



**SI VOUS DEVIEZ AMENER UNE PERSONNE À FAIRE CE QUE VOUS  
SOUHAITEZ, COMMENT FERIEZ-VOUS?**

## SI VOUS DEVIEZ AMENER UNE PERSONNE À FAIRE CE QUE VOUS SOUHAITEZ, COMMENT FERIEZ-VOUS?

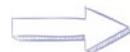


**VOUS CHERCHEREZ CERTAINEMENT LES MEILLEURS ARGUMENTS**, DANS L'ESPOIR DE CONVAINCRE CETTE PERSONNE.

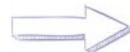
*Pour 80% des sondés,  
vous cherchez à  
convaincre trop de monde.*



**SI VOUS DÉTENEZ UNE AUTORITÉ LÉGITIME SUR CETTE PERSONNE VOUS POURREZ ...**



**OBLIGER OU INTERDIRE** (EN Y ASSOCIANT DES SANCTIONS ET RÉCOMPENSES ÉVENTUELLEMENT)



**PROPOSER DES DISPOSITIFS INCITATIFS** : CRÉDITS À TAUX RÉDUITS, PRISE EN CHARGE PARTIELLE, ...

# CES LOGIQUES ONT INSPIRÉ LES STRATÉGIES VISANT À INFLUENCER LES PRATIQUES DE MOBILITÉ ...



**L'HUMAIN** SERAIT UNE SORTE D'*HOMO-ECONOMICUS*, **GUIDÉ PAR UNE CERTAINE RATIONALITÉ** IL ÉVALUerait LES COÛTS ET BÉNÉFICES DES DIFFÉRENTES OPPORTUNITÉS COMPORTEMENTALES EN VUE DE CHOISIR L'OPTIMALE.

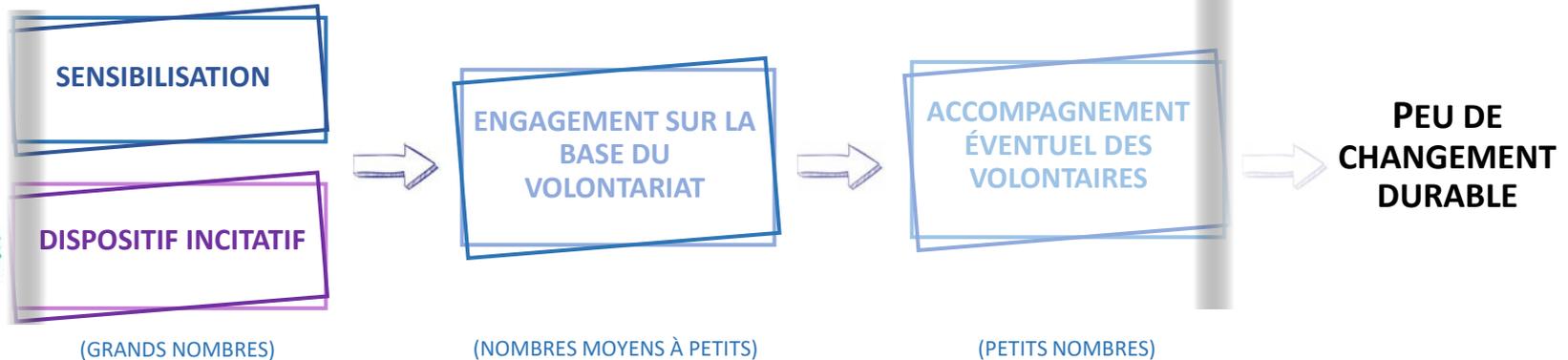
**LE CHOIX MODAL** A ÉTÉ PENSÉ COMME **UNE ACTION INDIVIDUELLE RATIONNELLE EN FINALITÉ** (FRUIT D'UNE COMPARAISON DES TEMPS ET PRIX DE TRAJET PAR EX.) **ET RATIONNELLE EN VALEUR** (FRUIT D'UNE COHÉRENCE ENTRE MES MODES DE DÉPLACEMENTS ET MES CONVICTIONS ÉCOLOGIQUES PAR EX. ; OPPENCHEIM ET AL., 2017).

