

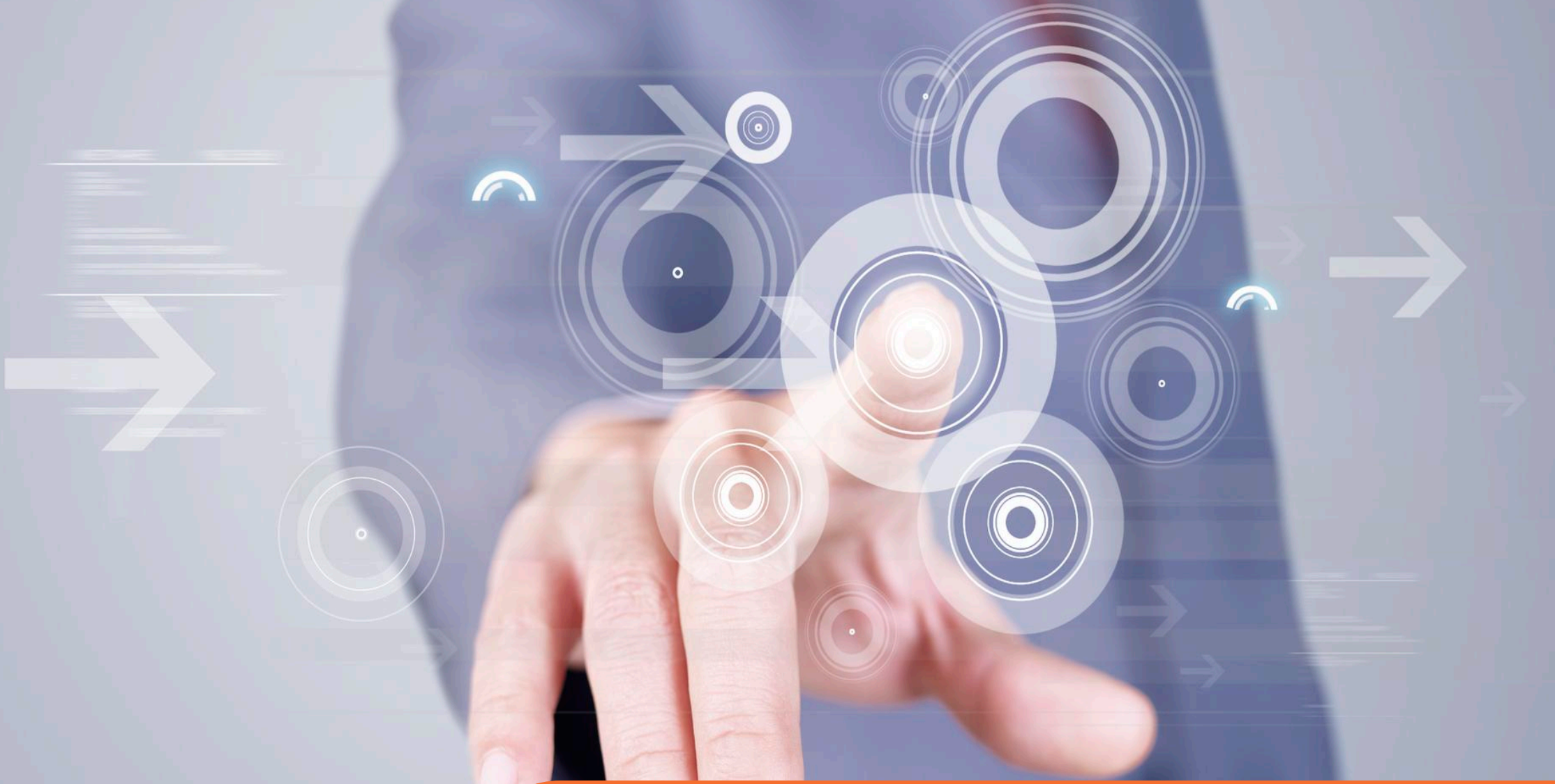


# Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?

**Eric SINGLER**

Directeur General BVA/  
Président BVA Nudge Unit

Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé



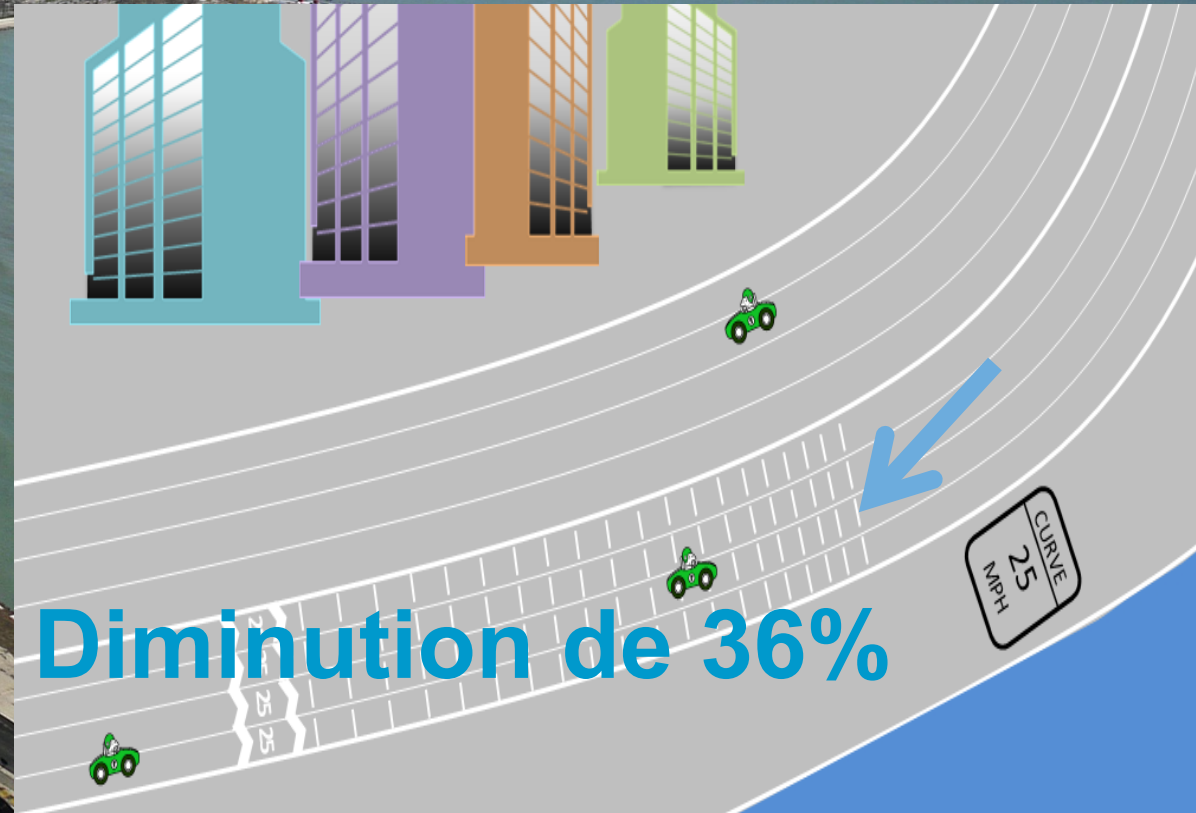
Qu'est ce que le Nudge ?



