

UTILISATION DE NUDGES

CONCEPT ET OBJECTIFS

Le nudge, ou 'coup de pouce' en français, est une **théorie issue de l'économie comportementale** basée sur une connaissance fine des **mécanismes décisionnels**.

Le nudge part du principe que notre cerveau fonctionne 'à l'économie' et fait des **raccourcis mentaux** qui sont principalement guidés par nos **émotions**. Autrement dit, par défaut, **notre cerveau** optera plus facilement pour le mode de **fonctionnement intuitif**.

Le nudge est aussi décrit comme une **incitation douce** à un **changement de comportement**. Comme il n'a pas un caractère contraignant, il n'est pas perçu négativement. Il veille également à **sauvegarder la capacité de choisir des utilisateurs**. Dans ce sens, le nudge répond à une nouvelle approche de communication. Il représente une **alternative originale et complémentaire aux messages traditionnels** consistant à informer, imposer et convaincre.

Pour être efficace, un nudge se doit de requérir une intervention facile et peu coûteuse qui ne nécessitera aucun effort particulier.

Dans le domaine de la propreté publique, la technique du nudging est régulièrement utilisée pour inciter les citoyens à adopter un comportement plus civique, plus respectueux de l'environnement.



MODALITÉS PRATIQUES

Voici les étapes-clés incontournables pour construire un nudge. Pour plus de détails, consultez le [site du WeLL](#) (Wallonia e-health Living Lab).

- Définir la situation 'problème'** : il s'agit de bien identifier le problème que l'on souhaite résoudre.

Exemples de problèmes rencontrés par la commune en matière de propreté publique :

- présence de mégots de cigarette à même le sol ;
- dépôts clandestins aux abords des bulles à verre enterrées ;
- petits déchets sauvages jonchant l'espace public (malgré la présence de poubelles publiques) ;
- présence de canettes en bordure de routes et dans les champs.

- En déduire des comportements souhaités** : il est important de traduire les problèmes observés en solutions et par conséquent, en comportements souhaités.

Exemples de comportements souhaités pour inciter les citoyens auteurs d'incivilités à :

- jeter leurs mégots de cigarette dans des cendriers ;
- garder les abords des bulles à verre enterrées propres ;
- jeter les déchets dans les poubelles publiques prévues à cet effet ;
- jeter les canettes dans des réceptacles spécifiques.

3. Imaginer des nudges simples et facilement compréhensibles : pour déclencher un comportement 'instinctif', les nudges doivent être faciles à comprendre. La dimension ludique du nudge pourra être développée en s'appuyant sur des techniques de créativité adaptées. **Exemples de nudges :**

- des cendriers de vote installés dans les lieux publics pour inciter les fumeurs à ne pas jeter leurs mégots au sol ;
- des macarons 'Ici commence la mer, ne jetez rien' pour éviter les petits déchets dans les avaloirs ;
- des autocollants apposés sur les plate-formes d'où sortent les buses des bulles à verre enterrées représentant des visuels de sets de table, de tapis de jeu ou de carrelages sur lesquels il serait déplacé d'y déposer ses déchets ;
- des marelles devant les poubelles publiques ou encore ;
- des empreintes de pas sur le sol pour indiquer le chemin vers une poubelle publique.

4. Tester les nudges sur un échantillon

Cette phase de test est primordiale pour mesurer l'efficacité et les effets du nudge. Il s'agira de vérifier le bon fonctionnement et la compréhension du nudge par le(s) public(s) cible(s). Si les résultats ne rencontrent pas les objectifs espérés, il sera opportun de l'adapter pour le soumettre à un nouveau test.

5. Étendre les nudges à l'ensemble du territoire

Sur base du diagnostic initial et des 'points noirs' identifiés, il s'agira de multiplier les nudges à des endroits visibles sur l'ensemble du territoire et de mesurer leur impact dans le temps.

ACTEURS ET RESSOURCES IMPLIQUÉS

Au sein de la commune :

- La technique du nudging fait partie intégrante des actions de communication. Elle concerne donc le service (ou la personne) en charge de la communication au sein de la commune.
- Le service 'achats' pourra également être mobilisé dès lors qu'il s'agira de commander du matériel de communication (ex : autocollants, cendriers de vote) et de lancer différents marchés via des appels d'offres ou des procédures négociées.
- Le service 'travaux' entrera en action pour installer les différents dispositifs dans l'espace public, voire même pour concevoir certains supports (ex : poubelle presse canette).

En dehors de la commune :

- La **Boutique du Propre** de Be WaPP (voir fiche-action n°30) offre la possibilité aux communes et aux organisateurs d'événements d'emprunter ou d'acquérir du matériel qui repose sur la technique du nudge. Ainsi, la Voting Box se présente comme un cendrier de vote dont le principe est simple : il suffit d'écrire une question susceptible d'attirer l'attention du public et de proposer 2 réponses. Les participants pourront alors exprimer leur préférence en jetant leur mégot dans le compartiment correspondant à la réponse de leur choix.

AVANTAGES

Évidemment, le nudge n'est pas la solution à tout ! Il présente des avantages liés à la capacité de choisir des utilisateurs mais possède également ses limites telles que des résultats parfois fluctuants et éphémères ainsi que la possible assimilation du nudge à de la manipulation. Il est clair qu'une stratégie de communication efficace repose sur une diversité de canaux et de messages afin d'en accentuer l'impact. Enfin, réfléchir en amont sur l'origine des comportements inciviques, les motivations et les contraintes sont autant d'éléments à considérer.