

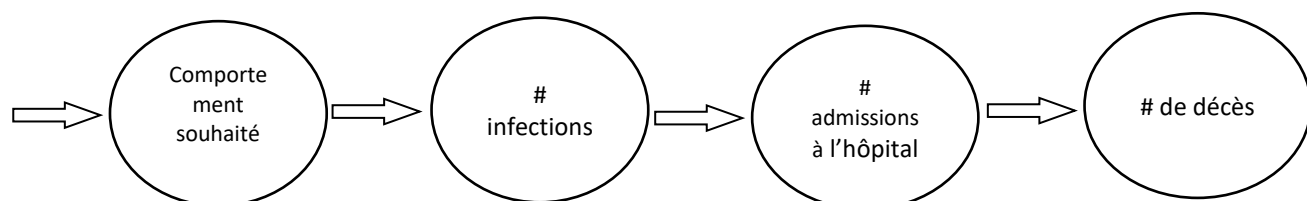
La population n’est plus motivée. Comment pouvons-nous créer un cadre motivant?

La deuxième vague d’infections fait des ravages sur le plan de la motivation. La fatigue liée au coronavirus s’installe chez de nombreux citoyens. Alors que nous aspirions à des vacances d’été revigorantes, le virus nous a pris de vitesse. La motivation de la population a été cartographiée dans une étude du baromètre de motivation depuis le début du semi-blocage en mars. À ce jour, 51 167 personnes ont participé à cette étude, dont 5 192 depuis le récent resserrement des mesures à la fin du mois de juillet. Les résultats de cette enquête montrent que la motivation à suivre les mesures diminue rapidement. Cela n’est pas seulement dû à la longue durée de la crise du coronavirus, c’est aussi lié au manque de prise en considération des facteurs scientifiquement prouvés pour déterminer les dimensions comportementales impliquées dans la gestion de la crise. Ces aspects doivent être considérés de toute urgence. Dans ce rapport, nous présentons les principaux résultats des enquêtes récentes, préconisons une approche interdisciplinaire et proposons une gamme de recommandations (ce qu’il faut faire ou ne pas faire) en matière de communication et de politique motivationnelles.

Partie I : Motivation pour les mesures sanitaires au plus bas

Le fait de suivre ou non les mesures sanitaires est déterminé par des aspects motivationnels. La motivation de la population aujourd’hui prédit son comportement effectif futur. Des citoyens de plus en plus motivés adhèrent plus largement aux mesures préconisées (Morbée et al., 2020), limitant ainsi le nombre d’infections et donc aussi le nombre d’admissions et de décès à l’hôpital. En nous concentrant sur la motivation de la population, nous pouvons donc intervenir tôt dans la chaîne de propagation du corona (voir la figure 1). Il est donc crucial de surveiller l’état motivationnel de la population. C’est l’objectif du baromètre de motivation. Nous mettons en évidence quatre résultats récents qui indiquent une tendance à la baisse inquiétante.

Figure 1. La chaîne de propagation du Corona



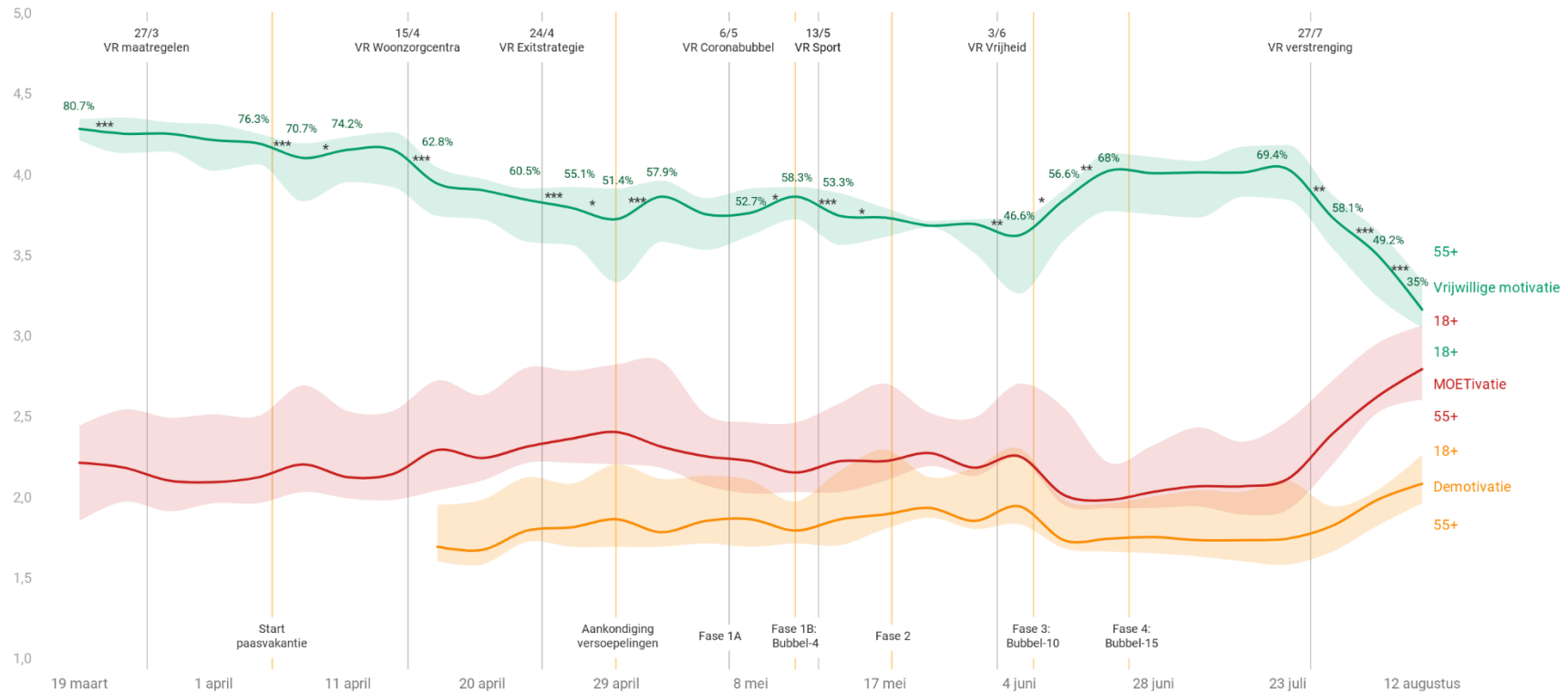
1^{er} constat: La motivation volontaire diminue fortement, tandis que la « nécessité » et la démotivation augmentent