# Comment réduire le nombre d'accidents de la route?

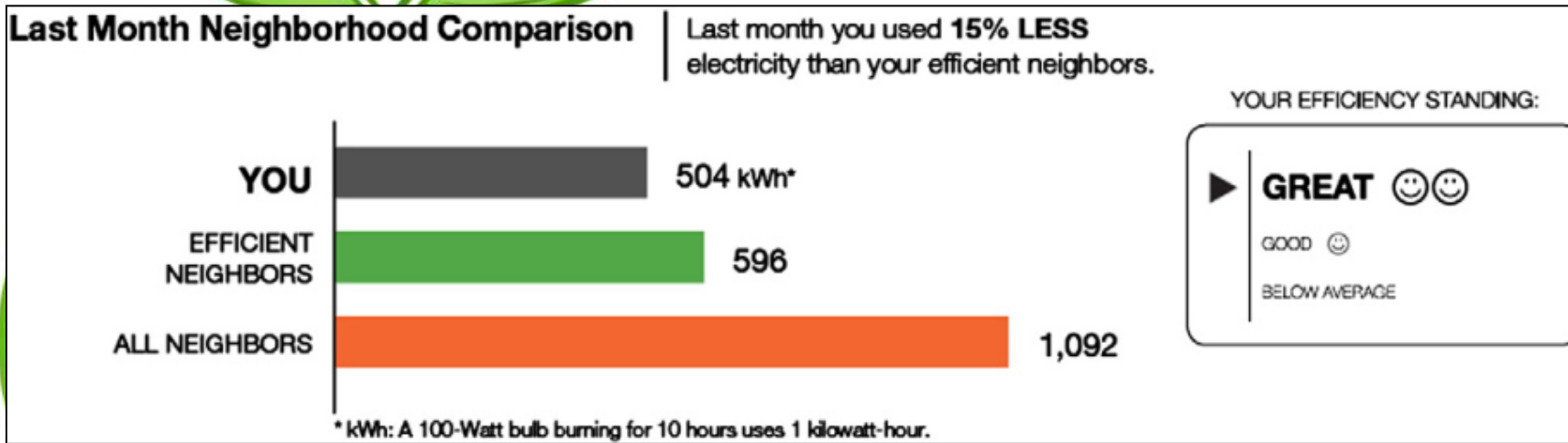


## Chicago Lake Shore Drive





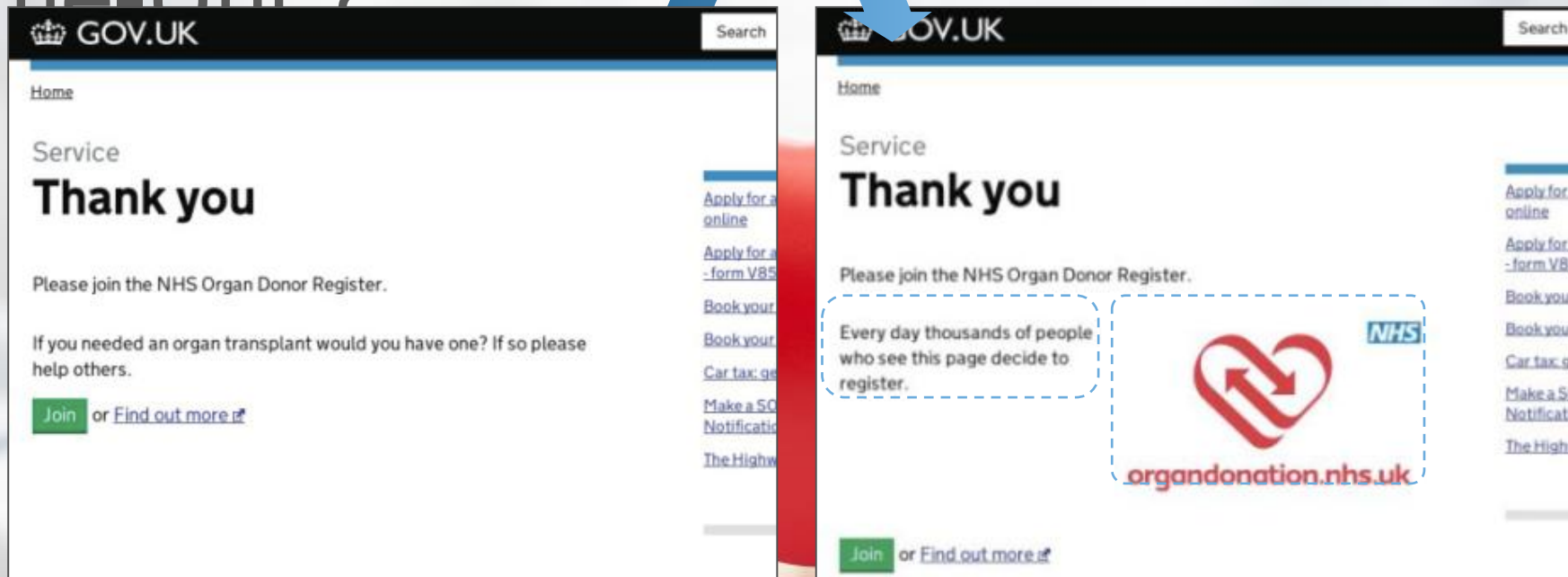
# Comment réduire la consommation électrique?



## \$250 millions d'économie



# Comment accroître les dons d'organes au Royaume-Uni ?



**+96 000**

**Adhésions supplémentaires en 1 an**

Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé

# Comment réduire la malpropreté à Copenhague ?



Selon une étude menée à Copenhague en 2011, le simple fait d'utiliser des empreintes vertes a permis de réduire de 46 % les déchets dans les rues.



# Nudge : Les Sciences Comportementales en Action



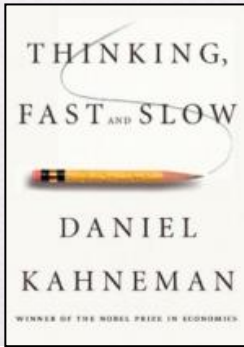
*Rational and irrational decisions*

Créer un environnement de choix qui favorise l'adoption du comportement souhaité, sans contrainte, pour aider les gens à atteindre leurs propres objectifs

**NUDGE**



**BEHAVIORAL ECONOMICS**



Comprendre les facteurs qui sous-tendent les décisions quotidiennes des gens ordinaires

Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé

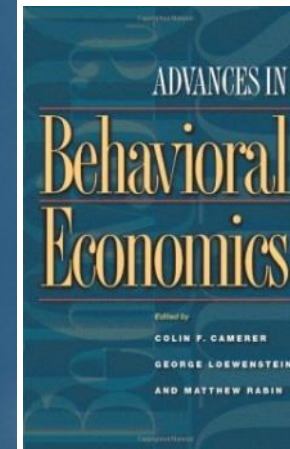
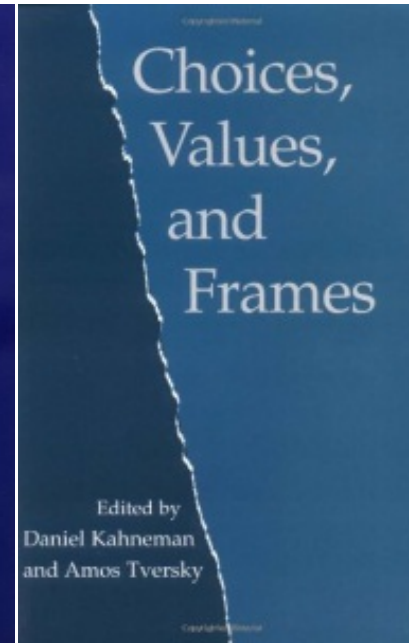
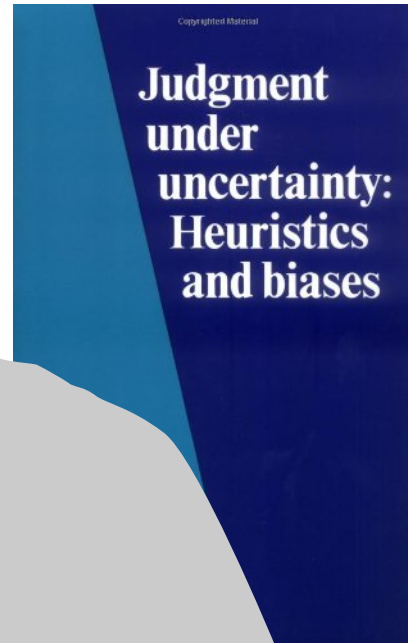




