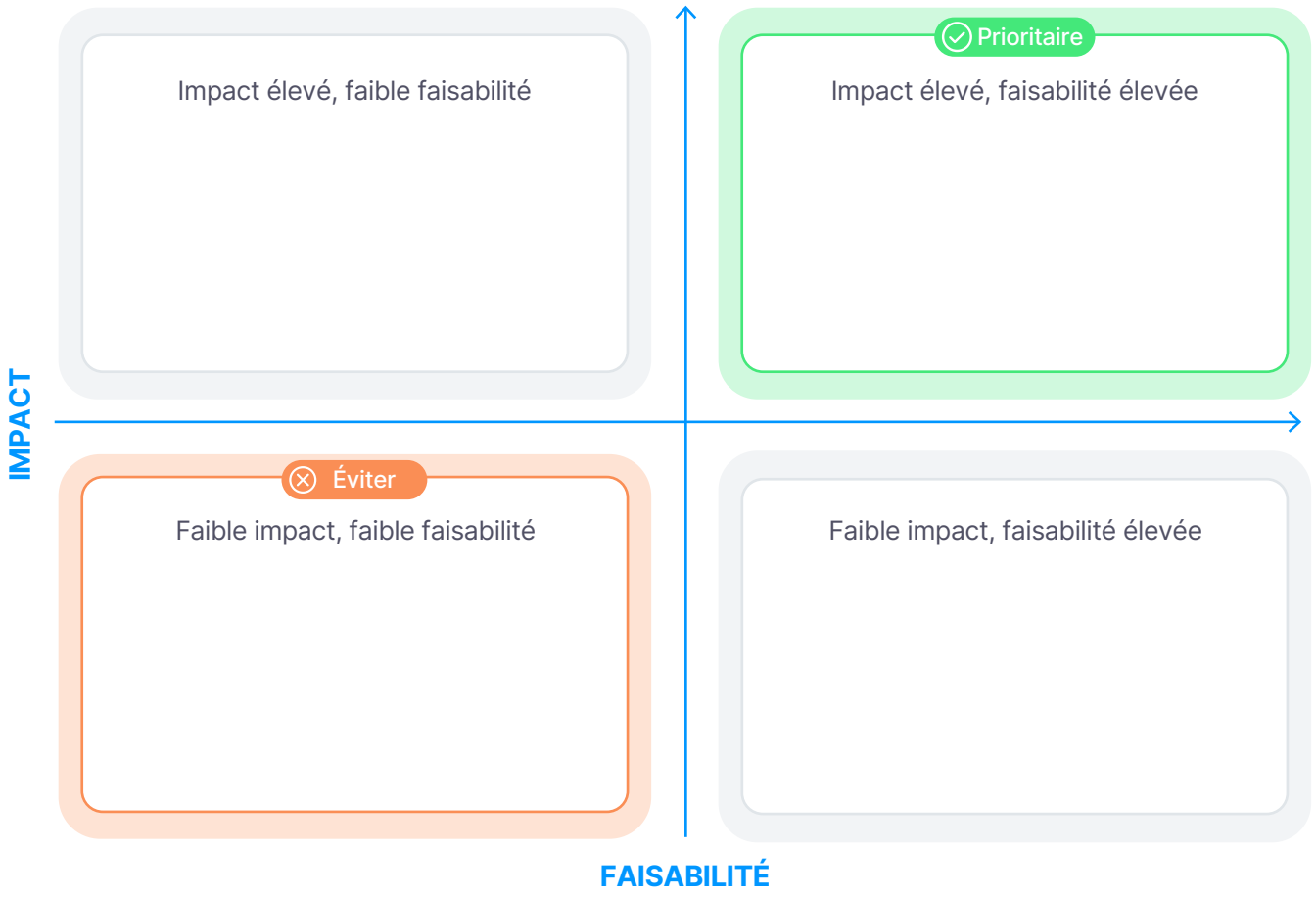
# Quels comportements ont un effet marqué et peuvent être changés?

Une matrice impact/faisabilité est un outil qui permet de prioriser vos mesures et de comparer des idées en fonction de leur incidence possible et de leur facilité d'exécution. En schématisant vos idées dans la matrice, vous pourrez déterminer les possibilités qui offrent des gains rapides, celles qui nécessitent une planification plus détaillée et celles qui pourraient ne pas constituer la meilleure utilisation des ressources.

Schématisez chacun des comportements indiqués dans le tableau ci-dessus dans la matrice impact/faisabilité. Certains comportements pourraient être difficiles à influencer, mais cela créerait une énorme différence si vous y parveniez; inscrivez-les dans le cadre supérieur gauche, « Impact élevé, faible faisabilité », du tableau.

D'autres comportements pourraient ne pas avoir un grand effet, mais être très faciles à influencer; inscrivez-les dans le cadre inférieur droit, « Faible impact, faisabilité élevée ». Par ailleurs, plusieurs comportements, pris individuellement, ont un effet négligeable, mais deviennent plus intéressants lorsque vous pouvez en cibler plusieurs facilement. Certains changements de comportement à grand effet pourraient également sembler très faciles à cibler. Inscrivez ces changements de comportement dans le cadre supérieur droit – ils deviennent vos secteurs prioritaires pour la planification d'une intervention. Les comportements que vous inscrivez dans le cadre inférieur gauche sont à éviter, puisqu'ils seraient difficiles à influencer et ne seront pas un facteur décisif relativement au défi comportemental global.

Des exemples préparés pourraient vous aider à commencer.



Ensuite, utilisez le tableau ci-dessous pour réfléchir au public cible de vos interventions. Les exemples préparés pourraient constituer une source d'inspiration.

| **Public cible**<br>Utilisez les cases « Qui », « Quand », « Où » et « Pourquoi » ci-dessous pour réfléchir au public cible pour la planification de vos interventions. | | | |
|---|---|---|---|
| **Qui**<br>souhaitez-vous cibler avec votre intervention? | **Quand**<br>est le meilleur moment pour les cibler? | **Où**<br>pouvez-vous les atteindre? | **Pourquoi**<br>souhaitez-vous cibler ce groupe? |
| Par exemple, les ménages avec enfants | Par l'intermédiaire de leurs enfants au moment du repas du soir | Dans les devoirs de sciences | Les groupes qui gaspillent beaucoup (8,5 tasses par semaine par rapport à 6,2 tasses). |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

## Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 1.

Vous utiliserez les comportements et les publics cibles que vous avez définis ici lorsque vous passerez à l'étape 2. À cette étape, vous passerez en revue ce que vous saurez sur les comportements et les publics, vous identifierez les écarts de savoir, puis vous élaborerez votre théorie du changement et créerez votre stratégie de changement de comportement. Allons-y!

Votre progression :