# CES LOGIQUES ONT INSPIRÉ LES STRATÉGIES VISANT À INFLUENCER LES PRATIQUES DE MOBILITÉ ...



**L'HUMAIN** SERAIT UNE SORTE D'*HOMO-ECONOMICUS*, **GUIDÉ PAR UNE CERTAINE RATIONALITÉ** IL ÉVALUerait LES COÛTS ET BÉNÉFICES DES DIFFÉRENTES OPPORTUNITÉS COMPORTEMENTALES EN VUE DE CHOISIR L'OPTIMALE.

**LE CHOIX MODAL** A ÉTÉ PENSÉ COMME **UNE ACTION INDIVIDUELLE RATIONNELLE EN FINALITÉ** (FRUIT D'UNE COMPARAISON DES TEMPS ET PRIX DE TRAJET PAR EX.) **ET RATIONNELLE EN VALEUR** (FRUIT D'UNE COHÉRENCE ENTRE MES MODES DE DÉPLACEMENTS ET MES CONVICTIIONS ÉCOLOGIQUES PAR EX. ; OPPENCHEIM ET AL., 2017).



**ROULONS PLUS PROPRE**  
Le plan climat en action

# ... LE CHOIX MODAL EST-IL UN RÉEL CHOIX POUR L'INDIVIDU?

LA RATIONALITÉ EST  
INSUFFISANTE POUR  
EXPLIQUER LES  
PRATIQUES DE MOBILITÉ  
(LANZINI & KHAN, 2017)

L'ENVIRONNEMENT  
QUOTIDIEN  
PHYSIQUE ET SOCIAL  
CONDITIONNE LES  
PRATIQUES DE MOBILITÉ

LES CARACTÉRISTIQUES  
SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES  
INFLUENCENT LES  
PRATIQUES

LES PRATIQUES DE  
DÉPLACEMENTS SONT EN  
MAJORITÉ **DES HABITUDES :**  
**AUTOMATIQUES ET**  
**NON RE-QUESTIONNÉES**

LES COMPORTEMENTS DES  
**AUTRES** (FAMILLE, COLLÈGES,  
CULTURE, ...) **INFLUENCENT**  
**NOS PRATIQUES**

NOS SOCIÉTÉS SE SONT CONSTRUITES POUR ET  
PAR LA VOITURE. ELLE EST:

- UN OUTIL DE DEVELOPPEMENT SOCIÉTAL
- UN OUTIL DE DEVELOPPEMENT PERSONNEL
- SA PRATIQUE REPRÉSENTE LA NORME
- ELLE EST OMNIPRÉSENTE MÉDIATIQUEMENT

**NÉCESSITÉ DE REPENSER  
CERTAINS POSTULATS**

# ... LE CHOIX MODAL EST-IL UN RÉEL CHOIX POUR L'INDIVIDU?

LA RATIONALITÉ EST INSUFFISANTE POUR EXPLIQUER LES PRATIQUES DE MOBILITÉ (LANZINI & KHAN, 2017)

L'ENVIRONNEMENT QUOTIDIEN PHYSIQUE ET SOCIAL CONDITIONNE LES PRATIQUES DE MOBILITÉ

LES CARACTÉRISTIQUES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES INFLUENCENT LES PRATIQUES

LES PRATIQUES DE DÉPLACEMENTS SONT EN MAJORITÉ **DES HABITUDES** : AUTOMATIQUES ET NON RE-QUESTIONNÉES

LES COMPORTEMENTS DES **AUTRES** (FAMILLE, COLLÈGUES, CULTURE, ...) INFLUENCENT NOS PRATIQUES

NOS SOCIÉTÉS SE SONT CONSTRUITES POUR ET PAR LA VOITURE. ELLE EST:

- UN OUTIL DE DEVELOPPEMENT SOCIÉTAL
- UN OUTIL DE DEVELOPPEMENT PERSONNEL
- SA PRATIQUE REPRÉSENTE LA NORME
- ELLE EST OMNIPRÉSENTE MÉDIATIQUEMENT

**NÉCESSITÉ DE REPENSER CERTAINS POSTULATS**

**UTILISONS LA VOITURE !**



# LA TRANSFORMATION DU CADRE : UNE INDISPENSABLE NÉCESSITÉ

L'ATTRACTIVITÉ DES MOYENS DE DÉPLACEMENT EST LIÉE À LA PLACE QUI LEUR EST DÉDIÉE DANS L'ENVIRONNEMENT. L'AUGMENTATION DE LA PLACE ALLOUÉE AUX ALTERNATIVES À LA VOITURE FAVORISE LEURS USAGES ET RÉDUIT L'ATTRACTIVITÉ DE CETTE DERNIÈRE ...