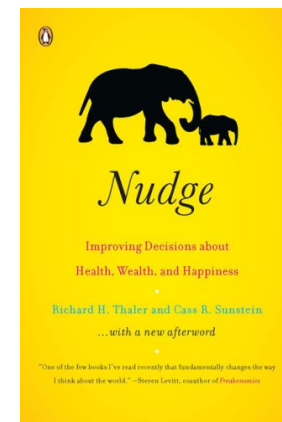
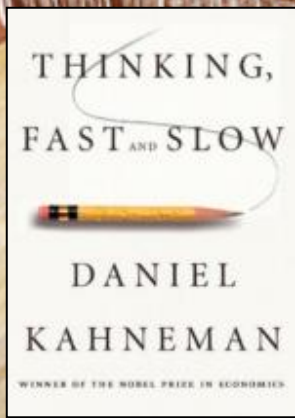
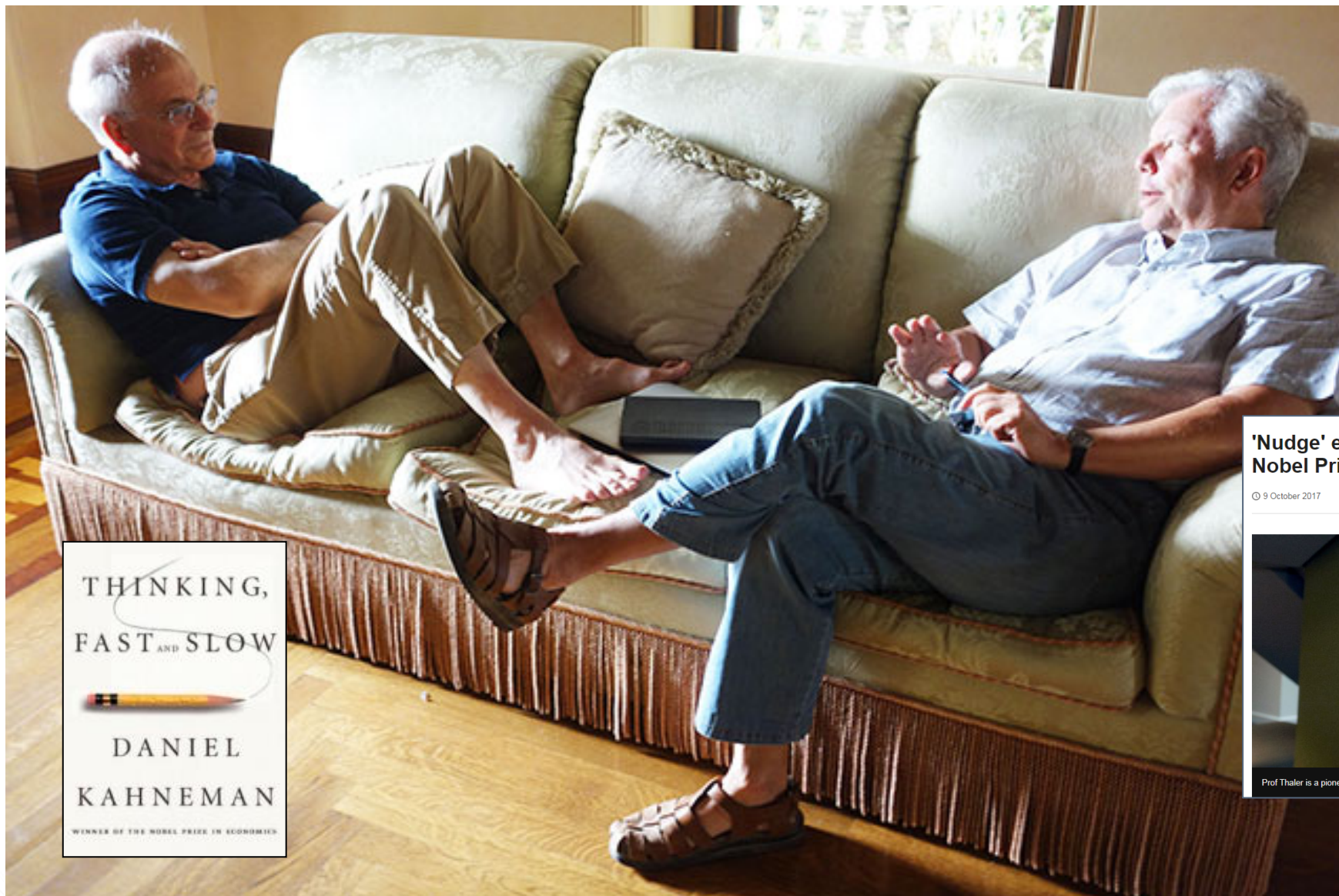
# Petite histoire d'une grande révolution



# L'économie Comportementale est née dans les années 1980



# Du Prix Nobel (2002) au Prix Nobel (2017)



'Nudge' economist Richard Thaler wins Nobel Prize

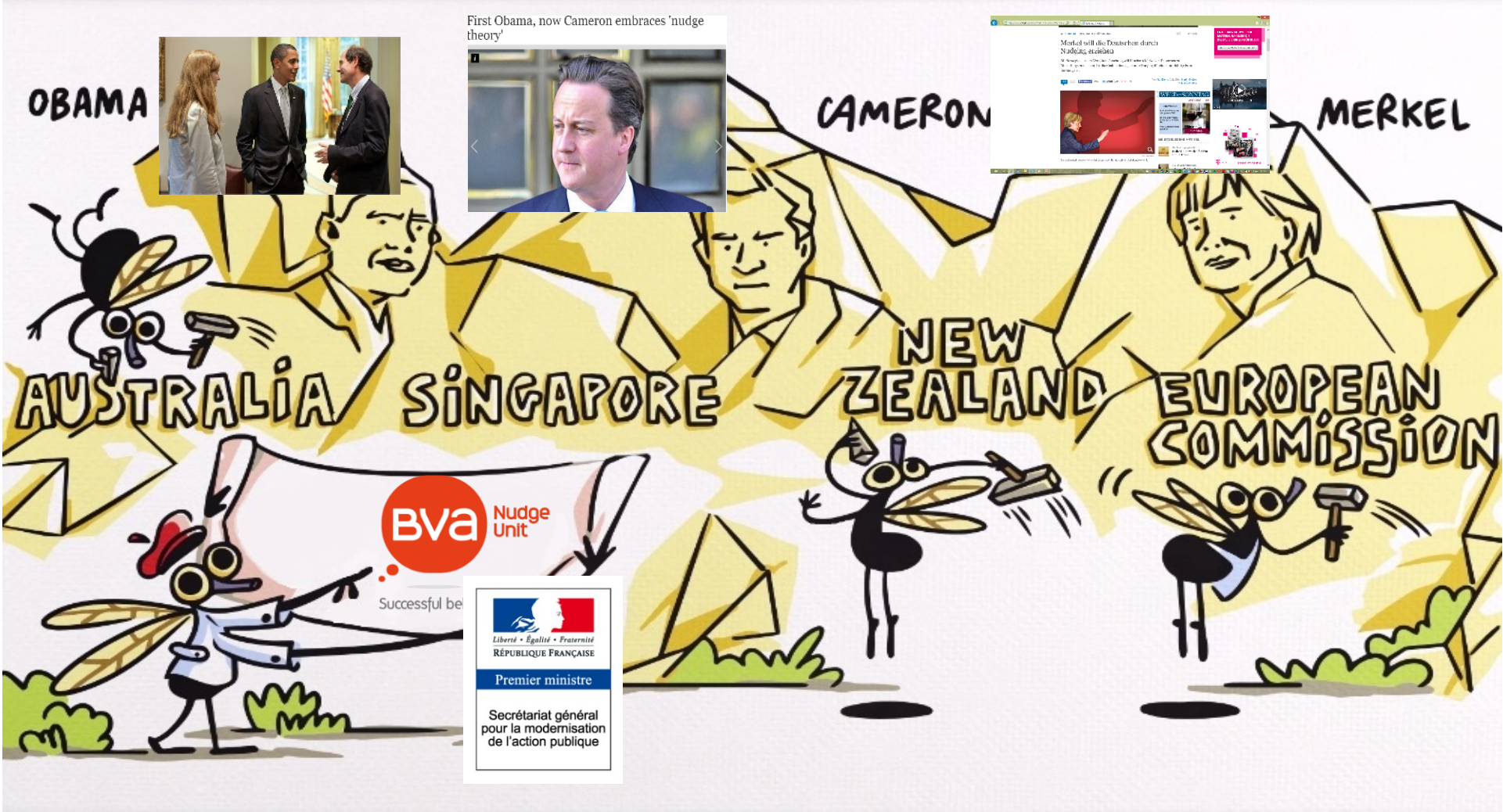
9 October 2017 [f](#) [t](#) [b](#) [e](#) [Share](#)



Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé



# 2009 : De la reconnaissance à l'application



Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé



## Behavioural Insights and Public Policy Institutions applying BI to public policy around the world



# M Idées

- IDÉES
- Tribunes
- Enquêtes
- Rencontres
- Controverses
- Livres
- Analyses
- Editoriaux
- Chroniques



ARTICLE SÉLECTIONNÉ DANS LA MATINALE DU 06/10/2018 > [Découvrir l'application](#)

## Jean Tirole : « L'homme economicus a vécu »

Dans une tribune au « Monde », l'économiste, prix Nobel 2014, estime que le modèle théorique qui a dominé la science économique au XXe siècle est dépassé. Il défend une plus grande transversalité avec les sciences sociales.

## S'INSPIRER POUR TRANSFORMER

THOMAS CAZENAVE : "SCIENCES COMPORTEMENTALES ET POLITIQUES PUBLIQUES, INCITER PLUTÔT QUE CONTRAINDRE"

02.07.18



Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
 Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé





# Maintenant dans les entreprises.

» INDRA NOOYI Global CEO PepsiCo  
Harvard Business Review – Sept 2015.