Depuis le début des mesures, les participants ont indiqué qu’ils étaient d’accord avec les mesures parce qu’ils les considéraient significatives et nécessaires (**motivation volontaire**) ou parce qu’ils se sentaient obligés de se conformer, par exemple pour éviter les critiques des autres ou une amende (**motivation « par devoir » ou « must »ivation**). La distinction entre les deux types de motivation est cruciale parce que seule la motivation volontaire prédit si les citoyens se conformeront aux mesures de manière durable. Les citoyens qui sont motivés par le « devoir » vont céder plus facilement aux tentations (p.ex. une invitation à un barbecue avec 12 personnes va être plus vite acceptée), et ils sont même enclins à résister aux mesures (Morbée et al., 2020), surtout lorsqu’elles sont renforcées. En plus de ces deux formes de motivation, la **démotivation** constitue un troisième état où même les risques de sanction ne sont pas efficaces pour se conformer aux mesures sanitaires.

Figure 2

Evolutie van motivatie tijdens de COVID-19 crisis

Coronastudie, Universiteit Gent



Update: 17 augustus 2020

Grafiek: Universiteit Gent • Bron: Universiteit Gent • Gecreëerd met Datawrapper

Les citoyens démotivés ressentent de l'impuissance ; ils ne peuvent plus rassembler l'énergie nécessaire pour suivre les mesures de manière cohérente et doutent de leur utilité.

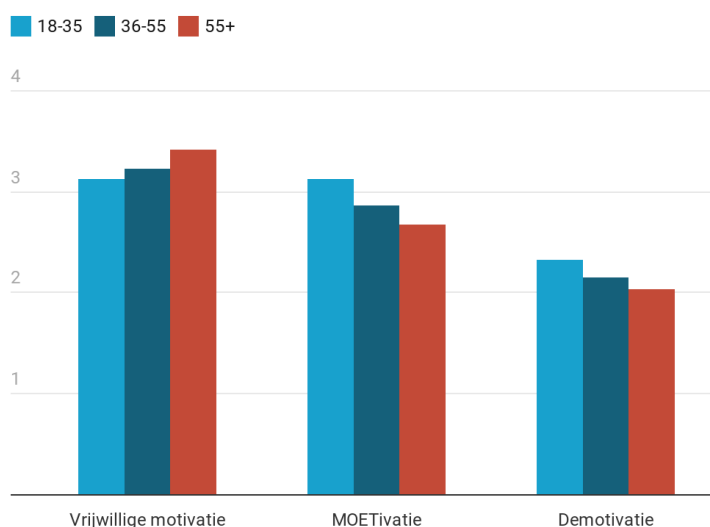
La figure 2 montre que la motivation volontaire a considérablement diminué. Au début de la crise du coronavirus (mi-mars), 81% des personnes interrogées soutenaient pleinement les mesures. Ce soutien motivationnel a connu des hauts et des bas tout au long du semi-lockdown en fonction de l'assouplissement accordé et de la communication (dé)motivante du gouvernement, avec un minimum de 47% à la fin du mois de mai. Après les assouplissements accordés début juin par le Conseil national de sécurité, la motivation est remontée à 69% à la mi-juillet. Cependant, depuis le resserrement au début du mois d'août, la motivation volontaire semble être en chute libre. On est passé **de 69% à 35% dans la semaine du 12 août**. Dans le même temps, la motivation « par devoir » a connu une augmentation significative : les deux lignes se croisent presque. Parallèlement à l'augmentation de la motivation « par devoir », une augmentation de la démotivation est perceptible. Des recherches approfondies montrent qu'un cocktail de motivation « par devoir » et de démotivation – les deux n'ont jamais été aussi élevés – est associé à des effets comportementaux et de bien-être les plus indésirables (p. ex. Haerens et coll., 2010). Les citoyens sont plus susceptibles d'abandonner leurs efforts ; ils ne comptent plus leurs contacts sociaux ; ils portent leur masque buccal négligemment. La porte devient alors ouverte pour une résistance plus ferme dans laquelle les mesures sont carrément ignorées.

