



# Think outside the (tool)box

L'économie comportementale au  
service de l'innovation publique

# **I. Qu'est-ce que l'économie comportementale ?**

- **Définition** : l'économie comportementale étudie les effets de facteurs psychologiques, sociaux, cognitifs et émotionnels dans la prise de décisions économiques des individus
- **Origine** : psychologie économique (début XX<sup>ème</sup>), paradoxe d'Allais (1953), rationalité limitée de Herbert Simon (1957), la *Prospect Theory* de Kahneman et Tversky (1979)

- **Hypothèse** :

**Nous ne sommes pas des homo oeconomicus**

**Décision = f(motivation économique, préférences sociales, valeurs morales) ± Biais comport. Emotions**

## Nous ne sommes pas des homo oeconomicus

Décision =  $f(\text{motivation économique, préférences sociales, valeurs morales}) \pm \text{Biais comport. Emotions}$

Comment induire des comportements pro-sociaux / pro-environnementaux ?

Règle ~~X~~ d'incitation ?

Amende ~~X~~ sanction pénale ?

Recours aux incitations économiques ET non économiques

**NUDGES**

## Recours aux incitations économiques ET NUDGES

### Norme sociale

Ex : consommation énergétique  
Biais de conformisme/mimétisme



### Jeu

### Choix par défaut

Ex : don d'organes Suède  
Biais de statu quo

### Indicateur visuel

Ex : pommeau de douche lumineux  
Biais d'habitude



### « timely »

Ex : sensibilisation transport en commun  
Biais de statu quo

### Simplification

Ex : compteur d'eau intelligent  
Biais d'habitude

### Framing

Ex : don d'organe et nombre de décès  
Aversion à la perte



# I. L'économie comportementale

- **Méthodes** : analyses statistiques sur données de terrain + expérimentation (simulation-observation avec production de données dans un environnement contrôlé)
- **Applications** : compréhension du comportement humain (dvpt de la neuroéconomie), prévision des comportements et de leurs conséquences sur les marchés (finance comportementale), marketing, élaboration et évaluation de politiques publiques, etc.



→ Recherche encore fondamentale...

... mais des applications commencent à apparaître dans le domaine de l'action publique

## **II. Pourquoi s'intéresser aux sciences comportementales?**

## II. Pourquoi s'intéresser aux sciences comportementales ?

- Nécessité d'innover (contraintes budgétaires) : **faire mieux avec moins**
- Multiplication des **initiatives gouvernementales** pour l'innovation dans l'action publique

## II. Pourquoi s'intéresser aux sciences comportementales ?

Multiplication des initiatives gouvernementales pour l'innovation dans l'action publique

- Institution dédiée, au sein des gouvernements nationaux, régionaux ou locaux
- Thématiques variées : éducation, santé, emploi, technologie, environnement, politique urbaine, etc.
- Méthodes innovantes : implication de l'utilisateur/citoyen, promotion de l'innovation, financements/récompenses, etc.

### Who are the i-teams?

#### The Americas



#### Asia & Australasia



#### Europe & Africa



#### The Americas

Centro de Innovación Social  
Investing in Innovation Fund (I3)  
Mayor's Office of New Urban Mechanics  
New Orleans Innovation Delivery Team  
New York City Innovation Zone (iZone)  
NYC Center for Economic Opportunity  
Open Mexico



#### Europe & Africa

Barcelona Urban Lab  
Behavioural Insights Team  
Centre for Public Service Innovation  
Fonds d'expérimentation pour la jeunesse  
La 27e Région  
MindLab  
Nesta Innovation Lab  
Sitra  
VINNOVA



