



RESTITUTION

ATELIER DE CO-CRÉATION NUDGE

DU 21 JUIN 2020

COMMENT INCITER DURABLEMENT LES MOTARDS À
ADAPTER LEUR COMPORTEMENT
SUR LES ROUTES DES COLS VOSGIENS ?





Le présent document est une restitution de l'atelier de co-création organisé le 21 juin 2021.



Une notation et des premiers commentaires ont été apportés par NUDGE ME aux différentes idées issues de l'atelier.



Les visuels illustrant le présent document ont été crayonnés pendant les ateliers, il ne s'agit pas de créations définitives.

TESTER UNE NOUVELLE APPROCHE : LE NUDGE

 La DDT88 souhaite utiliser l'apport des sciences comportementales, et le nudge, sur différentes problématiques de sécurité routière concernant les routes des Vosges.

 La DDT88 souhaite tester cette approche comportementale dans un premier temps sur une problématique spécifique :

LE BRUIT LIÉ AU TRAFIC MOTOS SUR LA ROUTE DES CRÊTES.

UN ATELIER DE CO-CRÉATION NUDGE

 La DDT88 a souhaité mettre en place un atelier de co-création pour :

- Associer les différentes parties prenantes de cette problématique bruit/motos à la recherche de solutions nudge, douces et durables.
- Décliner cette approche comportementale sur d'autres problématiques de sécurité routière si le test est concluant, notamment sur la vitesse sur les crêtes et les traversées de villages.



La démarche n'a pas été proposée pour résoudre un conflit d'usage de la route des crêtes, mais pour inciter à une modification des comportements

CADRE DE L'ATELIER



L'atelier de co-création nudge s'est déroulé le 21 juin 2021.
Il a été lancé par le Préfet, le Directeur de Cabinet et le Commissaire du massif.



Il a réuni **22 participants**
sur les **profils suivants** :

- Associations et fédérations de motards
- Associations de protection de l'environnement
- Élus
- Gendarmerie
- Parc Naturel Régional Ballon des Vosges
- DDT68, DDT88, DDT90 et CD88



Les participants ont été
répartis en 4 équipes.



Leur mission : imaginer des dispositifs nudge
pour amener les motards à modifier leur comportement sur la route des Crêtes



2 Facilitateurs graphiques étaient présents
pour illustrer les mécaniques nudge imaginées par les participants

BILAN DE L'ATELIER

- L'atelier a permis aux différentes parties de **se réunir et de s'exprimer.**
- **Les débats ont occupé une grande partie du temps** imparti à l'atelier
- La production de solutions fut riche et intéressante !



Les différents dispositifs nudge imaginés sont autonomes,
mais peuvent également être agrégés entre eux.



Quel(s) que soit(ent) le ou les dispositifs choisis pour test,
nous aurons besoin de nous rendre sur le terrain afin d'optimiser
leur création et leur production

LES NUDGES DE L'ATELIER DE CO-CRÉATION

COMPTE-RENDU ANNOTÉ



SUIVEZ LE CHAMPION

MÉCANIQUE

- Mettre en scène **un champion de moto connu** qui conseille aux motards de maîtriser le bruit de leur engin.

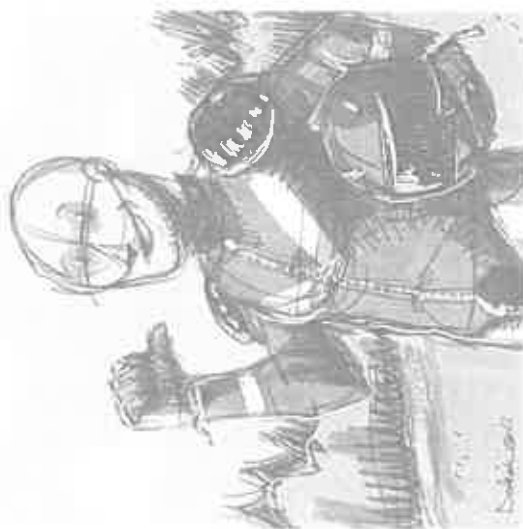
LE(S) LEVIER(S)

- LE SPÉCIALISTE

Nous choisissons plus facilement une solution quand une personne importante pour soi, spécialiste ou leader d'opinion, a fait elle-même ce choix.