Bien que ces tendances motivationnelles se produisent dans tous les groupes d'âge, elles sont plus prononcées chez les jeunes adultes (18-35 ans). La figure 3 montre que les jeunes adultes sont moins volontaires et plus susceptibles d'être motivés « par devoir » que les autres groupes d'âge par rapport aux mesures. Dans leur cas, le **point de basculement de la motivation** « par devoir » a été atteint : la motivation volontaire et la motivation « par devoir » semblent être en équilibre (voir les bâtonnets bleu clair de la figure 3). Notez que les participantes féminines et les participants plus âgés sont plus fortement représentés dans cet échantillon. Parce que ces groupes sont plus motivés en moyenne, les résultats actuels sous-estiment très probablement les tendances à la baisse de la motivation.

Figure 3

Gemiddelde motivaties per leeftijdsgroep

Coronastudie, universiteit Gent



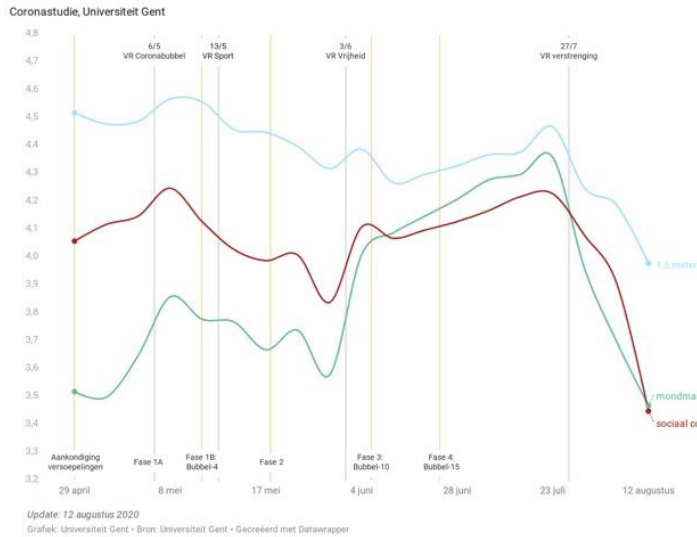
Update: 17 augustus 2020

Chart: Universiteit Gent • Source: Universiteit Gent • Created with Datawrapper

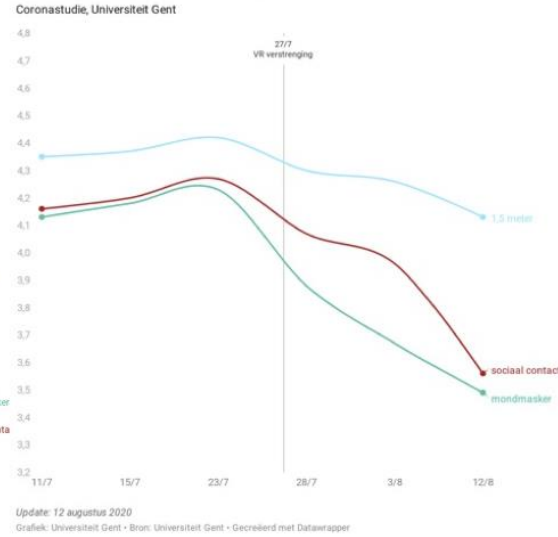
Figure 4a, 4bet 4c

Évolution des processus de motivation spécifiques aux mesures

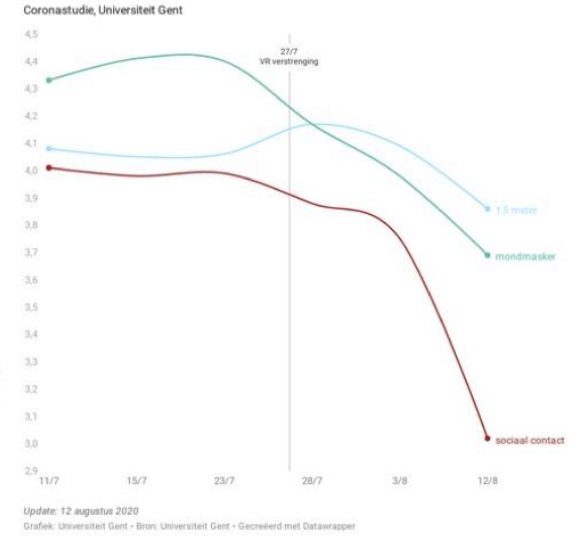
Evolutie van vrijwillige motivatie tijdens COVID-19 crisis



