

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

Le Nudge, un nouvel outil de politique publique ?

**L'apport des sciences comportementales à
l'élaboration politique**

Auteure : Aurélie Malacort

Promoteur : Marcus Dejardin

Lecteurs: Thierry Dock, Anne-Sophie Otto

Année académique 2023-2024

Master [120] en politique économique et sociale, à finalité spécialisée (horaire décalé): analyse et évaluation des politiques

Remerciements

Je ne remercierai jamais assez « mon nid » : Julien, Aaron et Alixe. Pour leur soutien, leur patience, leur compréhension, leurs soins et tout. Merci pour tout.

Merci à mon promoteur, Marcus Dejardin, pour sa compréhension, ses encouragements et toutes ses relectures.

Merci à Monsieur Jan Willems pour son temps et sa précieuse collaboration.

Merci à mon frère, mes parents et beaux-parents, ma belle-sœur, pour leur soutien et leurs encouragements.

Enfin, merci à Malou, sans qui je n'aurais probablement pas tenté cette aventure.

Introduction	1
Chapitre 1 : L’apport des sciences comportementales en politique publique	3
La portée du comportement dans les politiques publiques	3
L’économie comportementale en politique publique.....	4
Chapitre 2 : La théorie des nudges	9
Le paternalisme libertaire.....	9
La critique du concept d’homo economicus	11
Les biais cognitifs	11
« L’ancrage ».....	12
« La disponibilité »	12
« La représentativité ».....	13
« Optimisme et excès de confiance »	14
Les sources d’inertie.....	14
« Résister à la tentation »	15
Conformisme social	16
Conclusion	17
L’architecture du choix	17
Le concept de Nudge.....	19
Les nudges verts	21
Architecture de choix par défaut	21
Les normes sociales.....	21
La saillance.....	22
Le retour d’information.....	22
Les micro-incitations et les récompenses.....	22
Le pré-engagement	22
Le cadrage des informations.....	23

La simplification	23
La réciprocité et la reconnaissance	24
L'émotion et l'affect	24
Chapitre 3 : Limites, critique et questions éthiques relatives aux nudges	26
Les limites de l'approche	26
L'efficacité.....	26
La durabilité.....	26
Les effets pervers	27
L'effet « direct ».....	27
Critique et questions éthiques	28
Chapitre 4 : Du Nudge en politique publique	34
Les outils de politique publique utilisés.....	34
L'utilisation des nudges en politique et économie publique.....	35
Des outils pour une administration plus transparente du Nudge	37
Quelques exemples de nudges	41
Nudge Challenge 2021 : Locovores	43
Nudge Challenge 2023 : « Lavage qui Rit »	45
Identifier des solutions pour améliorer le sommeil des enfants scolarisés en CP	46
<i>Target</i>	46
<i>Explore</i>	46
<i>Solution</i>	50
<i>Trial</i>	52
Encourager la mise sur le marché locatif des logements vacants.....	52
<i>Target</i>	53
<i>Explore</i>	53
<i>Solution</i>	57
<i>Trial</i>	58

Gestion et tri des déchets : échantillon imagé de nudges français et belges.....	60
Chapitre 5 : Le Nudge en Belgique – Etude de cas	63
En guise d'introduction	63
De la visibilité des nudges en Belgique	65
Le Nudge et les gouvernements belges	68
Gouvernement fédéral.....	68
<i>Chambre des Représentants de Belgique.....</i>	<i>68</i>
<i>Sénat de Belgique.....</i>	<i>72</i>
Gouvernement flamand	73
Gouvernement wallon	76
Présentation de projets Nudging belges	77
Service public fédéral Finances : Projet Nudging – Sommation impôt des personnes physiques	78
<i>Target.....</i>	<i>78</i>
<i>Explore.....</i>	<i>78</i>
<i>Solution</i>	<i>79</i>
<i>Trial.....</i>	<i>80</i>
Service public fédéral Sécurité sociale : Projet NO-SHOW	81
<i>Target.....</i>	<i>82</i>
<i>Explore.....</i>	<i>82</i>
<i>Solution</i>	<i>84</i>
<i>Trial.....</i>	<i>84</i>
Contre le tapage nocturne à Leuven	85
<i>Target.....</i>	<i>86</i>
<i>Explore.....</i>	<i>86</i>
<i>Solution</i>	<i>87</i>
<i>Trial.....</i>	<i>88</i>

Critiques, enjeux éthiques et transparence	90
Conclusions	92
Conclusion générale.....	94
Bibliographie	97
Livres.....	97
Articles de revue	97
Autres documents	98
Documents électroniques	99

Introduction

Ce travail est motivé par une préoccupation de l'ampleur d'une planète : la sauvegarde de notre environnement. Ces inquiétudes quant à la préservation de la Terre et les questionnements qui l'accompagnent m'habitaient déjà quand j'ai entrepris ce Master en Politique économique et sociale. Suivre un cursus universitaire leur a donné une autre dimension ; pour être juste, beaucoup d'autres dimensions : sociologique, politique, économique, écologique, psychologique, etc. L'approche académique m'a permis de prendre le recul nécessaire à la prise de conscience de la complexité, et c'est un euphémisme, du monde dans lequel nous vivons. Par-dessus tout, le cursus FOPES m'a fait prendre conscience de l'impact crucial de la sphère économique dans le fonctionnement de notre société. Au-delà de ce constat, c'est la prédominance de l'analyse néoclassique qui m'interpelle dans un contexte où la transition socio-écologique devient nécessaire. Néanmoins, ce constat existe au sein de la communauté académique depuis des décennies. En 1944, Karl Polanyi publiait "La Grande Transformation" avec laquelle il mettait en lumière le concept de désencastrement de l'économie et la nécessité de son ré-encastrement, et avec laquelle il mettait déjà en doute la rationalité sans faille de l'homo economicus. En outre, si le champ économique domine la manière dont nos sociétés sont organisées, c'est au niveau politique que se situe la décision. Et le constat est encourageant, le champ politique est conscient de la nécessité de transition. Concrètement, rendre les économies et les sociétés européennes plus durables, résilientes et mieux préparées aux enjeux et défis des transitions, notamment écologique, constitue un des objectifs majeurs de la Commission européenne. Par ailleurs, lorsque l'on parle de transition, les questions de la décision et du comportement sont cruciales. Il s'agit, entre autres, de changer nos habitudes de vies et de consommation. Les politiques publiques disposent de différents leviers de changement de comportements. Leurs instruments traditionnels sont la réglementation coercitive, les incitations économiques, l'exemplarité, l'information et la sensibilisation. Mais il existe aussi un « nouveau concept » au croisement des approches politique et économique. En 2008, Thaler et Sunstein mettent en lumière un nouvel outil de politique publique : le "nudge" ou coup de coude/pouce. La théorie des nudges est issue des apports de l'économie comportementale, de la psychologie sociale et des neurosciences pour faire émerger la "science du choix". Le nudge est par ailleurs considéré comme une partie visible du champ des sciences comportementales. Ces dernières regroupent les disciplines à même d'expliquer le fonctionnement du comportement humain. Le nudge est présenté comme un outil de politique

publique complémentaire aux outils traditionnels, potentiellement utile pour maximiser l'efficacité des politiques publiques. Depuis son avènement en 2008, le Nudge a parcouru beaucoup de chemin et a conquis nombre d'Etats et de gouvernements. Ce mémoire propose de faire le point sur ce nouvel outil. La vocation de ce travail est de présenter les apports des sciences comportementales et la théorie des nudges. Ensuite, il s'agit d'explorer ce qui a déjà été réalisé en matière de nudging et de vous présenter quelques exemples de nudges. L'objet de la recherche porte sur l'état de l'utilisation du Nudge en Politique publique belge. Le nudge, ou utilisation de « coups de pouce », est-il un outil politique assez pertinent et porteur en matière de politique publique pour avoir convaincu nos représentants politiques ? Est-il utilisé ? Si oui, comment ? Pour poursuivre cet objectif, ce mémoire est structuré en cinq chapitres allant du cadrage contextuel et théorique à la dimension empirique. Premièrement, il s'agit de présenter les apports des sciences comportementales et notamment de l'économie comportementale en Politique publique. Le second chapitre présente, principalement sur base de l'ouvrage de Thaler et Sunstein (2010), la théorie des nudges. Troisièmement, nous nous intéressons aux limites et surtout aux critiques de cette approche relevant d'un questionnement éthique autour du caractère potentiellement manipulateur du nudging. Le quatrième chapitre tente de faire l'état de l'utilisation des sciences comportementales et du nudge en politique publique et présente des exemples concrets d'application. Pour suivre, le cinquième chapitre propose une étude de cas portant sur l'usage des nudges en Belgique. Nos gouvernements ont-ils choisi de mobiliser le nudging pour leur élaboration politique ? Et si oui, comment ? Nous passerons, pour terminer, à la conclusion.

Chapitre 1 : L'apport des sciences comportementales en politique publique

La portée du comportement dans les politiques publiques

Nos comportements et nos décisions sont au cœur des politiques publiques. Dans la mesure où ces dernières ont pour vocation de résoudre un problème collectif ou de donner une ligne de conduite dans tel ou tel domaine d'une société, les politiques publiques sont en liens étroits avec l'être humain et sa manière de fonctionner. Comme annoncé dans l'introduction, ce travail est motivé par une préoccupation environnementale. Et qu'il s'agisse de notre manière de produire, de consommer ou de gérer ; ce sont nos modes de vie, sous-tendus par nos comportements, qu'il convient d'orienter vers plus de soutenabilité. Selon l'« OPSI » (Observatory of Public Sector Innovation), la dernière décennie, et particulièrement les cinq dernières années, ont vu s'accroître la mobilisation des sciences comportementales dans l'élaboration politique.¹ Les sciences comportementales regroupent différentes disciplines académiques ayant pour objet le fonctionnement du comportement humain. La psychologie, les neurosciences et sciences cognitives, les sciences économiques en font systématiquement partie. Certaines définitions y ajoutent la sociologie, l'anthropologie ou encore la linguistique cognitive.

La responsabilisation, la conviction des acteurs et une transformation des comportements sont centrales pour tendre vers une société plus respectueuse de notre environnement. Le changement de comportement comprend une dimension individuelle et une dimension collective. D'abord, l'approche par l'individu relevant des apports de la psychologie cognitive et de l'économie comportementale qui « *indiquent que les choix des individus sont induits et influencés par des paramètres émotionnels, cognitifs, psychologiques et sociaux et non par le calcul de la maximisation de leur unique bien-être.* ».² Nous ne posons pas nos choix uniquement en fonction de notre seul intérêt ou satisfaction, des éléments externes influent sur ceux-ci. Ensuite, l'approche par le groupe d'individus ou l'organisation, pour laquelle la psychosociologie a mis en évidence la variation du comportement individuel s'il est étudié au sein d'un groupe ou isolément et l'hétérogénéité des comportements au sein d'un groupe avec l'existence de « leader d'opinion ». Les implications en sont fortes car il s'agirait alors de cibler

¹ En ligne sur : <https://oecd-opsi.org/publications/bi-gpps/>

² Institut National de l'Economie Circulaire & Azimio : Activités, Publications – Mai 2020 Economie circulaire et changement de comportement <https://institut-economie-circulaire.fr/>

le ou les prescripteurs au sein d'un groupe. Pour terminer, l'approche par l'individu au sein de son environnement, pour laquelle il faudrait aborder la question du choix par le biais de déterminants sociétaux et systémiques. Ces différentes approches sont à prendre en compte par les décideurs et il est important de souligner qu'il n'y a pas de bonnes approches ou une notion d'approche unique en matière d'action publique ou privée. Il s'agit souvent de solutions hybrides jouant sur des leviers variés. Nous arrivons ainsi au tableau des outils existants en matière de politique publique : la réglementation coercitive, les incitations économiques, la communication, la sensibilisation et la prévention. Jusqu'à il y a peu, beaucoup de ces outils étaient élaborés sur base du cadre conceptuel de l'agent économique rationnel. Pourtant, depuis de nombreuses années, la rationalité sans faille de l'homo economicus est remise en question par l'économie comportementale. Voilà qui nous amène à creuser la place de l'économie comportementale en politique publique.

L'économie comportementale en politique publique

Depuis les années 80, l'économie comportementale se pose comme une nouvelle approche en économie. Il s'agit d'une approche interdisciplinaire qui privilégie l'observation empirique des décisions. Cette approche enrichit l'analyse économique traditionnelle avec des apports provenant de la psychologie et des sciences du comportement. Début 2000, cette nouvelle approche s'est étendue à la réflexion dans l'élaboration des politiques publiques et a amené l'émergence de "nudges". L'idée est de modifier les comportements par petits "coups de pouce". Au-delà du nudging, l'élargissement de la pertinence des hypothèses comportementales de l'approche traditionnelle en économie conduit à un renouvellement profond de la réflexion autour du développement de politiques publiques comportementales vers *"des interventions qui prennent en compte l'ensemble des dimensions psychologiques, économiques et sociales qui déterminent les comportements"*³. L'approche économique classique ne vise pas à rendre compte des réalités sociales telles qu'elles sont mais à capturer les traits essentiels d'une situation afin d'en dégager les conséquences économiques les plus importantes. Considérant l'exemple de marché ; bien qu'il existe une très grande disparité de situations de marchés, l'approche économique traditionnelle les résume à un ensemble de relations entre prix et quantité, conduisant ainsi à la loi de l'offre et de la demande. Cette

³ Jacquemet, N., & L'Haridon, O. (2021). *Économie comportementale des politiques publiques*. La Découverte. Page 4.

simplicité offre un cadre de réflexion opérationnel et puissant mais les représentations simplificatrices au regard de la réalité sociale sont “fausses par nature”. Cette représentation de réalité sociale repose sur les représentations liées aux décisions des acteurs économiques. En effet, le raisonnement économique suppose que ces acteurs sont rationnels. Il s’agit du concept d’homo economicus. Selon ce concept, les agents économiques sont à même de choisir la meilleure solution pour eux-mêmes après avoir envisagé toutes les décisions possibles ainsi que les déterminants des décisions de l’ensemble des autres agents économiques en présence. Cette hypothèse de rationalité permet de réfléchir au changement de comportements suivant un changement dans l’environnement “*de manière aussi simplifiée et universelle que possible*”⁴: on s’attend ainsi à ce qu’un acheteur achète une plus grande quantité de biens si leur prix diminue et qu’un vendeur puisse diminuer les quantités disponibles de ce bien sur le marché pour le rendre plus rare et ainsi en augmenter le prix. Cette simplification n’est utile que si elle décrit effectivement les moteurs des décisions prises.

La question est restée un débat théorique jusqu’en 1970. Dans les années 70, cette question est devenue empirique grâce à l’émergence de “l’économie expérimentale” comme méthode d’investigation en économie. L’hypothèse de rationalité a ainsi été rapidement nuancée au fil de l’utilisation croissante des expérimentations en laboratoire. Le jeu du “dilemme du prisonnier” au sein duquel sont mis en balance gain et coopération reste un modèle de référence dans la compréhension des implications psychosociales de la décision économique. « *Les comportements observés dans le jeu du dilemme du prisonnier font partie d’un ensemble de régularités comportementales qui mettent en évidence les limites des hypothèses de comportement classiques sur lesquelles repose habituellement l’analyse économique.* »⁵ C’est ainsi que naît l’économie comportementale en tant que courant de recherche qui s’appuie sur la psychologie des comportements pour affiner l’analyse des décisions économiques. Les limites de l’analyse classique sont observées dans le cadre d’interactions entre plusieurs agents économiques mais également dans le cadre de décisions isolées. L’économie comportementale se développe de manière exponentielle depuis les années 80 et conduit à une revisite des hypothèses comportementales des décisions économiques en portant sur trois dimensions essentielles : les préférences des décideurs, leurs croyances ainsi que le processus de décision en lui-même. Premièrement, la forme des préférences revêt une instabilité dans le temps et est

⁴ Jacquemet, N., & L’Haridon, O. (2021). *Économie comportementale des politiques publiques*. La Découverte. Page 10.

⁵ Ibid. Page 15.

situationnelle, ce qui n'est pas considéré dans le modèle classique. De plus, les préférences prennent également en compte les conséquences pour autrui ainsi que les éventuelles répercussions sur le plan de l'image de soi et/ou sociale. Deuxièmement, les croyances diffèrent souvent du résultat de la théorie des probabilités. *“Les décideurs sont sensibles à la “loi des petits nombres”, (...) ont tendance à être surconfiants (...) et accordent un poids disproportionné à certaines informations”*⁶ (plus récentes ou plus conformes à leurs a priori). Dernièrement, le processus de décision en tant que tel est sensible au contexte tant en matière de situation, d'influence d'autrui (imitation ou pression sociale) ou encore d'impact émotionnel. Le processus de décision recourt aussi à des ressources cognitives affectées elles-mêmes par le contexte, et limitées. C'est ainsi que de nombreuses décisions mobilisent alors l'intuition ou des règles de comportement simples et systématiques (des “heuristiques”) ; plutôt que de faire référence à un processus éclairé et pleinement informé.

L'économie comportementale des politiques publiques est un ensemble de résultats issus de la recherche en économie comportementale. Ce dernier documente des régularités comportementales relatives aux changements de comportements décisionnels observés en réaction à un changement dans l'environnement de décision. Il s'avère que ces changements de comportements sont souvent différents de ceux prédits par l'analyse économique classique et le concept d'homo economicus. Les auteurs donnent l'exemple d'une expérimentation réalisée en Israël et étudiée par Gneezy et Rustichini en 2000. La situation de départ : certains parents arrivent régulièrement en retard pour venir chercher leurs enfants à la crèche. Ce comportement n'est pas sanctionné. Une amende est donc instaurée dans un certain nombre de crèches, sur base d'un raisonnement utilitariste, avec l'idée que le surcoût et donc la perte financière va amener les parents à faire attention à venir à l'heure chercher leurs enfants. Il s'est avéré que cette mesure, au-delà d'être inefficace, va se montrer contre-productive. Les parents assimilent ce surcoût comme la tarification d'un nouveau service et le nombre de parents en retard augmente. Après la suppression de l'amende, les parents habitués aux retards continuent de l'être. Gneezy et Rustichini (2000) concluent que la perception des parents quant aux conséquences de leur retard a changé. Ils sont passés d'une motivation intrinsèque (faire attention aux retards par respect pour le personnel de la crèche) à une motivation extrinsèque (arbitrage entre le bénéfice d'être en retard et le coût d'un « nouveau service »).

⁶ Jacquemet, N., & L'Haridon, O. (2021). *Économie comportementale des politiques publiques*. La Découverte. Page 18.

En ce qui concerne la question environnementale et l'impact des décisions économiques sur l'environnement, le libre fonctionnement du marché ne permet pas de considérer les conséquences générales de la production et de la consommation sur l'environnement. La qualité de l'environnement, en tant que bien public dont l'ensemble de l'humanité bénéficie, est déconnectée de la prise de décision individuelle. En effet, les décisions individuelles de production et de consommation génèrent une multitude d'externalités négatives qui ne sont que partiellement prises en compte. La situation environnementale n'est, dès lors, pas socialement optimale. Les auteurs expliquent que les interventions de politique publique en matière d'environnement par exemple, ont alors pour objectif de contraindre les comportements à considérer les externalités négatives. Cette régulation environnementale est d'autant plus importante que la déconnexion entre les comportements socialement appropriés et les décisions individuelles est accentuée par un certain nombre de déterminants psychologiques comportementaux. Les auteurs donnent en exemple le biais d'immédiateté qui implique que les décisions favorables à la protection de l'environnement seront remises à plus tard en raison de bénéfices potentiels sur le long terme et ce, même si elles sont peu coûteuses à court terme. En outre, en cas de coûts élevés amenant à renoncer à une décision favorable à la protection de l'environnement en dépit des croyances, il existe un risque de dissonance cognitive (une tension psychologique liée à la contradiction entre les croyances et les actes (Festinger, 1957)). Afin d'apaiser cette tension, l'individu peut alors ajuster ses croyances pour les rendre cohérentes à ses actes. Ce mécanisme psychologique pourrait, selon les auteurs, expliquer l'obstination à nier l'impact environnemental individuel, négliger sa gravité, ou surestimer les obstacles au changement de comportement (Stoll-Kleemann et al., 2001). De plus, le fait que les effets de la dégradation de l'environnement ne soient pas quotidiennement palpables, impacte également la formation des croyances quant à l'évolution du climat et tend à minimiser le réchauffement climatique (Howe et al., 2013). Cependant, aujourd'hui, les dégradations de notre environnement se font de plus en plus palpables. Les phénomènes météorologiques extrêmes se multiplient et nous touchent de plus près, comme avec les inondations de juillet 2021 en Belgique par exemple. Jusqu'à présent, les politiques publiques ont utilisé différents mécanismes pour intégrer les « externalités négatives » relatives à l'impact environnemental. La fiscalité est traditionnellement utilisée selon le principe du « pollueur-payeur ». Ce type de taxation dite « Pigouvienne » quant aux émissions de CO₂ est utilisée dans le nord de l'Europe depuis les années 90 et en France depuis 2014. Cette mécanique présuppose que les individus réagissent uniquement aux incitations monétaires et qu'il est alors possible d'agir efficacement en augmentant le coût des décisions néfastes pour l'environnement et en diminuant le coût de

comportements plus vertueux. Or, différentes études en économie comportementale ont amené à considérer d'autres éléments comme le biais d'aversion aux pertes par exemple : les consommateurs sont plus sensibles, à valeur égale, à la perte qu'au gain. Le langage utilisé a également son importance : parler de taxe plutôt que d'indemnité conduit à l'impopularité d'une mesure même si l'objectif est de générer des recettes redistributives. Les réactions comportementales sont bien à prendre en compte dans le design politique et il est utile de compléter les mécanismes de taxation par d'autres outils non monétaires comme l'information, la sensibilisation ou encore le « nudging ».

Ces éléments nous amènent maintenant à creuser la théorie des nudges développée par Thaler et Sunstein et publiée en 2008. Il s'agit d'une nouvelle approche relative à la prise en compte, dans la réflexion en matière de politiques publiques, de la psychologie des comportements économiques.

Chapitre 2 : La théorie des nudges

Richard Thaler et Cass Sunstein ont donc conceptualisé le nudge en 2008. Le premier est spécialisé en économie comportementale et prix Nobel d'économie depuis 2017. Il enseigne au sein de la Business School de l'université de Chicago. Le second, également enseignant à la Business School de l'université de Chicago, est juriste. Il a appliqué les découvertes de la psychologie sociale aux analyses juridiques et économiques.

A noter que l'approche par les nudges a permis de rendre crédibles les contributions de la psychologie des comportements économiques à l'intervention publique. En 2009, Barak Obama, alors Président des Etats-Unis d'Amérique crée le "Bureau de l'Information et de la Réglementation" avec Sunstein comme président. En 2015, c'est l'Équipe des sciences comportementales et sociales", chargée d'accompagner les agences fédérales, qui est créée par la Maison Blanche. En 2010, David Cameron, en Grande-Bretagne, après avoir rencontré Thaler et été élu, crée la "Behaviorial Insights Team" ; avec comme objectif de pousser les Britanniques à prendre les bonnes décisions. Ces initiatives sont reprises par l'Australie, le Canada, les Pays-Bas ou l'Allemagne. Par la suite, l'Inde, le Pérou ou Singapour leur emboîtent le pas. *"Des institutions internationales de premier plan telles que la Banque mondiale, les agences des Nations-Unies, l'OCDE et l'UE mettent en place des unités d'analyse du comportement afin d'accompagner l'élaboration de leurs programmes"*⁷.

Thaler et Sunstein (2010) fondent la théorie des nudges sur différentes notions : le concept de paternalisme libertaire, la critique du concept d'homo economicus, les enseignements de l'économie comportementale, et la notion d'architecture du choix ou framing. Nous proposons de les passer en vue dans les pages qui suivent.

Le paternalisme libertaire

L'intervention publique suppose un certain paternalisme et Thaler et Sunstein (2010) avancent le concept de paternalisme libertaire.

Thaler et Sunstein (2010) expliquent que, bien que les vocables paternalisme et libertaire puissent sembler contradictoires, s'ils sont bien compris, constituent l'incarnation du bon sens. Les auteurs expliquent que l'aspect libertaire renvoie au respect de la liberté de tous les

⁷ Jacquemet, N., & L'Haridon, O. (2021). *Économie comportementale des politiques publiques*. La Découverte. Page 22.

individus. Chacun doit être libre de prendre la décision qu'il veut et également de changer d'avis au besoin. L'idée est donc de concevoir des politiques qui respectent cette liberté de choix voire d'optimiser cette liberté.

En ce qui concerne l'aspect paternaliste, il renvoie à la conviction qu'il est légitime d'aiguiller les individus vers les choix qui sont susceptibles d'améliorer le bien-être et la qualité de vie. Dès lors, il s'agit d'influencer les décisions « *de façon à promouvoir les intérêts des gens, tels qu'ils les conçoivent eux-mêmes* »⁸ Pour Thaler et Sunstein, « *le paternalisme libertaire est une variété relativement bénigne et non intrusive de paternalisme* »⁹ car les individus ne sont pas pénalisés en cas de mauvaises décisions et les choix réalisés ne sont pas irréversibles. Il n'y a aucune contrainte à changer de comportement. L'approche défendue par les auteurs est néanmoins paternaliste car les architectes du choix orientent délibérément les décisions vers une maximisation du bien-être au moyen de la « *méthode douce, le nudge*. ».

Ouvrard (2019), dans son article « Les nudges pour améliorer l'environnement en économie publique »¹⁰ revient sur le concept de paternalisme libertaire. Il le définit comme la mise en place de mesures pour aider les agents économiques à prendre de meilleures décisions pour améliorer leur bien-être mais de manière non contraignante et simple. Le fait que le régulateur pense mieux savoir que les agents ce qui est bon pour eux-mêmes renvoie à la notion de paternalisme.

Il revient également sur le rôle essentiel de l'économie expérimentale quant à la critique du concept d'homo economicus que nous abordons ci-après.

