



Lisette Ibanez



Qui suis-je?

Directrice de Recherche à l'INRAE, économiste comportementaliste

Mon sujet de recherche: Quelles politiques incitatives pour renforcer durablement les comportements respectueux de l'environnement?

Qu'est ce que je vais vous raconter?

- Etudier le comportement pour trouver les leviers comportementaux adaptés
- Méthodes expérimentales pour tester de manière fiable les politiques de communication
- Projet **PICOLECT**: Outils pour accompagner les collectivités à mettre en place une stratégie de communication adaptée à leur territoire

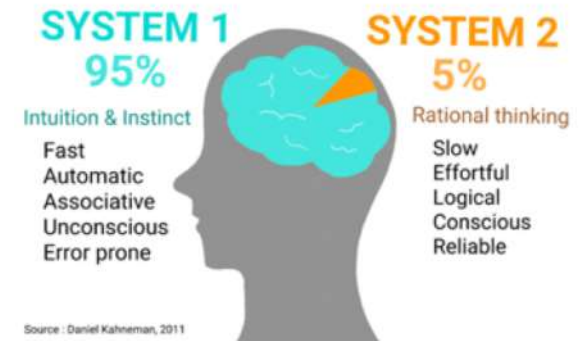
L'économie comportementale et expérimentale pour un meilleur design des politiques d'intervention

Comprendre le comportement humain pour trouver les leviers adaptés

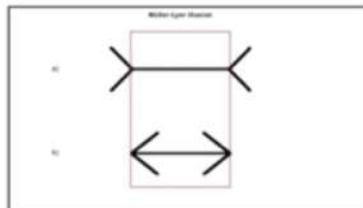
- Limites des modèles économiques classiques pour prédire les décisions des agents, concevoir politiques d'intervention,....

⇒ **Economie Comportementale**

- Une meilleure compréhension du rôle des



biais comportementaux et erreurs de jugement



émotions



normes et interactions sociales



L'économie comportementale et expérimentale pour un meilleur design des politiques d'intervention

Méthodes expérimentales pour tester l'efficacité des politiques de communication

- **Nudge** = « coup de pouce » pour influencer le comportement sans modifier son ensemble de choix. (Thaler & Sunstein, 2008)



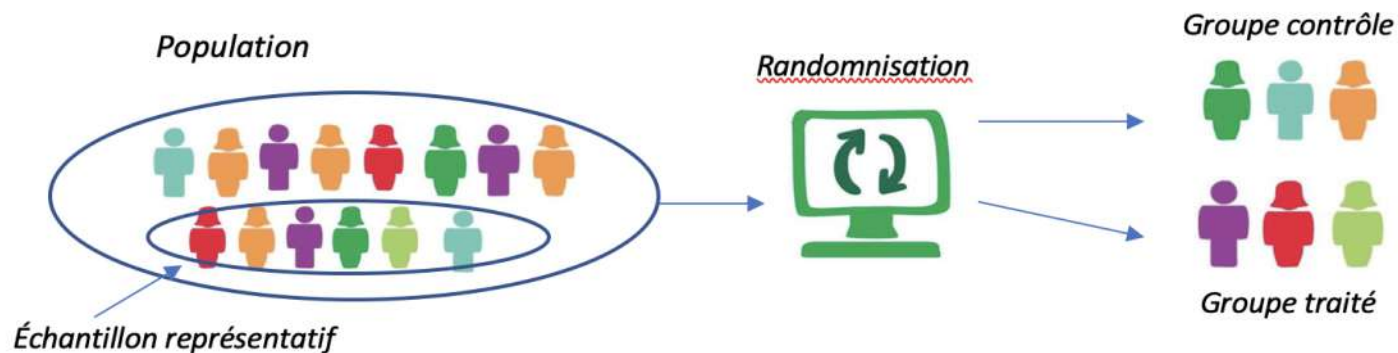
- **Méthodes expérimentales**

❖ De vrais sujets

- prenant de vraies décisions
- recevant de vraies incitations

❖ Répartition aléatoire des sujets

- Groupe contrôle vs groupe traité



L'économie comportementale et expérimentale pour un meilleur design des politiques d'intervention

Exemple 1: Peut-on renforcer le comportement de tri via les émotions ressenties?

● Expérience sociale sur le terrain

- Campagne de communication autour des points d'apport volontaire du Syndicat Centre Hérault (SCH)
- Induction des émotions par photos
- Émotion sociales : Fierté versus Honte
- Début octobre 2016

- Protocole:
 - ❖ 4 secteurs
 - ❖ 3 phases



- aucune communication
- consignes de tri (ct)
- ct + émotion fierté
- ct + émotion honte

1. observation statu quo: 6 semaines
2. bâches sur colonnes de tri: 2 semaines
3. bâches +dépliants: 13 semaines



L'économie comportementale et expérimentale pour un meilleur design des politiques d'intervention

Exemple: **Peut-on renforcer le comportement de tri via les émotions ressenties?**

