

Les nudges et la communication engageante au service du changement de comportement

Daphné Duvernay

IMSIC (Institut méditerranéen des Sciences de l'information et de la communication)

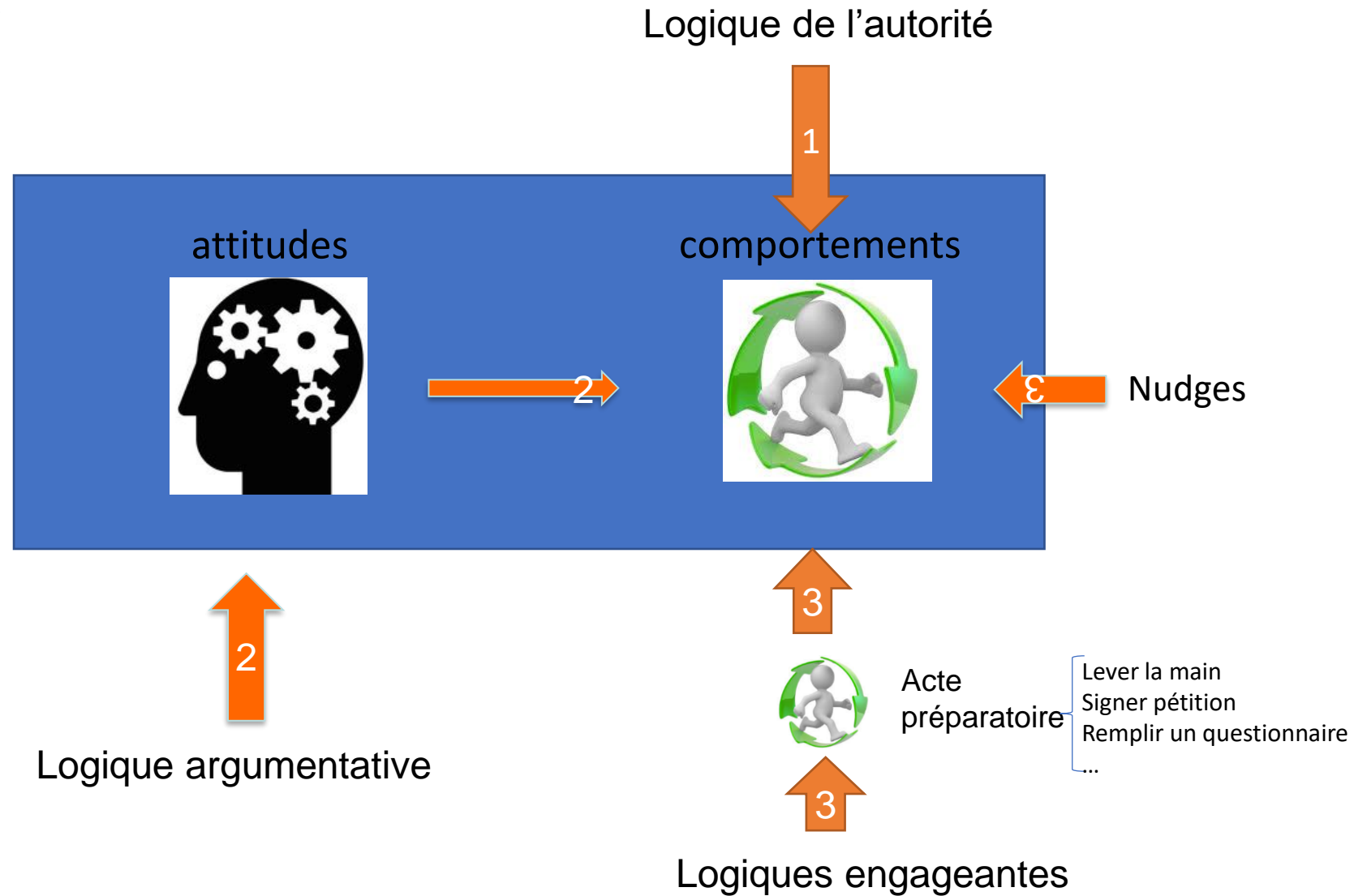
daphne.duvernay@univ-tln.fr

En préambule...