Evolutie van zelfeffectiviteit tijdens COVID-19 crisis



Evolutie van uitkomstverwachting tijdens COVID-19 crisis



2^{ème} constat : Ces tendances à la démotivation apparaissent en particulier pour le port du masque et la limitation des contacts sociaux

Les figures 4a, 4b et 4c montrent les tendances motivationnelles pour trois mesures distinctes : garder une distance interpersonnelle suffisante, limiter les contacts sociaux et porter des masques buccaux. Trois résultats ressortent. Premièrement, la **motivation volontaire** pour chacune de ces mesures a diminué depuis le renforcement des mesures sanitaires, bien que cette baisse soit plus prononcée pour le port du masque buccal et la limitation des contacts sociaux (voir la figure 4a). Les participants indiquent qu'ils soutiennent encore en grande partie le fait de garder une distance physique. En même temps, la **capacité perçue** de suivre ces trois mesures diminue (voir la figure 4b) : les participants se sentent de moins en moins capables de suivre les mesures. Cela est particulièrement évident pour le port du masque et la limitation des contacts sociaux. Enfin, il y a un questionnement croissant concernant l'**efficacité réelle** du suivi des mesures pour contrôler le virus. Ils en doutent davantage depuis le renforcement des mesures, notamment concernant la limite des contacts sociaux (voir figure 4c). En bref, les résultats des différentes mesures indiquent des tendances motivationnelles similaires et en baisse, bien qu'elles soient moins prononcées pour le maintien de la distance physique.

3^{ème} constat : La bulle des 5 n'est vraiment suivie que par une minorité

A la question de savoir si la règle de la « bulle des 5 » était respectée par les participants, 46,2 % ont dit qu'ils la suivaient strictement, 43,4 % l'ont suivie de façon raisonnable et 10,4 % ne l'ont pas suivie. Toutes les personnes qui déclarent suivre la mesure de près ne le font cependant pas. Cela apparaît lorsque des questions ont été posées sur la réciprocité de leurs contacts sociaux. Environ la moitié (47,6 %) des participants qui disent suivre fidèlement la mesure s'en tiennent à des contacts sociaux réciproques. En d'autres termes, les citoyens ne se choisissent pas nécessairement les uns les autres, de sorte que les grands réseaux sociaux entrent en contact les uns avec les autres. **Dans la pratique, cela signifie que seulement 45% de la population adhère à la règle de la « bulle de 5 ».** Une majorité des personnes qui prétendent suivre fidèlement la règle de la « bulle de 5 » trouvent cela assez (très) difficile (67 %). Dans le même temps, une majorité de ceux qui indiquent suivre la règle de la « bulle des 5 » est déterminée à respecter la restriction sociale tant qu'elle est prescrite (69 %). Les gens qui adhèrent raisonnablement ou non à la mesure indiquent avoir rencontré une moyenne d'environ 9 personnes depuis l'introduction de la règle et rapportent qu'une bulle de 12 serait réalisable pour leur famille.

4^{ème} constat : Le besoin de connectivité et d'autonomie sont menacés, en particulier chez les jeunes adultes