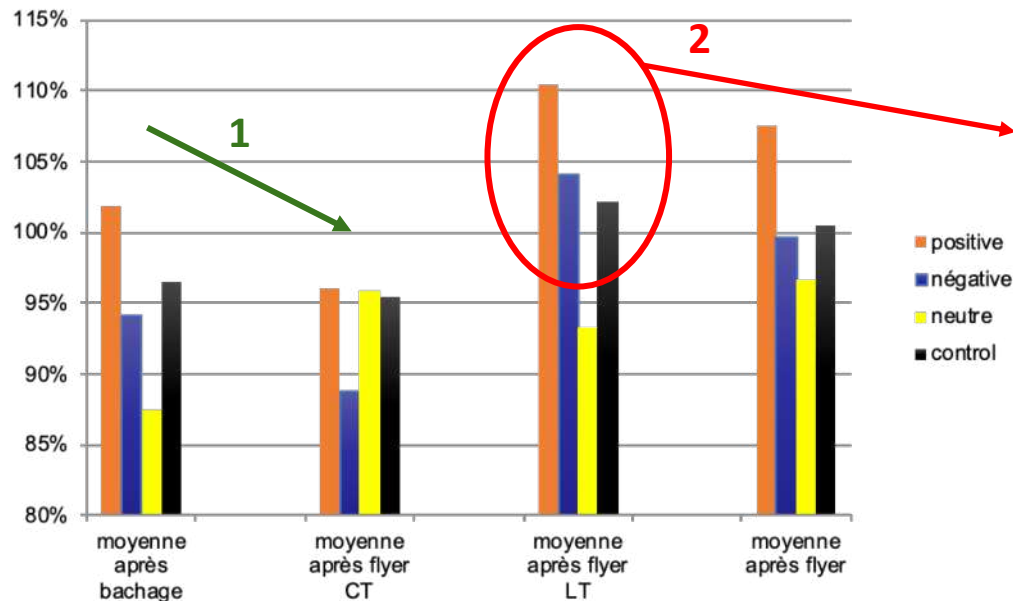


● Résultats

1. Baisse générale des quantités triées d'EMR : **tendance saisonnière ?**
2. C'est à plus long terme (i.e. janvier 2017) que l'on observe un accroissement du tri dans le secteur où la campagne de communication était basée sur l'émotion positive (fierté)

Evolution des quantités triées d'EMR après campagne de communication

100%=pas de changement de comportement



l'émotion **Fierté** influe positivement sur le comportement de tri

L'économie comportementale et expérimentale pour un meilleur design des politiques d'intervention

Exemple 2: Quelle efficacité en terme de quantité et de qualité de tri d'une communication sur la norme sociale?

● Expérience sociale sur le terrain

- Campagne de communication dans 4ème arrondissement de Marseille, en 2018
- Distribution des flyers au domicile et affichage sur PAV
- Norme sociale => Comparatif entre deux territoires Marseille vs Paris



- **15 PAV identifiés par zone**
 - Zone 1: **Zone de contrôle** (non nudgé)
 - Zone 2: **Norme sociale**
 - Zone 3: **Norme sociale actualisée**

- **Indicateurs de suivi**
Poids par PAV par semaine biflux, Refus de tri, Relevé terrain olfactif et visuel

L'économie comportementale et expérimentale pour un meilleur design des politiques d'intervention

Exemple 3: Est-ce que l'entretien régulier (maintien propre) des PAV renforce le tri?

● Expérience sociale sur le terrain

- Campagne de communication dans 4ème arrondissement de Marseille, en 2018
- Distribution des flyers au domicile et affichage sur PAV
- Basé sur le principe du « fenêtre cassé » => « le sale appelle le sale »
- Maintien propre des PAVs dans le 4ème arrondissement de Marseille



- **15 PAV identifiés par zone**
 - Zone 1: **Zone de contrôle** (non nudgé)
 - Zone 4: **PAV propre**

- **Indicateurs de suivi**
Poids par PAV par semaine biflux, Refus de tri, Relevé terrain olfactif et visuel

L'économie comportementale et expérimentale pour un meilleur design des politiques d'intervention

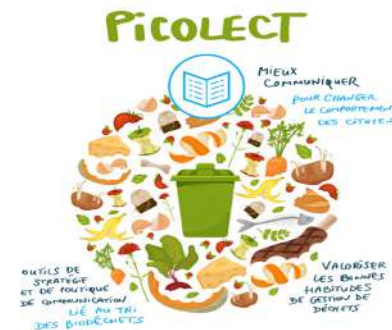
Exemples 2 et 3: Résultats



Waste for Earth Nudges
2017-2021

Efficacité NUDGES Synthèse des résultats et recommandations	Norme Sociale	Norme sociale Actualisée	PAV Propres
Tonnage	+10%	+13% (en communiquant le mois suivant la NS) Communication à prévoir tous les 6 mois	SANS EFFET
Refus de tri	- 20% à -40% Le mois de la mise en œuvre mais réaugmente dès le mois suivant)	- 20% à -40% lors des communications	SANS EFFET

Politiques Innovantes et Collectes des bio-déchets en Logements collectifs



Quel(s) nudge(s) pour accroître le tri à la source des biodéchets?