- Une coopération depuis plus de 2 ans avec l'OFB autour du programme Life Marha :
 - Construction d'indicateurs : guide Guisma
 - Audit de communication de la corniche varoise
 - Accompagnement et conseil pour le déploiement d'actions de sensibilisation/communication efficiente : application au bassin de navigation de plaisance du Golfe du Morbihan, Belle-île, Houat-Hoëdic
 - Des webinaires sur les changements de comportement pour le RT SHS, direction des aires protégées

Comment obtenir un nouveau comportement?





Les limites de la logique argumentative

Prévention du tabagisme: Peterson, et al.

- L'étude a concerné une cohorte de plus de 8000 élèves suivis de l'âge de 8 à 17 ans.
- Deux groupes sont constitués :
 - Groupe expérimental : 65 interventions dans les classes pour informer les élèves des méfaits du tabac et les convaincre de ne pas fumer. Une lettre d'information est envoyée chez eux, deux fois par an.
 - Groupe contrôle
- On mesure à 18 ans le % de fumeurs : l'action de sensibilisation n'a eu aucun effet

Les biais cognitifs à l'origine de nos comportements

Preuve sociale : conformité au groupe. 75% des clients de cet hôtel ont accepté de réutiliser leur serviette

Réciprocité : Donner pour recevoir. Faire goûter, échantillon, cadeau....

Autorité : figure scientifique, influenceur... dans le cadre de l'étude que nous conduisons au profit de l'entreprise Y,...

Biais de statu quo : résistance au changement. Don d'organe par défaut (90% en France vs 10% en Allemagne)

Aversion au risque : tristesse de perdre > joie de gagner. Si vous ne faites rien, c'est la fin du monde

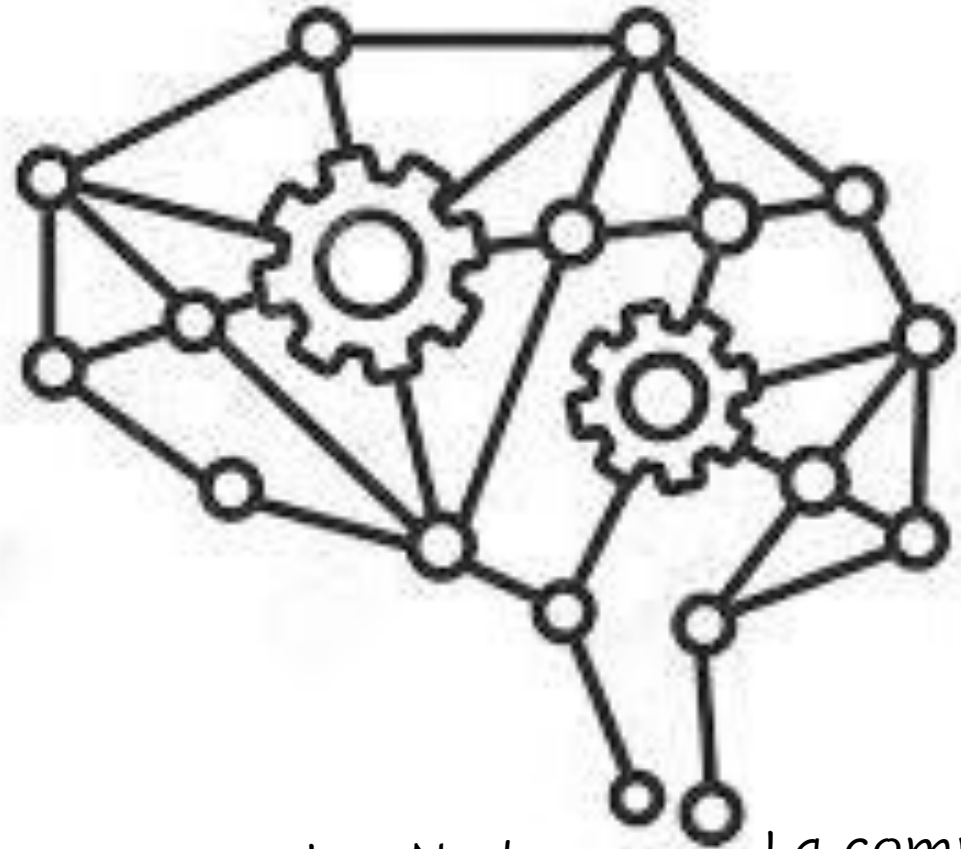
Amorçage : créer un contexte favorable. Attitude, vocabulaire choisi