Ouvrard (2019) présente également un concept proche du paternalisme libertaire de Thaler et Sunstein : le paternalisme asymétrique de Camerer et al. (2003). Le premier insiste sur la notion de liberté d'agir, le second sur le fait que l'intervention ne devrait pas être coûteuse pour des individus parfaitement rationnels.

⁸ Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Vuibert. Page 5.

⁹ Ibid. Page 5.

¹⁰ Ouvrard, B. (2019). Les nudges pour améliorer l'environnement en économie publique. *Revue française d'économie*, XXXIV, 3-60. <https://doi.org/10.3917/rfe.192.0003>

La critique du concept d'homo economicus

Thaler et Sunstein (2010) reprennent la critique du concept d'homo economicus et mettent en opposition les figures de « simples mortels » et d'« écônes ». L'écône ou homo economicus est présenté par les auteurs comme un surhomme doté des capacités intellectuelles d'Einstein, de la mémoire d'un superordinateur et de la maîtrise de soi de Gandhi. A contrario, le simple mortel oublie les anniversaires, privilégie le plaisir de manger à sa santé et a des difficultés en calcul mental.

Avec ce constat, Thaler et Sunstein (2010) mettent en lumière les apports de l'économie comportementale sur l'irrationalité de l'être humain et le fait que la prise de décision est biaisée et empreinte d'influences. Comme le souligne Singler (2015) dans son ouvrage « Green Nudge », cette irrationalité est néanmoins, grâce à l'économie comportementale, prévisible. Des décennies d'expérimentation ont permis de définir une systématisation des biais et influences. L'instauration d'un coup de pouce consiste à considérer la psychologie des comportements et à aménager l'environnement en conséquence pour guider le simple mortel vers la bonne décision.

L'approche par les nudges s'appuient sur les “anomalies de comportement” relevées par l'économie comportementale. Les anomalies de comportement renvoient aux motivations psychologiques dont relèvent les décisions différentes de celles prévues par l'approche en économie classique ; et donc contraire à l'intérêt du décideur. Certaines de ces anomalies ont déjà été citées précédemment : l'aversion aux pertes, le biais d'immédiateté ou encore l'impact sur l'image de soi. Ces anomalies de comportements constituent des biais cognitifs. Pour Thaler et Sunstein (2010), le régulateur doit intervenir parce que les agents ne peuvent pas maximiser leur bien-être en raison des biais de rationalité. Ce qui nous amène au point suivant.

Les biais cognitifs

Dans leur ouvrage « Nudge », Thaler et Sunstein (2010) consacrent trois chapitres au développement de l'origine de ces anomalies de comportements : « Des biais et des bourdes », « Résister à la tentation » et « Les comportements grégaires ».

Les auteurs reviennent d'abord sur les mécanismes de la pensée. Ils expliquent que la pensée humaine est composée de deux systèmes qui coexistent. Un « système automatique », faisant appel à la pensée intuitive et aux réactions instinctives ; et un « système réflexif » en référence à la pensée consciente et rationnelle. « Le système automatique » aussi appelé en psychologie

Système 1 est décrit comme « *non contrôlé, sans effort, associatif, rapide, inconscient* » et exprimant un talent. Le « système réflexif » ou Système 2, quant à lui, est décrit comme « *contrôlé, déductif, lent, conscient* » exigeant des efforts et appliquant des règles. Il ressort que le système de pensée automatique prend souvent le pas sur le système réflexif. Les auteurs soulignent néanmoins qu'il est possible, au moyen de beaucoup de temps et d'efforts, d'entraîner, d'affiner le système automatique ; comme c'est le cas pour les sportifs de hauts niveaux par exemple. Mais pourquoi le système automatique prend-t-il généralement le dessus ? Nos modes de vie à 100km/h, combinés à la masse importante d'informations dans laquelle nous baignons, ne nous permettent pas de prendre le temps d'analyser toutes les situations avant d'arrêter une décision. Pour pallier cet état de fait, nous avons recours à des raccourcis mentaux pour gagner du temps. Thaler et Sunstein (2010) parlent de « *règles empiriques* » ou heuristiques. Ces raccourcis ont pour objectif d'amoinrir les difficultés liées au traitement de l'information et relèvent du système automatique. Tversky et Kahneman (1974) ont identifié 3 heuristiques : l'ancrage, la disponibilité et la représentativité¹¹. Cependant, l'utilisation de ces heuristiques n'est pas optimale. Il existe un risque de distorsions des perceptions réunis sous le vocable de « biais cognitifs ».

« L'ancrage »

Le processus d'« ajustement-ancrage » consiste à résoudre un problème en partant d'une donnée que l'on connaît et en l'ajustant dans le sens qui nous semble correct. Ce processus est par essence source de biais car les ancrages de chacun sont différents. Thaler et Sunstein (2010) donnent en exemple l'estimation du nombre d'habitants d'une ville « X ». Les personnes habitant une grande ville « A » auront comme ancrage, point de départ de leur réflexion, le nombre d'habitants de leur propre grande ville. Imaginons que la ville « X » soit plus petite que « A ». En comparaison, la même question est posée aux habitants d'une troisième ville « B », elle plus petite que « X ». Les habitants de « A » vont donner comme réponses un chiffre beaucoup plus élevé que les habitants de « B », partis d'un point d'ancrage réduit.

« La disponibilité »

L'heuristique de disponibilité est en relation étroite avec les connaissances et l'information dont chacun dispose. Il s'agit de la facilité avec laquelle nous allons trouver des exemples de telle ou telle situation. A la question « Pensez-vous avoir un risque de contracter le Covid ? »,

¹¹ Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Vuibert. Page 25.

les réponses peuvent varier. Un individu dont l'entourage n'a pas été touché pensera avoir moins de risque voire aucun risque de contracter le Covid. A contrario, une personne ayant connaissances de cas de Covid plus ou moins proche au sein de son entourage pensera avoir un risque accru de contracter le virus. L'accessibilité et la saillance de l'information joue un rôle prépondérant. Ainsi, les situations faisant appel au vécu, extraordinaires ou récentes impactent plus fort les comportements. Thaler et Sunstein (2010) avancent que le système automatique « *a une conscience aiguë du risque* »¹². Cette heuristique apporte donc des explications relatives à nos comportements face aux risques en ce compris la prise de décision concernant leur prévention. Par exemple, une assurance décès peut être souscrite après un décès dans la famille. De la même manière que l'heuristique d'ancrage, l'heuristique de disponibilité est, par nature, source de biais. En effet, en fonction de son histoire, de sa situation, ou de l'actualité, chacun va émettre ses propres probabilités, plus ou moins importantes, vis-à-vis de tel ou tel risque.

« La représentativité »

Par représentativité, on peut entendre similarité. Il s'agit des critères de ressemblance à une image ou à un stéréotype qui font qu'un objet, ou un sujet, devient représentatif. Par exemple, face à deux hommes ; l'un mesurant 2m10 et l'autre mesurant 1m75, nous attribuerons la carrière de joueur de basket professionnel au premier. Or, il s'agissait de la profession du deuxième. Voici un premier exemple du biais de représentativité. Bien que les stéréotypes se montrent parfois corrects, utiliser l'heuristique de représentativité entraîne un risque d'erreur de perception, d'autant plus quand les événements sont liés au hasard. Entre autres exemples Thaler et Sunstein (2010) mettent en avant celui de la « main chaude »¹³. Il s'agit de la conviction que les joueurs de basket professionnel font preuve de « tirs réussis en série ». Si un joueur a marqué un, ou mieux, plusieurs paniers dans les minutes venant de s'écouler, son prochain tir sera forcément réussi : il est « on fire ». Pourtant, les auteurs citent Koehler et Conley (2003) qui ont réalisé un test lors du concours de tirs à 3 points organisé par la NBA dans le cadre du All Star Weekend. Ceux-ci n'ont décelé aucune prépondérance de séries. Le risque lié à cette heuristique est de confondre ce qui tient de l'aléatoire avec des liens de cause à effet.

¹² Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Vuibert. Page 27.

¹³ Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Vuibert. Page 31.

« Optimisme et excès de confiance »

L'être humain fait preuve d'un optimisme à toute épreuve. Nous avons tendance à penser que, pour nous, ça se passera bien ou encore à surestimer nos propres capacités ou chances de réussite. Des étudiants interrogés en début d'année sur leur probabilité de réussite en fin d'année scolaire donneront un taux de réussite plus important que le taux de réussite effectif. Alternativement, le nombre de mariages ne diminuent pas et la plupart des couples, le jour de la cérémonie pensent que leur mariage durera alors que 50% des mariages se soldent par un divorce (Mahar 2003). Cet optimisme chimérique nous amène à prendre des risques notamment en matière de santé ou de vie quotidienne. C'est le cas pour le risque d'accident de voiture, la réticence des fumeurs à croire qu'ils risquent un cancer ou le risque d'avoir un jour un problème avec l'alcool par exemple. Thaler et Sunstein (2010) explique que cet « *optimisme irréaliste* », qui caractérise la plupart des gens, les amènent à « négliger de prendre des mesures préventives ».¹⁴ Une intervention douce consistant à rappeler un événement dramatique pourrait amener les gens à plus de réalisme. C'est là que l'heuristique de disponibilité entre en action.

Les sources d'inertie

D'abord, *l'aversion à la perte*. En comparaison au gain, nous exécutons deux fois plus perdre quelque chose. En 1991, Kahneman, Knetsch et Thaler ont procédé à une expérimentation en classe¹⁵. La moitié des étudiants a reçu un mug aux couleurs de l'université. Dans la salle, ils ont dû s'installer de manière que chaque détenteur de mug soit à côté d'un étudiant qui n'en avait pas reçu. Les possesseurs de mugs devaient dire à combien de dollars ils étaient prêts à le laisser. Et les autres étudiants devaient eux dire à combien de dollars ils étaient prêts à acheter le mug. Il s'avère que les montants allaient du simple au double. Si une partie des étudiants est prête à dépenser 5 dollars pour acheter le mug, l'autre moitié ne le vendra pas au-dessous de 10 dollars. Cette aversion à la perte nous amène à, d'une part refuser certaines opportunités, et d'autre part contribue à une résistance aux changements, même si ceux sont bénéfiques. Ensuite, le *biais du statu quo*. Il s'avère que nous avons tendance à nous conforter dans notre situation actuelle et souvent nous restons en « pilotage automatique ». De cette manière, nous n'avons pas à mobiliser de ressources attentionnelles. Une fois un plan d'assurances souscrit, rares sont ceux qui le font réviser au fil de leur vie active. Tout comme beaucoup ne résilient

¹⁴ Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Vuibert. Page 35.

¹⁵ Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Vuibert. Page 36.

pas un abonnement après le premier mois d'essai gratuit, ou après une période d'utilisation plus ou moins longue même s'ils n'en ont plus besoin. Thaler et Sunstein (2010) indiquent que « *l'option par défaut* » constitue une puissante combinaison de ces deux sources d'inertie. Les « options par défaut » agissent ainsi « *comme de puissants nudges* »¹⁶ Nous partons généralement du principe que c'est le meilleur choix qui est proposé étant donné qu'il est approuvé par l'organisme qui le présente. De surcroît, il est confortable de ne pas mobiliser de ressources pour en changer. Il est donc nécessaire, pour les décideurs, de toujours réfléchir, effectivement, au meilleur choix possible.

« Résister à la tentation »

L'impact de la tentation sur nos décisions est mis en lumière. Assurément, nous sous-estimons l'effet de nos envies sur nos choix. Thaler et Sunstein (2010) mobilisent le concept de « décalage d'empathie entre le chaud et le froid », théorisé en 1996 par Lowenstein, économiste comportemental. Lorsque nous réfléchissons « à froid », nous ne concevons pas à quel point notre comportement va être affecté « à chaud » lorsque nous serons dominés par nos envies. Il paraît ici pertinent de donner un exemple récent, bien que personnel, que les lecteurs accepteront, j'espère. J'ai donc expérimenté un « décalage d'empathie entre le chaud et le froid » en me rendant dans une galerie commerciale. Mon objectif était clair : acheter « juste » 2 cadres chez *Action*. En entrant, je vois que c'est le week-end de la Braderie et passe justement devant l'étalage d'un magasin de vêtements pour enfants. Alors que je n'avais absolument pas l'intention d'acheter des vêtements pour ma fille en entrant dans la galerie, j'en ressorts avec 4 pièces (c'était 3+1 offerte), et heureusement les 2 cadres. L'idée est que la maîtrise de soi de l'individu se base sur la coexistence d'un « moi prévoyant », qui relève du système réflexif ; et d'un « moi agissant » qui est relatif au système automatique. Le « moi agissant » est soumis au désir et à la tentation tandis que le « moi prévoyant » va mettre en place des stratégies pour résister à cette tentation. Au regard de la prédominance du système automatique, il ne faut donc pas sous-estimer l'impact du désir lors de la prise de décision. Il est bien entendu possible de mettre en place des stratégies de self-control en tentant de dominer le « moi agissant » en écrivant une liste avant d'aller faire les courses ou en programmant deux alarmes réveil à 10 minutes d'intervalle par exemple. Les incitations financières ou les taxes peuvent, à une autre échelle, tenter de contrôler ce dernier. En parallèle de ces stratégies externes, il existe des mesures internes de contrôle connues sous le nom de « comptabilité mentale » utilisée de

¹⁶ Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Vuibert. Page 38.

manière répandue pour contrôler les dépenses. Même si l'argent ne porte pas d'étiquettes, les ménages ventilent souvent leur budget en différents postes et respectent au maximum cette ventilation. Les entreprises et institutions font de même en ventilant leur budget au moyen d'articles budgétaires.

Conformisme social

Thaler et Sunstein (2010) ne considèrent pas seulement la dimension individuelle de la prise de décision, ils développent l'existence de "comportements grégaires" permettant par des mécanismes de mimétisme d'influencer un grand nombre de personnes : c'est le nudge social. L'influence sociale est très percutante et repose sur deux grands groupes, les informations et la pression des pairs. Nous attachons effectivement beaucoup d'importance au regard des autres et surtout à ce qu'ils pensent de nous soit pour être accepté ou du moins pour ne pas être rejeté. Lors des diverses expériences menées l'information donnée par les réponses d'un groupe A au groupe B influence les réponses du groupe B et d'autant plus si le groupe B sait qu'il est observé par le groupe A. L'« effet projecteur » explique pourquoi nous nous attelons à respecter les modes et les normes sociales. Gilovich, Medvec et Savitsky ont théorisé cet effet en 2000¹⁷. L'expérience consistait à imprimer sur un t-shirt la photo d'un chanteur démodé, pour l'époque Barry Manilow. L'étudiant recruté pour l'expérience devait enfiler le t-shirt et rejoindre dans une classe un groupe d'étudiants déjà occupés à travailler. Au bout de quelques minutes, l'étudiant au t-shirt était rappelé pour « participer à une autre étude ». Il lui était alors demandé, à son avis, combien d'étudiants dans le groupe avaient remarqué son t-shirt. Le chiffre donné par « les étudiants t-shirt » tournait autour des 46%. En réalité seul 21% des « étudiants groupe » remarquaient le t-shirt. Moralité : nous accordons trop d'importance au regard d'autrui. Les effets de l'influence sociale ont été expérimentées en 2006 par Salganik et ses coauteurs par le biais d'un site Internet proposant « un marché artificiel de musique » duquel le nombre de morceaux téléchargés serait mesuré. Ils ont observé 8 groupes d'utilisateurs différents, 8 « univers ». Dans chaque univers le nombre de téléchargements étaient influencé par les premiers téléchargeurs et surtout la « chanson succès » variait d'un univers à l'autre. « Une même chanson pouvait être un succès ou un fiasco simplement parce que d'autres personnes, au début, avaient été vues en train de la télécharger, ou non ».¹⁸ Il ne faut pas non plus sous-estimer l'impact de l'« effet mesure ». C'est l'idée que lorsque nous annonçons nos

¹⁷ Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Vuibert. Page 65.

¹⁸ Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Vuibert. Page 66.

intentions de choix, nous faisons en sorte de nous y conformer. Cet effet est accentué lorsque l'on demande aux gens quand et comment ils vont concrétiser leurs intentions. Dans le même ordre d'idée, Singler (2015) parle de la notion de pré-engagement, nous y reviendrons.

Conclusion

La conclusion de Thaler et Sunstein (2008) est que l'être humain est faillible, souvent en pilotage automatique. En effet, les individus vivent dans un monde complexe, surchargé en informations et de surcroît, ils manquent de temps pour prendre des décisions de manière posée et rationnelle. Pour remédier à cette réalité, ces derniers recourent à une série de raccourcis mentaux, des heuristiques issues du système de pensée automatique. Néanmoins, celles-ci sont sources d'erreurs de perception et génèrent des erreurs d'appréciation pouvant engendrer de mauvaises décisions. A ces heuristiques s'ajoutent des biais cognitifs, comme l'aversion à la perte ou le biais du statu quo, qui freinent le changement. Par ailleurs, l'impact du désir, des envies, sur nos décisions et nos choix sont à prendre en considération. Tout comme les stratégies de self-control pouvant être mises en place. De plus, il ne faut pas sous-estimer la puissance de l'influence sociale qu'elle soit relative à l'information que nous recevons de nos pairs ou aux pressions sociales que nous percevons. Avec le nudge, il s'agit donc d'attirer l'attention de chacun pour orienter de manière bienveillante vers la meilleure décision.

Ces petits « coups de pouce » sont en lien avec le framing, la façon de présenter les choses. Car en effet, les choix dépendent en partie de la façon dont les problèmes sont formulés. Nous en venons ainsi à la notion d'architecture du choix.

L'architecture du choix

Thaler et Sunstein (2010) définissent le nudge par « *tout aspect de l'architecture de choix qui modifie de façon prévisible le comportement des gens sans interdire aucune option ou modifier de façon significative les incitations financières. Pour être considérée comme un simple nudge, l'intervention doit pouvoir être évitée facilement et à moindre frais.* »¹⁹

Afin d'appréhender cette notion d'architecture du choix de manière pratique, nous proposons une brève synthèse du chapitre consacré à cette dernière par Thaler et Sunstein (2010). Les auteurs mettent en lumière le principe de « compatibilité stimulus-réponse » en lien avec la

¹⁹ Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Vuibert. Page 6.

prédominance du système de pensée automatique. De nombreuses expérimentations ont démontrés les automatismes ancrés dont les individus font preuve. Par exemple, une poignée de porte imposante induit que l'on doit tirer la porte pour ouvrir ; ou encore un panneau sur lequel on peut lire « go », s'il est rouge et octogonal va malgré tout pousser à l'arrêt. Il y a lieu de tenir compte de ces automatismes lors de la réflexion sur la façon de présenter les choses. Thaler et Sunstein (2010) proposent aussi, en lien avec la tendance à l'inertie, le principe d'« option par défaut » qui fait partie de l'architecture du choix. Aider les « simples mortels » à prendre une décision, c'est aussi pratiquer le retour d'informations comme le font les ordinateurs portables quand il est temps de les mettre en charge. Dans le même ordre d'idée, il est aussi utile de donner des repères tangibles et compréhensibles. Lors de l'achat d'un appareil photo numérique, il peut être difficile de se rendre compte de l'impact du nombre de mégapixels sur la qualité des photos. Concrétiser cette information par la mention de la taille de photo imprimée en haute qualité maximale serait pertinent. Il peut également s'agir d'anticiper les erreurs, comme la voiture sonnante pour avertir que les ceintures de sécurité ne sont pas attachées.

De plus, les auteurs expliquent le principe de « stratégie compensatoire par valeur d'attributs », utilisé lorsque l'individu est face à un choix complexe. « *La recherche en science sociale révèle que lorsque les choix sont nombreux et/ou variant sur plusieurs dimensions, les gens ont plus de chance d'avoir recours à des stratégies simplificatrices.* »²⁰ Ils donnent l'exemple de la recherche d'un nouvel appartement dans une grande ville au sein de laquelle il y aurait des centaines de locations possibles. Afin d'arrêter un choix, le futur locataire va alors définir des critères : montant du loyer, distance par rapport au lieu de travail, accès aux transports en commun...

L'enjeu de l'architecture du choix est double. Premièrement, la manière de présenter les options va impacter la prise de décision. Il s'agit de réfléchir à ce qui va motiver les individus. Deuxièmement, la saillance est importante. Attirer l'attention sur certains éléments va affecter la prise de l'une ou l'autre décision. Le contexte dans lequel s'effectue le choix n'est jamais neutre et influe sur la prise de décisions.

Singler (2015), dans son ouvrage « Green Nudge. Réussir à changer les comportements pour sauver la planète » avance que, « *au final, le Nudge consiste [donc] en une modification soit*

²⁰ Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Vuibert. Page 101.

de la présentation des différentes options de choix, soit de l'environnement dans lequel s'effectue ce choix. »²¹ Il explique que pour qu'une intervention soit considérée comme un nudge, elle doit présenter quatre caractéristiques. Premièrement, l'objectif visé par le changement de comportement doit être au bénéfice de l'individu ou de la collectivité. Deuxièmement, l'architecture du choix doit être modifiée. Il peut s'agir de modifier un mot ou une phrase dans la présentation des options ou encore de modifier l'ordre dans lequel elles sont présentées. Cela peut aussi relever d'un changement dans l'environnement au sein duquel le choix est posé ou de la mise en lumière d'une information spécifique. Singler (2015) attire l'attention sur le fait qu'il n'y a pas de modifications ou de suppression d'options ni de leurs caractéristiques. Troisièmement, la liberté de choisir ou de ne pas choisir doit être totale. Pour finir, avec un nudge, il s'agit d'activer une mécanique psychologique comme levier efficace dans une situation donnée.

Le concept de Nudge

Après s'être arrêté sur les différents éléments du concept, il semble à présent opportun de synthétiser la théorie des nudges et d'en donner une définition. Pour ce faire, l'article de Benjamin Ouvrard (2019) « Les nudges pour améliorer l'environnement en économie publique », en lien direct avec la préoccupation de ce travail, est mobilisé²².

L'auteur explique que depuis la publication de Thaler et Sunstein en 2008, différents auteurs ont défini ou redéfini le concept de nudge : Barton et Grüne-Yanoff (2015), Hansen (2016), Alcott et Taubinsky (2015), ou encore Hagman et al. (2015). Ouvrard (2019) cite Safire (2008) en posant que « nudge », qui peut être traduit littéralement par coup de coude, est un terme déjà utilisé par Thomas Hobbes, philosophe, en 1675. Dans la définition de Thaler et Sunstein (2010), le nudge, instrument incitatif, relève de l'architecture du choix ; donc, de la manière dont les choix sont présentés aux individus. Le nudge est non coercitif et ne modifie pas l'ensemble des choix et actions possibles. Un pollueur reste en capacité de polluer sans que le coût de pollution soit modifié par exemple. La définition de Barton et Grüne-Yanoff (2015) se rapproche de celle de Thaler et Sunstein (2008), ils placent le nudge entre la persuasion à l'aide d'arguments faisant appel à la rationalité ; et la coercition qui impose une décision aux

²¹ Singler, E. (2015). *Green Nudge: Changer les comportements pour sauver la planète*. Pearson. Page 103.

²² Ouvrard, B. (2019). Les nudges pour améliorer l'environnement en économie publique. *Revue française d'économie*, XXXIV, 3-60. <https://doi.org/10.3917/rfe.192.0003>

individus. Hansen (2016) intègre dans sa définition des leviers sur lesquels peut s'appuyer la construction d'un nudge en utilisant les biais cognitifs et habitudes. Il s'agit de toute intervention ayant pour objectif de changer le comportement des individus au moyen des leviers que fournissent les limites cognitives, les préjugés et les habitudes étudiées dans la prise de décision individuelle. Pour lui, le nudge doit être peu coûteux non seulement au niveau monétaire mais aussi au niveau psychologique. De plus, donner une information factuelle ne relève pas des limites et biais cognitifs, habitudes et routines mais plutôt de l'information imparfaite. Hansen (2016) est en désaccord avec Barton et Grüne-Yanoff sur ce point. Hansen (2016) est également en désaccord avec Alcott et Taubinsky (2015), pour qui l'information délivrée jouerait un rôle important auprès des individus à qui il manquerait une connaissance spécifique. Le concept de « nudge pur » serait alors utilisé pour provoquer une prise de conscience chez les individus.

Pourquoi influencer la décision ? Quant à l'objectif derrière l'utilisation du nudge, Ouvreard reprend Hagman et al. (2015) qui font la distinction entre les nudges prosociaux, en vue d'améliorer le bien-être de l'ensemble de la société ; et les nudges individuels dont l'objectif est d'améliorer le bien-être des individus. Néanmoins, ne peut-on pas considérer que les bénéfices individuels peuvent rejaillir sur l'ensemble de la société ? Par exemple un nudge guidant l'individu vers une consommation alimentaire plus saine a pour objectif d'amener vers un meilleur état de santé et par extension maximise son bien-être. De plus, si les citoyens sont en bonne santé, il est raisonnable d'émettre l'hypothèse que la charge des frais de soins de santé pèse moins lourd sur les finances publiques, qui peuvent être attribuées à d'autres portefeuilles et ainsi maximiser ainsi le bien-être de l'ensemble de la société.

Ouvreard (2019) propose à la suite de cet état des lieux, sa définition du concept de nudge : « *un nudge est une action simple et pas ou peu coûteuse (tant dans sa mise en place que pour l'éviter), non contraignante et qui ne modifie pas l'architecture des choix, dont le but est d'orienter les individus afin qu'ils prennent des décisions améliorant leur bien-être ou, plus généralement, celui de la société dans son ensemble. Cette action peut relever de biais psychologiques (présentation particulière des différentes options, option par défaut, tec.) ou peut revêtir la forme d'une information permettant d'activer ou de neutraliser un biais comportemental.* »²³

²³ Ouvreard, B. (2019). Les nudges pour améliorer l'environnement en économie publique. *Revue française d'économie*, XXXIV, 3-60. <https://doi.org/10.3917/rfe.192.0003>. Page 15.