PISTES CYCLABLES À MARSEILLE ET LYON



... MAIS L'ENVIRONNEMENT RESTE CONÇU POUR LA VOITURE



laprovence.com  
Marseille toujours dernière du baromètre des "villes marchables"



Un taux "d'autosolisme" bien au dessus de la moyenne nationale 🚗



laprovence.com  
Le matin à Marseille, plus 95% des conducteurs sont seuls dans leur voiture sur l'A7 et l'A50

# IL EST QUAND MÊME POSSIBLE D'INSUFFLER DES CHANGEMENTS

LA RATIONALITÉ EST  
INSUFFISANTE POUR  
EXPLIQUER LES  
PRATIQUES DE MOBILITÉ  
(LANZINI & KHAN, 2017)

LES PRATIQUES DE  
DÉPLACEMENTS SONT EN  
MAJORITÉ **DES HABITUDES :**  
**AUTOMATIQUES ET**  
**NON RE-QUESTIONNÉES**

LES **COMPORTEMENTS DES**  
**AUTRES** (FAMILLE, COLLÈGUES,  
CULTURE, ...) **INFLUENCENT**  
**NOS PRATIQUES**

## LES NUDGES !

*DES INTERVENTIONS SUR « N'IMPORTE QUEL ASPECT DE L'ARCHITECTURE DE CHOIX QUI MODIFIENT LE COMPORTEMENT DES PERSONNES DE MANIÈRE PRÉVISIBLE » SANS POUR AUTANT RESTREINDRE LES OPTIONS, NI LES IMPOSER, NI INFLUENCER PAR UNE POLITIQUE DE PRIX.*



# LE PROCESSUS D'ENGAGEMENT

**AU LIEU DE CHERCHER À OBTENIR DIRECTEMENT LE COMPORTEMENT COÛTEUX ...**  
SE DÉPLACER DIFFÉREMMENT AU QUOTIDIEN

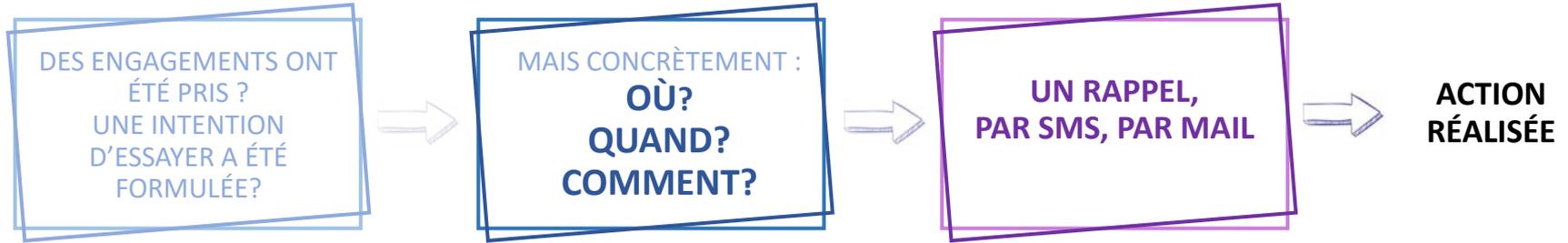
**... DEMANDONS D'ABORD, LIBREMENT, UN PETIT PAS DANS LA DIRECTION SOUHAITÉE.**

(I) IDENTIFIER UN (OU DEUX) DÉPLACEMENT(S) QUI POURRAIT ÊTRE RÉALISÉ  
À PIED OU EN TRANSPORTS EN COMMUN ET (II) S'ENGAGER À L'ESSAYER.