- Projet Recherche & Innovation 2022-2024
- Finalité: **Deux outils** pour accompagner les collectivités à mettre en place une stratégie de communication adaptée à leur territoire

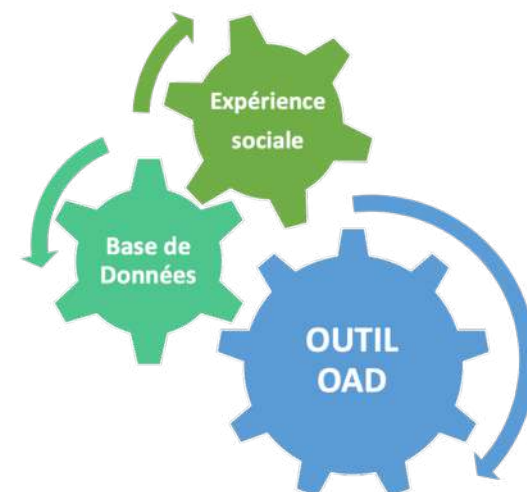
1. Protocole Expérimental

Mise à disposition des méthodes d'expérimentations sociales permettant de tester de nouvelles politiques de communications sur de nouveaux territoires

2. Outil d'Aide à la Décision (OAD)

Outil de conseil clé en main permettant de choisir – à faible coût – une communication testée & validée pour un territoire donné

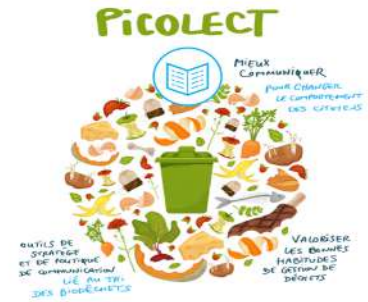
- Le plan d'action



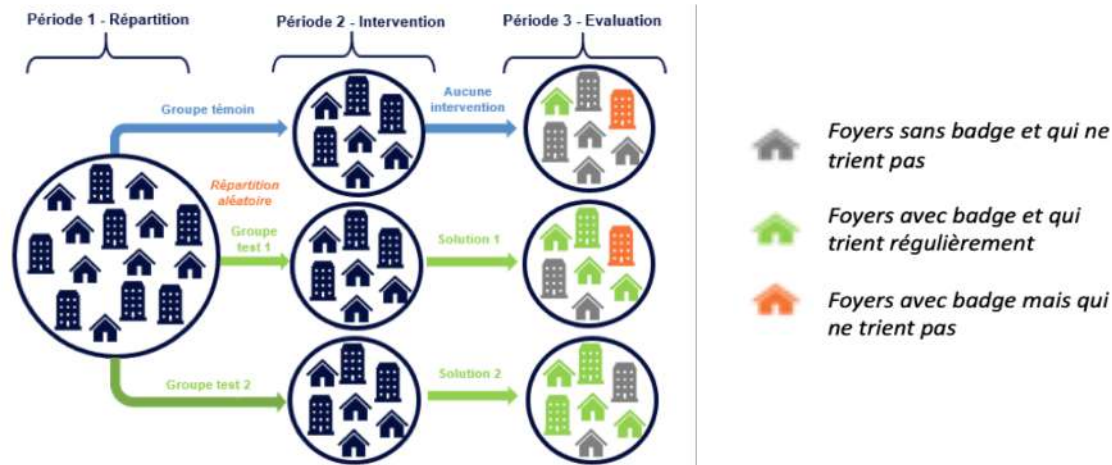
Projet PICOLECT

1. Expérience sociale

pour tester l'efficacité des politiques de communication



- Période 1: choix de terrain, mise à disposition bac de collecte et badges
- Période 2: mise en place de 2 politiques de communication



Zone test 1: Information sociale

Zone test 2: Le devenir des déchets triés

2. Base de données et OAD

- Période 3: évaluation de l'efficacité des politiques de communication

Mesures individuelles (par foyer):

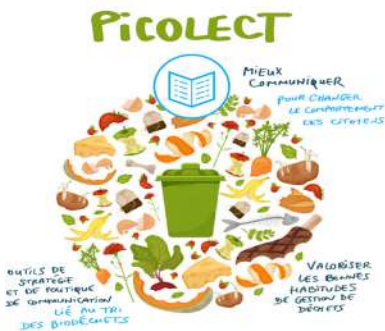
Fréquence d'ouverture par foyer; Habitudes, attitudes, et caractéristiques socio-économiques du foyer (via enquête)

Mesures par zone/groupe:

Nombre de demandes de badge; Poids et caractérisation qualitative



Innovation PICOLECT



1. Outil au service des grandes collectivités



Utilisation du protocole d'expérimentation sociale



Enrichissement de la base de données PICOLECT

2. Outil au service des petites collectivités



Utilisation de l'outil d'aide à la décision (OAD)



Merci pour votre attention!



Nous avons besoin de vos retours
d'expériences, merci par avance de
remplir le questionnaire ci-dessous

<https://sondages.inrae.fr/index.php/946897?lang=fr>