Pour l’auteur, le nudge peut relever de l’information quand il s’agit de la rationalité limitée des agents économiques. Cette rationalité peut être limitée en raison de la complexité du contexte de décision ou de l’inattention des agents. Avec un nudge, « *il s’agit alors de présenter le contexte de décision de façon que l’agent puisse être en mesure de prendre correctement ses décisions.* »²⁴

Les nudges verts

Formé en management et sciences politiques, Eric Singler a publié en 2015 l’ouvrage « Green Nudge, Réussir à changer les comportements pour sauver la planète ». Ce dernier est considéré comme le « pape » du Nudge en France. Il est directeur général du groupe BVA (Institut d’études et de sondages français et l’un des 20 premiers groupes mondiaux d’études marketing). Il a également créé la BVA Nudge Unit et « think tank Nudge France ».

Il s’agit ici de reprendre « Green Nudge » afin de mettre en avant les 10 nudges verts explicités par Eric Singler (2015). Dans son ouvrage l’auteur présente différents exemples de « Green Nudge » relatifs aux différentes dimensions du développement durable. Ces derniers ont trait, soit à la sauvegarde de l’environnement au sens strict (réduction des consommations énergétiques, énergies renouvelables, limitation de la production de déchets, utilisation des transports en commun ...) ; soit à la dimension sociale du développement durable en lien avec la pauvreté, la santé publique, l’éducation ou encore les inégalités.

Architecture de choix par défaut

Comme nous l’avons déjà abordé, les architectures de choix sont omniprésentes et ont un impact important sur la prise de décision sans que les individus en aient conscience. Eric Singler souligne qu’elles « *fonctionnent comme des recommandations implicites* »²⁵ au moyen de deux leviers : le biais d’inertie et le concept d’influence sociale.

Les normes sociales

L’être humain est social par nature. Avec un nudge de type « normes sociales », il s’agit de communiquer une information relative au comportement d’autrui « *à un moment pertinent dans le processus de décision* »²⁶. L’individu va alors adapter son comportement pour s’aligner à la norme sociale perçue.

²⁴ Ouvrard, B. (2019). Les nudges pour améliorer l’environnement en économie publique. *Revue française d’économie*, XXXIV, 3-60. <https://doi.org/10.3917/rfe.192.0003>. Page 16.

²⁵ Singler, E. (2015). *Green Nudge: Changer les comportements pour sauver la planète*. Pearson. Page 108.

²⁶ Singler, E. (2015). *Green Nudge: Changer les comportements pour sauver la planète*. Pearson. Page 118.

La saillance

Il a été mis en avant que nos ressources attentionnelles sont limitées. Il est impossible de disposer à tout moment de toutes les informations nécessaires à la prise de décision rationnelle. En lien avec cette notion de disponibilité mentale, plutôt que de convaincre, l'enjeu est alors d'activer des préférences existantes en mettant en avant, en rendant saillant, un élément pour capter l'attention. Ce type de nudge souligne la complémentarité avec les outils traditionnels et particulièrement celui de sensibilisation et d'information. En effet, la communication permet d'apprendre et de comprendre ; le nudge par saillance agit sur le déclenchement du comportement souhaité. Ainsi, l'éducation et le nudge se renforcent réciproquement. Ce type de nudge s'adresse au système de pensée automatique avec la prégnance de signifiants tels que les icônes, les couleurs, les sons...

Le retour d'information

Le fait de ne pas forcément se rendre compte des conséquences dommageables de nos différentes décisions bride l'adoption de comportements vertueux. Il s'agit alors, en plus de capter l'attention des individus au bon moment, d'assurer un « retour d'information adéquat » quant aux conséquences relatives au comportement adopté. Ce retour d'information peut encourager les individus à changer ce comportement. Mais ce dernier relèvera du nudge uniquement s'il respecte des caractéristiques de saillance, de simplicité et de temporalité.

Les micro-incitations et les récompenses

Les incitations économiques classiques, s'adressant au système de pensée réflexif, sont largement utilisées sous formes de primes ou à l'inverse de taxes pour encourager ou décourager l'un ou l'autre comportement. L'homme étant partiellement rationnel, ces politiques se montrent partiellement efficaces. De plus, elles peuvent être coûteuses. Avec une logique différente, le nudge utilise la même mécanique au travers des micro-incitations et récompenses. Il s'agit dès lors de créer un élément déclencheur pour un comportement souhaité en activant une préférence existante. Ces incitations vont juste donner un signal pour amorcer le bon comportement.

Le pré-engagement

Les individus attachent de l'importance à leur image de soi et à celle qu'ils renvoient aux autres. Avoir une image valorisante pour soi-même ou pour autrui est en lien avec la notion de pré-engagement. En effet, cette valorisation peut passer par le fait de garantir la cohérence entre ce que l'on exprime publiquement et ce que l'on fait effectivement. De ce fait, exprimer un

engagement avant de passer à l'action constitue un moteur, un « amplificateur de volonté » pour respecter cet engagement et donc ne pas risquer de (se) décevoir. En outre, être convaincu du bienfondé de quelque chose, être animé par une motivation intrinsèque est porteur en terme de concrétisation.

Le cadrage des informations

Il s'agit ici de prendre en compte et réfléchir la manière dont les choses sont présentées. L'être humain peut être autant influencé par la forme que revêt une information que par l'environnement dans laquelle elle se trouve. Ce cadrage de l'information peut être utile pour répondre à certains biais cognitifs ou mécanismes psychologiques. Nous savons que l'individu, au vu de la multitude d'informations à traiter, utilise des raccourcis pour arriver à une décision rapide et facile. Choisir les bons mots pour encourager le comportement souhaité s'avère être un levier. Par exemple choisir de nommer un paquet de frites de 71g « normal » plutôt que « petit » incitera à choisir la portion normale (cfr expérimentation de Pierre Chardin et *al.*, 2013, INSEAD)²⁷. En ce qui concerne le biais d'immédiateté, multiplier les moments de décisions constitue une réponse. Plutôt que de s'arrêter sur la décision initiale, créer de nouveaux points de décisions répétés permet de réactiver la prise de conscience vis-à-vis du comportement. C'est ainsi que Nestlé Canada a décidé de compartimenter ses boîtes de Smarties²⁸ amenant le consommateur à se demander s'il mange encore un compartiment ou pas. Il est aussi possible de compenser un éventuel effet rebond en l'anticipant et en présentant l'action de manière à réduire celui-ci. Singler (2015 : 161) reprend l'exemple d'une expérimentation menée aux U.S.A. dans le cadre de la lutte contre l'obésité au sujet du potentiel effet de compensation après un exercice physique (comme j'ai fait de l'exercice, je peux m'autoriser un excès alimentaire). La même marche d'1 km suivie d'un buffet est proposée à deux groupes ; l'une est présentée comme un exercice physique, l'autre comme une activité « fun » en groupe. Les participants à la marche « exercice physique » ont consommé plus de nourriture.

La simplification

Comme nous l'avons déjà abordé, nous vivons dans un monde complexe surchargé d'informations en tout genre. Pour répondre à tous ces stimuli et être capable de prendre des

²⁷Op cit Singler, E. (2015). *Green Nudge : Changer les comportements pour sauver la planète*. Pearson. Page 156.

²⁸ Singler, E. (2015). *Green Nudge : Changer les comportements pour sauver la planète*. Pearson. Page 158.

décisions plus rapidement, nous prenons des raccourcis. Singler (2015) parle de la paresse de notre système réflexif quand il s'agit de développer des efforts pour traiter l'information. L'idée est alors de rendre l'information la plus accessible possible. Il faut aller chercher l'heuristique de disponibilité et simplifier toutes les étapes menant à la prise de décision. L'un des exemples proposés est celui d'un sticker collé à mi-hauteur dans une baignoire indiquant la limite à ne pas dépasser en se faisant couler un bain pour rester respectueux de l'environnement.

La réciprocité et la reconnaissance

Dans le même ordre d'idée que nos décisions peuvent être influencées par les décisions d'autrui, nous sommes également touchés par les réactions que les autres ont vis-à-vis de nos comportements. La réciprocité relève de l'ajustement de notre comportement à la manière dont l'autre se comporte avec nous. En somme, il s'agit de « renvoyer la pareille » que ce soit de manière positive, ou négative d'ailleurs. La reconnaissance quant à elle, a trait à l'aptitude d'autrui à reconnaître nos qualités ou celles de nos actes. Singler (2015) revient sur une expérimentation menée en Zambie²⁹ dont l'objectif était de favoriser la diffusion de préservatifs. Des chercheurs se sont associés à une organisation locale travaillant avec des coiffeurs et barbiers de la ville de Lusaka. L'information et la vente de préservatifs se déroulaient chez les coiffeurs et barbiers qui avaient été identifiés comme supports pertinents. Les ventes de préservatifs au sein de 4 groupes ont été étudiées. Le premier groupe contrôle n'a reçu aucune incitation à la vente de préservatifs. Au deuxième groupe était proposée une incitation financière minime et au troisième une incitation financière plus importante. Dans le quatrième groupe était proposé un présentoir indiquant la contribution du salon à la santé publique et chaque paquet de préservatifs vendu rapportait une étoile à coller sur le présentoir. C'est dans ce dernier groupe que le plus de paquet de préservatifs a été vendu.

L'émotion et l'affect

Il s'agit ici de prendre en considération l'aspect émotionnel et/ou affectif que peut prendre le framing donc la manière de présenter les choses. L'adoption d'un comportement peut être liée à la réaction affective qu'elle suscite chez l'individu, souvent en passant par un aspect ludique comme prendre l'escalier dans le métro plutôt que l'escalator parce que ce dernier fait de la musique quand on l'emprunte. Jeter ses déchets dans une poubelle parlante qui mange les

²⁹ Op cit Singler, E. (2015). *Green Nudge : Changer les comportements pour sauver la planète*. Pearson. Page 172.

déchets. Donner envie de manger des légumes aux enfants parce qu'ils sont présentés avec un nom amusant. Ou encore écraser sa cigarette dans un cendrier avant de monter dans un train, plutôt que la jeter au sol, parce qu'avec notre mégot nous avons répondu à une question ou choisi telle ou telle célébrité.

Chapitre 3 : Limites, critique et questions éthiques relatives aux nudges

La littérature académique ainsi que la littérature grise reviennent presque systématiquement sur les questions relatives aux limites et à l'éthique des nudges. Nous allons d'abord faire le point sur les limites et ensuite nous intéresser aux critiques et aux questions éthiques que posent l'application du Nudge en politique publique.

Les limites de l'approche

La classification reprise par la Fabrique écologique dans son rapport intitulé “L’incitation aux comportements écologiques : Les nudges, un nouvel outil des politiques publiques”³⁰ publié en 2016 nous semble intéressante. Les auteurs relèvent une série de limites et de risques relatifs au nudging : *l’efficacité, la durabilité, les effets pervers, l’effet direct, la définition du comportement souhaitable, et le risque de manipulation*. Les éléments relatifs à « la définition du comportement souhaitable » et au « risque de manipulation » sont traités dans la section suivante : Critique et questions éthiques.

L’efficacité

En ce qui concerne l’efficacité, plusieurs études ont démontré que les réactions aux nudges peuvent être composites. Ces réactions varient en fonction du contexte politique ou culturel, de la population, de l’idéologie, des opinions politiques, de la position de l’individu face à la norme sociale ; et peuvent parfois engendrer des réponses contraires. La multiplicité des éléments peut rendre la prédiction de résultats difficiles. De surcroît, il existe un risque de rejet lié à un sentiment de manipulation que nous développons au titre suivant, consacré à la question éthique.

La durabilité

La question de l’efficacité du nudge sur le long terme est également posée. Au sujet de la durabilité, Desautay, Alemanno, et Asségon, (2016) avance que l’effet des nudges sur le long terme dépend de leurs aptitudes à modifier en profondeur les usages mais aussi de l’impact perçu par l’individu quant à son changement de conduite. Pour exemple, un nudge “choix par défaut” permettrait de changer résolument un comportement. Selon des études relatives à la

³⁰ Desautay, C., Alemanno, A., & Asségon, C. (2016). L’incitation aux comportements écologiques. Les nudges, un nouvel outil des politiques publiques. *La Fabrique Ecologique, Futurable International, note*, (13).

consommation d'eau et d'électricité (Ferraro, Miranda, Price 2011), l'effet reproduit des normes sociales est porté à diminuer dans le temps.

Les effets pervers

Les nudges peuvent produire des effets pervers. Desautay, Alemanno, et Assémond, (2016) reprennent Mazar et Zhong (2010) qui ont démontré par expérimentation qu'une consommation plus respectueuse de l'environnement pouvait être suivie d'une augmentation de conduites anti-sociales comme la triche ou le vol. Il s'agit de l'effet de licence morale, connu en psychologie sociale, qui induit que les individus ont tendance "*à agir de manière plus vertueuse après avoir mal agi, et inversement*"³¹. Concernant les effets pervers, nous pouvons aussi envisager l'effet rebond ou paradoxe de Jevons, abordé au cours de *Question écologique, développement durable, décroissance soutenable*. Le principe est que l'amélioration ou l'économie due à un comportement plus vertueux amène potentiellement à plus de production ou de consommation.

L'effet « direct »

Par effet direct, il faut entendre impact sur le bien-être des citoyens. Il ne s'agit pas d'effets potentiels sur leur comportement mais de la manière dont ils vont se sentir au contact du nudge. Cela peut être, entre autres, considérer comme inesthétique un changement physique dans l'environnement, se sentir coupable à la suite d'une comparaison de consommation d'énergie, ou encore être choqué par certaines images. Si nous reprenons le concept de « dissonance cognitive » abordé au chapitre premier, il est envisageable que ce mal-être, cette tension psychologique ressentie au contact de certains nudges génère au final un effet pervers. Nous pensons particulièrement à l'éventuel malaise ressenti au contact d'un nudge de type « comparaison sociale » comme la comparaison entre voisins de la consommation d'électricité par exemple. Il nous semble concevable qu'une personne, plutôt que d'adapter son comportement pour qu'il soit plus vertueux, réagisse « négativement » à cette tension psychologique et adapte alors ses croyances avec des pensées du style « ce n'est pas diminuer ma consommation d'électricité qui va changer quelque chose ».

³¹ Desautay, C., Alemanno, A., & Assémond, C. (2016). L'incitation aux comportements écologiques. Les nudges, un nouvel outil des politiques publiques. *La Fabrique Ecologique, Futurable International, note*, (13). Page 15.

Critique et questions éthiques

Une première critique concernant l'approche par les nudges, selon Jacquemet et L'Haridon (2021), est la réduction de la contribution de l'économie comportementale quant à la réflexion en matière d'élaboration de politiques publiques. En effet, *“la capacité de la psychologie des comportements à éclairer les décisions économiques, et donc l'intervention publique”*³², va au-delà des anomalies de comportements. D'autres savoirs descriptifs, qui ne relèvent pas d'anomalies comportementales nécessitant un coup de pouce, sont également utiles à l'élaboration de politiques publiques. En outre, nous avons vu qu'au-delà de l'économie comportementale, d'autres disciplines académiques éclairent le fonctionnement du comportement humain. Ce serait plutôt l'apport du champ des « sciences comportementales » qui est réduit à l'application des nudges. En matière de sécurité, de santé ou d'environnement, l'objectif des décideurs est souvent de faire évoluer les comportements au nom du bien-être collectif ou dans le propre intérêt des citoyens. Même si ces derniers élaborent les politiques publiques avec convictions et intuitions, les sciences comportementales apportent des connaissances sur la complexité de la réalité humaine. Et ces dernières sont utilisées depuis plusieurs années pour conduire des mesures pertinentes mieux adaptées à cette réalité. Pour Chammat et Giraud (2019)³³, l'avènement du concept de nudge, partie visible des sciences comportementales, a entre autres, permis de rassembler et concrétiser les questionnements déjà existants quant à l'application de ce champ en politique publique.

Une seconde critique tient à la définition du concept de nudge et au vocabulaire utilisé. D'une part, la définition que donne Thaler et Sunstein (2010) peut être considérée comme large et donc sujette à interprétation (Chammat et Giraud, 2019). Reprenons la définition : *« tout aspect de l'architecture de choix qui modifie de façon prévisible le comportement des gens sans interdire aucune option ou modifier de façon significative les incitations financières. Pour être considéré comme un simple nudge, l'intervention doit pouvoir être évitée facilement et à moindres frais. Les nudges n'ont aucun caractère contraignant. »*³⁴. En effet, qu'entend-on par « simple nudge » ? Qu'est ce qui est « facilement évitable » ? Que pose-t-on derrière « modification d'incitations financières non significatives » ? D'autre part, une traduction

³² Jacquemet, N., & L'Haridon, O. (2021). *Économie comportementale des politiques publiques*. La Découverte. Page 23.

³³ Chammat rohaut Mariam, Giraud Stephan. L'éthique du nudge : pour un usage responsable d'une approche comportementale au service des politiques publiques. In: Intellectica. Revue de l'Association pour la Recherche Cognitive, n°70, 2019/1. Éthique et Sciences Cognitives. pp. 83-96;

³⁴ Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Vuibert. Page 6.

française officielle du vocable « Nudge » n'a jamais été arrêtée. Le manque de clarté autour du concept de nudge rend difficile « *les clarifications épistémologiques et éthiques sur le sujet* » (Chammat et Giraud 2019, p87). Tantôt on parle de « méthode douce » (traduction choisie par Vuibert en 2010), tantôt d'« incitation », de « coup de coude » ou encore de « coup de pouce ». Or gouverner par l'incitation n'est pas une nouveauté. Foucault (1989) parlait de « gouvernementalité » avec la mise en place de règles pour aller vers une obéissance active. Il s'agit d'instaurer la « norme ». S'inspirant du panoptique de Bentham, l'idée est d'instaurer une nouvelle forme de pouvoir par le contrôle social et l'autodiscipline. Alors que la loi délimite ce que l'on peut faire et ce que l'on ne peut pas faire ; la norme amène la notion d'échelonnement, on est plus ou moins conforme à la norme. Alors que la loi se réfère aux actes « extériorisés », la norme va être incitative et est liée à l'intériorisation des règles sociales. La notion d'incitation en politique apparaît encore plus tôt. Constant (1820) décrivait une « troisième voie pour le pouvoir » en plus de la loi et de l'arbitraire : une « action douce, adroite et indirecte sur l'opinion » afin de créer, alimenter ou orienter cette dernière. Le Nudge, lui, va plus loin en cherchant à impacter non pas l'opinion mais directement le comportement. Par ailleurs, appliquer les recherches en psychologie au pouvoir étatique n'est pas non plus une nouveauté, Flückiger (2018) mentionne la propagande et explique aussi que c'est « la cellule psychologie » de l'armée israélienne qui a inspiré à Kahneman ses premières théories d'économie comportementale lors de son service militaire. La nouveauté inhérente au Nudge réside dans le concept d'architecture du choix. Et pour revenir sur la notion de vocabulaire, selon Flückiger (2018) utiliser le vocable « choix » est trompeur. S'agit-il réellement de choix ? Nous l'avons vu, un élément central du concept de nudge est le comportement, l'impact sur le comportement, ou encore diriger vers le bon comportement. Il s'agit de parler du Nudge en français avec une traduction qui clarifie les enjeux et implications tout en faisant attention au cadrage de l'information. Ce dernier propose alors une définition plus transparente : « *Donner un coup de pouce (c'est-à-dire recourir à un nudge), c'est donner le pouvoir à un architecte du comportement de créer un environnement comportemental incitateur offrant un contexte propice à l'adoption d'un comportement déterminé sans contrainte apparente* ». (Flückiger 2018, p214)

La critique du paternalisme constitue une improbation majeure faite aux nudges. L'objectif de modifier le comportement des citoyens sans leur consentement est pointé du doigt. Pour commencer, jusqu'où peut aller l'intervention publique dans la sphère individuelle de manière légitime ? La responsabilité et la transparence propre à l'Etat semblent garantir la visée

bienveillante de son action. Cependant la notion de paternalisme ne précise ni les moyens ni les fins de l'action. Parler de paternalisme induit une certaine asymétrie en termes de ressources de connaissance et de pouvoir. Il faut noter que la vision de Thaler et Sunstein (2010) est très marquée par le contexte institutionnel. Outre-Atlantique, le côté paternaliste de leur concept de « paternalisme libertaire » constitue un argument pour la société étatsunienne très protectrice. En Europe, la situation est différente, Leclère (2017) explique qu'il est donc parfois difficile d'exporter le nudge dans d'autres contextes institutionnels au sein desquels il existe des droits sociaux (exemple pour la France : obligation de continuité, égalité et adaptabilité). Selon les secteurs, la possibilité de préserver la liberté de choix peut être en conflit avec les missions des services publics. Par ailleurs, en tant qu'institution publique, l'Etat doit faire preuve d'une transparence accrue sur les moyens qu'il emploie dans la conduite de sa politique. Or, la plupart des mécanismes des nudges fonctionnent mieux dans l'obscurité. Par essence, il y aurait donc un conflit entre la recherche d'une efficacité maximale dans l'application d'un nudge et la notion de transparence qui impliquerait la divulgation des mécanismes mobilisés lors de l'utilisation de nudges dans le cadre de politiques publiques. Du fait de sa légitimité, l'Etat dispose d'une crédibilité forte. La frontière est mince entre une recommandation et une injonction morale. Un choix privé peut donc conduire à la marginalisation voire à l'exclusion ou même à la stigmatisation d'un individu ou d'un groupe social. Leclère (2017) donne en exemple la différence entre un publicitaire qui vante les vertus de l'allaitement et une campagne nationale pro-allaitement par rapport à l'immunité infantile ; l'impact est très différent. Alors qu'on peut occulter facilement un spot publicitaire, une campagne portant le sceau de l'Etat implique une autre prise en compte. La question de l'autonomie du citoyen est également centrale. D'une part, sur quelle base les décideurs vont-ils déterminer les intérêts et les préférences de chacun ? D'autre part, qu'une intervention, pour être un nudge, doive être facilement évitable suffit-il à protéger l'autonomie des personnes ? En outre, comme le nudge agit dans l'ombre, comment fait-on pour éviter quelque chose qu'on ne remarque pas ? Et si le nudge est assez transparent, il risque malgré tout « *d'interférer avec les facultés délibératives des individus* » (Chammat et Giraud 2019, p88). Pour Hausman et Welch (2010), un nudge de type « choix par défaut » constitue un exemple d'impact sur l'autonomie. Bien qu'il soit effectivement évitable, le principe d'utiliser le biais du statu quo sciemment implique que les règles fixées par autrui impactent directement l'autonomie des personnes. Thaler et Sunstein (2010), dans leur ouvrage initial, laisse de côté ces questions déterminantes en matière d'élaboration de politiques publique.

Le risque de manipulation constitue une autre vive réprobation liée aux nudges. Utiliser les nudges, c'est utilitariser notre système de pensée automatique. Cela revient à se servir de l'aspect inconscient et émotionnel de notre fonctionnement pour nous amener à faire ce que les décideurs ont jugé le mieux pour la collectivité et pour nous même ; et ce potentiellement en dépit de nos valeurs ou à l'opposé de ce que nous aurions décidé ou choisi. Pour Chammat et Giraud (2019), la question, déjà sensible lorsqu'il s'agit d'architecture du choix, l'est d'autant plus lorsque le nudge mobilise les biais cognitifs. En ce qui concerne la notion d'architecture du choix Leclère (2017) explique que les architectes du choix sont nombreux (parents, enseignants, publicitaires ...) mais attire l'attention sur le fait qu'il ne faut pas exclure qu'un acteur intéressé par un gain individuel tire profit du concept. D'ailleurs, Thaler et Sunstein (2010) considèrent qu'il existe des "voyous" qui cherchent à manipuler les individus. Concernant cette notion de manipulation, il nous semble intéressant de revenir sur le questionnement de Flückiger (2018) quant au succès de « Nudge : Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness », titre original de l'ouvrage de Thaler et Sunstein paru en 2008. Serait-ce une parfaite illustration de leur théorie ? Utiliser un vocabulaire simple et des idées concises dans un ouvrage de vulgarisation des sciences comportementales ainsi qu'adopter un titre saillant et accrocheur en mettant en avant l'idée de bonheur, a amené à une prise en considération politique rapide avec Barak Obama dès 2009, James Cameron en 2010, puis la diffusion des nudges dans les territoires anglosaxons et finalement en Europe. Flückiger (2018) parodie le titre de l'ouvrage de Joule et Beauvois (2002) qu'il a identifié comme précurseurs de la théorie des nudges. Ces derniers ont publié, début du siècle, un ouvrage de psychologie sociale intitulé « Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens ». En effet, un « Petit traité de manipulation à l'attention des gouvernements honnêtes par les méthodes du paternalisme libertarien » aurait fort probablement eu moins de succès. D'ailleurs, Flückiger (2018) souligne que les éditeurs français et allemands ne semblent pas avoir osé traduire littéralement le sous-titre original de Thaler et Sunstein, en raison « *des éléments positifs si crédules* »³⁵ utilisés : santé, richesse, bonheur. Il s'est avéré que nous avons dans notre bibliothèque la réédition du « Petit traité » de Joule et Beauvois datant de 2014. En avant-propos, ils donnent une explication relative à leur volonté de continuer à faire connaître ce dernier. Tout d'abord, il s'agit pour eux de déontologie scientifique, le chercheur se doit de mettre la connaissance scientifique à disposition du grand public. Ensuite, il s'agit d'une

³⁵ FLÜCKIGER, Alexandre. Gouverner par des « coups de pouce » (nudges) : instrumentaliser nos biais cognitifs au lieu de légiférer ? In: Les Cahiers de droit, 2018, vol. 59, n° 1, p. 199–227. doi: 10.7202/1043690ar. Page 209.

question éthique et leur commentaire est directement en lien avec notre propos. Joule et Beauvois (2014) développent qu'au vu de « *la multiplication dans le champ social des interventions mettant en œuvre les techniques décrites dans [leur] « Petit traité de manipulation », il relève de l'éthique professionnelle de faire connaître les nouvelles pratiques rendues possibles par les connaissances scientifiques actuelles surtout quand on a pour mission d'éviter que des gens soient atteints dans leur intégrité psychologique ou physique* ». ³⁶

L'élément central en lien avec le risque ou la crainte de manipulation est la « transparence » ou non du Nudge. Est-il assez explicite ou pas ? Ce sont les nudges non transparents qui posent problèmes sur le plan éthique. Dans le cas de la mobilisation du système de pensée automatique, ils manipulent le comportement de manière non consciente et s'ils mobilisent le système de pensée réflexif, on peut parler de manipulation psychologique. À ce sujet, Bataoui et Gerard ont publié un article en 2020 sur le « rôle médiateur de l'inférence de manipulation » ³⁷.