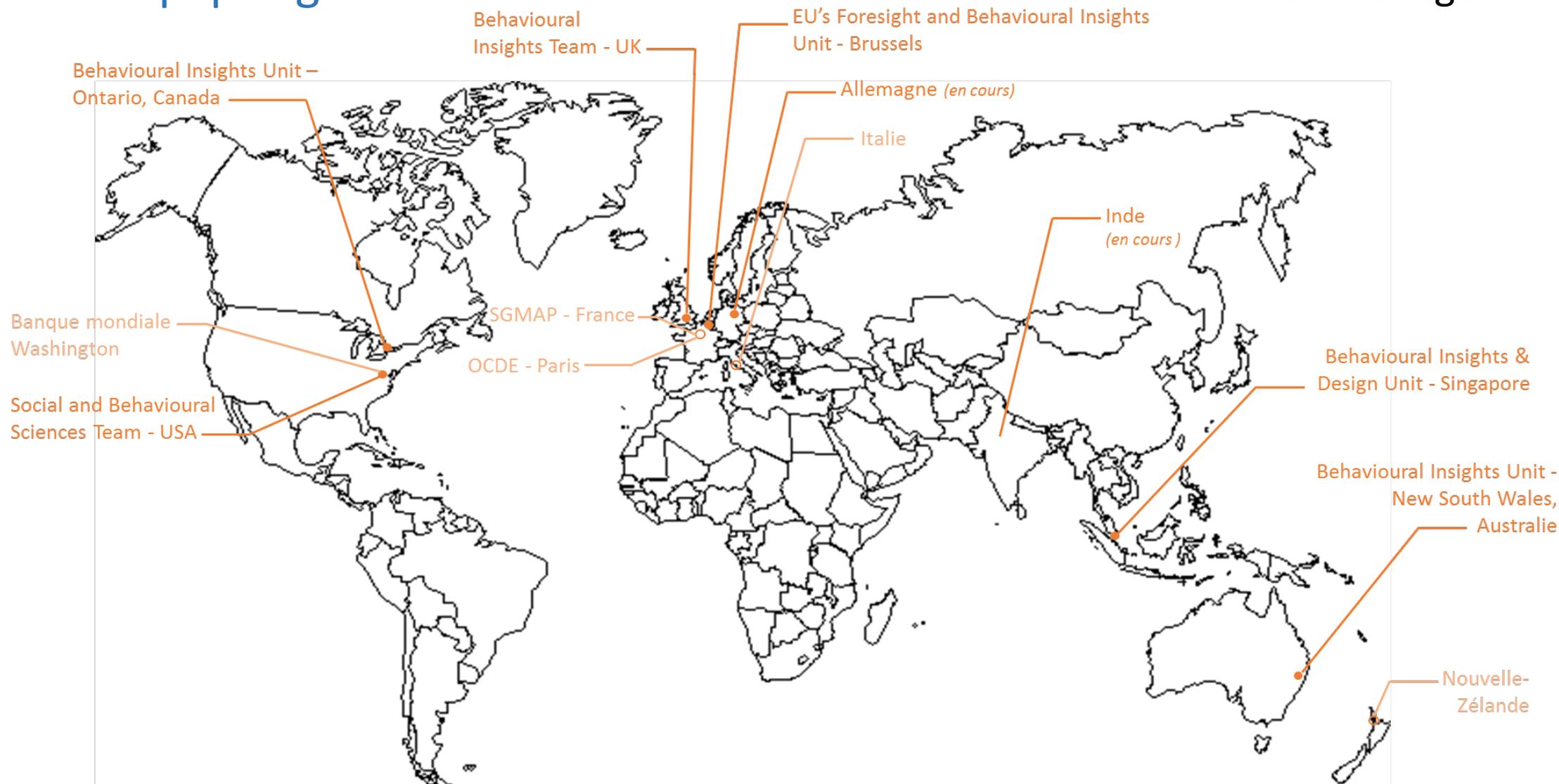
#### Asia & Australasia

Performance Management & Delivery Unit (PERMANDU)  
PS21 Office  
Seoul Innovation Bureau  
The Australian Centre for Social Innovation (TACSI)

## II. Pourquoi s'intéresser aux sciences comportementales ?

- Quid de l'économie comportementale?

x 7 équipes gouvernementales dans le monde + 4 en cours de montage



## II. Pourquoi s'intéresser aux sciences comportementales ?

### Exemple de la Behavioural Insights Team (*alias* « Nudge Unit »), UK

- Montée en 2010 par le gouvernement Cameron
- 1<sup>ère</sup> institution gouvernementale dédiée à l'application de l'économie comportementale dans les politiques publiques
- Equipe pluridisciplinaire de 106 personnes (économie, droit, santé, psychologie, sociologie, etc.) dans 4 pays
- Domaines d'application : croissance économique et marché du travail, santé et bien-être, défense du consommateur, jeunesse et compétences, éducation, politique intérieure, fraude fiscale, action sociale et solidarité, environnement et énergie, etc.
- Méthode EAST : Easy, Attractive, Social and Timely

## II. Pourquoi s'intéresser aux sciences comportementales ?

### Exemple de la Behavioural Insights Team (*alias* « Nudge Unit »), UK

- Ex 1 : Don d'organes

- Page automatique après renouvellement permis en ligne
- Ont conçu et testé 8 versions de page web avec différents messages
- Les plus efficaces : réciprocité, aversion à la perte, norme sociale

- Ex 2 : Comparaison des options d'achat

- Observation : choix d'opérateurs non rationnels
- But : compenser rationalité limitée en structurant choix complexes
- Nudge : sur factures, flashcode qui renvoie à comparaison options opérateurs suivant consommation personnelle