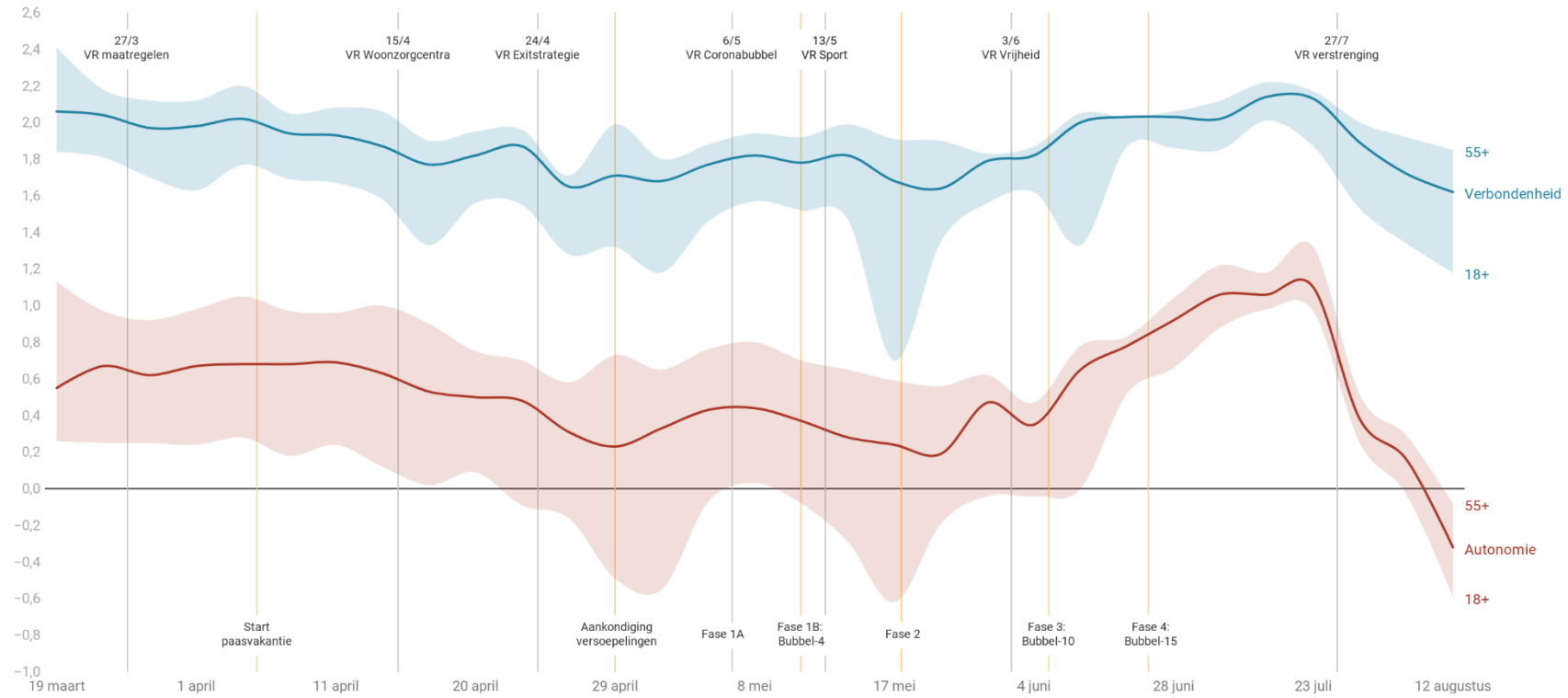
Nos besoins psychologiques de base sont également de moins en moins satisfaits. Les psychologues distinguent un nombre limité de **besoins psychologiques de base**. Or la satisfaction de ces besoins augmente la résilience et donne à la population une bouffée d'oxygène pour persévérer dans ses efforts pour appliquer les mesures sanitaires. En cas de frustration de ces besoins, nous devenons déprimés ou anxieux, notre qualité de sommeil est amoindrie et nous devenons démotivés. La figure 5 montre l'évolution de la satisfaction de deux besoins fondamentaux : le besoin d'autonomie et la connectivité relationnelle. Lorsque le besoin d'autonomie est satisfait, nous faisons l'expérience du choix dans nos actions, nos pensées et nos sentiments et nous pouvons être nous-mêmes. Si ce besoin est inhibé, alors nous nous sentons diminués et mis sous pression. La satisfaction de la connexion

relationnelle naît d'un lien chaleureux et étroit avec les autres. En cas de frustration, nous nous sentons seuls et isolés.

Figure 4

Evolutie van autonomie en verbondenheid tijdens de COVID-19 crisis

Coronastudie, Universiteit Gent



Update: 17 augustus 2020

Grafiek: Universiteit Gent • Bron: Universiteit Gent • Gecreëerd met Datawrapper

Lorsque les mesures plus strictes ont été introduites, nous avons évoqué la menace des besoins psychologiques de base et proposé des moyens de les traiter (voir « Mesures renforcées, c'est nous : comment y faire face ? »). Les résultats d'aujourd'hui montrent que les besoins psychologiques de base sont de plus en plus frustrés, davantage que pendant le confinement durant lequel les mesures étaient encore plus strictes (par exemple aucun contact avec des individus en dehors de notre bulle; frontières fermées). La frustration du besoin d'autonomie l'emporte même sur la satisfaction (la ligne médiane indique un équilibre entre les deux). Cette tendance négative est particulièrement évidente chez les jeunes adultes. Les scores les plus faibles sont systématiquement identifiés dans **les groupes cibles plus jeunes**. La crise du coronavirus les a frappés plus durement que dans les générations plus âgées. Les jeunes adultes se sentent obligés de porter une camisole de force, leurs activités « traditionnelles » (estivales) (par exemple, assister à des festivals, sortir en groupe) sont fortement contrariées et ils paient donc à ce niveau un prix plus élevé pour la crise du coronavirus que les autres générations.

Partie II : Plaidoyer pour l'interdisciplinarité

Dès le début de la crise du coronavirus, les experts ont souligné que le comportement est l'arme la plus importante dans la lutte contre la propagation du virus. Ce qui s'applique non seulement à la surveillance des mesures comportementales de prévention des infections, mais aussi à des mesures importantes, telles que le dépistage, la traçabilité et la quarantaine, pour prévenir la propagation des infections identifiées. L'utilisation ciblée et scientifiquement fondée de l'expertise comportementale pour contrôler la pandémie peut donc être considérée comme un investissement ayant le plus grand retour sur investissement, tant pour la santé publique que pour l'économie (Kazak, 2020). Les experts en comportement voient donc un signe de myopie, voire de négligence, de la part des décideurs politiques qui, à aucun moment, n'ont officiellement déployé une expertise comportementale à des niveaux de décisions pouvant avoir un impact sur les comportements effectifs de la population. Étant donné que le comportement de la population précède l'état virologique de la population d'une à deux semaines, il est incompréhensible qu'aucune enquête épidémiologique comportementale des processus motivationnels et des comportements réels n'ait été mise en place de manière systématique. Une telle approche est pourtant essentielle dans l'élaboration d'une **politique préventive**. Toute réduction de l'activité économique peut rapidement coûter plusieurs fois l'investissement dans une expertise comportementale cruciale pour la prévenir.