« We have learnt a lot from the book « Nudge » de Thaler et Sunstein »



Daniel Kahneman at TMRE 2012



Dan Ariely at TMRE 2015



Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé

# Des entreprises utilisatrices du Nudge dans les 6 derniers mois.



Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé



# Pourquoi cette diffusion si rapide ?

**Efficacité dans les  
changements  
comportements**



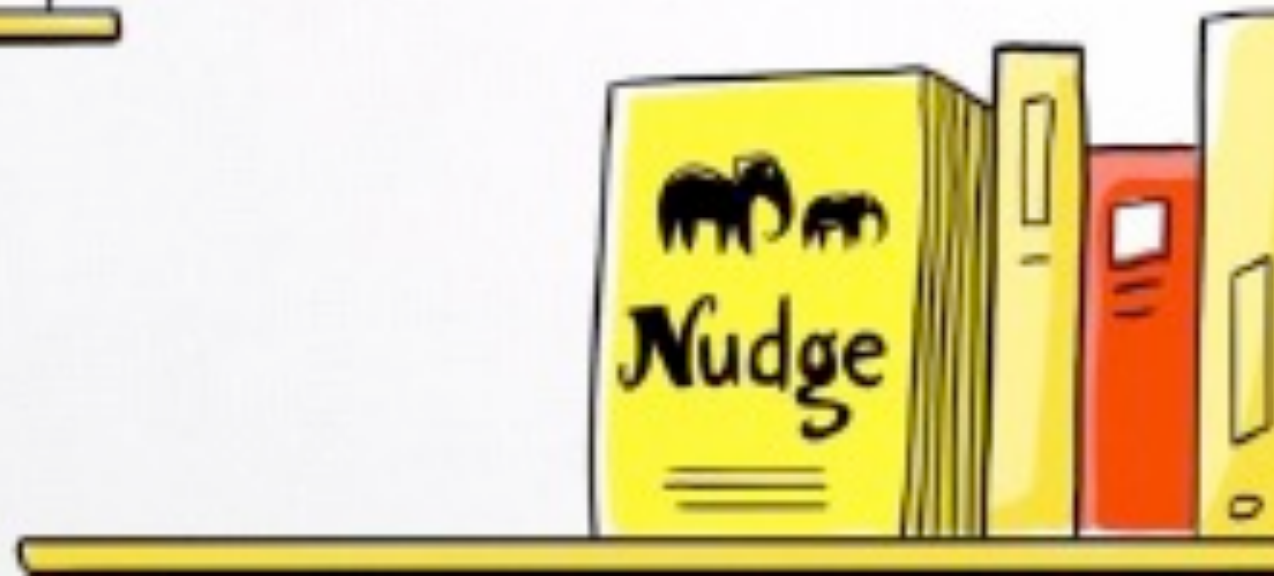
+

**A coût nul ou  
réduit**





OVER 40 YEARS' ACADEMIC  
RESEARCH on the  
DECISION-MAKING  
PROCESS



Pourquoi le Nudge est-il si puissant ?  
Les enseignements de l'économie comportementale

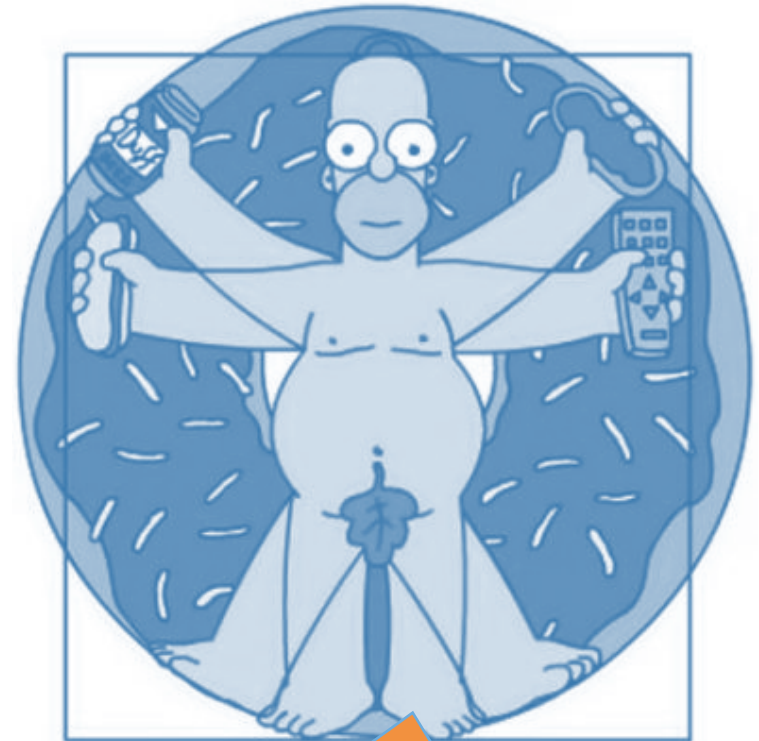


# Le PREMIER GRAND ENSEIGNEMENT....

**Nous ne sommes pas des êtres  
rationnels maximisant leur intérêt  
personnel...**



**... mais des humains faillibles influences par  
leurs impulsions, les habitudes, les autres...  
souvent incohérents**



Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé



Avez-vous utilisé votre téléphone au volant dans le dernier mois ?

Trop mangé par rapport à ce qu'il faudrait ?



Avez vous fait autant d'exercice physique que vous le souhaitez ?



# Etude

pour le Centers for Disease Control and Prevention



**40% des morts prématurées aux Etats-Unis sont dues à des causes évitables (décisions individuelles) (tabac, alcool, cigarette, manqué d'exercice physique, absence de ceintures de sécurité ou de port du casque, drogue...)**

# Bénéficier de la bonne information et être convaincu d'un comportement ne suffit pas toujours à l'adopter



Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé



## Le second **GRAND** enseignement

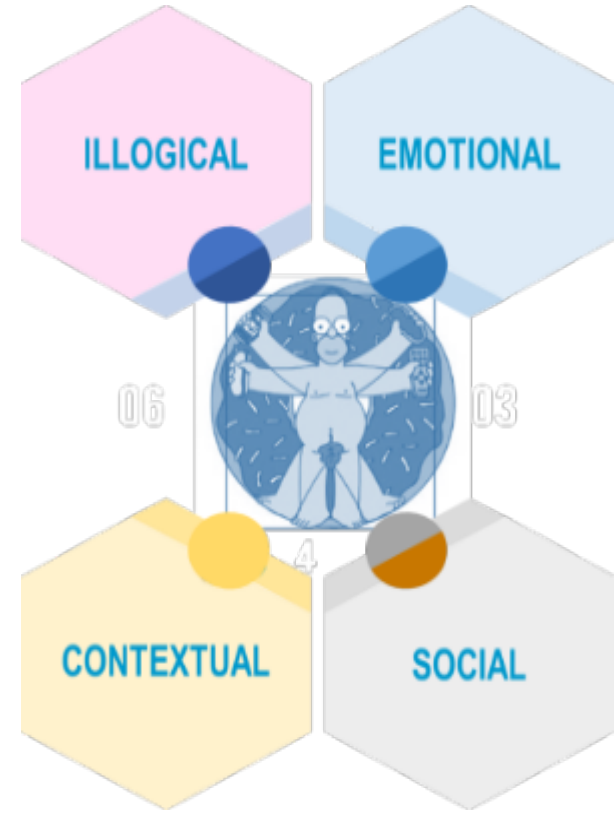
*« Nous sommes réellement beaucoup moins rationnels que ce que la théorie économique standard considère. Et plus important encore, ces comportements irrationnels qui sont les nôtres ne sont ni aléatoires ni insensés. Ils sont **systematiques** et, puisque nous les répétons encore et encore, **prévisibles.** »*



Prof. **Dan Ariely** (DUKE university)

# Les forces implicites et les biais qui influencent nos comportements et décisions quotidiennes

|   |  |  |
|---|--|--|
| Ambiguity effect<br><b>Anchoring</b><br>Attentional Bias<br>Availability heuristic<br>Availability cascade<br>Backfire effect<br>Bandwagon effect<br>Base rate neglect or Base rate fallacy<br>Belief bias<br>Bias blind spot<br>Choice-supportive bias<br>Clustering illusion<br>Confirmation bias<br>Congruence bias<br>Conjunction fallacy<br>Conservatism or Regressive<br>Conservatism (Bayesian)<br>Contrast effect<br>Curse of knowledge<br><b>Decoy effect</b><br>Denomination effect<br>Distinction bias<br>Duration neglect<br>Empathy<br>Endowment effect<br>Essentialism<br>Exaggerated expectation<br>Experimenter's or Expectation bias | Functional fixedness<br>Focusing effect<br><b>Framing effect</b><br>Frequency illusion<br>Gambler's fallacy<br><b>Hard-easy effect</b><br>Hindsight bias<br>Hostile media effect<br>Hyperbolic discounting<br>Illusion of control<br>Illusion of validity<br>Illusory correlation<br>Impact bias<br>Information bias<br>Insensitivity to sample size<br>Irrational escalation<br>Just-world hypothesis<br>Knowledge bias<br>Less-is-better effect<br>Loss aversion<br>Mere exposure effect<br>Money illusion<br>Moral credential effect<br>Negativity bias<br>Neglect of probability<br>Normalcy bias<br>Observer-expectancy effect<br>Omission bias<br>Optimism bias <sup>1</sup> | Ostrich effect<br>Outcome bias<br>Overconfidence effect<br>Pareidolia<br>Pessimism bias<br>Planning fallacy<br>Post-purchase rationalization<br>Pro-innovation bias<br>Pseudocertainty effect<br>Reactance<br>Reactive devaluation<br><b>Recency bias</b><br>Recency illusion<br>Restraint bias<br>Rhyme as reason effect<br>Selective perception<br>Semmelweis reflex<br>Social comparison bias<br>Social desirability bias<br>Status quo bias<br><b>Stereotyping</b><br>Subadditivity effect<br>Subjective validation<br>Time-saving bias<br>Unit bias<br>Well travelled road effect<br>Zero-risk bias |
|---|--|--|