Les auteurs annoncent que leur recherche tend à montrer que les effets des nudges ne sont pas nécessairement positifs. Certains individus ressentent, en effet, une forme de manipulation et ils expliquent qu'alors, le comportement attendu n'est pas au rendez-vous. Dans le cadre de leur recherche, Bataoui et Gerard (2020) proposent un cadrage théorique en mobilisant la théorie du double processus de pensée (automatique et réflexif) de Kahneman dont nous avons déjà parlé. L'inférence de manipulation est définie, selon Campbell (1995), comme étant l'inférence faite par le consommateur selon laquelle l'annonceur tente de le convaincre en le manipulant. Ils reprennent également Wilkinson (2013) qui pose que pour qu'une action soit manipulatrice, trois conditions doivent être remplies : la présence d'une perversion du processus de décision de l'individu, l'intention de manipuler et la restriction volontaire de l'autonomie de choix. Force est de constater que l'utilisation des nudges peut rencontrer ces conditions. Pour une utilisation éthique du Nudge, Chammat et Giraud (2019) propose une cartographie des nudges sur base du « cadre d'utilisation responsable des nudges » d'Hansen et Jespersen (2013). Il s'agit de les classer en prenant en compte la transparence d'une part et d'autre part le système de pensée mobilisé. Nous y reviendrons dans le chapitre suivant. Il faut noter que l'expérimentation menée par Bataoui et Gerard (2020) soulève le risque que survienne une inférence de manipulation à l'utilisation de nudges transparents. Utiliser un nudge moins transparent réduirait ce risque mais exposerait à la critique relative à l'éthique. Il

³⁶ Joule R-V & Beauvois J-L (2014) *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Presses universitaires de Grenoble. Page 10.

³⁷ Bataoui, S. & Gerard, J. (2020). L'adoption de comportements responsables grâce aux *nudges*: Le rôle médiateur de l'inférence de manipulation. *Revue française de gestion*, 288, 129-143. <https://doi.org/10.3166/rfg.2020.00432>

faut garder à l'esprit l'objectif initial du nudge qui est d'œuvrer pour le bien public et éviter l'écueil de détournement du nudge en « sludge » (boue) en raison de profit. Les auteurs avancent également la possibilité de réponses défensives telles que la méfiance, la résistance ou la réactance. Cela nous renvoie aux limites des nudges et à la question de l'efficacité traitée plus haut. Leclère (2017) avance d'ailleurs que l'échec d'un nudge constitue la preuve que le nudge est non contraignant et qu'il relève de préférences marquées.

Pour finir, la question de la considération du citoyen doit être prise en compte. Nos démocraties se veulent égalitaires mais nous ne sommes pas tous égaux face aux nudges. En raison de l'individualité comprenant des capacités propres, certains réagiront plus ou moins fort face à telle ou telle incitation (Chammat et Giraud 2019). N'est-ce pas là une source de discrimination ? En outre, à toutes ces questions déjà prégnantes s'ajoute la réflexion de Lodge et al. (2016) : nos décideurs sont eux-mêmes des êtres humains perméables à leur environnement, adoptant les mêmes raccourcis mentaux et sujets aux biais cognitifs comme les « simples mortels ». Or, la conduite de nudges induit que le décideur, après avoir délimité le bon comportement, détermine correctement les freins à son adoption et élabore la bonne intervention pour surmonter ces freins. Cela sous-entend-il que nos décideurs sont des êtres supérieurs ?

Chapitre 4 : Du Nudge en politique publique

Après un cadrage théorique quant au concept de nudge et la mise en lumière des limites et questions éthiques relevant de ce dernier, il y a lieu de se pencher sur les dimensions pragmatiques inhérentes au nudging. En ce sens, ce chapitre reprend brièvement les outils traditionnels utilisés en politique publique et développe le rôle complémentaire de l'utilisation des nudges en politique publique.

Les outils de politique publique utilisés

Les pouvoirs publics utilisent différents outils pour influencer sur les comportements de leurs citoyens. Traditionnellement, les outils utilisés sont les campagnes d'information et de sensibilisation, les incitations financières, la législation et l'exemplarité. Les campagnes d'information et de sensibilisation sont utilisées dans de nombreux domaines : l'économie, l'environnement, la famille, la sécurité, la santé, etc. Ensuite, la législation, donc le recours aux obligations et aux normes permet l'affirmation ou la réaffirmation de ce qui est requis ou recommandé. Elle présente l'avantage de décharger le citoyen de la responsabilité individuelle d'un choix étant donné qu'il doit respecter la règle. Néanmoins, certaines règles peuvent être mal perçues ou mal acceptées comme l'interdiction de la vente de véhicules thermiques dès 2035 par exemple. En Wallonie, selon un sondage Ipsos-Le Soir-RTL datant de décembre 2023, seuls 30% des citoyens³⁸ sont prêt à passer à la voiture électrique. Les incitations financières, quant à elles, se déclinent en prime ou en taxe ; sous forme de taxe, elles peuvent à leur tour, être mal acceptées. Sous forme de prime elles peuvent, en revanche, peser lourd pour les finances publiques. Pour terminer, l'exemplarité, peu mise en avant, comporte deux leviers : la commande publique et les règles en vigueur au sein des organisations publiques. L'exemplarité permet ainsi de soutenir les comportements vertueux et peut orienter les comportements individuels par la continuation de ces comportements dans la sphère privée des travailleurs.

³⁸ En ligne sur : <https://www.lesoir.be/art/d-20231217-H364E4>

L'utilisation des nudges en politique et économie publique

Dans son article « Les nudges : un outil pour les politiques publiques ? »³⁹ Leclère (2017) avance que les “Coups de pouces” non contraignants sont déjà très présents et ont gagné en visibilité institutionnelle du fait de la création, dans différentes administrations, de départements consacrés à leur étude. Nos voisins français ont d’ailleurs créé ce type de structure. En 2017 est créé un « Département sciences comportementales » au sein de la Direction interministérielle de la transformation publique. Nous proposons ici de mobiliser une publication du Ministère de la Transformation et de la Fonction Publiques français – Direction interministérielle de la transformation publique, parue en janvier 2019 : « Transition écologique – Quel apport des sciences comportementales ? »⁴⁰

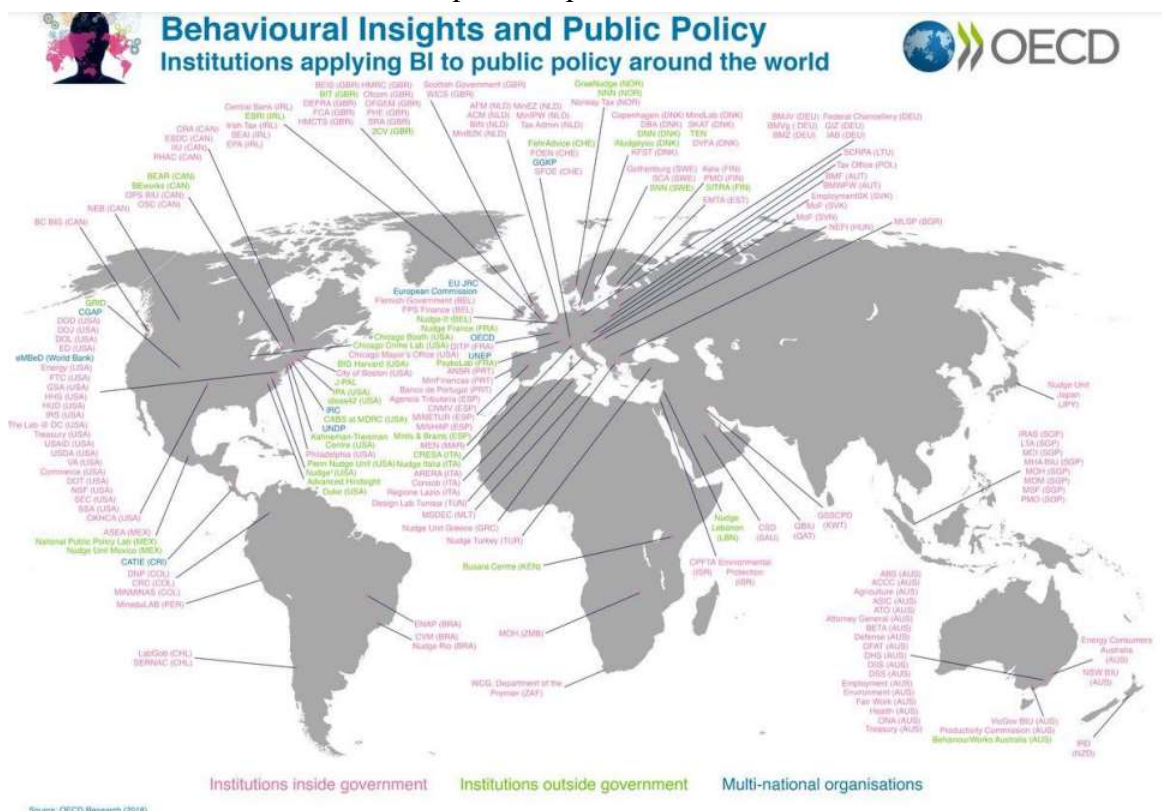
Cette dernière décennie a vu fleurir les « Nudge Units » (*unités spécialisées dans l’incitation comportementale*) au sein de nombreux gouvernements d’un bout du monde à l’autre. La carte proposée ci-dessous, tirée d’un rapport de l’Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE) en 2018 représente la position des « Nudge Units » à travers le monde. Dès 2009, Barak Obama nomme Sunstein aux commandes de l’Office of Information and Regulation Affairs (OIRA). Ce bureau est chargé du contrôle des normes émises par les différentes agences fédérales dans l’optique de poursuivre le réel intérêt collectif. Une des premières Nudge Units est celle de James Cameron. Il a mis en place dès 2010 la Behavioural Insights Team (BIT) en Angleterre. Au-delà de concrétiser la pratique du nudging à l’échelle d’un grand pays, la *BIT* va contribuer à sa diffusion en publiant des rapports sur l’ensemble de ses expériences. Cette source d’information fiable va inspirer d’autres Etats, d’abord dans le monde anglo-saxon (Australie, Nouvelle-Zélande, Singapour) ; et ensuite en Europe. Dès 2013, la France recourt aux services de la BVA Nudge Unit (entreprise privée consultante en nudging). En 2014, c’est Angela Merkel qui annonce la création d’une unité de type Nudge pour l’Allemagne. C’est aussi en 2014 que la Banque Mondiale publie un premier rapport « Mind, Society and Behaviour » dans lequel elle vante les apports de l’économie comportementale notamment en matière de développement et de lutte contre la pauvreté.⁴¹ En

³⁹ Leclère, C. (2017). Les *nudges* : un outil pour les politiques publiques ? *Idées économiques et sociales*, 2(2), 41-47.

⁴⁰ Ministère de la transformation et de la fonction publiques France. (2019). Transition écologique, quel apport des sciences comportementales ? *En ligne sur le site web de la Direction interministérielle de la transformation publique française* https://www.modernisation.gouv.fr/files/2022-03/transition_ecologique_-_lappport_des_sciences_comportementales_20_01_0.pdf

⁴¹ Singler, E. (2015). *Green Nudge: Changer les comportements pour sauver la planète*. Pearson. Page 102.

2015 Barak Obama signe un décret ordonnant aux différentes agences fédérales étatsuniennes d'utiliser les connaissances scientifiques comportementales



Cartographie des “Nudge Units” à travers le monde, basée sur le rapport de l’OCDE, 2018. En rose, les équipes gouvernementales, en vert celles en dehors de la sphère publique, et en bleu, les organisations intergouvernementales. (Crédit image @faisal_naru)¹

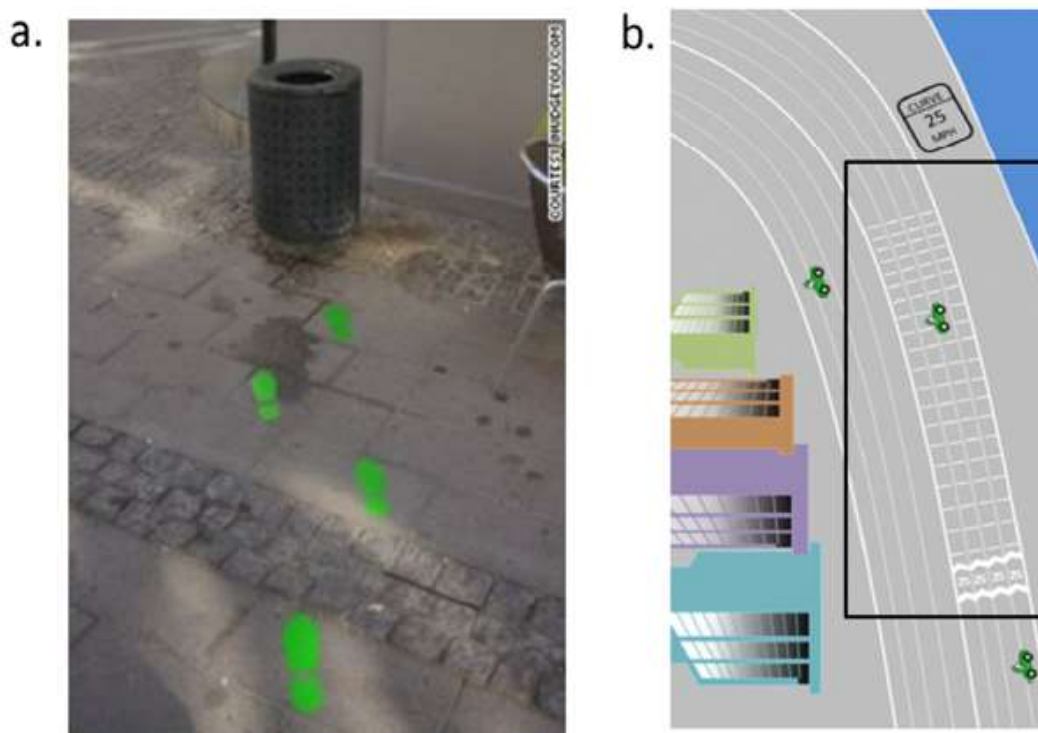
C’est aussi en 2015 que la Commission européenne se dote de la « Foresight and Behavioural Insights Unit ». En outre l’OCDE étudie également les apports des sciences comportementales en économie et politique publiques depuis 2011, année au cours de laquelle est fondé l’Observatoire de l’innovation dans le secteur public (OPSI). Avec « *l’innovation au cœur du gouvernement* » comme mot d’ordre, l’objectif de l’OPSI est de répondre, à l’époque, au « *besoin croissant des gouvernements d’adopter de nouvelles approches pour résoudre les problèmes complexes de la société* »⁴². Ce dernier opère sur différents « zones de travail » dont les informations comportementales avec un « Centre de connaissance Behavioural Insights » et un « Réseau OCDE d’experts en insights comportementaux au sein des gouvernements coprésidé par le Canada, la France et les États-Unis ». La mission de ce réseau est de « *coopérer avec les gouvernements du monde entier pour renforcer la capacité à intégrer des données probantes sur les comportements dans la conception et la mise en œuvre des politiques*

⁴² En ligne sur : <https://oecd-opsi.org/about/>

publiques. »⁴³ Différents états utilisent donc l'apports des sciences comportementales. D'ailleurs, en mai 2019, 43 pays signent une « déclaration sur l'innovation dans le secteur public »⁴⁴ faisant partie des instruments juridiques de l'OCDE. Cette déclaration comprend les outils liés aux connaissances comportementales.

Des outils pour une administration plus transparente du Nudge

Comme nous l'avons annoncé dans le chapitre précédent, Chammat et Giraud (2019) propose une cartographie des nudges sur base du « cadre d'utilisation responsable des nudges » d'Hansen et Jespersen (2013). Ce cadre d'utilisation se fonde sur une classification des nudges en fonction de leur « transparence » et du système de pensée mobilisé. Un nudge transparent est un nudge clairement énoncé et visible. Il n'y a pas de doute possible sur son intention et sa finalité. Hansen et Jespersen (2013) distinguent ensuite les nudges de type 1 et de type 2 en référence directe à la typologie de Kahneman (2011). Ainsi les nudges de type 1 mobilise le système de pensée automatique et les nudges de type 2 le système de pensée réflexif.



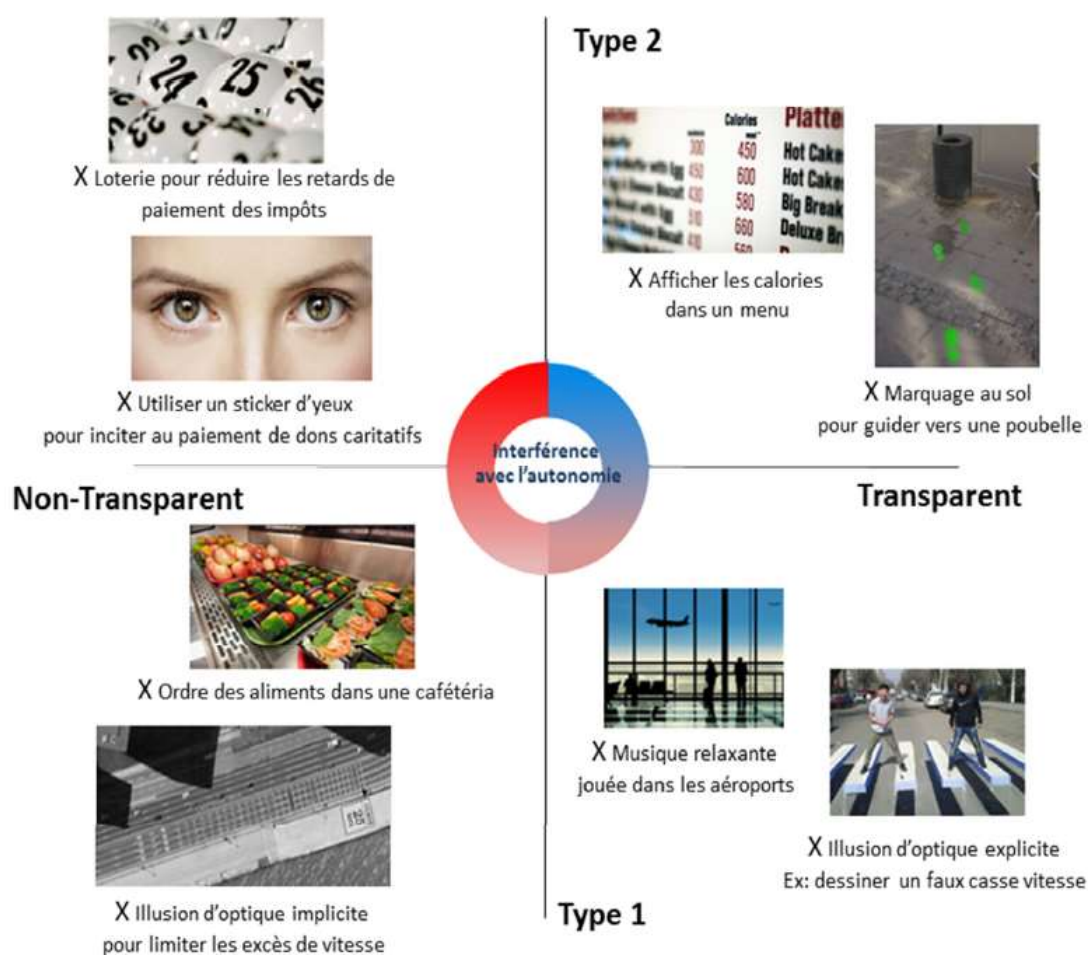
a. Marquage au sol guidant vers une poubelle (nudge transparent de type II).
b. Illusion d'optique consistant à tracer des bandes blanches de plus en plus rapprochées afin de donner au conducteur une sensation d'accélération l'incitant à ralentir (nudge non-transparent de type I).⁴⁵

⁴³ En ligne sur : <https://oecd-opsi.org/bi-network/>

⁴⁴ En ligne sur : <https://legalinstruments.oecd.org/fr/instruments/oecd-legal-0450>

⁴⁵ Chammat rohaut Mariam, Giraud Stephan. L'éthique du nudge : pour un usage responsable d'une approche comportementale au service des politiques publiques. In: Intellectica. Revue de l'Association pour la Recherche Cognitive, n°70, 2019/1. Éthique et Sciences Cognitives. pp. 83-96;. Page 90.

Chammat et Giraud (2019) adaptent une figure de Hansen et Jespersen (2013) dans le but de créer un outil de clarification de l'immixtion des nudges dans l'autonomie des individus. Il s'agit d'un plan divisé en 4 parties comprenant les nudges transparents de type 1, les nudges transparents de type 2, les nudges non transparents de type 1 et les nudges non-transparents de type 2. Selon eux, ce sont les nudges transparents de type 2, donc mobilisant le système réflexif, qui sont les moins envahissant. Il s'agit avec ces nudges de mobiliser l'heuristique de disponibilité avec des informations saillantes et simples. Visibles et repérables, ces nudges sont alors considérés comme les plus respectueux du citoyen, les plus éthiquement acceptables.



Classification des nudges selon leur degré de transparence, leur mode d'action et leur interférence avec l'autonomie. (Figure réadaptée de Hansen & Jespersen, 2013)⁴⁶

⁴⁶ Chammat Rohaut Mariam, Giraud Stephan. L'éthique du nudge : pour un usage responsable d'une approche comportementale au service des politiques publiques. In: Intellectica. Revue de l'Association pour la Recherche Cognitive, n°70, 2019/1. Éthique et Sciences Cognitives. pp. 83-96. Page 91.

Les 3 autres types de nudges sont-ils pour autant moins éthiques ? La mobilisation du système automatique ou le fait que l'intervention ne soit pas explicite rend le nudge plus difficile à détecter et donc à éviter. Cependant, dans l'élaboration de politiques publiques, il faut aussi prendre en considération l'objectif de ces politiques. Il s'agit d'arbitrer entre la fin et les moyens. Considérons l'exemple b. présenté à la figure 1. Il s'agit de la représentation d'une portion d'une série de virages dangereux sur Lake Shore Drive se situant au bord du lac Michigan à Chicago. Les automobilistes, attirés par la vue sur le lac, sont moins attentifs à leur conduite et peu respectent la limitation de vitesse fixée à 40km/h. Ce virage est donc connu pour être à l'origine de nombreux accidents mortels. Le nudge mis en place ; une succession de bandes blanches peintes sur la route (sans relief), de plus en plus rapprochées pour donner au conducteur l'impression de vitesse accrue et donc le pousser à ralentir ; est classé comme un nudge non transparent de type 1. Ce type de nudge est potentiellement très manipulateur. Non seulement il mobilise le système de pensée automatique, et en plus, l'intention de faire ralentir les automobilistes n'est pas clairement, voire clairement pas, annoncée. Néanmoins, il s'agit d'un exemple exposé dans l'ouvrage de Thaler et Sunstein (2010, p40-42) pour illustrer la méthode douce qui, ici, amène le conducteur à freiner avant le virage dangereux. Sur base de cette cartographie, l'idéal serait de privilégier l'application de nudges transparents de type 2. Néanmoins, pour appliquer les autres types de nudges de manière éthique Chammat et Giraud (2019) conseillent de réaliser méthodiquement une évaluation du nudge envisagé au moyen de revues de littératures, d'enquêtes auprès du public, de mises en situation en laboratoire, de soumettre le nudge à l'approbation d'un comité éthique. Une fois appliquée, l'intervention par le nudge doit faire l'objet d'une diffusion d'informations claires auprès de la population.

De surcroît, des cadres théoriques en matière d'application des sciences comportementales en politique publique ont été créés. Le premier d'entre eux est le modèle « Mindspace » créé en Grande-Bretagne en 2010 par la « Behavioural Insights Team » (BIT) mise en place par James Cameron. Se basant sur le constat qu'une partie importante des politiques publiques visent à influencer sur le comportement des citoyens, la BIT avance que les théories comportementales permettent d'améliorer les campagnes d'informations et incitations existantes mais aussi qu'il existe de nouvelles méthodes, potentiellement plus efficaces, pour influencer sur les comportements. Prendre en considération la manière dont nous réagissons à certains signaux dans le design politique « *offers a potentially powerful way to improve individual wellbeing*

and social welfare.»⁴⁷. Avec le modèle Mindspace, la BIT propose une synthèse mnémotechnique des 9 incidences les plus impactantes pour le comportement à vocation d’être utilisée comme « checklist » lors de l’élaboration d’une politique publique.

Messenger	we are heavily influenced by who communicates information
Incentives	our responses to incentives are shaped by predictable mental shortcuts such as strongly avoiding losses
Norms	we are strongly influenced by what others do
Defaults	we 'go with the flow' of pre-set options
Salience	our attention is drawn to what is novel and seems relevant to us
Priming	our acts are often influenced by sub-conscious cues
Affect	our emotional associations can powerfully shape our actions
Commitments	we seek to be consistent with our public promises, and reciprocate acts
Ego	we act in ways that make us feel better about ourselves

Source : Capture d'image MINDSPACE Influencer les comportements par le biais des politiques publiques⁴⁷

Messenger	Nous sommes fortement influencés par celui qui communique les informations.
Incitations	Nos réponses aux incitations sont façonnées par des raccourcis mentaux prévisibles (heuristique d’ancrage, aversion à la perte).
Normes	Nous sommes fortement influencés par ce que font les autres.
Valeurs par défaut	Nous suivons les options prédéfinies (inertie).
Saillance	Notre attention est attirée par ce qui est nouveau et qui nous semble pertinent
Amorçage	Nous réagissons plus facilement à des stimuli déjà rencontrés (mots, images, odeurs...).
Affect	Nos émotions influencent fortement nos comportements.
Engagements	Nous cherchons à rester cohérents avec ce que nous avons annoncé ou montré.
Ego	Nous agissons toujours de manière à nous sentir au mieux avec nous-même.