5^{ème} constat: Le manque d'implication formelle des experts du comportement au niveau des politiques est incompréhensible.

Pour ces raisons, des universitaires et des professionnels engagés ont rapidement mis en place un groupe de **travail ad hoc sur la « psychologie et le coronavirus »**, composé d'un groupe de base de 8 psychologues universitaires et membres d'organisations professionnelles, assisté d'un panel d'experts de différentes sous-disciplines de la psychologie. Des avis, des communiqués de presse et des rapports contenant des données empiriques sur la motivation et le comportement ont été diffusés à plusieurs reprises. Ils ont également offert des conseils et des propositions pour mieux gérer la crise en termes psychologiques. Ces messages ont suscité l'intérêt et l'ouverture à l'expertise comportementale des principaux comités consultatifs et politiques, mais pas la mise en œuvre systématique des propositions pertinentes lancées par ce groupe. Par conséquent, les décisions aux conséquences profondes pour la population ont été prises principalement sur la base d'arguments médicaux et juridiques, et dans un second temps, n'ont été inspirées que par l'intuition psychologique et le sentiment instinctif des décideurs au sujet des processus qui déterminent le comportement.

Ce n'est pas suffisant ! Cela signifie-t-il que toutes les opinions jusqu'à présent ont été erronées ? Non. Et cela signifie-t-il que les experts en comportement ont des leviers magiques en place pour orienter le comportement de la population dans la direction souhaitée ? Encore une fois non. Les

experts en comportement ne sont pas des magiciens, mais ils peuvent soutenir la politique d'une manière scientifique et fondée sur des preuves. Aux yeux du groupe de travail « psychologie et coronavirus », de nombreuses occasions ont été manquées pour mieux gérer l'épidémie et donner plus d'attention aux besoins de la population. Il est nécessaire d'établir un cadre plus soutenant et liant, ainsi qu'une communication plus inspirante et plus motivante. Les résultats du baromètre de motivation, qui ont été rendus publics à plusieurs reprises (voir ici pour un [aperçu](#)), montrent que la communication et les mesures mises en place ont à plusieurs reprises sapé la motivation de la population. Ces éléments ont contribué – en partie en raison de la longue durée de l'épidémie – au fait que la motivation de la population est aujourd'hui à son niveau le plus bas. Aux yeux du groupe de travail, il est **plus que temps** d'agir en termes de motivation et la question est de savoir si les occasions manquées peuvent encore être dépassées ! C'est plus que jamais le moment d'être tous sur le pont ! De longues soirées d'hiver s'annoncent, que nous égayons normalement avec des événements culturels et des célébrations familiales. Le rhume et la grippe vont réapparaître. Il s'agit donc plus que jamais de rallier la population !

6^{ème} constat : Plus que jamais, il est nécessaire d'établir un cadre de connexion, de soutien et de communication motivante et inspirante pour stimuler la population à se comporter comme désiré.

Le groupe de travail « psychologie et coronavirus » considère le comportement comme ancré dans un système complexe d'individus formant des groupes et des communautés établis dans divers environnements physiques et sociaux. Les comportements doivent être compris et influencés d'une manière scientifique dans le respect et avec la coopération de la population. Nous plaçons donc en faveur **d'un groupe consultatif interdisciplinaire plus large**, doté d'une composante de science du comportement qui conseille directement les organes importants ayant le pouvoir de prendre des mesures. Dans ce document, nous aimerions décrire brièvement un certain nombre d'opinions importantes en termes de recommandations « à faire » et « à ne pas faire » concrètes, en s'appuyant fortement sur les différents articles d'opinion et messages de presse qui ont déjà été diffusés.

Partie III : Mesures comportementales : certaines choses à faire et à ne pas faire du point de vue des sciences du comportement

Le comportement du public a un rôle central dans le contrôle de la pandémie. Ce qui nécessite un cadre cohérent de messages liés notamment à la motivation. Ces messages doivent encourager le sens des responsabilités et l'appropriation des messages au sein de la population, en les rendant acceptables, et en tenant compte des besoins et des capacités des différents groupes de population. Sans un cadre aussi complet, l'assouplissement des mesures menace de devenir un laissez-passer pour que le public décide seul de ce qu'il juge approprié de faire (voir [l'article d'opinion](#)). Toutefois, s'il est bien conçu et mis en œuvre, il créera la possibilité d'interventions préventives et d'ajustements afin de réduire ou d'éviter les risques de contamination et les dommages économiques et sanitaires qui en découlent.