- ECO

On s'engage plus dans une action si celle-ci nous renvoie une bonne image de nous-même, qui correspond à notre identité et à nos valeurs.



NOTRE AVIS

- Les motards, une tribu qui admire et respecte ses champions.
- Peut faire l'objet d'une campagne multicanal :
 - Leaflets (Offices de Tourisme, Cafés Hôtels Restaurants...)
 - Affichettes (Offices de Tourisme, Cafés Hôtels Restaurants...)
 - Affichage
 - Spots radio
 - Réseaux sociaux (posts Facebook clubs moto...)
 - Campagne E-mailing adhérents associations motards
 - Relais par les événements associations motards



LES «PLUS»

- 2 leviers particulièrement puissants sur la cible motards
- Un leader international

LES «MOINS»

- Le coût :
 - Tarif du champion (à moduler car action non commerciale)
 - Production prise de vue

LES SILHOUETTES "CHUT !"



MÉCANIQUE

- En capitalisant sur un outil que tous les usagers de la route connaissent, **des silhouettes en bord de routes invitant au silence.**
- Installation à l'entrée de chaque village.

LE(S) LEVIER(S)

- **L'AFFECT**
Nous nous dirigeons plus facilement vers une solution quand celle-ci fait appel à nos émotions, invite à jouer ou fait preuve d'humour.
- **LES HABITUDES**
Pour agir dans le sens demandé, nous avons besoin que l'on nous sorte de notre quotidien, tout en conservant un point de repère connu.
- **LA SAILLANCE**
Nous sommes attirés par ce qui est mis en valeur autour de nous, par ce qui attire notre attention dans le contexte où l'on doit prendre une décision.

NOTRE AVIS

- Il peut y avoir confusion avec les panneaux silhouettes Sécurité Routière

- Nous vous proposons une optimisation de notre solution (voir ci-dessous)

7/10

Les «PLUS»

- Faible coût de la solution
- Mise en place simple et rapide
- Un fort impact visuel et émotionnel (redondance du message de village en village)

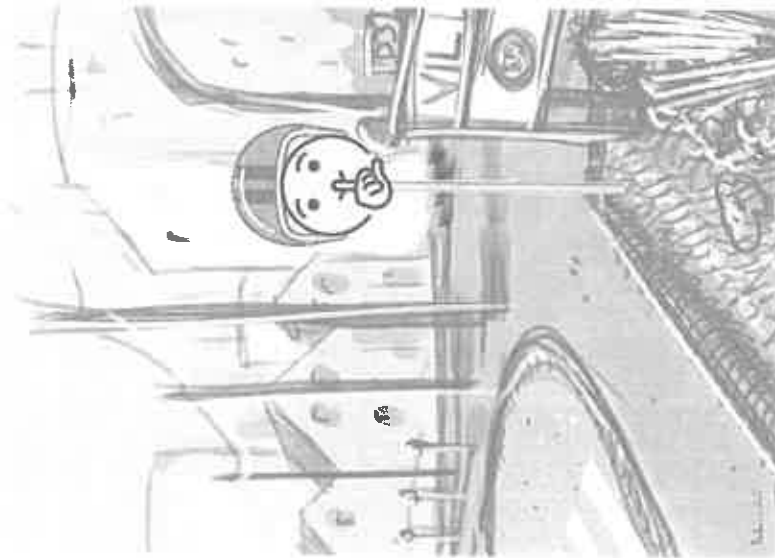
Les «MOINS»

- Confusion possible avec les panneaux silhouettes Sécurité Routière



OPTIMISATION PISTE "SILHOUETTES "CHUT !""

LES PANNEAUX SMILEYS "CHUT !"



MÉCANIQUE

- Des "smileys chut" en bord de routes invitant au silence.
- Installation à l'entrée de chaque village.

LE(S) LEVIER(S)

- L'AFFECT

Nous nous dirigeons plus facilement vers une solution quand celle-ci fait appel à nos émotions, invite à jouer ou fait preuve d'humour.

- LA SAILLANCE

Nous sommes attirés par ce qui est mis en valeur autour de nous, par ce qui attire notre attention dans le contexte où l'on doit prendre une décision.

NOTRE AVIS

À utiliser sans modération !

- À relayer sur les parkings restaurants et via les événements associations de motards.