**CE QUI ÉTAIT UNE ORIENTATION D'ACTION POSSIBLE PARMIS D'AUTRES COMMENCE À PRENDRE FORME.**  
**UNE FOIS ENGAGÉ DANS UNE VOIE, ON A TENDANCE À PERSÉVÉRER, QUITTE À CE QUE LES ACTIONS**  
**FUTURES SOIENT PLUS COÛTEUSES.**



# LA PLANIFICATION DES OBJECTIFS & LES RAPPELS

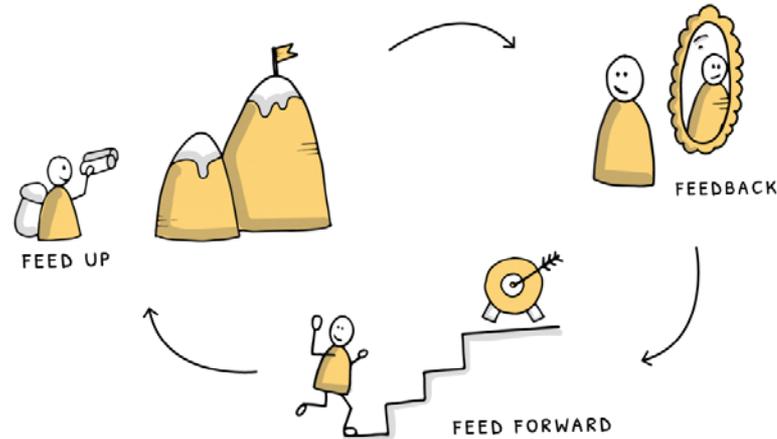


RÉPONDRE À CES  
QUESTIONS PERMET DE  
**SE PROJETER ET DE  
CONSTRUIRE UN PRÉ-  
SCRIPT D'ACTION** QUE LE  
CERVEAU ENREGISTRERA.

POUR AUTANT,  
LE CERVEAU EST  
SOUVENT SURCHARGÉ  
D'INFOS.  
**UN RAPPEL PERMET  
DE RÉENCRER LES  
OBJECTIFS FIXÉS.**



# LES FEEDBACKS



LES FEEDBACKS POSITIFS PERMETTENT À LA PERSONNE DE METTRE UN SENS VALORISANT SUR SES NOUVELLES ACTIONS L'INCITANT À POURSUIVRE DANS CETTE VOIE POSITIVE.

# QUEL MESSAGE TRANSMETTRE?

**TENTER DE PERSUADER** EN CHERCHANT LES MEILLEURS ARGUMENTS (ÉCONOMIQUES, ÉCOLOGIQUES, RELATIFS À LA SANTÉ, ...) **PEUT AMENER DES CHANGEMENTS D'OPINIONS.**  
**CES CHANGEMENTS D'OPINIONS SE TRADUISENT RAREMENT EN CHANGEMENTS DE COMPORTEMENTS.**



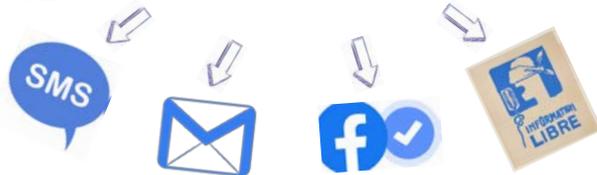
... **MAIS DIRE QU'UNE DYNAMIQUE SOCIALE EXISTE, INFLUENCE LES COMPORTEMENTS FUTURS**

**« DE PLUS EN PLUS DE PERSONNES PRENNENT LEUR VÉLO POUR SE DÉPLACER »**

**DIFFUSEZ MASSIVEMENT  
L'INFORMATION POUR LA RENDRE  
EFFICACE**



**DES ÉVÉNEMENTS (CHALLENGE  
PAR EX.) PEUVENT DONNER VIE À  
CES DYNAMIQUES COLLECTIVES**



# FINALEMENT, ON PEUT INFLUENCER LES PRATIQUES DE MOBILITÉ?



**CES MÉTHODES AMÈNENT À FAIRE REPOSER SUR L'INDIVIDU LA RESPONSABILITÉ D'UNE PROBLÉMATIQUE GLOBALE. SI L'ENVIRONNEMENT N'ÉVOLUE PAS, IL EST ILLUSOIRE D'ESPÉRER DES CHANGEMENTS COMPORTEMENTAUX DURABLES.**

POUR AUTANT, **CES MÉTHODES SONT EFFICACES** POUR INSUFFLER UN CHANGEMENT. LEUR **EFFICACITÉ EST OPTIMISÉE** LORSQU'ELLES SONT ASSOCIÉES.



**LE CHALLENGE DE MOBILITÉ CHANGEZ DE MOOD**  
(PRÉSENTÉ PAR KARINE GUISELIN)  
EST UN EXEMPLE DE **STRATÉGIE EFFICACE.**