Recommandation 1: Rendre la lutte contre la crise aussi prévisible et contrôlable que possible

Les événements qui sont vécus comme imprévisibles et incontrôlables sont particulièrement aversifs et stressants. Ce qui empêche la résilience mentale et (donc) la motivation et l'engagement à maintenir des règles de conduite. C'est un besoin fondamental pour les gens d'être en mesure de planifier, au moins à court terme. En rendant l'approche prévisible et en fournissant une rétroaction

claire sur les résultats des efforts, le sentiment de responsabilité et d'autonomie est renforcé, y compris la motivation et la volonté de la soutenir. Cela peut être fait de la manière suivante :

- mettre en place un **système de signaux clignotants ou de codes de couleur** qui indiquent facilement où nous en sommes, dans quelle direction nous évoluons, où exactement nous voulons aller (<50 infections par jour? Une certaine valeur R?), ainsi que les critères pour passer d'un code de couleur à l'autre.
- en consultation avec les experts, déterminer les seuils du système de signaux clignotants ou de codes couleur. Communiquer clairement et à l'avance les mesures/principes qui s'appliqueront en cas de dépassement d'une valeur seuil. Inversement, il deviendra immédiatement clair quand il sera possible de se détendre à nouveau. Ce seuil devrait être fixé de manière à ce que le public ait effectivement la possibilité d'éviter le prochain seuil par son comportement. Ce « contrat social » renforce l'autonomie et le sens de la prévisibilité et de la responsabilisation.
- offrir un **outil d'auto-évaluation** qui permet aux gens d'évaluer leur propre comportement par rapport au coronavirus (de manière à calculer leur empreinte corona personnelle);
- offrir des outils qui permettent aux gens de simuler des scénarios « hypothétiques » (p. ex. effets de la taille des bulles, effets de l'éloignement, port du masque, scénarios du pire et du meilleur des cas, etc.).
- non seulement afficher **des graphiques** qui indiquent où nous en serons grâce à nos efforts (prévisions), mais aussi des graphiques où nous nous trouverions si nous n'avions pas fait les efforts demandés. La différence des chiffres entre ces deux indicateurs montrerait directement les bénéfices obtenus grâce à nos efforts.

Recommandation 2: Définir des principes comportementaux simples et clairs dans un cadre logique

Éloignez-vous d'une politique basée sur des **règles** et essayez plutôt d'investir autant que possible dans des **principes** de conduite. Ces principes de comportement impliquent les éléments suivants :

- Assurez-vous qu'ils sont généralement considérés comme **significatifs**. La simplicité et l'uniformité sont secondaires à la signification : une règle illogique simple et claire reste illogique. Plus la mesure est comprise, plus les chances de motivation durable sont grandes.
- Communiquez un **classement selon le degré d'efficacité** des différentes mesures pour prévenir l'infection virale. De cette façon, la population peut se faire une meilleure idée des choix les plus appropriés. .
- Assurez-vous que ces principes de comportement sont présents partout et **répétés** (médias, etc.) et qu'ils sont présentés avec un design attrayant (visuels, etc.) (Voir aussi [l'article d'opinion](#)).
- Fiez-vous aux connaissances des sciences de la communication pour traduire ces messages (Brossard et coll., 2020). Il s'agit à la fois d'éviter les éléments négatifs (p. ex. montrant un comportement indésirable, du fatalisme, de fausses informations) et d'encourager les résultats souhaités (par exemple, faire appel à l'intérêt public, employer des personnes de confiance, utiliser le profit plutôt que l'estimation des pertes (c.-à-d. souligner ce que vous pouvez gagner au lieu de ce que vous pouvez perdre en faisant quelque chose), faire appel à l'identité sociale d'un groupe, cfr « les gens comme nous », etc.) .

- Le **concept de bulle** est bien établi, mais la taille de bulle dédiée est rigide, pas facilement applicable et pas contrôlable. En outre, le concept de bulle est utilisé superficiellement dans la pratique et non d'une manière mathématiquement correcte. Parce que la fixité de la bulle est plus importante que la taille, un nombre fournit une meilleure indication avec certaines limites (par exemple entre 5 et 10), ce qui donne aux gens un peu d'autonomie en fonction de leur situation personnelle. Cela stimule la motivation.
- Faciliter l'application continue de ces règles de conduite grâce à des principes de « nudging » :
 - a. Favoriser le lavage des mains par la présence de gels hydroalcooliques
 - b. Provoquer la distanciation sociale en aménageant l'environnement physique
 - c. Encourager l'utilisation des masques en les rendant disponibles autant que possible dans les endroits critiques
 - d. Inviter à limiter les contacts grâce à des réglementations simples pour le travail à domicile, des spectacles culturels en ligne, etc.

Recommandation 3: S'engager dans un vaste projet soutenu socialement avec un objectif commun à poursuivre (garder le virus sous contrôle et garder une qualité de vie la meilleure possible).