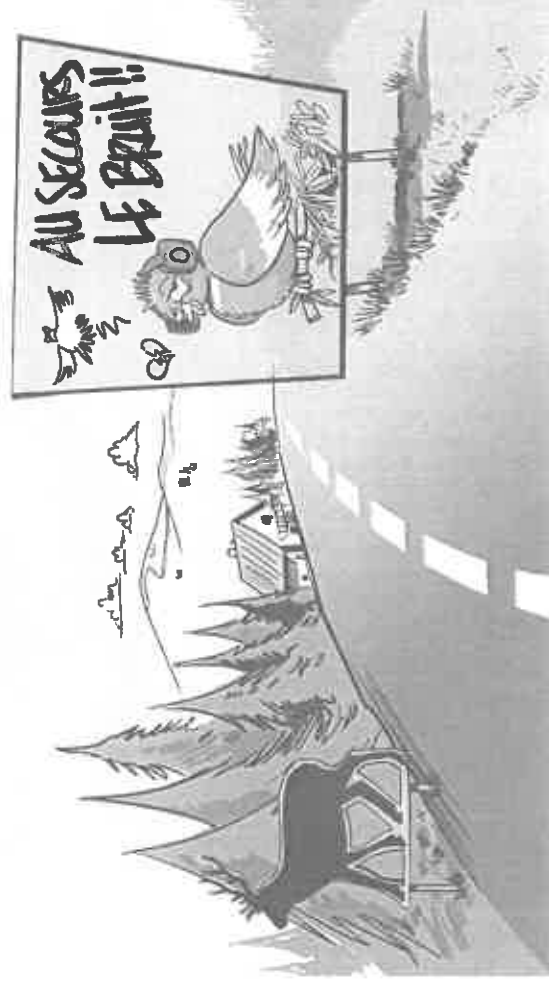


LES PLUS

- Faible coût de la solution
- Mise en place simple et rapide
- Un fort impact visuel et émotionnel (redondance du message de village en village)

LES MOINS

LES ANIMAUX CASQUÉS



MÉCANIQUE

- En bord de routes, hors agglomérations, des animaux endémiques casque antibruit sur les oreilles.
- Sous forme de panneaux pleins ou de silhouettes.

LE(S) LEVIER(S)

- L'AFFECT

Nous nous dirigeons plus facilement vers une solution quand celle-ci fait appel à mes émotions, m'invite à jouer ou fait preuve d'humour.

- LA SAILLANCE

Nous sommes attirés par ce qui est mis en valeur autour de nous, par ce qui attire notre attention dans le contexte où l'on doit prendre une décision.

NOTRE AVIS



- Mettre en scène de façon humoristique une conséquence méconnue du bruit sur la faune endémique de la région.
- À relayer sur les parkings restaurants et via les évènements associations de motards.

LES «PLUS»

- Faible coût de la solution
- Mise en place simple et rapide
- Un fort impact visuel et émotionnel

LES «MOINS»

- Pollution visuelle



PROPOSITION NUDGE ME

LE QUIZ "CHUT !"



MÉCANIQUE

Sur un set de table :

- Informer et sensibiliser à la problématique "bruit"
- Faire jouer : un Quiz "Bruit" générique, via QR Code, pas centré uniquement sur problématique moto (ne pas pointer du doigt, ne pas culpabiliser).

LE(S) LEVIER(S)

- L'AFFECT

Nous nous dirigeons plus facilement vers une solution quand celle-ci fait appel à mes émotions, m'invite à jouer ou fait preuve d'humour.

- LA SAILLANCE

Nous sommes attirés par ce qui est mis en valeur autour de nous, par ce qui attire notre attention dans le contexte où l'on doit prendre une décision.

NOTRE AVIS



- Utilise le temps où notre cible est captive
- Donne de l'information
- Invite à jouer seul ou en groupe
- À relayer sur les événements associations de motards.

LES «PLUS»

- Faible coût du dispositif

LES «MOINS»

MECANIQUE

- En capitalisant sur un outil que tous les automobilistes et motards connaissent, les vérificateurs de pression pneus en stations service, proposer aux motards des **"pieuvres" en libre-service** qui les incitent, de par leur design étonnant, à mesurer eux-mêmes le niveau sonore de leur moto.
- Installation en partenariat avec les associations de motards, mise en place de façon ponctuelle, à l'occasion de rassemblements par exemple, dans certains lieux.