⁴⁷ Cabinet Office – Institute for Government, Royaume-Uni (2010). MINDSPACE Influencer les comportements par le biais des politiques publiques. En ligne sur : <https://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/MINDSPACE.pdf> Page 8.



Source : Capture d'image
https://www.bi.team/wp-content/uploads/2015/07/BIT-Publication-EAST_FA_WEB.pdf

En 2014, la BIT publie le cadre « EAST ». Il se pose comme une mise à jour et une extension du modèle « Mindspace ». Ce dernier est disponible sur le site Internet de l'OPSI, il y est présenté comme un résumé des connaissances en sciences comportementales de la BIT et comme un guide permettant aux décideurs d'appliquer ces connaissances en politique publique en gardant à l'esprit 4 mots clefs. L'intervention mise en place pour favoriser l'adoption d'un comportement doit viser à rendre ce dernier facile, attrayant, social et opportun (au bon moment). Le cadre « EAST » est d'ailleurs mobilisé dans l'un des exemples présentés ci-après. A cet outil pratique s'ajoute un autre cadre publié en 2019 par l'OCDE : « BASIC : Outils et éthique pour les connaissances

comportementales appliquées ». Il s'agit de l'acronyme, en anglais de Comportement, Analyse, Stratégies, Intervention et Changement. Cette boîte à outil se veut être un « *cadre global permettant d'appliquer les connaissances comportementales aux politiques publiques du début à la fin du cycle politique.* »⁴⁸ Les cinq étapes détaillées comportent des exemples, des concepts, des principes clefs, des normes méthodologiques pour guider les décideurs dans l'application des connaissances comportementales aux politiques publiques. Le document donne un aperçu de la justification, de l'applicabilité et des principes clés du BASIC. Surtout, pour chaque étape, le guide « BASIC » présente des lignes directrices éthiques détaillées à prendre en compte. En 2022 paraît une nouvelle publication de l'OCDE :

Quelques exemples de nudges

L'exemple le plus connu est probablement celui de l'aéroport Schiphol à Amsterdam. Cette fameuse mouche collée au fond des urinoirs pour inciter les hommes à la viser en urinant et ainsi réduire de près de 80% les éclaboussures. Il existe de nombreux exemples de nudges dans différents domaines : l'alimentation et la santé, les choix d'épargne et d'assurances, l'environnement, l'insertion professionnelle, le logement, la consommation ou encore la

⁴⁸ En ligne sur : <https://oecd-opsi.org/toolkits/basic-the-behavioural-insights-toolkit-and-ethical-guidelines-for-policy-makers/>

sécurité routière. Par souci de proximité nous avons choisi de vous proposer quelques exemples de nudges français. Comme nous l'avons déjà mentionné, la Direction Interministérielle de la Transformation Publique (DITP) a instauré en 2017 un Département sciences comportementales. Il est intéressant de noter que la DITP a elle-même été mise en place 2 ans plus tôt en 2015. Elle dépend du ministère de la transformation et de la fonction publiques. L'objectif de la DITP est « *une action publique plus proche, plus simple et plus efficace pour améliorer concrètement la vie des Français et des agents publics.* »⁴⁹ En outre, en 2018, la DIPT passe un accord-cadre avec la Behavioral Insights Team (BIT)⁵⁰. Initialement fondée en 2010 au sein du Gouvernement Cameron en Angleterre, la BIT devient en 2014 une entreprise indépendante à vocation sociale qui s'étoffe au fil des années passant de 14 à plus de 200 travailleurs à travers le monde pour devenir en 2021 la propriété de l'organisation caritative Nesta (agence britannique d'innovation pour le bien social). Depuis 2020, la BIT a un bureau permanent à Paris. Deux des exemples qui suivent proviennent de la brochure « Les sciences comportementales au service de la transformation publique »⁵¹ publiée en 2022 par le Département sciences comportementales de la DITP. Chaque « exemple d'accompagnement », chaque expérience, est documenté et fait l'objet d'un rapport publié sur leur site Internet. Figure d'ailleurs en bas de la page web dédiée à l'offre d'accompagnement du département science comportementales un paragraphe relatif à la question éthique qui mentionne la nécessité de transparence et annonce la publication systématique. Deux autres exemples proviennent des challenges organisés par l'« association loi 1901 à but non lucratif » *NudgeFrance*. Cette association est créée en 2015 « *par une équipe de 6 passionnés de l'approche Nudge* »⁵² dont fait partie Eric Singler que nous avons cité dans le chapitre consacré à la théorie des nudges. L'association a pour objectif de promouvoir le Nudge en France tant auprès des pouvoirs publics que des citoyens. Depuis sa création en 2015, elle organise le « Nudge Challenge » ouverts aux étudiants en cursus universitaire dont l'objet est de créer un nudge pertinent en rapport au thème proposé. Chaque année, le concours est proposé en partenariat avec une organisation, le gouvernement ou dans le cadre d'un événement public : COP21 (2015), Soutenons Paris 2024 (2016), Greenpeace (2017), Ministère français des Sports (2018), WWF (2019), Ministère français chargé des transports (2020), Office Français de la Biodiversité (2021), Fondation pour l'Enfance (2022) et l'ADEME (2023).

⁴⁹ En ligne sur : <https://www.modernisation.gouv.fr/qui-sommes-nous>

⁵⁰ En ligne sur : <https://www.bi.team/about-us-2/who-we-are/>

⁵¹ En ligne sur : <https://www.modernisation.gouv.fr/files/2022-06/brochure-sciences-comportementales2022.pdf>

⁵² En ligne sur : <http://www.nudgefrance.org/missions/>

Nudge Challenge 2021 : Locovores



Source :
<http://www.nudgefrance.org/wp-content/uploads/2022/04/locovores.jpg>

En 2021, *NudgeFrance* organise un « Nudge Challenge Biodiversité » en partenariat avec l'OFB (Office Français de la Biodiversité) dont l'objectif est de créer des nudges visant l'encouragement à l'adoption de comportements bénéfiques pour cette dernière. Selon le site Internet de *NudgeFrance*⁵³, plus de 100 équipes d'étudiants ont participé au concours. L'objectif : choisir un comportement lié à la protection de la biodiversité et créer un nudge pour encourager son adoption. Le nudge doit être présenter via une vidéo de plus ou moins 3 minutes. Sur les 100 équipes participantes, 12 ont été sélectionnées pour la finale et 6 prix ont été attribués. Nous proposons ici le nudge des gagnants du « prix du storytelling », l'équipe « Locovores » composée de 5 étudiants belges en Master Design d'Innovation Sociale de l'Ecole Supérieure des Arts Saint Luc de Bruxelles et Master Médiation Culturelle de l'Institut des Hautes Etudes des Communications Sociales de Bruxelles.



Source : capture d'image de la vidéo des Locovores en ligne sur https://www.youtube.com/watch?v=9vrtw2CFQRI&t=54s&ab_channel=NaomiFrt

Les Locovores ont choisi de travailler sur la consommation de légumes de saison et locaux. Dans leur vidéo⁵⁴, ils commencent par expliquer l'impact négatif des habitudes alimentaires sur la planète et la biodiversité. Consommer de saison et local permettrait de réduire l'empreinte carbone individuelle de 80kg de CO2. L'enquête menée auprès des consommateurs révèle

⁵³ Source : <http://www.nudgefrance.org/laureats-nudge-challenge-2021-biodiversite/>

⁵⁴ Source : https://www.youtube.com/watch?v=9vrtw2CFQRI&ab_channel=NaomiFrt

qu'il s'agit plus d'un manque d'informations que d'un manque d'intérêt. Le calendrier des fruits et légumes de saison n'est pas toujours disponible n'est pas affiché de manière claire ou alors est placé en début de magasin et pas près des fruits et légumes. C'est par la communication visuelle que l'équipe a décidé de répondre à cette situation. Le nudge créé consiste en une campagne ludique où les légumes de saison sont présentés de manière attractive. Les consommateurs sont informés par une petite affiche auprès des légumes concernés qu'il s'agit d'un légume de saison et ils ont ensuite la possibilité de voter pour leur légume préféré, sur un tableau récapitulatif, à l'aide de gommettes de couleurs. Ce nudge a été testé quelques jours chez un primeur et les retours des clients et de la gérante se sont avérés positifs. L'attention du client est attirée par la campagne, l'information



Source : captures d'image de la vidéo des Locovores en ligne sur
https://www.youtube.com/watch?v=9vrtw2CFQRI&t=54s&ab_channel=NaomiFrt



passée, le côté ludique est aussi relevé surtout en cas de courses avec les enfants même si tout le monde se prête au jeu. Lors de l'expérimentation, plus de poireaux ont été vendus. En lien avec la théorie des nudges, nous avançons que c'est la notion d'heuristique de disponibilité qui a été mobilisée avec un cadrage de l'information sous forme de dessins attirants comprenant une information simple rendant saillants les légumes de saison. Le côté ludique, lui, est venu chercher l'émotion et l'affect.

Nudge Challenge 2023 : « Lavage qui Rit »

Systématiser l'entretien des appareils électroménagers pour allonger leur durée de vie : voilà le thème proposé par *NudgeFrance* pour son « Nudge Challenge » 2023 organisé en partenariat avec l'ADEME (Agence de la transition écologique en France). Encore une fois, plus de 100 équipes d'étudiants ont participé au concours et 12 équipes finalistes ont été sélectionnées sur base des vidéos de présentation des nudges envoyées. Nous vous présentons ici le nudge de l'équipe « Lavage qui rit », en Master 2 Psychologie sociale à l'Université Paris Cité, qui a remporté le Grand Prix de cette édition 2023. La vidéo de « Lavage qui rit » commence par



Nudge Challenge 2023 - Lavage Qui Rit

Lavage Qui Rit

Source : capture d'image de la vidéo de « Lavage qui rit » en ligne sur

https://youtube.com/watch?v=ZovuKFDiiL8&ab_channel=LavageQuiRit

avec 2.85 millions de lave-linges vendus en 2021 et 70% d'achats pour remplacer une machine en panne. Il est ensuite mentionné que 50% des pannes sont relatives à un mauvais entretien et que la présence d'objets oubliés dans les poches est une des principales causes de panne de lave-linge. Par ailleurs, oublier un mouchoir dans une poche nécessite de faire tourner à nouveau la machine. Vider les poches avant de lancer le lavage du linge est donc une solution pour

préserver la durabilité de la machine mais aussi, par extension, préserver l'environnement en faisant des économies de ressources et d'énergie. L'équipe propose donc un nudge visant à favoriser le vidage de poches. Elle mobilise pour ce faire la théorie du changement des habitudes d'Orbell et Verplanken (2010) et la méta-analyse de Szazi et al. (2017). Les étudiants avancent que le moment le plus opportun pour mettre en place cette nouvelle habitude se situe au moment de remplir le lave-linge. Le nudge prend la forme d'un vide-poche posé directement sur la machine pour



Nudge Challenge 2023 - Lavage Qui Rit

Source : capture d'image de la vidéo de « Lavage qui rit » en ligne sur

https://youtube.com/watch?v=ZovuKFDiiL8&ab_channel=LavageQuiRit

favoriser l'engagement à vider ses poches. Ce dernier comporte une information saillante à travers un logo coloré et un texte concis. L'équipe a réalisé un sondage d'intention auprès de 40 personnes : leur nudge augmenterait de 30% l'intention de vider ses poches avant de lancer la machine. « Lavage qui rit » propose de tester son nudge à plus grande échelle au sein de lavoirs automatiques, mais aussi de collaborer avec les distributeurs pour la diffusion de vide-poches customisés à l'achat d'un nouveau lave-linge.

Identifier des solutions pour améliorer le sommeil des enfants scolarisés en CP

À la suite du constat relatif au fait que les petits français ont un sommeil de moins bonne qualité et que ce moins bon sommeil peut impacter la réussite scolaire, la Direction Générale de l'Enseignement Scolaire (DGESCO) a sollicité la DIPT en 2019 avec l'objectif de mobiliser les sciences comportementales pour améliorer le sommeil des enfants scolarisé en Cours Préparatoire (CP). Dans le cadre de ce projet, la BIT a été sollicitée en tant qu'expert. Dans le cadre du projet, la méthode « TEST » est utilisée : Target, Explore, Solution, Trial. Il s'agit d'abord de cibler les objectifs du projet (quels sont les comportements souhaités ?) et de définir des indicateurs de résultats (Target). Suit une phase d'exploration du contexte, d'identification des barrières au(x) comportement(s) souhaité(s) et de recherche des leviers potentiellement mobilisables (Explore). Par la suite, il y a lieu de se pencher sur les diverses solutions possibles en co-construction avec toutes les parties et d'en sélectionner pour la dernière phase de test (Solution). Enfin, il s'agit de tester et d'évaluer scrupuleusement les solutions choisies pour émettre des recommandations adaptées en matière d'interventions (Trial). En raison de la crise sanitaire Covid 19, l'évaluation n'a pas pu avoir lieu pour ce projet.

Target

Améliorer le sommeil des enfants scolarisé en Cours Préparatoire (CP) dans le but d'optimiser leurs performances scolaires.

Explore

Pour mieux comprendre la problématique du sommeil infantile ; une revue de littérature, des entretiens avec des experts en matière de sommeil pédiatrique, une analyse des politiques publiques y afférentes, ainsi qu'un travail de terrain comprenant des entretiens (enfants, enseignants, parents), des observations en classe et des activités avec les enfants ; ont été menés. D'une part, l'équipe a dégagé une définition de ce qu'est un « bon sommeil » en termes de respect des mécanismes biologiques, de qualité (s'endormir rapidement, ne pas se réveiller

durant la nuit, s'éveiller sans problème le matin et être vif durant la journée) et de quantité (11 heures de sommeil par nuit entre 5 et 7 ans, siestes possibles jusqu'à 6 ans, idéalement des heures de coucher et de lever fixes). D'autre part, des différentes études consultées et de leurs observations, l'équipe retient que les enfants ne dorment pas assez, que les heures de coucher et de lever sont variables, que leur sommeil n'est pas de bonne qualité (manque d'attention en classe, somnolence, difficultés à se lever le matin) et qu'en plus, les problèmes liés au sommeil semblent s'intensifier lors du passage à l'école primaire. Par ailleurs, l'impact d'un sommeil de mauvaise qualité en matière de réussite scolaire n'est plus à prouver. De nombreuses études relations son effet négatif sur la réussite scolaire mais aussi les liens entre sommeil de mauvaise qualité et problèmes de santé physique ou mentale, problèmes cognitifs ainsi que problèmes de comportement. En ce qui concerne les freins au sommeil de bonne qualité, l'équipe relève une méconnaissance ainsi qu'un manque de conscience, dans le chef des familles (parents et enfants), des bienfaits liés au sommeil ainsi que du sommeil lui-même. De plus, nos vies mouvementées et bien remplies ne facilitent pas la mise en place d'une heure de coucher stable. En outre, le moment du coucher n'est pas toujours encadré correctement tout comme l'environnement de sommeil n'est pas toujours adéquat. Pour finir, l'utilisation des écrans avant le moment du coucher nuit au sommeil de bonne qualité. Sur base de tous ces éléments, l'équipe décide de centrer son intervention comme suit :

Barrière	Solution
Manque de conscience parentale 	1 Encourager l'engagement et la prise de conscience parentale : ceci est une condition préalable pour que des solutions visant à améliorer le sommeil puissent être prises en compte. Plusieurs leviers pourraient être exploités pour arriver à cet objectif - ils sont détaillés dans les diapositives suivantes.
Manque de connaissances 	
Discordance avec les rythmes de vie 	2 Solutions et méthodes pour améliorer le sommeil : une fois les parents engagés sur l'importance du sommeil et la nécessité de l'améliorer, des solutions et méthodes pourraient être proposées pour adresser les barrières identifiées au cours de notre travail d'exploration. Celles-ci sont abordées et développées dans un second temps.
Accompagnement parentale inapproprié 	
Utilisation des écrans 	
Mauvaise environnement de sommeil 	

Source : https://www.modernisation.gouv.fr/files/2021-06/rapport_dexploration_maj_mars_2021_com.pdf, page 21

Il s'agit tout d'abord que les parents prennent conscience de l'importance d'un sommeil de bonne qualité pour leurs enfants afin qu'ils puissent par la suite être enclins à mettre en place des solutions plus pratiques.

En vue de communiquer au mieux avec les parents, différents enseignements des sciences comportementales sont mobilisés. La BIT propose d'émettre un message concis, clair, attractif en prenant attention à la manière dont le message est formulé. Les parents sont, selon une étude,

plus sensibles aux message émis par des professionnels. Dans la théorie des nudges, cela nous ramène à la « saillance », « la simplification » et au « cadrage de l'information ». L'équipe met également en avant le concept de motivation intrinsèque que l'on retrouve dans la théorie concernant les nudges de type « pré-engagement ». A ce sujet, l'équipe, entre autres « motivateurs cognitifs », cite l'« égo » en expliquant que « *les parents veulent agir de manière cohérente avec l'identité d'un 'bon parent', afin d'avoir une bonne image d'eux-mêmes et afin de projeter une bonne image à leur entourage* »⁵⁵ Cette volonté de cohérence entre ce que l'on pense et ce que l'on renvoie fait partie de la théorie du nudge « pré-engagement ». La « norme sociale » est également mise en avant, il s'agit ici de renvoyer aux parents qu'ils ne sont pas seuls face à la problématique du sommeil infantile, afin de les rassurer. Pour la construction du message sont également mis en avant des « motivateurs cognitifs ». L'équipe propose de mobiliser l'« affect » (les parents souhaitent le meilleur pour leurs enfants), l'« aversion aux pertes » (cadrer le message en terme de pertes pour l'enfant), et le « biais d'omission » (accepter l'impact négatif d'une action est plus difficile que d'accepter ce même impact provenant de l'inaction. Il s'agirait alors d'insister sur le côté actif de choisir ou non, d'agir sur le sommeil). En ce qui concerne le messenger, l'idée est de travailler avec l'école. Les experts, à la suite de leurs observations, mettent en évidence que non seulement le cadre scolaire a la confiance des parents mais qu'en plus les enseignants sont parties prenantes de l'amélioration du sommeil de leurs élèves. De surcroît, les parents se sont montrés enclins à ce que l'école

Quels leviers pour augmenter l'engagement parental ?



Utiliser le **bon message**, en s'alignant aux motivations parentales



Sélectionner le **bon messenger**, en profitant de l'influence de l'école



Choisir un **moment saillant et opportun** pour délivrer ce message

Source : https://www.modernisation.gouv.fr/files/2021-06/rapport_dexploration_maj_mars_2021_com.pdf Page 22

⁵⁵ En ligne sur : https://www.modernisation.gouv.fr/files/2021-06/rapport_dexploration_maj_mars_2021_com.pdf Page 23.

joue un rôle dans la prévention du manque de sommeil. Pour la diffusion du message l'équipe relève qu'une recommandation est mieux entendue juste avant l'action ou au moment d'une transition. Il est donc proposé de diffuser le message en début d'année scolaire, en présentant l'entrée à l'école primaire comme l'occasion de mettre des nouvelles choses en place. Par ailleurs, la littérature pose qu'après l'âge de 9 ans, il est plus difficile de changer les habitudes, il peut donc être opportun d'utiliser cette information.

Quels leviers pour aider les parents à améliorer le sommeil de leur enfant ?



Proposer de **nouvelles pratiques** pour un sommeil de meilleure qualité



Favoriser la **formation de nouvelles habitudes**, en utilisant les sciences comportementales



Diffuser les solutions au cours d'une **plus longue période**, pour accroître leur efficacité

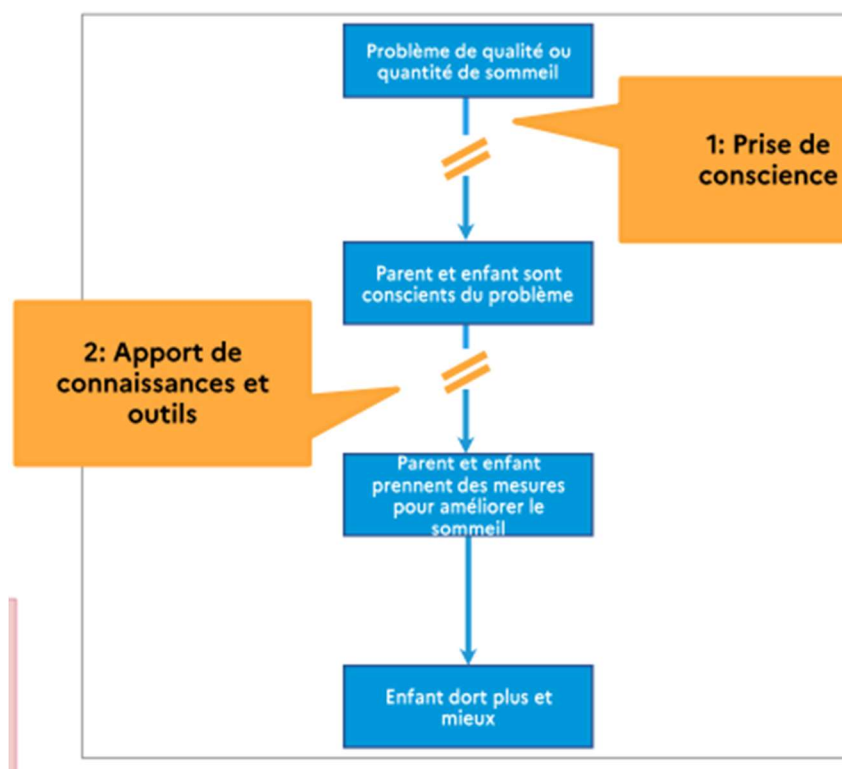
Source : https://www.modernisation.gouv.fr/files/2021-06/rapport_dexploration_maj_mars_2021_com.pdf Page 26

Pour suivre cette prise de conscience il s'agit d'être en mesure de soumettre de nouvelles habitudes à pérenniser pour un meilleur sommeil. Sur base de leur revue de littérature, les experts proposent une série de pratiques comme l'adaptation du rythme scolaire en matière de

pauses ou de changement de l'heure du début de journée. Mettre en place un cadre stable pour le coucher constitue aussi une bonne habitude, l'apport de la « méditation » ou de techniques de retour au calme est souligné. En ce qui concerne l'environnement de sommeil, l'équipe met en avant l'utilisation de « rappels visuels » comme une simple horloge pour signaler les heures de coucher et de réveil ; mais aussi la possible utilisation de masques de nuit et/ou de bouchons d'oreilles. En outre, regarder l'heure, s'installer, mettre son masque et/ou ses bouchons peuvent faire partie de la « routine du coucher ». Pour finir, l'étude de Moore (2007) concernant le « *Bedtime Pass Program* » est mentionnée. Il s'agit de l'idée qu'un cadre disciplinaire peut être établi autour du coucher avec la possibilité d'avoir un joker par semaine ; dans le cadre du « *Bedtime Pass Program* » c'est pour sortir du lit ; mais ce pourrait être pour aller dormir un peu plus tard par exemple. Pour faire de ces nouvelles actions des habitudes et des routines plusieurs leviers peuvent être mobilisés. L'équipe met en avant « l'effet ikea » (Norton et al., 2011) qui soutient l'idée que nous sommes plus enclins à mettre un plan en action si nous avons contribué à son élaboration. La planification à l'avance peut aussi être utilisée pour parer à toute éventualité. Il s'agit d'imaginer les éventuelles situations problématiques, au moment du coucher par exemple, et d'en prévoir les réponses. En outre, atteindre un objectif semble plus facile si l'on travaille avec de petits objectifs intermédiaires (Cheema et Bagchi, 2010). Pour finir, la théorie de l'engagement peut également être mobilisée à ce niveau.

Solution

Tout d'abord les experts font un point sur la diffusion du message. Des études montrent que des rappels réguliers et des messages d'encouragement sont porteurs en matière de maintien de la motivation. Il est alors proposé d'envoyer des SMS aux parents, pouvant porter sur des recommandations, des messages de soutien ou encore des rappels pour l'heure du coucher. L'intervention proposée par l'équipe est divisée en 2 temps portant sur les 2 freins principaux relevés : la prise de conscience et l'engagement des parents ; et le manque de connaissances



liées aux bienfaits du sommeil avec un soutien en matière d'outils à mettre en place.

Source :
https://www.modernisation.gouv.fr/files/2021-06/rapport_dexploration_maj_mars_2021_com.pdf Page 31

À noter que les solutions proposées ont été retravaillées en ateliers de co-conception avec des enseignants. En ce qui concerne la prise de conscience, l'idée est d'agir à un moment où les parents sont engagés. Selon les entretiens qualitatifs avec les enseignants, la réunion de rentrée est un moment idéal. Il est alors proposé d'inclure dans cette réunion de rentrée une séance d'information sur le sommeil utilisant le format "saviez-vous que ?", comprenant des messages d'experts et de parents, et en mobilisant les concepts de norme sociale, d'aversion à la perte et biais d'omission. Par la suite, un auto-diagnostic est proposé aux parents afin de conscientiser les parents sur l'état du sommeil de leur enfant.

Activité d'auto-diagnostic

La personnalisation peut accroître l'efficacité de communications

« Pied dans la porte »
Nous sommes plus à même de nous engager dans un projet ambitieux lorsqu'on a déjà fait un premier pas

Le sommeil de votre enfant

projet sommeil

Mon enfant....

	Jamais	Parfois	Souvent
...dort moins de 11 heures par nuit	☐	☐	☐
...résiste avant de se mettre au lit	☐	☐	☐
...a du mal à s'endormir	☐	☐	☐
...a du mal à se réveiller seul le matin	☐	☐	☐
...reste au lit plus longtemps le week-end	☐	☐	☐
...somme en classe	☐	☐	☐

Les problèmes de sommeil en CP sont communs !
Projet Sommeil est là pour vous aider. Inscrivez-vous auprès de l'enseignant de votre enfant.