Familiarité : faire davantage confiance à ce qui nous est familier. Répéter un message environnemental sur plusieurs supports.

Engagement : faire faire un acte anodin préalable à un comportement attendu

Biais de supériorité illusoire : Surestimer ses propres qualités et capacités par rapport aux autres. Pensez vous protéger l'environnement plutôt plus ou moins que la moyenne

Les sciences
comportementales
s'appuient sur les
biais cognitifs



Les Nudges

La communication
engageante



Le Nudge, une incitation douce

- → Nudge (Thaler & Sustein) : méthode douce, sous forme de coup de pouce pour inspirer la bonne décision
- Nous ne sommes pas des êtres rationnels : La théorie du nudge est un concept qui réfute l'idée selon laquelle nous sommes des êtres rationnels dont les choix sont forgés par la raison : pétris de biais cognitifs, nous subissons régulièrement des déviations de la pensée logique par rapport à la réalité.
- S'appuie sur la liberté, l'immersion, la gamification et l'irrationalité décisionnelle

Quelques exemples de Nudges



Limitier les déchets : preuve sociale



Renouvellement automatique : statu quo



Amphiro : réduire le réchauffement climatique. Biais d'autorité de la science et tech et de familiarité



SNCF et les retardataires : aversion au risque



Jeu participatif



Bombage, street art



Totem : amorçage



Effet d'amorçage

L'exposition à un signal auditif, visuel, émotionnel a une influence sur votre comportement ultérieur



Toilettes publiques aux Baléares



Port de Fréjus



Effet familiarité

L'exposition répétée à une information renforce la sensation que cette information est vraie

Effet preuve sociale

Un individu ne sachant pas quoi faire aura tendance à adopter le comportement d'autres personnes



L'apport de la théorie de l'engagement

- Joule et Beauvois (1998) : « *Ce n'est pas l'individu qui s'engage en fonction de ses caractéristiques personnologiques, mais la situation qui engage (plus ou moins) l'individu en fonction de ses caractéristiques objectives* ».
- La soumission librement consentie = amener un individu à modifier librement ses comportements :
 - Pied-dans-la-porte (Freedman et Fraser, 1966) : demander peu pour obtenir beaucoup
 - Réalisation d'un acte préparatoire : soubassement comportemental

L'experimentation
fondatrice

Comment augmenter la consommation d'abats : Lewin

1- l'argumentation

Des personnes assistent à une conférence où on leur présente des arguments pour les convaincre de l'intérêt à cuisiner des abats : qualités nutritives, qualités gustatives et prix



Le débat terminé, les personnes rentraient chez elles

Interrogées trois semaines plus tard, **seules 3% déclarent avoir servi des abats.**

2- L'engagement



A la fin de la séance, on demande aux ménagères volontaires pour servir des abats de lever la main. Les bras se lèvent...

Interrogées trois semaines après, **32% d'entre elles affirment avoir servi des abats.**





Un retour d'expérience sur l'AMP
de Port-Cros

Parc national
de Port-Cros

Communication engageante, bioacoustique, comportement écocitoyen

Objectif

Contribuer à la montée en capacité de charge de l'AMP de Port-Cros. 2 expérimentations pour sensibiliser les visiteurs du Parc à leurs émissions sonores et leur impact sur la faune terrestre. Sensibilisation par questionnaire, case d'engagement à cocher. Mesure en parallèle des émissions sonores en amont et en aval par des capteurs bioacoustiques.