LEVER(S) LEVIER(S)

- **L'AFECT**
Nous nous dirigeons plus facilement vers une solution quand celle-ci fait appel à mes émotions, m'invite à jouer ou fait preuve d'humour.
- **LES HABITUDES**
Pour agir dans le sens demandé, nous avons besoin que l'on nous sorte de notre quotidien, tout en conservant un point de repère connu.
- **L'APPARTENANCE**
On accorde plus d'importance à ce que l'on a "construit".
- **LA SAILLANCE**
Nous sommes attirés par ce qui est mis en valeur autour de nous, par ce qui attire notre attention dans le contexte où l'on doit prendre une décision.



NOTREAVIS



- Responsabilise les motards
- Donne le contrôle de la problématique aux motards
- Action proposée ludique et valorisante
- Demande une validation technique du dispositif
- Ne pas laisser la pierre en libre-service (risque d'abus) mais en partenariat avec des associations de motards de manière ponctuelle.

«5074» 507

- ### - Être pédagogique vs coercitif

Les «MOINS»

- Problématique du bon positionnement de la sonde du sonomètre (la valeur affichée doit être juste)
- Entretien et sécurisation du dispositif
- Nécessite un partenariat avec des associations

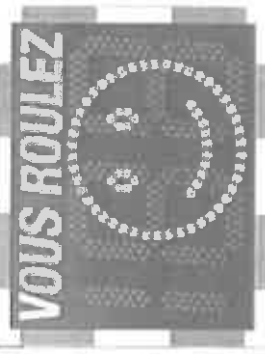
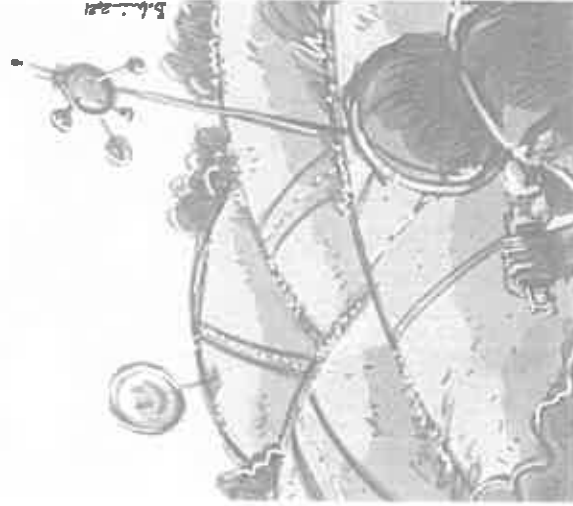
LE RADAR PÉDAGOGIQUE

MÉCANIQUE

- S'inspirer des radars de vitesse automatiques et informatifs, à l'entrée d'agglomérations : **bruit acceptable = smiley**.

LE(S) LEVIER(S)

- **L'AFFECT**
Nous nous dirigeons plus facilement vers une solution quand celle-ci fait appel à mes émotions, m'invite à jouer ou fait preuve d'humour.
- **LA SAILLANCE**
Nous sommes attirés par ce qui est mis en valeur autour de nous, par ce qui attire notre attention dans le contexte où l'on doit prendre une décision.
- **LES HABITUDES**
Pour agir dans le sens demandé, nous avons besoin que l'on nous sorte de notre quotidien, tout en conservant un point de repère connu.
- **LE REGARD D'AUTRUI**
Nous avons tendance à mieux nous comporter sous le regard des autres, cela nous responsabilise.



NOTRE AVIS

- Responsabilise les motards
- Donne le contrôle de la problématique aux **motards**
- Il doit être clair que le message est lié au bruit et non à la vitesse.
- **Sous réserve de faisabilité technique.**
Les radars méduse sont encore en phase de test, les possibilités doivent être étudiées avec le fabricant.