Design simple et attrayant, afin d'attirer l'attention de parents déjà surchargés d'information

Normalisation des problèmes de sommeil afin d'assurer que les parents ne se sentent pas seuls

Exemple d'activité d'auto-diagnostic

Source : https://www.modernisation.gouv.fr/files/2021-06/rapport_dexploration_maj_mars_2021_com.pdf Page 33

Exemple de plan de leçon

1. A quoi sert le sommeil ?	Quiz introductif
	Explications de l'enseignant(e) et point-clé
2. Qu'est-ce qui m'aide à bien dormir?	Discussion interactive
	Explications de l'enseignant(e) et point-clé
3. L'importance des routines au coucher	Activité interactive
	Explications de l'enseignant(e) et point-clé
4. Présentation de l'activité	Enseignant(e) introduit l'outil à rapporter à la maison

Source : https://www.modernisation.gouv.fr/files/2021-06/rapport_dexploration_maj_mars_2021_com.pdf Page 34

Ensuite, il s'agit de donner aux parents de outils et des conseils pour mettre en place de nouvelles habitudes pérennes liées au sommeil comme une routine simple de coucher. Les ateliers de co-conception menés avec les enseignants ont permis de créer un plan d'action agissant au niveau des enfants au moyen d'une leçon en classe ; et au niveau des parents avec la mise à disposition d'une boîte à outils à utiliser à la maison. Il est également prévu de soutenir la démarche à domicile au moyen de SMS envoyés aux parents. Ces SMS prévoient des conseils, des rappels horaires, et des encouragements.

Boîte à outils

Rappel visuel attractif à personnaliser avec la routine choisie (affiche ou magnet)

Exemple de « boîte à outils »

routine du coucher

de _____

à partir de ____ : ____ h

1

2

3

4

et je m'endors...

signe : _____

idées d'activités

 je me brosse les dents	 je fais de la méditation
 je me lave	 je fais un dessin
 je lis une histoire	 j'écoute de la musique
 je fais pipi	 je discute ma journée

Suggestions d'activités propices au sommeil (à finaliser)

Source : https://www.modernisation.gouv.fr/files/2021-06/rapport_dexploration_maj_mars_2021_com.pdf Page 35

Trial

En raison de la crise sanitaire, les différentes solutions sélectionnées n'ont pas pu être testées. En effet, avant de mettre en place les interventions, des évaluations doivent être réalisées au moyen d'un protocole rigoureux. Dans le cadre de ce projet, 200 écoles primaires avaient été contactées pour prendre part à un essai contrôlé randomisé. La méthode d'essai contrôlé randomisé est la méthode privilégiée d'évaluation des outils issus des sciences comportementales. Il s'agit de composer de manière aléatoire différents groupes d'individus. L'un des groupes ne sera soumis à aucune intervention comportementale, il s'agit du groupe test. Les autres groupes sont soumis aux interventions et leurs effets sont alors étudiés. Si les résultats sont positifs, les mesures peuvent alors être appliquées à l'ensemble de la population cible. Quatre mesures de contrôle étaient prévues à différents moments du processus : avant les interventions, peu après et 2 mois plus tard. Il s'agissait d'un questionnaire quant au sommeil à destination des parents, d'un questionnaire quant au comportement en classe à destination des enseignants, de jeux d'attention réalisés en classe et enfin d'entretiens qualitatifs avec les enseignants.

Encourager la mise sur le marché locatif des logements vacants

Au premier janvier 2020, 3 millions de logements étaient vacants en France. Le nombre de logements vacants est en hausse constante et a atteint un taux d'augmentation de 55% entre

2005 et 2020. Pour les autorités, réduire ce nombre constitue une priorité pour différentes raisons. Certains territoires font face à un besoin croissant de logements et redynamiser le marché existant est une « vraie alternative à l'étalement urbain »⁵⁶. Par ailleurs, un nombre important de logements vides comporte un certain nombre d'effets négatifs : augmentation des prix sur le marché du logement, risque d'augmentation du taux de criminalités dans certains quartiers... En janvier 2020, le Ministère français du logement en partenariat avec le Réseau National des Collectivités mobilisées Contre le Logement Vacant (RNCLV) lance un Plan national de lutte contre les logements vacants. Un premier outil est mis en place : la plateforme Zéro Logement Vacant (ZLV). Cet outil a pour vocation de soutenir les collectivités à l'identification des logements vides et au contact de leurs propriétaires avec l'objectif de convaincre ces derniers de remettre leur logement sur le marché. La plateforme s'est montrée utile au repérage des logements mais les collectivités restent confrontées à un taux de réponse faible des propriétaires contactés. C'est pour répondre à cette problématique que la DITP est sollicitée. La DIPT a, à son tour, demandé le soutien de la Behavioural Insights Team.

Target

*« Identifier des solutions pour encourager plus de propriétaires [de logements vacants] à répondre constructivement aux premières communications envoyées par les collectivités »*⁵⁷. Notons qu'une réponse constructive, pour la Direction Générale de l'Aménagement, du Logement et de la Nature (DGALN) française, constitue le fait de reprendre contact avec la collectivité. Que ce soit avec une réponse claire ou avec une demande d'accompagnement par les acteurs locaux pour un diagnostic. Il s'agit de la notion de « propriétaire activé ».

Explore

L'exploration s'est faite par le biais d'entretiens avec les agents des collectivités locales, un examen rigoureux des méthodes de communications actuelles et une revue de la littérature focalisée sur relative aux communications officielles d'une part et au secteur du logement d'autre part. L'équipe relève deux types de freins au retour des propriétaires après la réception du courrier envoyé par les collectivités. Premièrement, un frein lié à la communication écrite en elle-même. Les auteurs soulèvent d'ailleurs que c'est un frein généralisé aux communications officielles. Deuxièmement, un frein plus « structurel » lié au secteur du

⁵⁶ Source : <https://www.modernisation.gouv.fr/files/2022-07/Z%C3%A9ro%20logement%20vacant%20%20Rapport%20final.pdf> Page 4.

⁵⁷ Source : <https://www.modernisation.gouv.fr/files/2022-06/Rapport%20d%27exploration%20Augmenter%20le%20taux%20d'E2%80%99engagement%20des%20propri%C3%A9taires%20de%20logements%20vacants.Version%20d%C3%A9finitive.PDF> Page 7.

logement ; des situations familiales parfois compliquées, un manque d'informations sur les procédures mais aussi des freins liés à la motivation. De la première phase d'exploration, l'équipe relève un profil type de propriétaire : une égalité hommes/femmes, 30% de propriétaires âgés de 50 à 64 ans et 48% ayant plus de 65 ans, de situation financière plutôt aisée, résidant à proximité du logement concerné et possédant plusieurs logements. Les auteurs retiennent également que les différences entre zones géographiques et à prendre en compte. Les taux de vacance varient d'une zone à l'autre mais les politiques liées aux logements vacants varient d'une zone à l'autre également. Il s'agit donc de pouvoir adapter les solutions à la diversité des situations locales. En ce qui concerne le diagnostic comportemental, nous choisissons de présenter plus en détails les freins liés à la communication elle-même. Cela permet d'explicitier le cadre méthodologique « EAST » abordé en page 35.

Selon le cadre « EAST », pour favoriser l'adoption d'un comportement, il faut rendre ce dernier facile, attrayant, social et opportun. Les auteurs ont décidé d'appliquer ce cadre aux communications des collectivités pour encourager les propriétaires à répondre.

[Easy] Tout d'abord, pour encourager une réponse des propriétaires, il faut le courrier soit facile à comprendre, non seulement en termes de langage utilisé mais aussi concernant les attentes de la collectivité : que doit faire le propriétaire ? En outre, une action simple à entamer semble plus accessible. Il s'agit donc de simplifier la communication. L'analyse des lettres et formulaires envoyés met en lumière que les courriers ne sont pas toujours clairs et faciles à comprendre. Il y a beaucoup de texte fastidieux et continu, celui-ci comporte du jargon, des acronymes, les questionnaires se montrent répétitifs. En outre, le courrier ne demande pas clairement une réponse ou un passage à l'action. Par ailleurs, si cette demande de passage à l'action est intégrée, il faut prendre en compte que passer à l'action « gérer mon logement vacant » peut impliquer des « frictions » : effort perçu comme important à fournir, inquiétudes quant à une sollicitation de réponse en ligne ou encore difficultés avec l'outil informatique. À la suite de ces constats, les auteurs proposent plusieurs leviers à activer pour rendre la lecture du courrier plus facile. Premièrement, utiliser un langage simple et rendre le courrier plus lisible en matière de mise en page comme en réduisant le texte et/ou en utilisant des visuels. Deuxièmement, la demande de passer à l'action doit être claire. Proposer une seule option plutôt qu'une liste de démarches possibles est préférable. De plus, disposer cette demande en haut, à gauche (où les yeux se posent d'abord) est aussi une solution pour accroître l'efficacité. Troisièmement, cette demande doit également être accessible, amener un propriétaire à s'engager dans un processus de remise sur le marché de son logement peut passer par une

première action simple. Le questionnaire accompagnant généralement la lettre pourrait être supprimé et remplacé par une seule question « votre logement est-il toujours vacant ? ». Répondre à une première question très simple amorce l'engagement, le propriétaire sera alors plus susceptible de répondre à d'autres sollicitations par la suite. Cette proposition fait référence au concept du « pied dans la porte »⁵⁸. Si un questionnaire doit malgré tout être conservé par la collectivité, l'équipe propose de le simplifier au maximum ainsi que de mettre à la disposition du propriétaire plusieurs canaux de réponses : enveloppes préimprimées, QR Code, mail, téléphone.

[Attractive] Par ailleurs, encourager l'adoption d'un comportement passe aussi par l'attractivité. Il s'agit de pouvoir capter l'attention du lecteur dans la mesure où nous sommes, comme nous l'avons déjà souligné, baignés dans une multitude d'informations et de stimuli. Les courriers utilisés par les collectivités, à part comporter les logos officiels, ne sortent pas de l'ordinaire. Ils ne présentent pas de signes d'attention particuliers comme les recommandés ou les taxes par exemple. Selon les auteurs, ils peuvent rapidement se trouver dans la catégorie « spam administratif ». Les leviers proposés consistent donc à attirer l'attention directement au moyen de l'enveloppe par exemple, en « humanisant » la collectivité au moyen d'une image de post-it avec écriture manuscrite. De plus, les auteurs mettent en avant des études ayant montré l'impact de la personnalisation du courrier. Il s'agirait donc d'adresser le courrier personnellement, d'éventuellement inclure des informations sur le logement concerné ou encore une photo de ce dernier. Les incitations directes, financières ou non peuvent aussi être un levier à l'engagement dans le processus. Informer clairement sur les avantages de l'action ou les inconvénients de l'inaction peut constituer un levier.

[Social] Comme nous l'avons déjà vu, nous sommes des individus grégaires. Nos comportements sont influencés, non seulement par ceux d'autrui, mais aussi par les perceptions que les autres peuvent avoir de nous. Une autre facette sociale de nos comportements tient à notre propre perception : il s'agit de l'« effet messenger »⁵⁹ selon lequel l'auteur d'un message influe sur notre perception de message. Les courriers envoyés par les collectivités considèrent cet effet messenger, ils comportent les logos officiels et sont généralement signés par une personnalité politique locale. L'équipe ne relève pas d'autres composantes sociales. Les leviers proposés ont trait d'une part au « messenger » et d'autre part à la notion de grégarité. En ce qui

⁵⁸ Les auteurs donnent en référence Freedman et Fraser (1966)

⁵⁹ Source : <https://www.modernisation.gouv.fr/files/2022-06/Rapport%20d%27exploration%20Augmenter%20le%20taux%20d%E2%80%99engagement%20des%20priorit%C3%A9taires%20de%20logements%20vacants.Version%20d%C3%A9finitive.PDF> Page 19.

concerne le messenger, les auteurs mentionnent que nous sommes plus sensibles aux messages d'experts ou de personnes semblables. Pour ce qui est de la grégarité, l'équipe propose d'inclure des éléments de normes sociales au sein des communications comme faire l'état de vacance des logements dans la région ou donner des indications sur les résultats de l'accompagnement de la collectivité. Informer de manière plus large les citoyens peut aussi constituer une solution, cela permet de « rendre le comportement collectif ». Pour finir, mettre en avant l'accompagnement et le soutien offert est important. Il est notamment conseillé de mettre à la disposition des propriétaires les coordonnées d'une personne de contact désignée pour le suivi de leur dossier.

[Timely] Nous avons déjà aperçu dans l'exemple précédent que le moment de la communication est important. D'une part, Il s'agit de choisir le moment opportun, celui où la personne se sent concernée. D'autre part, nous sommes mieux disposés à opter pour un nouveau comportement à un moment de changement. En outre, dans le cadre du « timing », il faut souligner, à nouveau, que plus d'importance est accordée aux conséquences à courts termes qu'à celles à plus long terme, que celles-ci soient positives ou négatives. Dans le cadre de ce projet, l'équipe relève qu'il est difficile de déterminer le moment opportun pour chaque propriétaire. Des leviers comportementaux restent néanmoins activables. Procéder à des rappels constitue une première solution, les collectivités peuvent d'ailleurs s'appuyer sur l'outil ZLV mis en place pour organiser le suivi de leurs communications. Mettre en place explicitement un délai de réponse, limiter une aide dans le temps ou mettre l'accent sur la complexification des démarches en raison des changements de normes énergétiques sont autant d'angles de vue mobilisables. En ce qui concerne le moment de changement, l'équipe propose d'envisager une collaboration avec les notaires pour transmettre les informations au moment d'un héritage par exemple. Par ailleurs, la remise de la déclaration fiscale annuelle est potentiellement un moment où les propriétaires peuvent se sentir plus concernés.

Dans ce cadre « EAST », nous retrouvons des concepts connus issus de la théorie des nudges : la saillance, la simplification, le cadrage de l'information, le pré-engagement, la norme sociale, ou encore la réciprocité et la reconnaissance.

Par la suite, les auteurs ont exploré les barrières spécifiques liées au secteur du logement vacants au moyen d'une autre grille de lecture : le « modèle COM-B »⁶⁰ de Michie, Van

⁶⁰ Source : <https://www.modernisation.gouv.fr/files/2022-06/Rapport%20d%27exploration%20Augmenter%20le%20taux%20d%27E2%80%99engagement%20des%20propri%C3%A9taires%20de%20logements%20vacants.Version%20d%C3%A9finitive.PDF> Page 22.

Stralen et West (2011). Ce modèle catégorise les éléments influençant le comportement au moyen de trois critères : les Capacités, l'Opportunité (en lien avec l'environnement) et la Motivation.



Source : Capture d'image du rapport d'exploration de la DIPT « Encourager la mise sur le marché locatif des logements vacants : diagnostic et préconisations⁶⁰

Il ressort rapidement de l'analyse que le taux de réponses des propriétaires aux communications des collectivités est impacté par 3 types de freins. Des freins liés à la connaissance des avantages à remettre son logement sur le marché mais aussi de l'accompagnement disponible pour réaliser les démarches (capacité et motivation). Et aussi des freins liés à leur environnement : situations familiales difficiles ou manque de moyens financiers (opportunité). Après avoir identifié ces barrières, l'équipe relève une série de leviers comportementaux pour aider à favoriser la prise de décision de remettre son logement sur le marché.

Solution

En s'appuyant sur leur diagnostic complété par des entretiens avec 5 collectivités volontaires, l'équipe propose de créer une boîte à outil à destination des collectivités, accompagnée d'un guide. L'objet de ce guide est de mettre à disposition des acteurs locaux des outils pour optimiser leur prise de contact avec les propriétaires au regard de leur réalité de terrain. Cette boîte à outils, utilisant les enseignements des sciences comportementales, sert différents objectifs : produire des premières communications plus percutantes, permettre l'adaptation des communications au contexte mais aussi servir de support lors d'une demande de révision des procédures à la hiérarchie. Le guide comporte 3 axes : 1) une explication « des leviers

comportementaux mobilisables pour créer des communications impactantes »⁶¹ - 2) des courriers, questionnaires et enveloppe complètement modifiables dont l'édition est basée sur un système de « briques » ouvrant des menus à option de personnalisation. Des briques rouges comportant les solutions liées aux freins liés relatifs aux communications officielles en elles-mêmes ; et des briques vertes pour les solutions inhérentes aux barrières spécifiques aux logements vacants - 3) « *Un pas à pas détaillé des étapes pour accompagner les agents de collectivités dans la création et le suivi de leurs courriers, en complément de l'outil ZLV* »⁶¹. Après une première présentation du guide auprès d'une dizaine de collectivités et l'apport de quelques modifications, ce dernier a fait l'objet d'une présentation en ligne devant une trentaine de collectivités le 28 juillet 2021.

*Trial*⁶²

La phase d'évaluation s'est déroulée entre avril et octobre 2021. Cette dernière porte sur deux objectifs : évaluer l'utilisation des collectivités et relever les leviers comportementaux les plus porteurs pour l'activation des propriétaires. 35 communications ont ainsi été analysées, dont 21 éditées avant la présentation du guide. En ce qui concerne l'utilisation du guide par les collectivités, l'analyse quantitative tend à montrer que les « briques rouges » (liées aux courriers eux-même) ont été adoptées. Les leviers relevant de la simplification et de l'attractivité sont particulièrement mobilisés. Les « briques vertes » (leviers liés au secteur du logement vacant) sont quant à elles utilisées de manière plus sélective. Ce sont surtout les leviers « accompagnement personnalisé proposé par la collectivité » et « répercussions de la vacance sur l'image de la collectivité » qui sont utilisés. Il faut par ailleurs souligner la proportion de la communication relative à la politique logement de la région a été diminuée, passant de 70 à 57%, conformément aux conseils prodigués. Les auteurs ont complété l'analyse quantitative avec des entretiens. Ils en retiennent, pour l'évaluation de l'utilisation du guide par les collectivités, « 5 enseignements clefs » : 1) Mettre à disposition des collectivités le guide dès leur intégration du projet ZLV afin que les recommandations puissent être mise en place directement et que des décisions institutionnelles puissent être prises à temps, au besoin (comme la validation d'un modèle de courrier par exemple) - 2) Le guide apparaît en effet comme un appui pour argumenter auprès de la hiérarchie. - 3) Le système de « briques » est utile et intuitif. - 4) Les collectivités ont des politiques distinctes et des approches différentes

⁶¹ Source : <https://www.modernisation.gouv.fr/files/2022-07/Z%C3%A9ro%20logement%20vacant%20%20Rapport%20final.pdf> Page 12.

⁶² Source : <https://www.modernisation.gouv.fr/files/2022-07/Z%C3%A9ro%20logement%20vacant%20%20Rapport%20final.pdf> Pages 17 à 26.

quant aux propriétaires (plus ou moins souple). – 5) Il est donc indispensable de maintenir une proposition de solution « personnalisables et adaptable ». Pour ce qui est de la corrélation entre les leviers comportementaux proposés et le taux de réponse des propriétaires, la recherche statistique montre une corrélation positive, pour les briques rouges, entre les leviers liés à la simplification et l'attractivité et le taux de réponses. Pour les briques vertes, les résultats sont plus mitigés. Seul le levier « accompagnement individuel personnalisé » est corrélé positivement de manière notable avec le taux de réponses. Pour terminer, l'équipe propose des pistes de réflexions quant aux profils des propriétaires susceptibles d'être activés. Au moyen de la base de données des propriétaires de la plateforme ZLV, les caractéristiques propriétaire/logement ont chacune été mise en relation avec le taux de réponse. Il semble que les multipropriétaires sont plus à même de répondre. Tout comme les personnes morales semblent plus susceptibles de répondre que les personnes physiques. Par ailleurs, les logements caractérisés « inconfortables » génèrent plus de retours également. Cet état de fait peut éventuellement donner aux collectivités des indications sur les propriétaires à cibler lors de leurs campagnes de communication.

Gestion et tri des déchets : échantillon imagé de nudges français et belges

En 2018, Le Soir publie l'article « *Moins salir la ville sans s'en rendre compte* »⁶³. Après une brève explication sur ce qu'est un nudge, l'exemple des cendriers de sondage placés à Etterbeek dès 2016 est donné.



Source : Capture d'écran de la page Facebook de la ville d'Etterbeek en ligne sur : <https://www.facebook.com/1040etterbeek/posts/les-cendriers-de-sondage-une-riche-id%C3%A9e-pour-inciter-les-fumeurs-%C3%A0-ne-pas-jeter-/1654083428234994/>

Ces cendriers sont placés « *sur des sites fortement fréquentés et impactés par le jet de mégots, avec des questions régulièrement adaptées, et ponctuellement recueillies auprès des jeunes des écoles d'Etterbeek.* »⁶⁴ Par ailleurs, l'article cite Marie-Rose Geuten (à l'époque de l'écriture de l'article, échevine à la

propreté) qui explique que d'autres nudges sont présents sur le territoire de la commune : des traces de pas menant aux poubelles peintes au sol ainsi que « *des sortes de cibles autour des corbeilles* ».

Le Soirmag, quant à lui, propose en 2019 un article⁶⁵ mettant en avant le nudging mis en place par la ville du Havre en Normandie pour favoriser l'utilisation des poubelles publiques. Il s'agit de « poubelles-panier de basket ». Le côté ludique peut aussi prendre la forme d'une marelle allant vers la poubelle, c'est ici un « nudge vert » de type « émotion et affect » qui est proposé. Pour plus d'informations sur les nudges verts, nous vous renvoyons vers le chapitre 6.

⁶³ En ligne sur : <https://www.lesoir.be/183468/article/2018-10-09/moins-salir-la-ville-sans-sen-rendre-compte>

⁶⁴ En ligne sur : <https://participation.etterbeek.brussels/1040-etterbeek/posts/62408-petits-dechets-sauvages?lang=fr>

⁶⁵ En ligne sur : <https://soirmag.lesoir.be/228342/article/2019-06-02/des-poubelles-paniers-de-basket-pour-mieux-ramasser-les-dechets>



Source : capture d'image soirmag en ligne sur <https://soirmag.lesoir.be/228342/article/2019-06-02/des-poubelles-paniers-de-basket-pour-mieux-ramasser-les-dechets>

En 2018, l'agence de communication et d'accompagnement en stratégie RSE « quadrature » publie un article⁶⁶ relatant son intervention en matière de nudges appliqués à l'environnement auprès du groupe SULO qui propose, entre autres, un service pour les Points d'Apports Volontaire (points de collecte publics des déchets) en leur fournissant des conteneurs de collecte. Souvent victimes de dépôts clandestins, l'objectif de l'intervention est d'améliorer la propreté de ces points publics de collecte. Encore une fois, c'est un nudge vert de type « émotion et affect » qui va être mobilisé pour sensibiliser les citoyens. L'idée est qu'ils puissent s'approprier le point de collecte avec comme effet un respect accru de l'espace. Une



Source : capture d'image Quadrature en ligne sur <https://www.agence-quadrature.com/reference/nudges-applique-a-lenvironnement/>

gamme d'autocollants à apposer sur le socle des conteneurs a été développées avec l'objectif de toucher le citoyen « comme s'il était chez lui ». On garde son jardin propre, on aime une maison propre, on mange sur une table propre, ...

Ces nudges testés sur différents sites pilotes ont permis de réduire les dépôts de déchets de 40%. En outre, la réduction des dépôts sauvages a permis une optimisation du tri. Par

⁶⁶En ligne sur : <https://www.agence-quadrature.com/les-nudges-ces-dispositifs-innovants-qui-revolutionnent-nos-comportements/>

ailleurs, avec cette solution esthétique, le cadre de vie des citoyens est amélioré.



Source : capture d'image Quadrature en ligne sur <https://www.agence-quadrature.com/reference/nudges-applique-a-lenvironnement/>

En 2021, la cellule environnement de l'Union Wallonne des Entreprises publie, à son tour, un article⁶⁷ explicatif sur le nudging qui mentionne les deux exemples ci-contre.

Source : Capture d'écran de UWE en ligne sur : <https://environnement-entreprise.be/article/le-saviez-vous-le-nudging/>



⁶⁷ En ligne sur : <https://environnement-entreprise.be/article/le-saviez-vous-le-nudging/>

Chapitre 5 : Le Nudge en Belgique – Etude de cas

En guise d'introduction

Il nous paraît opportun, à ce stade, de dresser un état des lieux. Le concept de nudge est indissociable des sciences comportementales. L'approche par le nudge a permis de rendre crédibles les contributions de ces dernières à l'intervention publique. Il apparaît comme un outil, parmi d'autres, issu des connaissances et des apports de ce champ d'études ; une partie visible. Ce champ est donc composé de plusieurs disciplines académiques dont l'économie comportementale qui, après avoir succédé à l'économie expérimentale née dès 1970, se développe de manière exponentielle depuis 1980. Nous vous proposons une ligne du temps reprenant les faits marquants de l'histoire des sciences comportementales en politique publique.