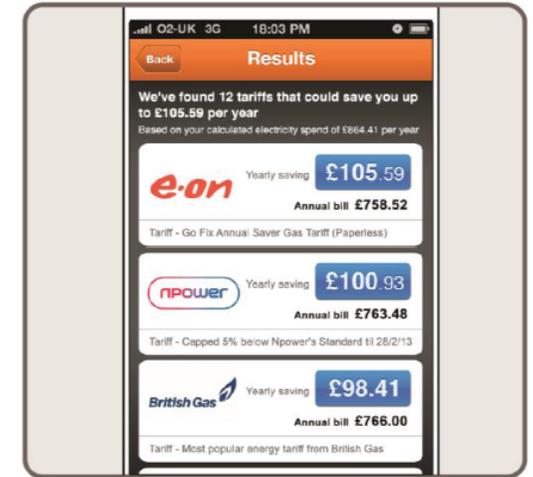
- Ex 3 : Des textos personnalisés pour les RDV Pôle Emploi

- But : inciter les inactifs à assister aux rdv du JobCentre (= Pôle Emploi)
- Nudge : envoi de sms peu formels et personnalisés : « Barbara, je t'ai pris un rdv tel jour tel heure, bon courage, David"

#### 1. Scan your bill



#### 2. Switch & save



## II. Pourquoi s'intéresser aux sciences comportementales ?

### Quid de la France?

Pas d'équivalent au BIT ... mais...

- **SGMAP** : Secrétariat Général pour la Modernisation de l'Action Publique
  - **Fiscalité** : promotion de la télédéclaration des impôts sur le revenu (envoi d'email, norme sociale, simplification, etc.) → +10% de télédéclarants en 2014
  - **Sécurité routière** : Utilisation du téléphone portable au volant (application « Mode Conduite »)
  - **Santé** : promotion de l'accueil temporaire des personnes âgées pour soulager les « aidants »
  - **Environnement** : organisation du Nudge Challenge COP 21, concours étudiant pour proposer des nudges verts)
- **Recherche appliquée** : environnement, agriculture, santé (cigarette, obésité, etc.)
- **Collectivités territoriales** Ex : Etablissement public Loire et prévention du risque inondation
- **Nudge France** : association de chercheurs et professionnels oeuvrant pour la promotion du *nudge* en France

➔ **Un intérêt croissant + acteurs multiples ...**

**... mais pas de structuration du réseau et une sous-utilisation du potentiel**

# **III. Comment aborder les sciences comportementales?**

**Opportunités pour l'information géographique**

## Méthodologie de conception d'un *nudge*

1 Etude comportementale : Identifier les barrières à l'adoption du comportement souhaité

2 Recherche de nudges adaptés grâce à :

- Boîte à Outils *Nudge* 
- *Nudge Lab* : atelier de co-crédation

Biais	Nudge qui corrige le biais	Typologie EAST*	Echelle d'impact	Exemple réel
Biais de statu quo	Choix par défaut	E	Individuelle Collective	Ex : dons d'organes en Suède
	Norme sociale	S	Individuelle Collective	Ex : réutilisation des serviettes dans un hôtel aux Etats-Unis
	Simplification de la procédure de choix	E	Individuelle Collective	Ex : Flashcode pour comparer les opérateurs au Royaume-Uni
	« Planter une graine dans le cerveau »	T	Individuelle	Ex : Expérience pour inciter les américains à aller voter lors des présidentielles de 2008

3 Tester, évaluer l'efficacité

4 Appliquer

### III. Quel intérêt pour les sciences géographiques ?

## Les sciences comportementales au service des sciences géographiques

- Comprendre le comportement des utilisateurs
- Inciter et changer les comportements
- Construire des interfaces plus ergonomiques
- Gérer une communauté
- Elaborer des outils collaboratifs
- Solliciter des contributeurs
- ... et d'autres fonctions que cette présentation vous aura inspirées...

## Les sciences géographiques au service des *nudges*

- Indicateurs visuels : par utilisation de données géographiques
- Simplification : par traitement et analyse de données nombreuses et complexes (et géographiques)
- Framing : interface géographique comme support de messages de sensibilisation
- Utilisation de nouvelles technologies : utilisation d'applications/logiciels à caractère géographique



# Think outside the (tool)box

L'économie comportementale au service de  
l'innovation publique

## MERCI DE VOTRE ATTENTION

### Pour aller plus loin

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. Yale University Press.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 263-291.

The Behavioural Insights Team. (2015). *Update Report 2013-2015* (p. 58)

Figureau A.-G., Montginoul M., Rinaudo J.-D., *Economic instruments for regulating groundwater abstraction: results from a framed field experiment*. *Accepté à l'EAERE 2015, soumis*

Figureau A.-G., 2015, Conception et évaluation d'instruments de gestion de l'eau combinant incitations économiques et préférences sociales : Cas des prélèvements agricoles en eau souterraine, Thèse de doctorat en économie, Montpellier SupAgro, 254 p.