**BVA NUDGE UNIT**  
 Successful behavior change

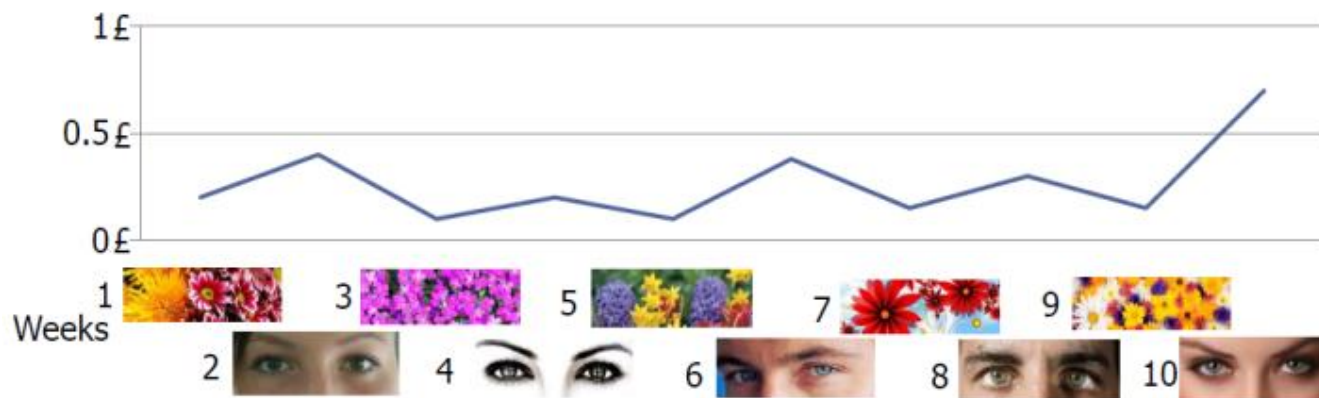
|   |  |
|---|--|
| <b>F</b> <b>ACIÉTÉ</b><br>Rechercher le meilleur produit, l'alternative   | <b>C</b> <b>COMPTES MENTAUX</b><br>Utiliser une alternative mentale pour modifier un comportement existant |
| <b>A</b> <b>ANCRAGE</b><br>Créer un point de référence, activer un point d'appui  | <b>H</b> <b>HABITUDES</b><br>Créer une habitude, créer des déclencheurs et des récompenses                 |
| <b>C</b> <b>ADRAGE</b><br>Créer un point de friction pour freiner l'action  | <b>A</b> <b>VERSION À LA PERTE</b><br>Mettre la perte en évidence et l'absence de récompense               |
| <b>T</b> <b>EMPOURNÉ</b><br>Agir temporairement de manière à obtenir un résultat à long terme                             | <b>N</b> <b>OSTALGIE</b><br>Activer les souvenirs pour préserver une émotion favorable                     |
| <b>E</b> <b>MOTION</b><br>Sélectionner une émotion à déclencher   | <b>G</b> <b>RATIFICATION</b><br>Offrir une récompense pour encourager l'action                             |
| <b>U</b> <b>N'AUN</b><br>Présenter le dit objet pour le rendre plus intéressant et engageant pour le rendre moins pénible | <b>E</b> <b>GO</b><br>Inclure l'élément regard de l'image de soi   |
| <b>R</b> <b>ÉCUMÉ</b><br>Engager dans une logique de récompense en créant une dette sociale                               | <b>M</b> <b>ESSAGER</b><br>Créer un message à caractère ou à caractère négatif                             |
| <b>S</b> <b>ALLIANCE</b><br>Obtenir de la validation sur l'importance du sujet au moment de la décision                   | <b>E</b> <b>QUITÉ</b><br>Montrer l'impact de comportement  |
| <b>D</b> <b>ÉFANT</b><br>Créer un point de friction qui soit négatif pour encourager le bon comportement                  | <b>N</b> <b>ORMES SOCIALES</b><br>Afficher un norme sociale pour inciter à le comportement                 |
| <b>E</b> <b>NGAGEMENT</b><br>Sélectionner un point d'engagement qui renforce un comportement                              | <b>T</b> <b>RAVAIL PERÇU</b><br>Afficher l'impact de l'effort effectué pour justifier le gain              |

Le Nudge s'appuie sur ces leviers pour encourager l'adoption des comportements recherchés

Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
 Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé



# Vous avez dit ILLOGIQUE ?



Dons **x3** avec les yeux vs les fleurs

Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé

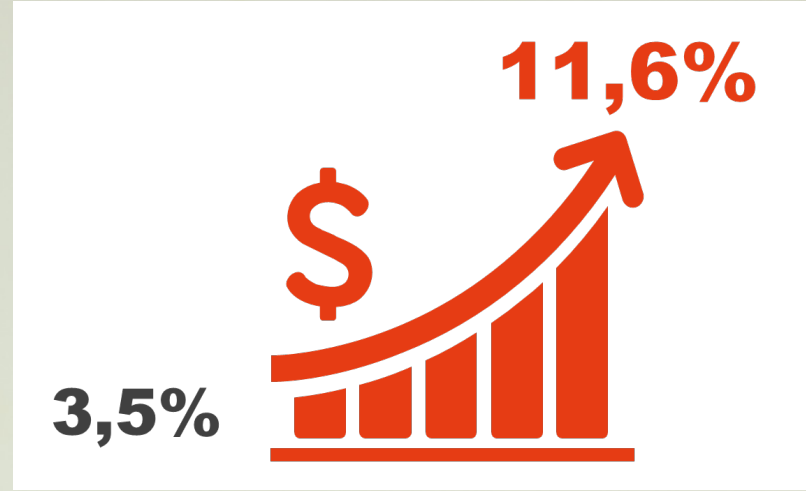
# Exemple de biais : Le biais du temps présent



Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé



# Opérationnaliser le bais du temps présent : Comment augmenter le taux d'épargne retraite des américains ?



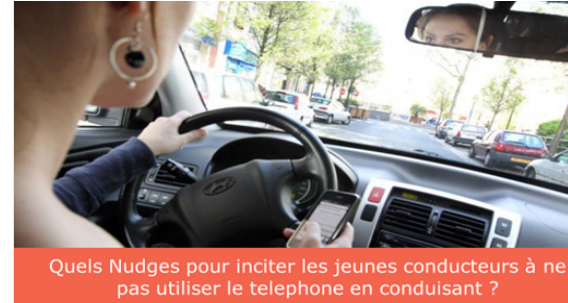
**Principe du SmartPlan :**  
**Proposer une augmentation du  
taux d'épargne associée à la  
future augmentation de salaire**



# Les sujets « classiques » du Nudge : changer les comportements des consommateurs, clients, patients, citoyens...



Quels Nudges pour Favoriser l'observance de leur traitement par les patients



Quels Nudges pour inciter les jeunes conducteurs à ne pas utiliser le telephone en conduisant ?



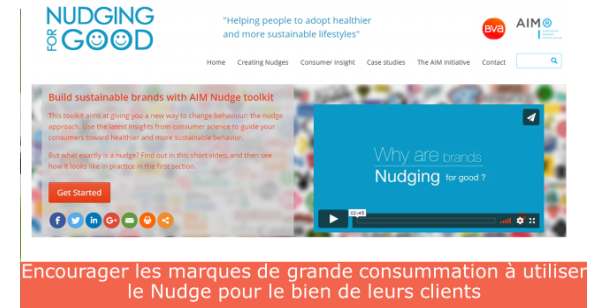
Quels Nudges pour encourager à se protéger contre les moustiques en Inde



Quels Nudges pour encourager à se brosser les dents plus d'1 fois par jour ?



Quels Nudges pour encourager les hommes à supporter la cause de l'égalité Homme-Femme ?