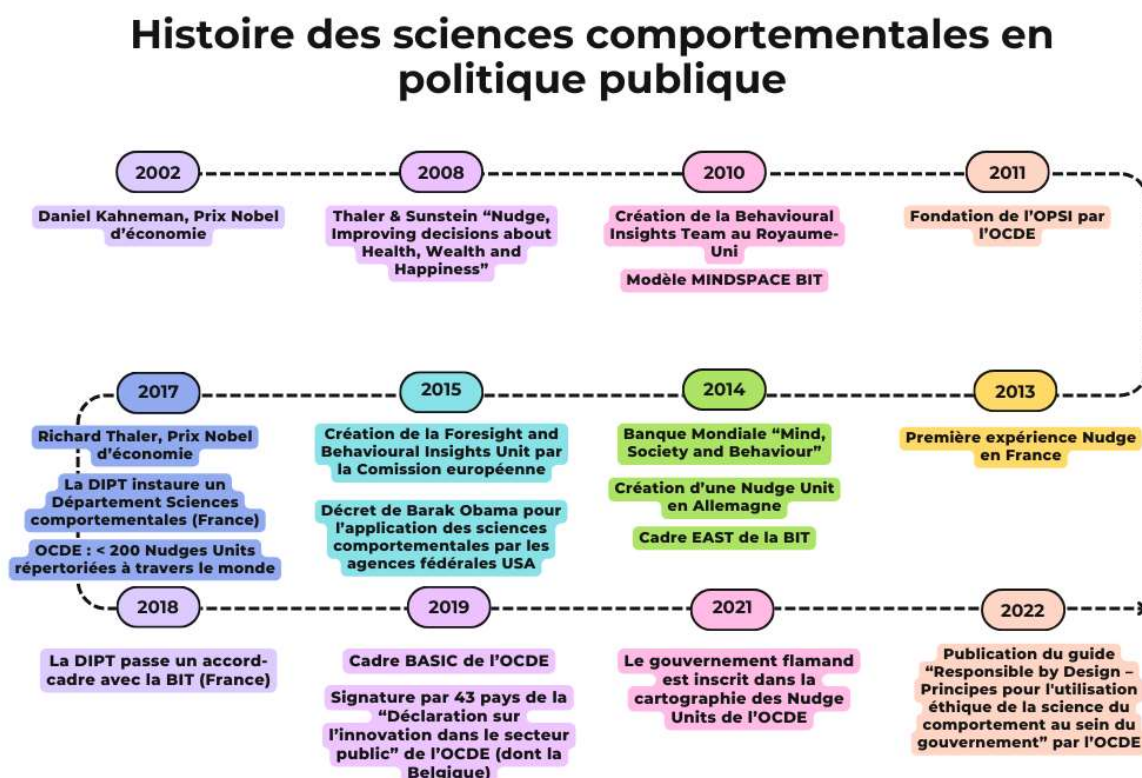


Figure 1 - Ligne du temps : Histoire des sciences comportementales en politique publique, conception personnelle

Depuis le début du 21^{ème} siècle, et surtout depuis la parution de l'ouvrage de Thaler et Sunstein (2008), le concept de Nudge et les sciences comportementales sont de plus en plus mobilisés en matière d'élaboration des politiques publiques. Selon l'OCDE, ce sont surtout les cinq

dernières années qui ont vu s'accroître le nombre de nouvelles équipes « sciences comportementales ». Au fil des années, mus par la nécessité de répondre aux questions éthiques suscitées par l'application des connaissances comportementales en politique publique, des experts ont construit différents outils et cadres opérationnels pour soutenir les pouvoirs publics dans leur démarche. Dans ce contexte, il paraît légitime de se demander où se situe la Belgique ? Notre pays s'est-il concrètement lancé dans la mobilisation de l'approche comportementale dans le cadre de sa politique publique ? A-t-on connaissance d'expériences de nudging mise en place par nos gouvernements ? Comme annoncé, l'objet de cette étude de cas porte sur l'état de l'utilisation du Nudge en Politique publique belge. Le nudge est-il un outil politique assez pertinent et porteur en matière de politique publique pour avoir convaincu nos représentants politiques ? Si oui, comment cela se concrétise-t-il ? Comment nos gouvernements abordent-ils la question des sciences comportementales ? En outre, comment abordent-ils la question éthique ?

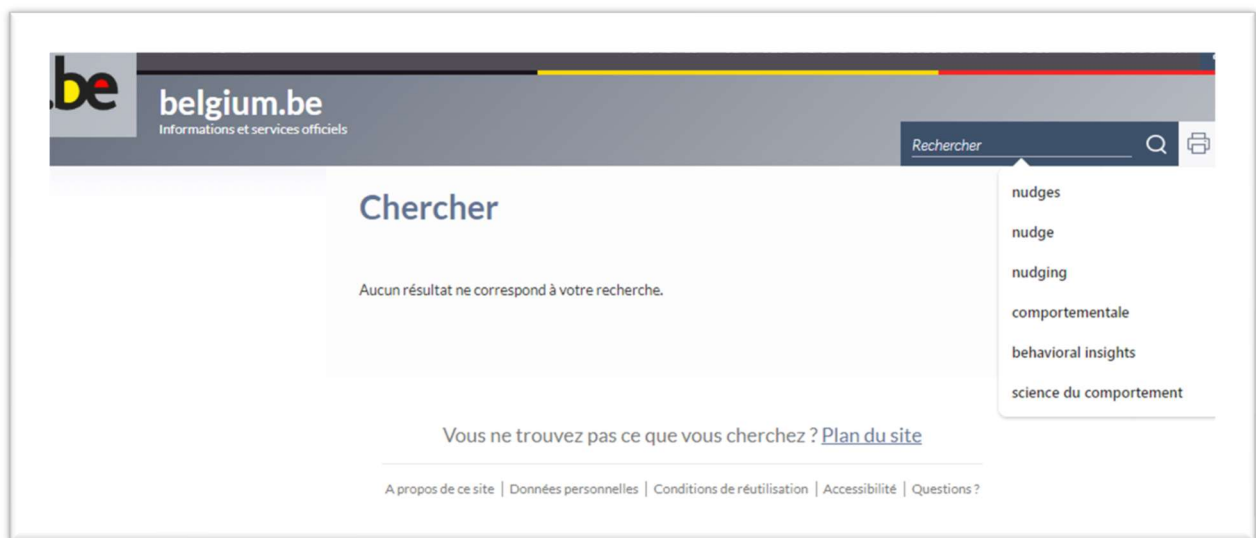
L'application du Nudge amène à toute une série de questions pragmatiques. Le Nudge, en tant qu'outil particulier, est-il réellement porteur ? Le nudging a-t-il beaucoup de potentiel en tant que levier politique ? Cet outil est-il applicable à tous les secteurs de la société ? L'utilisation des nudges est-elle réellement intéressante financièrement ?

Nous partons du postulat que le développement observé au cours des dernières années de l'application du Nudge et, plus généralement des sciences comportementales, dans l'élaboration de politique publique en fait des outils considérés comme porteurs par la classe politique. Le fait que différents gouvernements à travers le monde mobilisent les sciences comportementales et créent des cellules dédiées à leur application en politique nous amène à penser que leur pertinence est éprouvée. Nous émettons l'hypothèse qu'à l'instar de ses voisins français, dont l'expérience en matière de sciences comportementales en politique publique a été mobilisée dans le cadre conceptuel, la Belgique a, elle aussi, mis le pied à l'étrier des sciences comportementales. Néanmoins, nous pensons qu'en la matière, la Belgique n'en est qu'à ses balbutiements. Nous émettons comme seconde hypothèse que la question éthique relative à l'application du Nudge et des sciences comportementales n'est pas assez prise en considération par le pouvoir politique belge. Pour vérifier ces deux hypothèses, nous proposons d'abord de faire le point sur la visibilité générale du concept de Nudge en Belgique ; en second lieu, il s'agit de collecter les informations disponibles inhérentes aux travaux parlementaires, afin d'être en mesure de déterminer si des cadres concernant la mobilisation des sciences comportementales dans l'élaboration politique sont prévus. Ensuite, nous présentons des

projets de nudging belges. Pour finir, nous nous arrêtons sur les enjeux éthiques et la notion de transparence. Les données utilisées sont principalement collectées au moyen de la recherche documentaire.

De la visibilité des nudges en Belgique

Trouver des informations sur le nudge et ses applications en Belgique n'est pas démarche aisée. Une recherche sur les différents sites Internet officiels ; Belgium.be pour le fédéral, Wallonie.be et Vlaanderen.be ; donne systématiquement le même résultat.

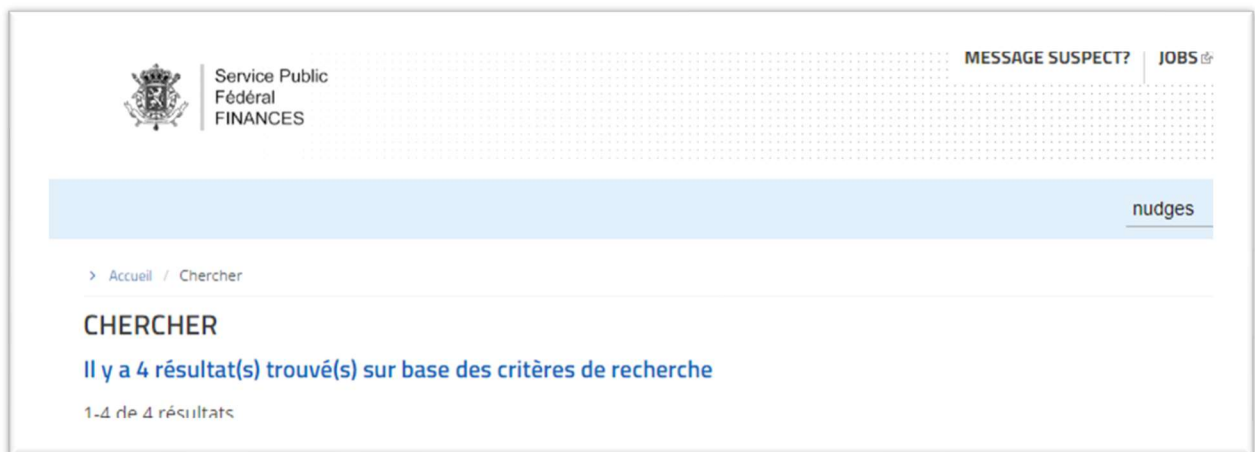


Source : Capture d'image du site Internet <https://www.belgium.be/fr>

Néanmoins, en fouillant la toile, il nous a été possible de trouver des traces du nudge en politique publique belge. Certaines expériences de nudging ont même été dénichées, parfois par hasard, par le biais de Google. Toutefois, pour la Flandre, il a été possible, au moyen du site Vlaanderen.be de trouver des informations sur les sciences comportementales. Nous avons ainsi pris connaissance de la mise à disposition, pour le personnel du gouvernement flamand, d'un soutien pour l'application des sciences comportementales en politique publique. Il s'agit d'une page⁶⁸ informative sur les apports des sciences comportementales dans l'amélioration des politiques et de la communication. Au bas de cette page se trouve un lien vers « *un accord-cadre pour la recherche comportementale, les insights comportementaux et l'influence des comportements* », uniquement accessible au moyen d'une connexion ID. Cet accord-cadre est en place depuis le 18 novembre 2021. Le Gouvernement flamand est d'ailleurs répertorié depuis juin 2021 sur la carte des « unités BI » disponible sur le site Internet de l'OCDE. En

⁶⁸ En ligne sur : <https://www.vlaanderen.be/intern/beleid-en-regelgeving/gedragsinzichten>

recherchant plus d'informations sur cet accord-cadre, et de manière plus générale sur l'application des sciences comportementales en Flandre, nous avons trouvé le rapport d'une séance plénière du parlement flamand datant de 2016 suite à une résolution proposée *concernant l'application des connaissances comportementales dans la préparation, la mise en œuvre et l'évaluation de la politique flamande*. Nous revenons sur cette proposition de résolution dans la section suivante. Par ailleurs, toujours dans le cadre des canaux officiels d'informations, le portail documentaire de l'administration wallonne comporte une fiche sur le nudge⁶⁹. Cette dernière renseigne des expériences flamandes dont les liens amènent vers la page web susmentionnée ou des pages inexistantes. En outre, est renseigné également sur cette fiche le projet « Nudging sommation IPP » du SPF Finances. Et effectivement, si l'on réalise une recherche « nudge » directement sur la page Internet du SPF Finances, l'on obtient des résultats.



Source : Capture d'image du site Internet <https://finances.belgium.be/fr/search?keywords=nudges>

De 2015 à 2018, l'Administration Générale de la Perception et du Recouvrement (AGPR) a mis en place le projet « Nudging sommation IPP » dont l'objectif était de cibler les lettres de rappel les plus à même d'encourager les citoyens à s'acquitter plus rapidement de leurs impôts. Nous vous proposons de revenir sur ce projet dans la section « Présentation de projets Nudging belges ».

Pour ce qui est des expériences trouvées fortuitement au gré de nos nombreuses recherches, elles sont au nombre de trois. La première est un projet, en cours, du SPF Emploi, Travail et Concertation sociale : « 2023 – 2025 Projet de recherche NUDGING visant à améliorer la

⁶⁹ En ligne sur : https://bibliotheques.wallonie.be/index.php?lvl=cmspage&pageid=6&id_rubrique=317

sécurité et la santé sur les chantiers »⁷⁰. Le projet étant en cours, il n’y a pas encore de publication disponible. Ce projet de recherche est initié par 4 entités du SPF Emploi : la Direction générale Humanisation du travail (DG HUT), la Direction générale Contrôle du bien-être au travail (DG CBE), la Direction générale Contrôle des lois sociales (DG CLS) et le Service d'information et de recherche sociales (SIRS). Le secteur de la construction est l’un des 10 secteurs les plus touchés par les accidents graves en Belgique. Le nombre d’accidents graves, voire mortels, à la suite de comportements dangereux restent élevés malgré les actions de promotion de la santé et de la sécurité déjà menées. C’est dans ce cadre que ce projet est mis en place en collaboration avec le Département d’Economie Appliquée de l’ULB. La seconde expérience de nudging concerne le projet « NO-SHOW » du SPF Sécurité sociale – Direction générale Personnes handicapées, mené en 2020. Nous revenons sur ce projet dans la section « Présentation de projets Nudging belges ». La troisième expérience, dont nous avons pris connaissance par le biais d’un article⁷¹ sur le nudge publié sur le site Internet de la Police fédérale, concerne un projet de la Ville de Leuven pour la réduction du tapage nocturne. Nous revenons également sur celui-ci dans la section « Présentation de projets Nudging belges ». Lors de la recherche d’exemples pour alimenter le chapitre portant sur le Nudge en Politique publique, nous avons également trouvé plusieurs articles mentionnant les nudges. Ces articles proviennent soit de la presse (Le Soir, RTBF, Alter Echos, En Marche, La Libre), soit d’entreprises privées de consultance ou de formation (le Petit Coup de Nudge, Institute for Business Development), d’asbl (Institut Eco-Conseil, Pôle MécaTech, CPCP), du monde académique (UCL, Luxembourg Creative) ou encore d’organisations comme la cellule environnement de l’Union Wallonne des Entreprises. Une recherche Internet « nudges Belgique » ne donne donc aucun résultat menant vers une organisation publique.

Par ailleurs, il nous semble important de souligner que nous n’avons trouvé aucune expérience de nudging ou de mobilisation de l’apport des sciences comportementales en Wallonie. C’est lors du travail de recherche préparatoire aux travaux de mémoire, entamé sous l’angle de la transition, que nous avons pris connaissance du concept de Nudge, au travers d’un document en ligne de l’Institut National de l’Economie Circulaire français en partenariat avec Azimio (cabinet de conseil et de recherche) : « Economie circulaire et changement de comportement ». Le premier objectif était de porter l’objet de cette recherche sur ce nouvel outil de politique

⁷⁰ En ligne sur : <https://emploi.belgique.be/fr/propos-du-spf/services-offerts/projets-de-recherche/2023-2025-projet-de-recherche-nudging-visant>

⁷¹ En ligne sur : <https://www.police.be/5337/actualites/les-nudges-pour-susciter-les-bons-comportements>

publique dans le cadre du déploiement de « Circular Wallonia » (stratégie de déploiement de l'économie circulaire en Wallonie adoptée en 2021). Le questionnement initial était le suivant : « le “nudging”, ou utilisation de nudges, peut-il être pertinent comme outil de politique publique pour la mise en œuvre de la stratégie de déploiement de l'économie circulaire en Wallonie adoptée par le Gouvernement wallon le 4 février 2021 ? ». Les premières recherches, ont montré que le nudge, en tant que tel, était peu utilisé en Wallonie. Une interview avec la cellule de coordination de Circular Wallonia a mis en lumière qu'au sein de cette cellule, le concept de nudge était inconnu. De plus, un échange de mail avec le cabinet du Ministre wallon de l'Economie⁷² (...), nous apprend que le concept de nudge n'est pas abordé dans le cadre de la définition des politiques économiques wallonnes. Il ne l'a pas été non plus pendant l'élaboration de la stratégie Circular Wallonia. Dans le cadre de cette stratégie, cependant, certains conseils reçus par une agence de communication pour les campagnes de sensibilisation pourraient s'apparenter à du nudging norme sociale. A l'échelle wallonne, cet outil semble donc peu connu.

Le Nudge et les gouvernements belges

Comme nous l'avons annoncé, nos recherches sur l'application des sciences comportementales en Flandres nous ont menées au rapport d'une séance plénière du parlement flamand au sujet d'une proposition de résolution *concernant l'application des connaissances comportementales dans la préparation, la mise en œuvre et l'évaluation de la politique flamande*⁷³. Dès lors, nous avons entrepris de rechercher l'existence de documents parlementaires pour le gouvernement fédéral (sites Internet de la Chambre des Représentants de Belgique et du Sénat de Belgique) et pour le gouvernement wallon (site Internet du Parlement wallon).

Gouvernement fédéral

Chambre des Représentants de Belgique

Tout document a été recherché au moyen de différents mots clefs : « sciences comportementales », « connaissances comportementales », « sciences du comportement » et

⁷²Nous tenons à la disposition des lecteurs une retranscription anonymisée de l'entretien avec la cellule de coordination de Circular Wallonia ainsi que des échanges de mails avec le cabinet du Ministre wallon de l'Economie.

⁷³ En ligne sur : <https://www.vlaamsparlement.be/nl/parlementaire-documenten/parlementaire-initiatieven/1073850#stemming-in-de-plenaire-vergadering>

« nudging », et ce pour les législatures 55 (2019-2024) et 54 (2014-2019). Plusieurs documents sont ainsi trouvés.

Le premier concerne le *projet de budget général des dépenses pour l'année budgétaire 2019*⁷⁴ daté du 12 décembre 2018. Il s'agit d'un *avis sur la section 25 – SPF Santé publique, Sécurité de la Chaîne alimentaire et Environnement* au sein duquel le nudging est brièvement mentionné dans la discussion à la suite des questions d'une députée. Cette même députée renvoie la Ministre à sa résolution (pages 36 et 37). Plus loin dans la discussion, le nudging est encore une fois cité, au sujet du *Cadre pluriannuel Evidence Based Practice*, en tant que technique de communication en cours de développement. L'Evidence Based Practice ou EBP « *peut être définie comme l'utilisation consciencieuse, explicite et judicieuse des meilleures preuves scientifiques récentes lors des choix concernant les soins de patients individuels* »⁷⁵. Dans ce cadre des *guides de pratique clinique* sont créés pour soutenir les praticiens dans la mise en œuvre de l'EBP. L'utilisation des nudges semble donc envisagée pour la création de ces outils.

Le second document concerne la proposition de résolution susmentionnée. Cette dernière a été adoptée en séance plénière le 5 juillet 2018 : *Résolution relative à l'application des acquis des sciences du comportement dans le cadre des soins de santé en Belgique*⁷⁶. Cette proposition figure donc également dans un **troisième** document : les annexes du rapport de la séance plénière⁷⁷ du 5 juillet 2018. Dans cette résolution la députée, après avoir brièvement exposé l'intérêt croissant pour l'application des sciences comportementale « dans le cadre du processus décisionnel » ainsi que ses contributions, demande au gouvernement fédéral : « -1. de sélectionner plusieurs domaines politiques dans le secteur des soins de santé où les connaissances des sciences comportementales pourraient optimiser la réalisation des objectifs politiques ; -2. d'élaborer des projets au sein de ces domaines politiques, de les évaluer scientifiquement et de prêter attention, lors de l'élaboration et de l'évaluation de ces projets, à l'impact des incitations (nudges) sur les personnes ayant un profil socio-économique plus faible ; -3. d'intégrer les incitations (nudges) de manière structurelle en cas d'évaluation positive ; -4. de faire preuve d'une totale transparence envers la population à l'égard de l'utilisation des connaissances des sciences comportementales et des résultats obtenus via le

⁷⁴ En ligne sur :

<https://www.lachambre.be/doc/flwb/pdf/54/3294/54k3294038.pdf#search=%22sciences%20comportementales%20%2055k.54k%20%3Cin%3E%20keywords%22>

⁷⁵ En ligne sur : <https://www.health.belgium.be/fr/evidence-based-practice>

⁷⁶ En ligne sur : <https://www.lachambre.be/FLWB/PDF/54/2474/54K2474006.pdf>

⁷⁷ En ligne sur : <https://www.lachambre.be/doc/PCRI/pdf/54/ip238.pdf>

site web du Service Public Fédéral Santé publique, Sécurité de la chaîne alimentaire et Environnement ; -5. de fournir, en cas d'évaluation positive, un soutien structurel et une évaluation de la politique assurés par des experts, dans un centre d'expertise belge des sciences du comportement »⁷⁶(p3).

Le quatrième document daté du 30 août 2023 est un document de questions et réponses écrites⁷⁸. Le nudging est mentionné à la suite d'une question d'une députée à la Vice-Première Ministre concernant « Nido, Le labo d'innovation du service public ». Le Nido a mis en place « le Network Innovation, un réseau informel des fonctionnaires ayant le sens de l'innovation. Nido organise des séances d'inspiration trimestrielles sur des thèmes innovants (par ex. ChatGPT, nudging et données comportementales, collaboration avec des start-ups, prospective, intrapreneuriat, etc.) et invite à la fois des conférenciers du monde académique et des entreprises à inspirer les fonctionnaires »⁷⁸(p353). Il est intéressant de noter que sur la page web de Nido, le vocable *nudge* est uniquement mentionné dans l'interview de présentation de la dernière recrue de l'équipe qui y mentionne son intérêt pour ce concept : « Je suis particulièrement intéressée par le “nudging” et tout ce qui touche aux sciences du comportement »⁷⁹.

Le cinquième document est un Rapport du Comité d'avis des questions scientifiques et technologiques daté du 26 avril 2021 : « L'intelligence artificielle (et les algorithmes) et l'impact sur les médias sociaux dans le processus démocratique »⁸⁰. Ce rapport fait mention des *hypernudges*⁸⁰(p28), il s'agit de l'utilisation des nudges dans un environnement numérique. Ces incitations ne sont pas uniquement construites sur la base d'un comportement à adopter et donc identiques pour tous les individus. Grâce au « feedback instantané » liés aux cookies, l'intelligence artificielle personnalise et individualise le nudge : c'est l'*hypernudge*. Le rapport fait mention des inquiétudes éthiques liées à ces nudges et propose, entre autres, une approche pédagogique⁸⁰(p177 et 211) pour informer les citoyens sur le fonctionnement des réseaux sociaux et développer leur esprit critique.

Le sixième document est un texte « Questions et réponses écrites »⁸¹ datés du 19 novembre 2023 au sein duquel un député adresse une question relative à la Mesure F22 du premier plan

⁷⁸ En ligne sur : <https://www.lachambre.be/QRVA/pdf/55/55K0117.pdf>

⁷⁹ En ligne sur : <https://www.nidolab.be/nido/fr/rencontrez-clemence-la-nouvelle-collegue-chef-nido/>

⁸⁰ En ligne sur : <https://www.lachambre.be/doc/flwb/pdf/55/1947/55k1947001.pdf#search=%22sciences%20du%20comportement%22>

⁸¹ En ligne sur : <https://www.lachambre.be/QRVA/pdf/55/55K0123.pdf>

de lutte contre la fraude, au Vice-premier ministre et ministre des Finances. Cette mesure 22 concerne le nudging. Le député pose plusieurs questions relatives à l'expérience de l'Administration générale de la Perception et du Recouvrement du SPF Finances. La première étant d'avoir un bilan de la mise en œuvre et des nouvelles quant à un projet d'extension du nudging pour le recouvrement auprès des TPE et PME. Ensuite est demandé si le nudging est utilisé dans d'autres cadres que l'incitation/rappel de paiement pour la gestion, les prestations de services... Ensuite dans le cadre de l'utilisation des nudges pour le recouvrement auprès des PME, le député mentionne une étude australienne qui montre qu'au-delà d'un plafond fixé à 7000 dollars australiens, le nudging ne se montre plus efficace ; il demande si un tel plafond est observé en Belgique. Est également demandée une série de chiffres : taux de réaction aux nudges, rendement de la mesure pour les années allant de 2021 à 2024 ? Pour finir, le député demande « *Quelle évaluation est tirée de la mise en œuvre de cette mesure ?* »⁸¹(p224). La réponse du ministre est constituée d'éléments de résultats du « *Projet Nudging Sommeation IPP* ».

Les septième et huitième documents sont deux exposés d'orientation politique. L'un de la Secrétaire d'Etat à la Lutte contre la pauvreté, à l'Egalité des chances, aux Personnes handicapées, et à la Politique scientifique, chargée des Grandes villes daté du 13 avril 2017. Elle y fait part de son souhait d'introduire au niveau fédéral une réflexion sur la possibilité « *d'implémenter ces "orientations de comportement" dans les matières touchant à la lutte contre la pauvreté.* »⁸². Le second du ministre des Finances, chargé de la Coordination de la lutte contre la fraude, daté du 3 novembre 2020. Le ministre mentionne le nudging comme outil pour diriger les utilisateurs de My FINACCOUNT (partie de MyMinfin) « *vers les actions souhaitées* »⁸³.

Le neuvième document est une proposition de résolution demandant l'adoption d'un Plan fédéral nutrition santé ambitieux pour la période 2021-2030 datée du 16 février 2024. Le nudging y est mentionné comme outil potentiel pour « *aider les consommateurs à opérer plus facilement les bons choix [...] en faveur des aliments sains comme les fruits et les légumes.* »⁸⁴

⁸² En ligne sur : <https://www.lachambre.be/FLWB/PDF/54/0020/54K0020069.pdf> Page 14.

⁸³ En ligne sur : <https://www.lachambre.be/doc/flwb/pdf/55/1610/55k1610009.pdf#search=%22nudging%20%2055k%20%3Cin%3E%20keywords%22> Page 20.

⁸⁴ En ligne sur : <https://www.lachambre.be/FLWB/PDF/55/3208/55K3208005.pdf> Page 9.

Sénat de Belgique

Pour ce qui concerne le Sénat de Belgique, nous avons trouvé trois documents relatifs à des questions et réponses écrites. La première question datée du 10 janvier 2019 (réintroduction d'une question sans réponse posée en 2017) concerne la simplification administrative, annoncée lors de l'entrée en fonction du gouvernement en 2014, dont l'objectif est d'« *aboutir à un service performant avec un minimum de surcharge administrative* »⁸⁵. Dans ce cadre, un réseau de fonctionnaires de simplification devait être créé ainsi que des partenariats avec les entités fédérées. Il s'agit de demander où en sont le développement de ses actions et leurs résultats. C'est la réponse donnée qui mentionne le nudging. L'Agence pour la Simplification Administrative (ASA) a organisé en avril 2019 un séminaire « Behavioural Insights and Nudging ».