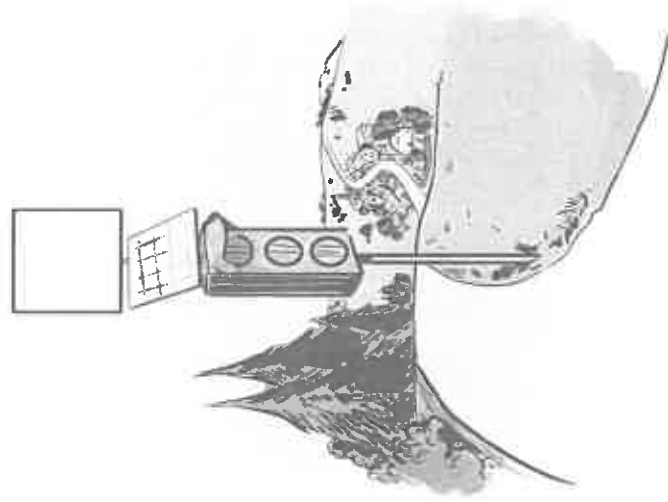
8/10

LES «PLUS»

- Être pédagogique vs coercitif

LES «MOINS»

LE RADAR FILTRANT



MÉCANIQUE

- Un radar sonomètre à l'entrée d'agglomérations :
bruit acceptable = feu vert,
bruit inacceptable = feu rouge.
- Message explicatif feu vert/feu rouge.

LE(S) LEVIER(S)

- LA CONTRAINTE

Nous avons tendance à mieux nous comporter sous le regard des autres, cela nous responsabilise.

- LA PUNITION

On s'engage plus dans une action si celle-ci nous renvoie une bonne image de nous-même, qui correspond à notre identité et à nos valeurs.

NOTRE AVIS

- Un dispositif "trompeur" qui utilise les leviers contrainte/punition et qui génère chez les motards le sentiment d'un piège tendu...



LES PLUS

LES MOINS

- Le concepts de "Feu rouge sanction" est interdit par la réglementation en vigueur !
- Approche "non nudge"

LE SILENCE RESPECT TOUR



MÉCANIQUE

- Animations en aires de repos sur thématique du bruit :

- Sensibiliser en faisant vivre des expériences sur le bruit
- Engager en faisant signer une charte "Silence"
- Sous l'égide d'une autorité naturelle morale neutre (Le PARC NATUREL RÉGIONAL par exemple...)
- Associer à l'animation associations de randonneurs ET de motards.

LES LEVIER(S)

- L'AFFECT

Nous nous dirigeons plus facilement vers une solution quand celle-ci fait appel à mes émotions, m'invite à jouer ou fait preuve d'humour.

- L'ENGAGEMENT

Engager dans une action, à fortiori publiquement, incite à modifier notre comportement et à respecter cet engagement sur la durée.

- LA PROJECTION DANS LE FUTUR

Nous avons tendance à valoriser le présent au détriment du futur, et à privilégier ce que l'on ressent sur l'instant.

- LA SAILLANCE

Nous sommes attirés par ce qui est mis en valeur autour de nous, par ce qui attire notre attention dans le contexte où l'on doit prendre une décision.

NOTRE AVIS

- Faire "toucher du doigt" la problématique du bruit aux motards
- Amener les motards à s'engager
- Rapprocher motards et randonneurs dans le cadre de l'animation



LES «PLUS»

- L'impact d'une démarche "aller vers l'autre"

LES «MOINS»

- Nécessite l'implication d'une autorité morale neutre
- Complexité d'organisation

LA ROUTE DU RESPECT



MÉCANIQUE

- Planter différents dispositifs nudges sur une portion délimitée de la route des Crêtes (20 Km par exemple) sous l'ombrelle "Route du Respect" :
 - Suivez le Champion !
 - Test Libre-Service
 - Panneaux Smileys "Chut !"
 - Radar Pédagogique
 - Animaux Casqués
 - Animation aire de repos (cf. "Silence Respect Tour")
 - Quiz "Chut !"
- Une "mascotte" CHOUETTE" pour faire le lien entre les différents dispositifs nudges

LE(S) LEVIER(S)

- **LA SAILLANCE**
Nous sommes attirés par ce qui est mis en valeur autour de nous, par ce qui attire notre attention dans le contexte où l'on doit prendre une décision.
- **Plus les leviers des différents nudges utilisés**

NOTRE AVIS

- Un événement fondateur en 2 temps :
 - Dispositif global "Route du Respect" durant 1 mois
 - Puis ventilation des différents nudges sur l'ensemble de la route des Crêtes



LES « PLUS »

- L'impact dû à la concentration de différents dispositifs dans un espace restreint

LES « MOINS »

- Complexité d'organisation
- Nécessité l'implication d'une autorité morale neutre (animations aire de repos)