Les gens sont des êtres sociaux qui recherchent la solidarité dans les difficultés (voir par exemple les d'applaudissements spontanés pour le secteur de la santé, la confection de masques en groupes, etc.). Ce qui est très motivant. L'expérience du soutien social est également importante pour la résilience mentale et la santé.

- Utiliser **des modèles sociaux** par différents canaux (influenceurs via les médias sociaux, personnalités belges célèbres du sport et du divertissement, ...) dans lesquels ils démontrent leur engagement, leurs difficultés à le soutenir, leur mode de vie à l'époque du coronavirus, etc.
- Créer une chronique régulière, p. ex. « le quart d'heure corona » après le journal télévisé, dans lequel toutes sortes de sujets pertinents sont abordés d'une manière ludique (compétition pour inventer un nouveau slogan, entrevues avec des gens ordinaires qui expliquent comment ils luttent face à leurs problèmes, réflexion à propos de solutions créatives à de nouveaux problèmes). Un programme amusant peut constituer un contrepois important au manque de liberté et aux difficultés.
- Mobiliser le **secteur culturel** qui dispose de nombreuses ressources pour concevoir et mettre en œuvre des initiatives créatives de connexion sociale par le biais de médias (en ligne) (par exemple en soumettant des propositions à un « fonds corona » qui fournit les ressources financières).
- Mobiliser le secteur de **l'événementiel** pour permettre aux projets culturels de continuer à faire face « à l'épreuve du coronavirus ».

Recommandation 4: S'appuyer sur les principes de communication motivationnelle

Grâce aux principes de communication motivationnelle, la population peut s'identifier aux règles de conduite afin de rester durablement motivée (voir [l'article d'opinion](#) et [le rapport](#) pour plus d'informations). Une motivation durable exige une

- **Participation**: par exemple, la population peut choisir un nouveau slogan; tester le soutien aux secteurs ou aux groupes cibles pour l'adaptation des mesures
- Bonne **coordination**: par exemple donner une explication qui fait sens pour une mesure, adaptée à la situation et au groupe cible; choisir une formulation adaptée au groupe cible
- Une attitude **d'accompagnement** : par exemple, souligner l'engagement sans cesse croissant des concitoyens pour atteindre l'objectif ; fournir de bons exemples auxquels les citoyens peuvent penser s'ils sont tentés de ne plus suivre les mesures (cfr. Scénario d'adaptation)
- **Clarification** continue : par exemple communiquer clairement et de manière unifiée sur les nouvelles mesures ; indiquer clairement l'objectif visé dans les chiffres et quels sont les objectifs intermédiaires

Recommandation 5: Offrir de la flexibilité en fonction des lieux géographiques et des groupes

- Les recommandations précédentes devraient être adaptées et déployées autant que possible en fonction de la situation dans une zone géographique spécifique (villes, provinces, ...)
- Idem pour les sous-groupes bien définis dans la mesure où cela est justifié virologiquement.
 - i. Jeunes à l'école
 - ii. Personnes célibataires
 - iii. Personnes âgées
 - iv.

Recommandation 6: Surveiller les déterminants comportementaux et le comportement de la population à l'aide de sondages représentatifs

Tout comme il est important de surveiller la propagation du virus de façon suffisamment détaillée, il est important de mesurer la nature et le degré de motivation, et les comportements de santé pertinents pour limiter la propagation du virus dans un échantillon représentatif de la population et sur la base d'un sondage systématique, avec une attention suffisante pour des groupes cibles spécifiques. Le comportement précède la propagation des infections de 1 à 2 semaines et constitue donc une excellente base pour la gestion et l'ajustement. Avoir de telles données permettra également de clarifier l'équilibre coûts-bénéfices que les mesures impliquent pour la population. Par exemple, les coûts psychologiques et économiques personnels des mesures de restriction comportementale sont-ils associés à l'augmentation attendue de la santé et du sentiment de sécurité? La cartographie répétée des processus motivationnels et des comportements de santé pertinents permettra ainsi d'identifier des « tournants psychologiques » qui indiquent à quel moment les avantages perçus ne justifient plus les coûts encourus pour la population.

Conclusion : Investir dans notre capital comportemental humain

La crise du COVID-19 est une crise à long terme. C'est un « marathon » que nous courons. Cela nécessite donc un effort à long terme, qui doit être soutenu par la population pour adopter les

comportements adéquats. Nous constatons aujourd'hui que la motivation de la population belge à adapter son comportement est à un point très bas. Il est particulièrement curieux que, à ce jour, les autorités politiques ne disposent pas d'experts en comportements impliqués dans l'élaboration de ses politiques, contrairement à d'autres pays européens (par exemple l'Institut national néerlandais pour la santé publique et l'environnement/ Nederlands RijksInstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) dispose d'une unité comportementale complète). Les psychologues et autres spécialistes du comportement peuvent apporter une contribution importante à l'élaboration d'un cadre rationnel, motivant et socialement solidaire. Le groupe d'experts « Psychologie & corona » appelle donc (une fois de plus) à faire ce travail urgent.