Acteurs

- Université de Toulon, Laboratoire LSIS et Institut Méditerranéen des Sciences de l'Information et de la communication, Direction scientifique du Parc National de Port Cros.



Intérêt pour OFB :

- Protection d'une AMP
- Originalité de la démarche
- Des résultats probants : 30% d'émission sonore en moins



Votre avis nous intéresse !



Cher(e) visiteur (se) du Parc National de Port-Cros,

Nous réalisons une étude sur l'amélioration des modalités d'information des visiteurs dans les parcs naturels. Merci de participer et de nous remettre ce document rempli par vos soins **recto-verso** (remplissez ou cochez la case de votre choix pour chacune des questions)

Q1 - A quelle fréquence venez-vous visiter le parc national de Port-Cros ?

c'est la 1ère fois moins d'1 fois par an 1 à 2 fois par an + de 3 fois par an

Q2 - Vous entrez dans un espace protégé. Etes-vous d'accord pour suivre toutes les recommandations du Parc afin de préserver cet environnement exceptionnel ? (1 seule réponse possible)

totalement en désaccord désaccord d'accord très d'accord

Q3 - Classez de 1 à 9 (1 étant l'impact le plus négatif) ci-après les activités humaines qui vous semblent avoir un impact négatif sur l'environnement (faune, flore) ?

Cueillir des fleurs ou des plantes parler fort, crier parler doucement attraper des insectes, photographier marcher hors sentier utiliser une lampe faire un feu de camp pique-niquer

Q4 - Selon vous quel est l'impact sur la faune des bruits générés par votre visite sur l'environnement. Entourez sur l'échelle de 1 à 10 ci-dessous votre estimation (1 = impact quasi nul et 10 = impact de forte nuisance) :

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Veuillez tourner la page svp

Q5 - Selon vous, quels animaux peuvent être prioritairement dérangés par les bruits que les visiteurs occasionnent lors de leur visite sur les sentiers du Parc National de Port-Cros ? (classez vos réponses de 1 à 5-1 étant l'espèce qui vous semble être la plus dérangée par les bruits)

les oiseaux les insectes les araignées les tortues terrestres les grenouilles les chauve-souris les serpents les lézards les cigales les scorpions les mammifères hors chauve-souris

Si je coche cette case, je m'engage personnellement à rester le/la plus silencieux(se) possible lors de mes déplacements de ce jour sur les sentiers du Parc National de Port-Cros.

Identification :

Sexe H F

Age (cochez votre tranche d'âge)

moins de 15 ans 15 - 19 ans 20-30 ans 31- 40 ans 41-54 ans 55-65 ans plus de 65 ans

Ville : Code postal : Pays :

Catégorie socioprofessionnelle : cochez la catégorie de votre profession

Artisan-commerçant cadre- chef d'entreprise Ouvrier Employé Profession libérale Chômeur Etudiant Retraité Autre (précisez)

Merci de votre participation !



Protocole interdisciplinaire IMSIC/LSIS

➤ Collecte des données :

- 12 et 13 septembre 2016
- Chercheurs IMSIC postés sur un chemin étanche
- Administration des questionnaires :
- 12/09 : non engageant
- 13/09 : engageant
- 14/09 : groupe contrôle : annulation et report au 13/09
- Plus de 100 personnes interrogées chaque jour
- 2 stations d'enregistrement en amont de 9 à 20h (1 en bord de sentier et l'autre dans les fourrés)
- Ensemble des données de passage (horodatage et nb d'invidus) vérifiées avec les données acoustiques



Résultats préliminaires

➤ Analyse croisée acoustique et éco-sensibilisation :

- Ligne verte et orange = seuils inférieurs quotidiens.
- 16h = retour aux bateaux
- Forte différence entre le 12 et le 13/09
- Discontinuités plus fortes le 12 montrant des événements bioacoustiques
- Efficacité a priori de la communication engageante le 13/09 (environ 20 à 30% de nuisances sonores en moins)