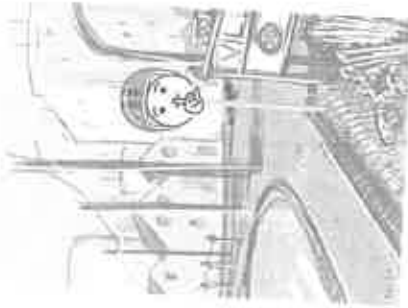
SUIVEZ LE CHAMPION



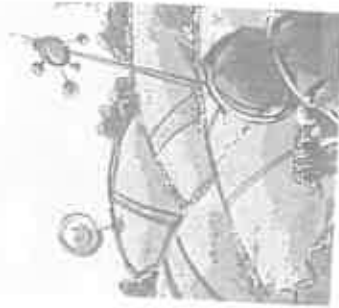
LES SILHOUETTES "CHUT"



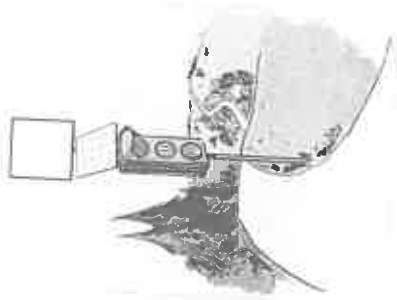
LES PANNEAUX SMILEYS "CHUT"



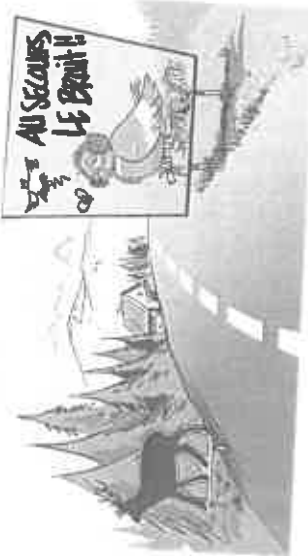
LE RADAR PÉDAGOGIQUE



LE RADAR FILTRANT



LES ANIMAUX CASQUÉS



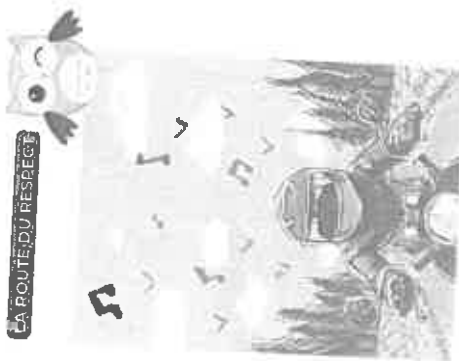
LE TEST EN LIBRE-SERVICE



LE QUIZ



ÇA ROUTE DU RESPECT



LE SILENCE RESPECT TOUR



SÉCURITÉ ROUTIÈRE

ANNEXES

QU'EST-CE QUE LE NUDGE ?

**AMENER DURABLEMENT
AU COMPORTEMENT VERTUEUX**



«To nudge» signifie «donner un coup de pouce», sous-entendu pour remettre dans la bonne direction. Il s'agit d'une méthode novatrice d'aide à la prise de décision vertueuse qui s'appuie sur le corpus des sciences cognitives.

**Même bien informés
FACE À UN CHOIX NOUS SOMMES SOUVENT IRRATIONNELS**
jusqu'à prendre une décision à l'encontre de nos propres intérêts



**EN RÉGLE GÉNÉRALE NOUS SOMMES TOUS ANIMÉS PAR DE BONNES INTENTIONS...
MAIS NOUS PEINONS À TRANSFORMER CES INTENTIONS EN ACTIONS VERTUEUSES.**

Tout le monde sait par exemple que jeter son mégot sur la plage... ce n'est pas bien !

Mais notre mode de décision favori (Système#1, rapide et intuitif), ainsi que des stimuli extérieurs, font que le mégot ne finit pas systématiquement dans un cendrier...

**Pour bien décider...
NOUS AVONS BESOIN D'AIDE**
Au bon endroit et bon instant

**C'EST À DIRE DANS LE CONTEXTE DE DÉCISION
ET À L'INSTANT "I" DE LA PRISE DE DÉCISION**

LE NUDGE : QUID ?

Le NUDGE utilise nos nouvelles connaissances sur le cerveau humain, pour aider à faire le bon choix au moment où il se présente, sans contraindre et sans culpabiliser.