Encourager les marques de grande consommation à utiliser le Nudge pour le bien de leurs clients



Quels Nudges pour encourager la digitalisation de la relation clients dans l'univers des banques



Actionner le levier Emotionnel pour améliorer l'expérience voyageur par un renforcement de la propreté dans les trains Ouigo



Quels Nudges pour encourager les éco gestes dans une entreprise ou dans les écoles Parisiennes



# Du Nudge au Nudge Management :

## Créer du bien-être, de l'engagement et de la performance avec les Sciences Comportementales

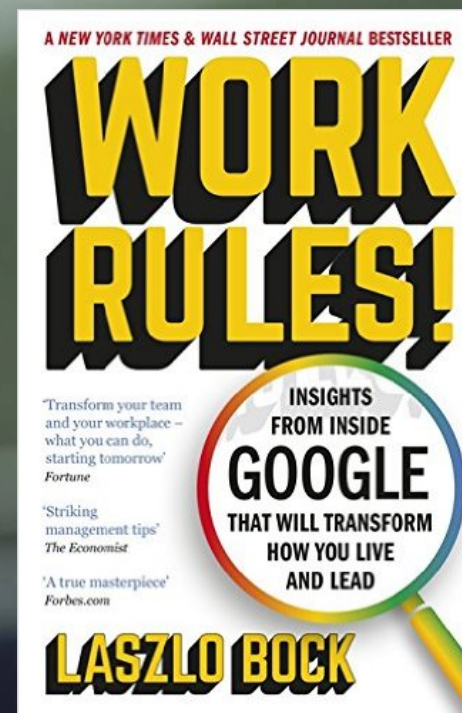


# « Nudge...a lot »

« Les Nudges sont un mécanisme incroyablement puissant pour améliorer les équipes et les organisations »

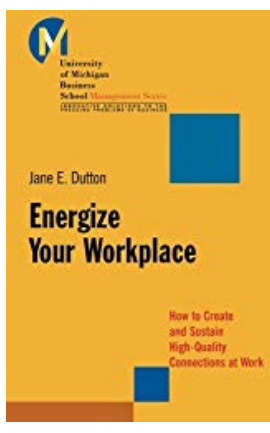
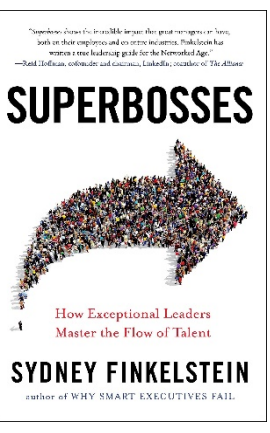
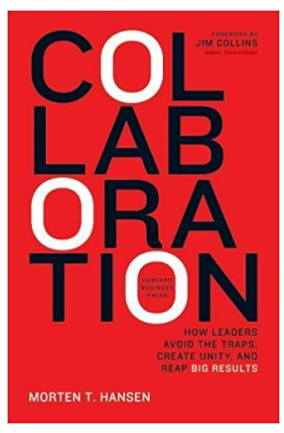
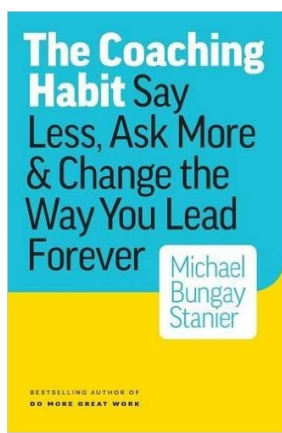
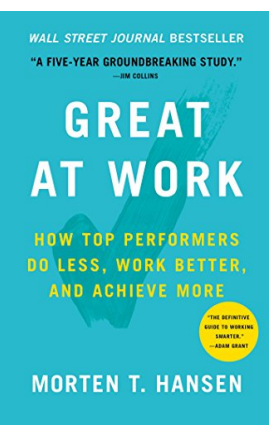
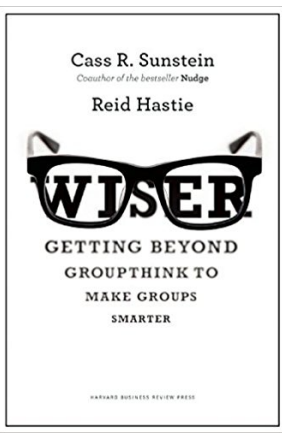
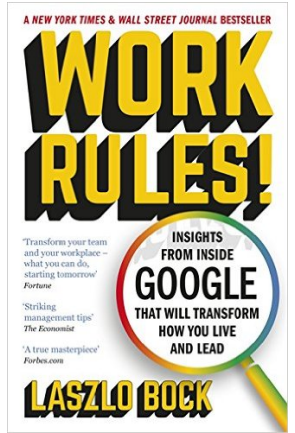
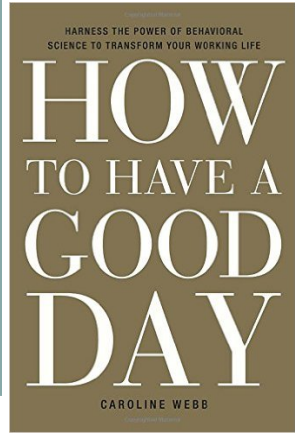
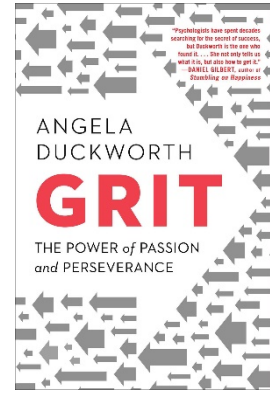
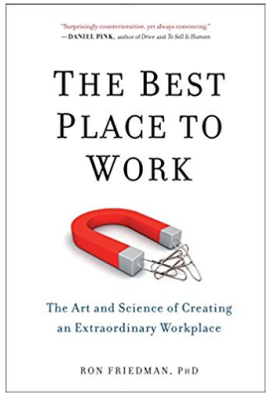
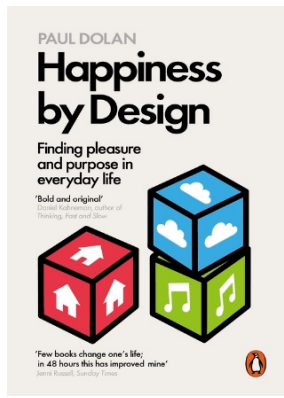
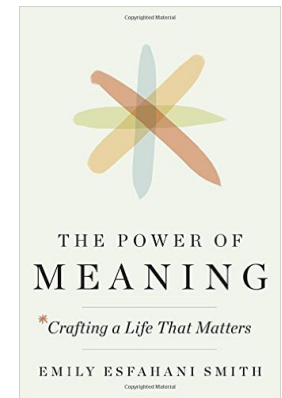
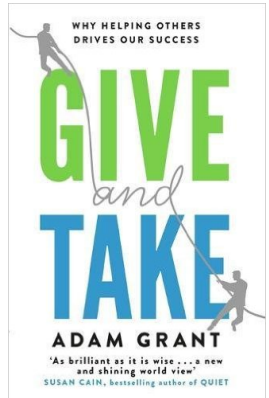
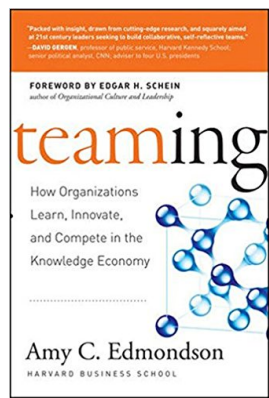
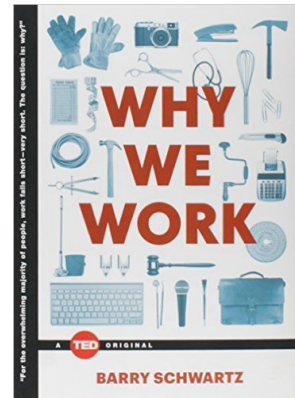
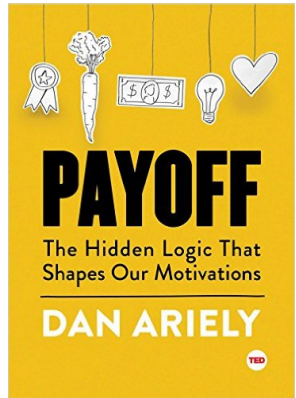
In Work Rules  
Laszlo Bock  
ex GOOGLE people Director