BIENVEILLANT

le nudge intègre notre fréquente irrationalité :

- Nous prenons fréquemment nos décisions en activant la "partie" de notre cerveau la moins efficace pour analyser correctement la situation : notre Système#1, rapide et instinctif.
 - Les contextes dans lesquels nous décidons ne sont pas neutres, mais "bombardés" de stimuli extérieurs qui viennent biaiser nos décisions.
- Ces freins au comportement demandé** peuvent être Sociaux (poids du messageur par exemple), Environnementaux (le cadrage par exemple) ou Motivationnels (l'affect par exemple).



PRAGMATIQUE

le nudge propose un ensemble de leviers décisionnels psychosociaux

aptes à contrer les freins au comportement demandé.



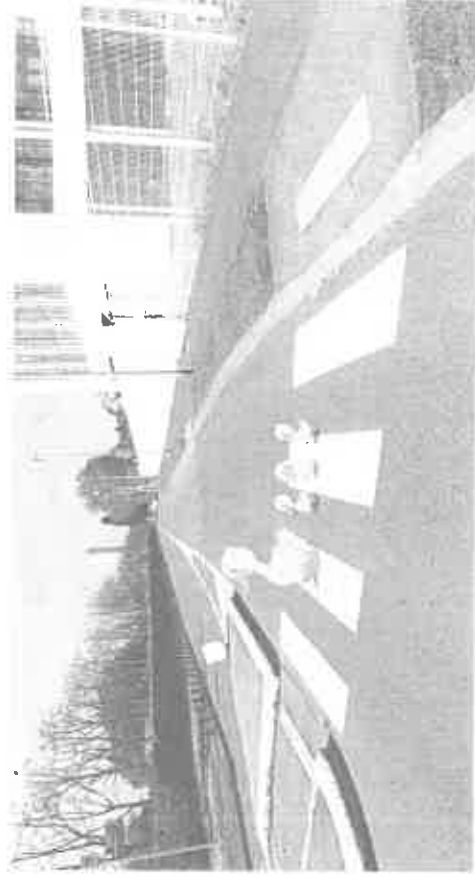
OPPORTUNISTE

le nudge utilise le Système#1 du cerveau

celui-là même qui provoque des erreurs de jugement, comme vecteur des leviers psychosociaux aptes à contrer les freins.

Juste avant l'action, le nudge "prend par la main" avec bienveillance et oriente vers le choix vertueux, en douceur et durablement.

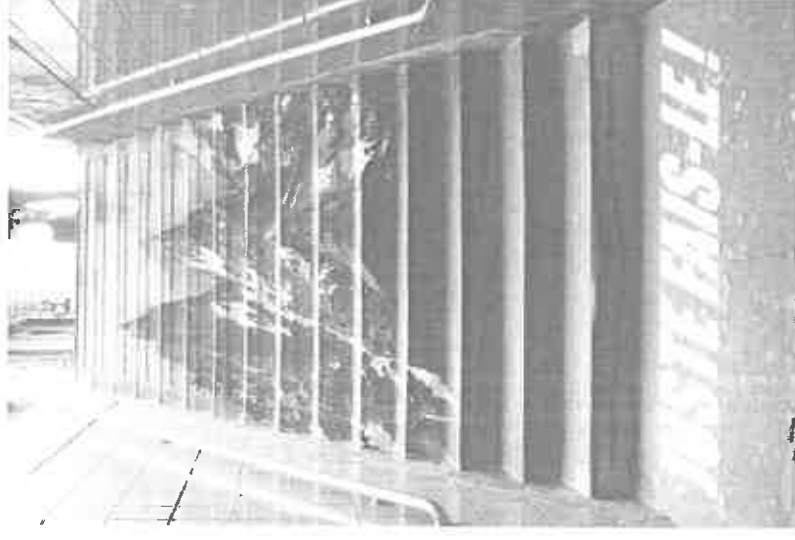
LE NUDGE : EXEMPLES



Un dispositif en 3D pour aider à respecter les passages piétons
(Leviers actionnés : Saillance/Affect)



Un distanciateur physique qui utilise l'illusion d'optique pour inciter à s'y placer
(Leviers actionnés : Saillance/Affect)



Un dispositif pour inciter à préférer l'escalier
(Leviers actionnés : Saillance/Affect/Ego)

MERCI POUR VOTRE ATTENTION !