Google



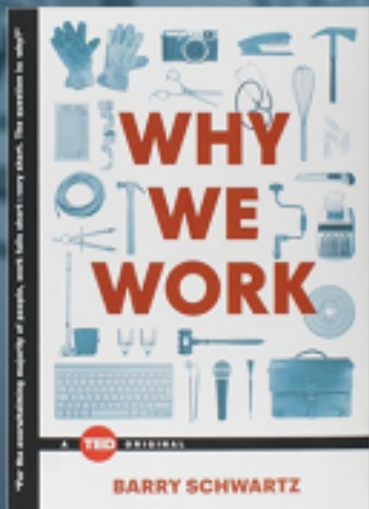


# Comprendre le monde du travail avec le regard de l'Economie Comportementale





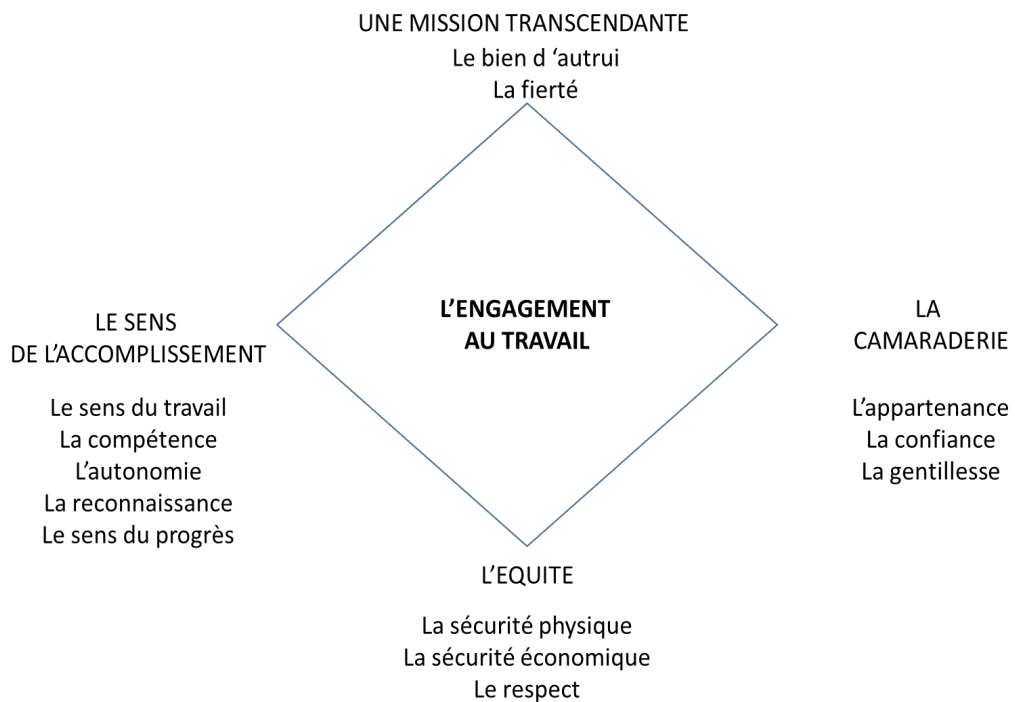
« Depuis plus de 2 siècles, nous avons absorbés, en tant que société et individus, des idées fausses sur notre relation au travail »



**Barry Schwartz**  
Professeur de Psychologie  
Swarthmore College



# L'engagement vue des Sciences Comportementales



Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé

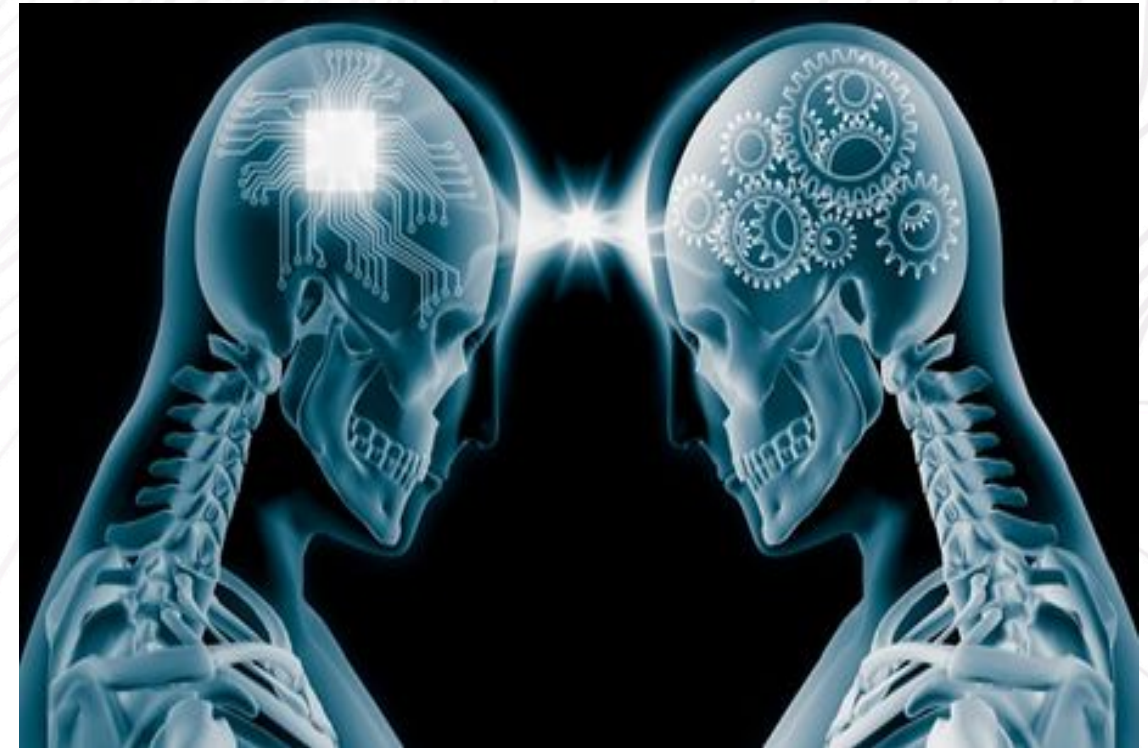
# Le Nudge Management : Concevoir un environnement physique et psychologique qui facilite et encourage les comportements bénéfiques pour les collaborateurs et l'entreprise

ENVIRONNEMENT PHYSIQUE

Organisation spatiale et aménagement des bureaux

ENVIRONNEMENT PSYCHOLOGIQUE

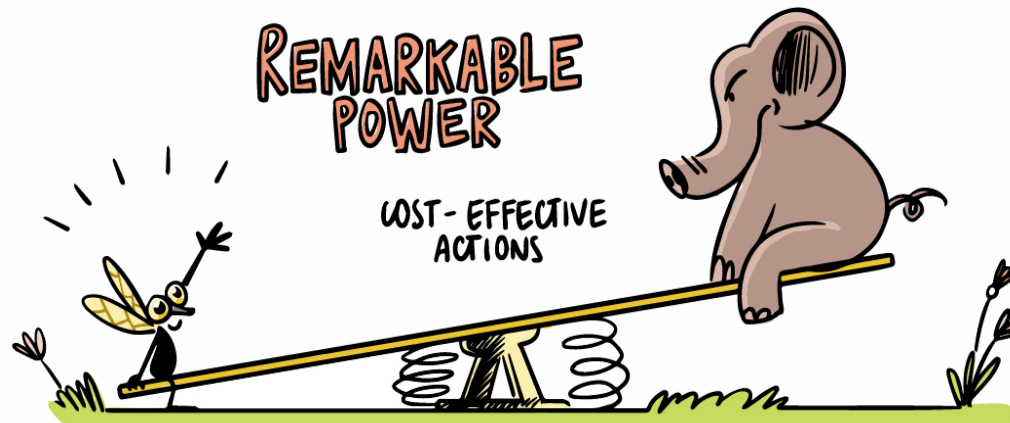
DE L'ENTREPRISE / valeurs, cultures et comportements



Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé



# Mieux Gérer l'environnement sonore COMMENT CONCEVOIR DES NUDGES EFFICACES



# Le Nudge n'est pas magique...mais le résultat d'un process rigoureux



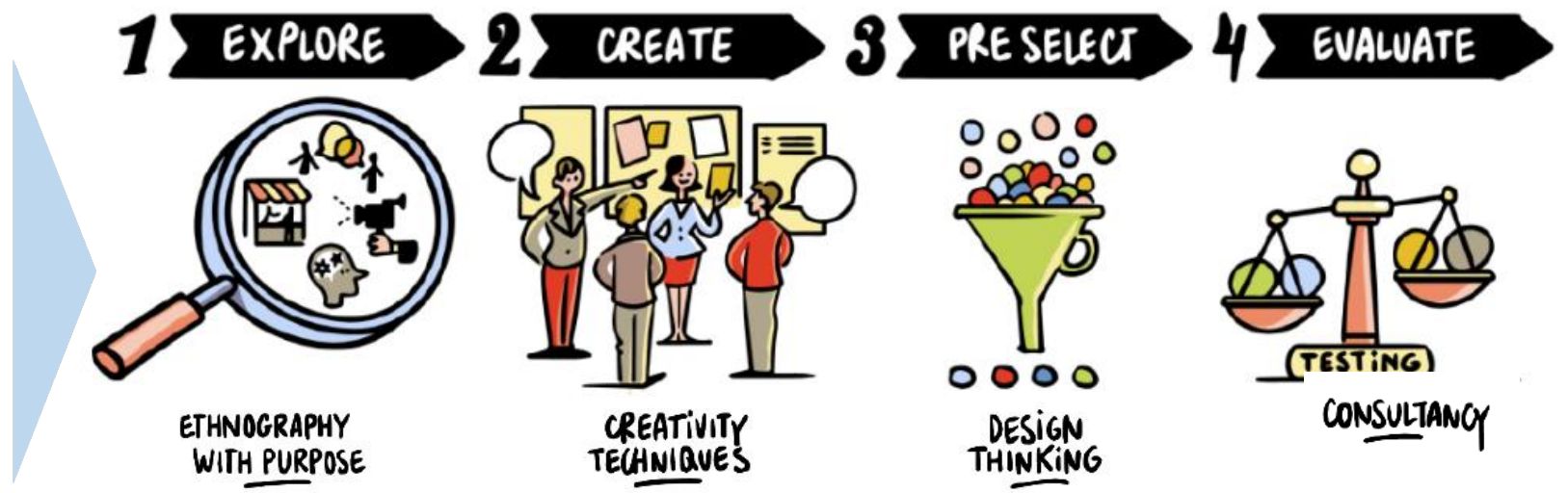
Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé



# Un process qui va de la comprehension à la co-creation et à l'évaluation

## DEFINIR LA MISSION

|   |
|---|
| L'objectif est un CHANGEMENT COMPORTEMENTAL                               |
| La question est STRATEGIQUE pour l'organisme                              |
| Les approches actuelles ont montré des LIMITES                            |
| Le comportement désiré doit être BENEFIQUE pour le CLIENT (Win-Win)       |
| L'INTENTION d'adopter le nouveau comportement est présente (mais latente) |



Définir les comportements existants qui produisent de bruit et les nouveaux comportements à encourager

Identifier les micro barrières à l'adoption des comportements souhaités

Co créer des solutions Nudges avec les équipes concernées

Sélectionner les idées pertinentes au regard des critères d'efficacité, d'acceptabilité et de coût

Tester à petite échelle les idées Nudges sélectionnées / Apprendre / Optimiser et Implanter

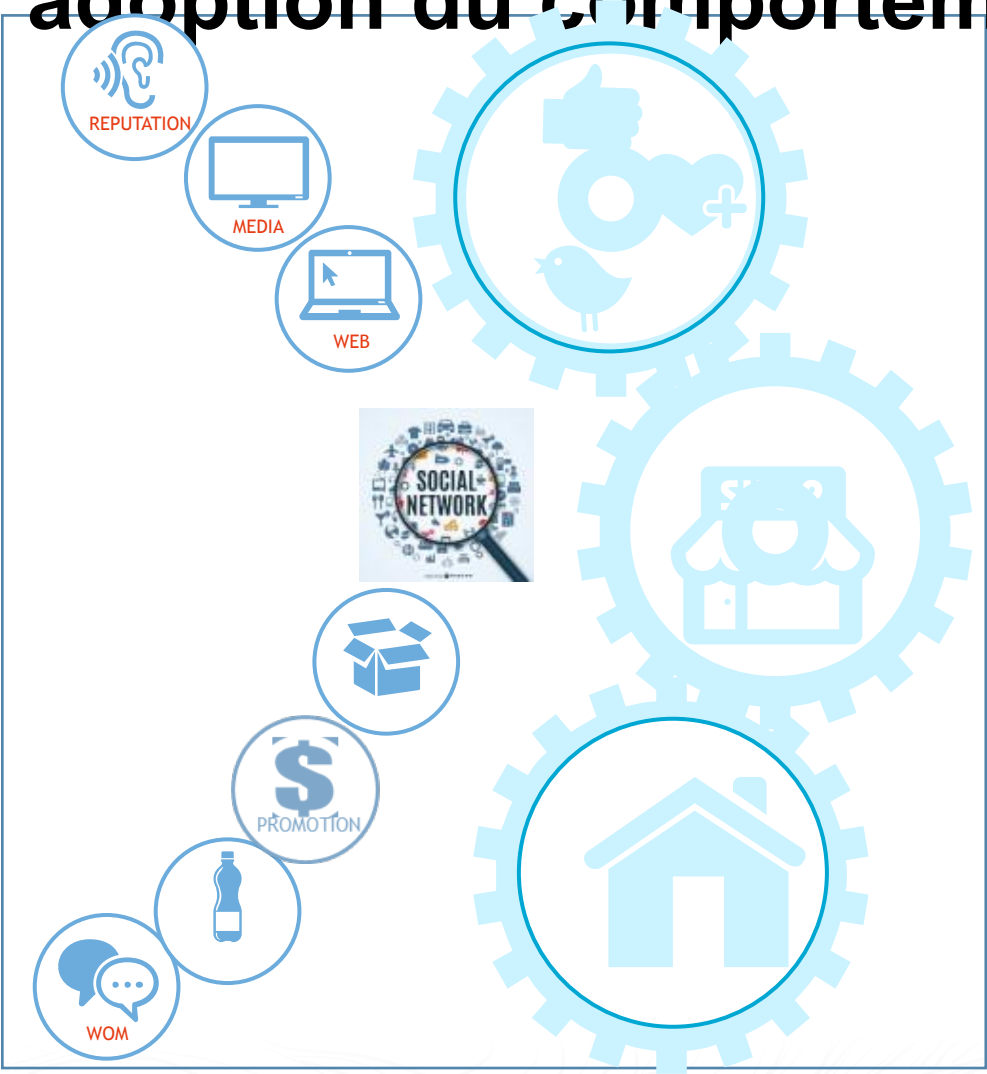
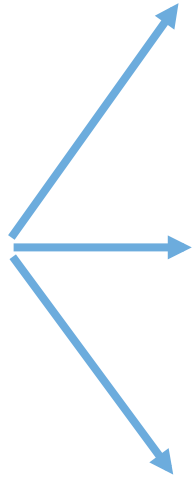
Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
 Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé



# Le point de départ est la maîtrise des facteurs d'influence et leur application systématique à chaque point de contact pour encourager l'adoption du comportement désiré

**BVA** NUDGE UNIT  
 Successful behaviour change

|   |   |
|---|---|
| <b>F</b><br>FACILITÉ<br>Rendre le message évident, facile à lire.   | <b>C</b><br>COMPTES MENTAUX<br>Lancer une idée ou un message à court terme et à long terme. |
| <b>A</b><br>ANCRAGE<br>Créer un point de référence, donner un état d'esprit.  | <b>H</b><br>HABITUDES<br>Créer les habitudes, créer des réflexes et des comportements.      |
| <b>C</b><br>CADRAGE<br>Créer un cadre qui facilite l'action positive.   | <b>A</b><br>VERSION À LA PERTE<br>Montrer la perte liée à l'absence du résultat souhaité.   |
| <b>T</b><br>TEMPORALITÉ<br>Avoir un moment de la journée ou de la semaine et rendre les actions régulières et les rendre habituelles. | <b>N</b><br>NOSTALGIE<br>Activer le besoin pour préserver une émotion favorable.            |
| <b>E</b><br>EMOTION<br>Susciter une émotion directionnelle positivement le point de départ de l'action et d'actions positives.        | <b>G</b><br>GRATIFICATION<br>Offrir une récompense pour encourager l'action.                |
| <b>U</b><br>UN AÏN<br>Faciliter la décision pour le rendre plus accessible et l'expliquer pour la rendre moins pénible.               | <b>E</b><br>EGO<br>Valoriser les faits au regard de l'usage de son.                         |
| <b>R</b><br>RESPONSABILITÉ<br>Frapper avec une image qui rappelle la responsabilité ou d'être une autre posture.                      | <b>M</b><br>MESSAGE<br>Choisir un message qui renforce le contenu du message.               |
| <b>S</b><br>SÉRIOSITÉ<br>Sérier de la manière sur l'importance ou l'impact souhaité ou l'absence de la décision.                      | <b>E</b><br>ÉQUITÉ<br>Afficher l'équité de l'usage et le résultat.                          |
| <b>D</b><br>DÉFAUT<br>Créer un système de défaut qui augmente l'importance de l'action.   | <b>N</b><br>NORMES SOCIALES<br>Indiquer la norme sociale pour faciliter la décision.        |
| <b>E</b><br>ENGAGEMENT<br>Créer un engagement qui renforce la valeur de succès.   | <b>T</b><br>TRAVAIL PERÇU<br>Montrer l'impact du travail effectué pour faciliter l'action.  |



Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
 Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé



# Comment encourager le personnel médical d'un hopital à se laver les mains

ENTREE DU DEPARTEMENT DES SOINS INTENSIFS



|                           |                    |
|---------------------------|--------------------|
|                           | % LAVAGE DES MAINS |
| % sans INTERVENTION NUDGE | 15%                |

Test de l'effet d'une odeur citronnée



**47%**

King D. et al. Priming Hand hygiene Compliance in clinical Environments 2015  
 Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
 Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé

# CONCLUSION



Le Nudge peut-il aider les Managers à mieux gérer l'environnement sonore ?  
Eric Singler – BVA Nudge Unit – 2<sup>ème</sup> Rencontres Nationales Bruit & Santé



# Les 5 conditions du succès d'une démarche Nudge réussie



## Les points clefs



### Ethique :

La finalité Gagnant-Gagnant du nudge, le référentiel du « bon » comportement et le respect de la liberté individuelle



### Connaissance in-situ :

Pas de solution toute faite sans compréhension de l'expérience utilisateur avant tout



### Ouverture et humilité :

Douter de ses intuitions, tester, apprendre et adapter !



### Evaluation comportementale :

Mesurer l'effet des Nudges sur le comportement effectif des individus pour vérifier l'efficacité avant le déploiement



### Relais avec les parties prenantes :

Savoir impliquer en amont tous ceux qui mettront en œuvre, et communiquer sur les résultats de l'expérimentation

Merci



## Eric Singler

Eric.singler@bva-group.com

@thobava – 00 33 (0)61 061 23 43