La seconde question (réintroduction d'une question sans réponse de 2018) est datée du 24 janvier 2019. Elle concerne une demande de résultats quant à l'application des connaissances comportementales, dans le cadre de la perception et du recouvrement de l'impôt, réalisée par le SPF Finances. Dans sa réponse, le ministre mentionne la création d'« *une nouvelle unité, qui s'occupera spécifiquement de la Tax Compliance et du rôle que les théories comportementales peuvent y jouer* »⁸⁶, au sein de l'AGPR. La dernière question, datée du 3 mars 2021, formule une demande de mise à jour des résultats obtenus par le SPF Finances et de plus amples informations sur l'unité annoncée. Dans sa réponse, en plus des résultats, le ministre avance qu'« *En septembre 2018, le service «Tax Compliance et Analyse comportementale» a été créé au sein du pilier Perception de l'administration générale de la Perception et du Recouvrement.* »⁸⁷. Ce dernier est composé « *d'un expert en sciences sociales ayant une expérience pratique des expériences comportementales et de l'application des connaissances comportementales dans le contexte d'une meilleure Tax Compliance. Une expansion de ce service est envisagée, de préférence via un recrutement ciblé compte tenu du profil spécifique du service* »⁸⁸. Par ailleurs, au sein de ces deux questions nous retenons par ailleurs deux éléments importants. Premièrement, le sénateur mentionne l'existence d'une cellule stratégique pour l'application des compétences comportementales en Flandres. Deuxièmement, une partie de la dernière question porte sur l'éventuelle existence d'application des sciences comportementales en dehors du SPF Finances. Le ministre mentionne en réponse une

⁸⁵ En ligne sur : <https://www.senate.be/www/?MIval=Vragen/SVPrint&LEG=6&NR=2079&LANG=fr> Page 1.

⁸⁶ En ligne sur : <https://www.senate.be/www/?MIval=Vragen/SVPrint&LEG=6&NR=2279&LANG=fr> Page 2.

⁸⁷ En ligne sur : <https://www.senate.be/www/?MIval=Vragen/SVPrint&LEG=7&NR=1127&LANG=fr> Page 2.

⁸⁸ Ibid. Page 3.

expérience du SPF Sécurité sociale « *concernant le fait que des patients ayant un rendez-vous médical ne s’y présentent pas* »⁸⁹. Nous traitons en effet le « Projet NO-SHOW » dans la section suivante. Il annonce également qu’un projet concernant le domaine du bien-être est en préparation au sein de la DG Humanisation du travail du SPF Travail, Emploi et Concertation sociale. Il nous paraît raisonnable de penser qu’il s’agit du projet « *2023 – 2025 Projet de recherche NUDGING visant à améliorer la sécurité et la santé sur les chantiers* » mentionné dans la section « visibilité » de ce chapitre. Concernant les éléments de réponses au sujet du projet « Nudging sommation IPP », ceux-ci sont mobilisés dans la section « présentation de projets Nudging belges ».

Gouvernement flamand

Nous proposons ici de revenir sur la proposition de résolution *concernant l’application des connaissances comportementales dans la préparation, la mise en œuvre et l’évaluation de la politique flamande* émise le 6 juillet 2016. Les auteurs introduisent leur proposition avec la présentation du concept de Nudge, « *het begrip nudging geniet in bredere kring de meeste bekendheid* »⁹⁰, le plus connu dans un cercle plus large. L’apport des sciences comportementales est explicité avec notamment la critique du concept d’homo economicus et les notions de systèmes de pensée 1 et 2 que nous avons nous-même abordées. Les auteurs s’arrêtent ensuite sur la notion de pertinence politique en avançant que le gouvernement peut jouer un rôle important en tant qu’architecte de choix. Bien que la réglementation et la sensibilisation servent déjà en partie ce rôle, une « architecture du choix adaptée » devrait permettre aux citoyens soit de prendre des décisions raisonnées, soit de faire automatiquement les choix qui leur conviennent le mieux. Les auteurs développent alors d’une part les notions de cadrage d’information, de saillance, et d’option par défaut en insistant sur le fait que le nudge est non coercitif, qu’il s’agit d’une incitation à l’action. Les auteurs font ensuite l’état de l’utilisation des sciences comportementales en Politique publique et attirent l’attention sur les liens entre les mondes académique et politique, qui se renforcent et sont porteurs pour chacun. Après avoir déclaré la Flandre et par extension, la Belgique, en retard, ils citent néanmoins le projet, à l’époque en cours, du SPF Finances. Après que le Conseil économique et social de Flandre ait organisé en 2014 une séance d’information sur les sciences du comportement pour l’Administration, et qu’une prise de conscience de l’apport de l’apport de

⁸⁹ Ibid. Page 3.

⁹⁰ En ligne sur : <https://www.vlaamsparlement.be/nl/parlementaire-documenten/parlementaire-initiatieven/1073850#stemming-in-de-plenaire-vergadering> Page 2.

ces dernière s'observent dans différents documents politiques ; les auteurs demandent la création d'une « équipe flamande d'analyse comportementale ». Leur argumentation complémentaire comporte deux angles de vue. Premièrement, l'utilisation de ce type d'incitations par les entreprises privées en tant que stratégie marketing pour la maximisation de leur profit est mise en avant. Si les citoyens sont dans l'illusion qu'ils consomment toujours de manière libre et autonome, il est possible pour le gouvernement d'utiliser à son tour les connaissances comportementales pour rétablir l'équilibre. Deuxièmement, vu qu'il est impossible de présenter les choix de manière totalement neutre, autant prendre conscience de son rôle d'architecte de choix afin de le mener de la manière la plus éclairée et efficace possible. Une attention particulière est portée à la liberté de choix et à la transparence. Les auteurs avancent que le rôle du gouvernement est d'optimiser le choix ou l'intérêt personnel des citoyens. S'il s'agit de choix que les citoyens aimeraient faire mais ne font pas en raison d'un manque d'informations ou d'autres angles morts, répondre de manière appropriée à ces défaillances au moyen des connaissances comportementales maximise la liberté des individus. Par ailleurs, il s'agit aussi de délimiter dans quelle mesure le gouvernement peut influencer les choix et jusqu'où il peut aller. Les auteurs insistent alors que les sciences du comportement constituent des outils pour atteindre des objectifs politiques et non un support à la fixation des objectifs politiques. Un accent particulier est mis sur la transparence. *« Een voorwaarde die ingebouwd dient te worden is dat overheden maximaal transparant moeten zijn over sturing via keuzearchitectuur. Een overheid moet kunnen zeggen waar en wanneer ze gedragsinzichten wil inzetten, wat ze met die sturing wil bereiken, waarom ze burgers via gedragsinzichten naar een bepaald gedrag of keuze leidt en na toepassing ervan wat het effect is geweest van de aanpassing. »*⁹¹. Il s'agit donc de faire preuve d'une transparence maximale en matière de démarche comportementale : dire où et quand le gouvernement souhaite utiliser les sciences comportementales, quel comportement est ciblé et pourquoi les décideurs veulent guider vers tel choix ou tel comportement. Le gouvernement se doit aussi de faire un retour évaluatif sur les résultats. Les auteurs appuient l'idée que les outils issus des connaissances comportementales sont complémentaires aux outils traditionnels, et qu'intégrer ces connaissances dans l'élaboration politique peut prévenir l'insuccès de certaines mesures n'accordant pas suffisamment d'attention à la réalité économique comportementale. Les interventions comportementales doivent être limitées à des problèmes sociaux importants, qui

⁹¹ En ligne sur : <https://www.vlaamsparlement.be/nl/parlementaire-documenten/parlementaire-initiatieven/1073850#stemming-in-de-plenaire-vergadering> Page 7.

engendrent un coût, pour le gouvernement et par extension à la communauté, que ce soit en matière d'argent, de cadre de vie ou de bien-être. Toute intervention comportementale doit pouvoir être défendue publiquement et bien sûr être testée. Les auteurs donnent une explication de l'essai randomisé contrôlé que nous avons abordé dans le chapitre 4. Ils mettent également l'accent sur le fait de respecter certaines limites juridiques et éthiques. Les interventions comportementales ne doivent être déployées que dans des domaines de la société pour lesquels il existe un consensus quant au changement de comportement nécessaire comme la lutte contre l'obésité par exemple. Il s'agit pour le gouvernement d'être en mesure d'argumenter ses choix en matière de comportements vertueux. En conclusion de cet exposé est demandée la création d'un cadre, au sein de l'administration flamande, pour l'application des sciences comportementales dans la prise de décision politique et ce, en commençant par mettre en place, idéalement au niveau central, une équipe flamande des sciences du comportement composée de membres de l'administration et d'experts scientifiques du comportement. Cette équipe a pour rôle de conseiller les départements ou entités du gouvernement flamand sur l'utilisation et l'application des connaissances comportementales dans la préparation, la mise en œuvre et l'évaluation des politiques flamandes. Elle joue également un rôle de plateforme de partage d'expérience et d'échange de connaissances pour l'ensemble de l'Administration flamande. Cela permet d'intégrer de manière structurelle les connaissances comportementales dans l'élaboration des politiques en Flandre. L'équipe coordonne les contacts avec le monde académique et les instituts de recherche. L'équipe organise également des séances d'information ou de formation. Elle utilise l'instrument des marchés publics par le biais d'accords-cadres. L'équipe se met à la disposition des agences, agences ou autres entités du gouvernement pour les soutenir dans leurs projets. C'est également l'équipe qui établit le rapport annuel General Government Policy Brief afin de garantir la transparence nécessaire au déploiement des sciences comportementales dans la mise en œuvre des politiques publiques mais aussi de publier leurs résultats. Ce texte « résolution 852 » a été adoptée en séance plénière le 26 octobre 2016. Comme aperçu dans les documents parlementaires du Sénat, la Flandre prévoit donc un cadre pour le déploiement des connaissances comportementales au sein de sa politique. Nous notons que ce cadre considère l'importance de la transparence et prévoit de communiquer sur son action en matière d'application des sciences comportement, au moins par le biais de son rapport annuel.

Nous avons également trouvé un rapport de réunion de la commission de la politique générale, des finances, du budget et de la justice, daté du 28 janvier 2020. Ce dernier nous permet d'avoir

plus de précisions quant au fonctionnement de la « *Flemish Behavioral Insights Team* » (VGT). « *L'équipe fait office de plateforme de connaissances et d'expériences et oriente également les intéressés vers les chercheurs les plus adaptés, soit en recherchant des experts du monde académique, soit via l'accord-cadre pour la recherche comportementale. Depuis le 18 avril 2016, il est possible de bénéficier de l'accord-cadre « réaliser des études visant à mieux connaître les freins et les leviers pour renforcer l'efficacité de la politique et de la communication » conclu avec la société Tempera* »⁹². Par ailleurs, ce rapport mentionne également les inquiétudes de certains membres de la commission quant à la « *sous-exposition du rôle du VGT* » et au manque de retours quant à ses actions et aux projets éventuellement menés via l'accord-cadre. Nous supposons, relativement à la page Internet mentionnée⁹³ dans la section « De la visibilité du Nudge en Belgique », que ce type de fonctionnement est toujours d'actualité.

Gouvernement wallon

Comme pour le fédéral et la Flandre, différents mots clefs ont été utilisés pour la recherche de documents parlementaires (Interpellations et questions - Résolutions, avis et accords) et ce pour les législatures 2019-2024 et 2014-2019. Nous avons trouvé deux documents. Le premier daté du 26 avril 2016 concernant « *le rôle de la ludification dans le comportement écologique* »⁹⁴. Le ministre est interpellé quant à l'existence d'initiatives telles que des poubelles parlantes ou ludiques aux Pays-Bas, ou encore la mise en place de filets géants en fin de bretelles



d'autoroute au Danemark pour inciter les gens à jeter leurs déchets aux endroits prescrits. Il lui est demandé s'il envisage ce type de projets en Wallonie. Le ministre répond que les initiatives présentées ne sont pas nouvelles. Il revient sur un appel à projet « Alapoubelle » lors duquel

Source : Capture d'image
BeWapp⁹⁵

⁹² En ligne sur : <https://www.vlaamsparlament.be/nl/parlementair-werk/commissies/commissievergaderingen/1361406/verslag/1362864>

⁹³ En ligne sur : <https://www.vlaanderen.be/intern/beleid-en-regelgeving/gedragsinzichten>

⁹⁴ En ligne sur <https://www.parlement-wallonie.be/pwpages?p=interp-questions-voir&type=28&iddoc=69582>

plusieurs communes wallonnes ont mis en place des « nasses à cannettes », ces dernières ont été écartées pour différentes raisons dont le dépôt clandestin. En revanche, il avance avoir d'autres projets à l'esprit pour lesquels une communication arrive « dans les prochaines semaines ». Faute de trouver l'information via la page web du parlement wallon, nous avons trouvé, en cherchant des précisions sur la toile, un article de l'ASBL Be Wapp daté du 29 septembre 2016. Cet article⁹⁵ revient sur une action de sensibilisation menée par le Ministre wallon de l'Environnement inspirée du nudging « Action une flèche, un déchet ! ». Chaque flèche pointe un déchet au sol pour attirer l'attention sur ce mauvais comportement. Le second document est le compte rendu intégral de la séance publique de la commission du budget, de la fonction publique et de l'énergie du 15 mai 2017. Une députée interpelle le ministre au sujet du nudging en mentionnant un article de presse « *vantant les bénéfices du nudging par l'administration fiscale fédérale depuis 2015* »⁹⁶ et lui demande son avis quand à l'utilisation du nudging en Wallonie pour « améliorer la perception des recettes ». Le ministre répond avoir pris connaissance, le 31 octobre 2016 via la presse, du sujet. Il a dès lors pris contact avec le SPF Finances et une réunion a eu lieu le 17 novembre 2016 « *avec un contributeur au projet qui a explicité la méthodologie, la concrétisation et les résultats obtenus.* »⁹⁶. Il explique également qu'une action similaire a été mise en place en mai 2016 par l'Administration au sujet du recouvrement fiscalité des véhicules : l'envoi d'un dernier rappel sans frais avec formulaire à remplir « pour faire valoir certains éléments ». « *L'administration a enregistré un retour de 30 %, soit sous forme de paiement, soit sous forme de réponse via le formulaire type. Ainsi, 15,6 % des redevables concernés ont procédé au paiement sur base du rappel sans frais. Le SPF Finances présentait, en novembre 2016, un taux de perception similaire.* »⁹⁶. Il termine en expliquant que l'échange de bonnes pratiques continue et que deux autres réunions ont déjà eu lieu.

Présentation de projets Nudging belges

Pour organiser nos analyses des projets de nudges suivants, nous proposons d'utiliser la méthode « TEST » présentée dans deux des exemples du quatrième chapitre.

⁹⁵ En ligne sur : <https://www.bewapp.be/news/flechtes-geantes-sensibiliser-wallons/>

⁹⁶ En ligne sur : https://nautilus.parlement-wallon.be/Archives/2016_2017/CRIC/cric177.pdf (page 52)

Service public fédéral Finances : Projet Nudging – Sommation impôt des personnes physiques

En 2015 l'Administration générale de la Perception et du Recouvrement (AGPR) met en place en partenariat avec deux économistes anglais spécialisés en sciences comportementales Jan-Emmanuel De Neve, professeur à l'Université d'Oxford, et Johannes Spinnewijn, professeur à la London School of Economics, le projet « Nudging sommation IPP ». Ce projet s'est étalé de 2015 à 2018 sur 3 exercices d'imposition : 2014, 2015 et 2016. A noter qu'a été publiée par le *Centre for Economic Performance - London School of Economics and Political Science*, en 2019, une étude⁹⁷ sur ce projet ; réalisée par Jan-Emmanuel De Neve, Clement Imbert, Johannes Spinnewijn, Teodora Tsankova, et Maarten Luts. Nous utilisons, pour analyser ce projet, l'introduction et les annexes de l'étude susmentionnée, des éléments de travaux parlementaires et le site Internet du SPF Finances.

Target

Pour le SPF Finances⁹⁸, l'objectif du projet est d'accroître la rapidité des citoyens à payer leurs impôts. En outre, il s'agit de déterminer quel type de lettre, donc quel nudge, fonctionne le mieux pour accélérer la réaction du contribuable. Pour De Neve et al. (2019)⁹⁷, la démarche consiste à étudier les effets des incitations non pécuniaires dans le cadre de la compliance fiscale, mais aussi à comparer les effets des différents leviers de la compliance fiscale identifiés par de précédents travaux : la conformité fiscale, la dissuasion et la morale fiscale, et les frictions d'information.

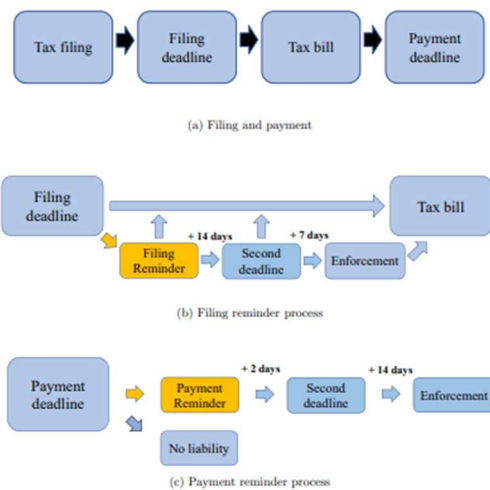
Explore

Le site Internet du SPF Finances ne donne aucune information sur la méthodologie du projet. Y figure trois tableaux récapitulatifs, un par exercice fiscal, comportant des résultats. Ces tableaux ne sont pas explicités en détail. Chaque tableau est néanmoins accompagné d'un commentaire plus ou moins long selon l'exercice. Il en est de même pour les documents parlementaires qui donnent des éléments d'information uniquement sur les résultats. Nous ne pouvons donc nous baser que sur l'étude de De Neve et al. (2019) pour amener des éléments de méthodologie. Et l'étude publiée se concentre sur la partie « trial ». Nous ne sommes donc pas en mesure de donner des éléments quant à la construction des interventions. De Neve et al.

⁹⁷ J-E De Neve, C. Imbert, J. Spinnewijn and M. Luts (2019). How to Improve Tax Compliance ? Evidence from Population-wide Experiments in Belgium, CEP Discussion Paper No 1621. Centre for Economic Performance London School of Economics and Political Science En ligne sur <https://cep.lse.ac.uk/pubs/download/dp1621.pdf>

⁹⁸ En ligne sur : https://finances.belgium.be/fr/statistiques_et_analyses/rapport-annuel/chiffres/compliance/312-r%C3%A9sultats-du-projet-nudging

Figure 1: Tax process



Source : Capture d'image⁹⁷ Page 29

(2019) « report on a total of five experiments: one on tax filing (TF), one on filing reminders (TFR), one on tax payment (TP) and two on payment reminders (TPR). The experiments spanned three fiscal years (FY), FY2014 to FY2016. The experiments randomized different treatments that we categorize in three groups : simplification, deterrence and tax morale. »⁹⁹. Cinq études sont donc menées sur la période de 3 exercices fiscaux, à différents moments de processus fiscal. Les effets de la variation de différentes interventions comportementales sont analysés. Ces interventions comportementales

peuvent être classées en trois catégories : simplification (1), dissuasion (2) et civisme (ou morale) fiscale (3). Une expérience porte sur la déclaration d'impôts, une sur le rappel pour la déclaration d'impôts, une sur le paiement des impôts et deux sur le rappel de paiement des impôts.

Solution

De Neve et al. (2019) reviennent sur chaque expérience. L'**expérience sur déclaration d'impôts** est menée en 2017 (exercice 2016) sur base d'1,5 millions¹⁰⁰ de déclarations complétées en ligne via *Tax on web*. Sur la page d'accueil, avant la déclaration, figure un diagramme circulaire qui présente au contribuable la répartition des dépenses publiques par catégories. Le graphique est accompagné d'une phrase soulignant que ces services publics sont financés par les impôts. Le groupe témoin est, lui, mis en présence de ce diagramme après avoir complété la déclaration en ligne. Les chercheurs considèrent qu'il s'agit d'une intervention liée à la morale fiscale. L'**expérience sur le rappel pour la déclaration d'impôts** est menée en 2016 (exercice 2015) auprès de 148.295 contribuables¹⁰¹ en retard. Ces derniers ont reçu une

⁹⁹ J-E De Neve, C. Imbert, J. Spinnewijn and M. Luts (2019). How to Improve Tax Compliance ? Evidence from Population-wide Experiments in Belgium, CEP Discussion Paper No 1621. Centre for Economic Performance London School of Economics and Political Science En ligne sur <https://cep.lse.ac.uk/pubs/download/dp1621.pdf> Page 8.

¹⁰⁰ J-E De Neve, C. Imbert, J. Spinnewijn and M. Luts (2019). How to Improve Tax Compliance ? Evidence from Population-wide Experiments in Belgium, CEP Discussion Paper No 1621. Centre for Economic Performance London School of Economics and Political Science En ligne sur <https://cep.lse.ac.uk/pubs/download/dp1621.pdf> Page 9.

¹⁰¹ Ibid. Page 10.

lettre simplifiée mettant en exergue le nouveau délai de paiement. Un sous-groupe a reçu une lettre comportant un message de dissuasion. L'**expérience sur le paiement de l'impôt** est réalisée en 2017 (exercice 2016) auprès de 1.216.317 contribuables¹⁰², il s'agit pour l'ensemble de la réception d'une lettre simplifiée qui ne conserve que les informations pertinentes pour l'action avec une mise en page claire. Des sous-groupes de contribuables ont quant à eux reçus des lettres contenant d'autres interventions comportementales : un message de dissuasion ou un message type morale fiscale. Les deux **expériences relatives aux rappels de paiement de l'impôt** sont respectivement menées en 2015/16 auprès de 229.751 contribuables en retard de

Ancienne lettre exercice d'imposition 2014 (= groupe de contrôle)
Nouvelle lettre simplifiée exercice d'imposition 2016
Nouvelle lettre simplifiée exercice d'imposition 2016 + message norme sociale
Nouvelle lettre simplifiée exercice d'imposition 2016 + message bien public (Négatif)
Nouvelle lettre simplifiée exercice d'imposition 2016 + message peine explicite
Nouvelle lettre simplifiée exercice d'imposition 2016 + message peine explicite F/H
Nouvelle lettre simplifiée exercice d'imposition 2016 + message peine explicite plus
Nouvelle lettre simplifiée exercice d'imposition 2016 + message peine explicite retravaillé
Nouvelle lettre simplifiée exercice d'imposition 2016 + message norme sociale/ peine explicite
Nouvelle lettre simplifiée exercice d'imposition 2016 + message bien public (Négatif) /peine explicite

paiement (exercice 2014) et en 2016/17 auprès de 188.180 contribuables (exercice 2015)¹⁰³. L'ensemble des contribuables a reçu une lettre simplifiée mettant en évidence l'obligation fiscale et le délai de paiement. Les chercheurs mentionnent que « d'autres informations ont été raccourcies ». Par ailleurs, comme pour les autres expériences, des sous-groupes ont été soumis à des interventions comportementales : dissuasion et moralité fiscale. Les annexes de l'étude comportent tous les exemples de lettres. Par ailleurs, les différents tableaux figurants sur la page web du SPF Finances reprennent les différentes interventions mises en place.

Source : Capture d'image
https://finances.belgium.be/fr/statistiques_et_analyses/rapport-annuel/chiffres/2018/compliance/ag-perception-et-recouvrement/312

Trial

De Neve et al. (2019) concluent que de manière générale, la simplification des communications administratives améliore constamment la conformité fiscale¹⁰⁴. Les effets de la simplification ne s'effacent pas avec le temps et est valable pour l'ensemble de la population. L'étude démontre également les effets positifs des messages de dissuasion. En revanche, les messages liés à la morale n'ont aucun effet sur la compliance et peuvent même se montrer contreproductifs. Les auteurs avancent également être en mesure d'estimer les coûts et avantages du nudging comparativement aux leviers politiques traditionnels. « *We[...] find*

¹⁰² Ibid. Page 8.

¹⁰³ Ibid. Page 9.

¹⁰⁴ Ibid. Page 28.

nudge treatments to be highly cost effective »¹⁰⁴. Le nudging se montre donc, dans le cadre de ce projet, très rentable. A ce sujet, nous mobilisons ci-après les documents parlementaires provenant du Sénat de Belgique. Dans une réponse écrite à une question portant sur les résultats du projet concerné par notre analyse datée du 24 janvier 2019, le ministre communique des chiffres relatifs aux expériences menées pour les exercices d'imposition 2015 et 2016¹⁰⁵

	Exercice 2015	Exercice 2016
Recettes supp. à long terme en millions d'euros	4	3
Rentrées plus rapides en millions d'euros	30	25
Frais de poursuite épargnés en millions d'euros	1	1,4

Dans une réponse du même type datée du 3 mars 2021, le ministre mentionne une autre intervention comportementale en lien avec l'Avertissement Extrait de Rôle pour un groupe-cible constitué de contribuables en difficulté de paiement sur le long terme. Leurs AER comportent une option « demander un plan de paiement ». Cette mesure a permis l'introduction de 3114 plans de paiements supplémentaires¹⁰⁶ augmentant ainsi le taux de demande de plans de paiement de 15% et épargnant à nouveau des frais de poursuite.

Service public fédéral Sécurité sociale : Projet NO-SHOW

Au sein de la Direction générale Personnes handicapées du SPF Sécurité sociale, plus de 1000 convocations chez le médecin ne sont pas honorées par mois. Cela représente un taux d'absentéisme de 10%. Pourtant, les rendez-vous fixés font suite à une demande personnelle des intéressés. Dans son rapport, le SPF sécurité sociale mentionne une expérience de la BIT au Royaume-Uni, qui a amené à réduire le taux de « no-show » (non-présentation) de 25% dans les hôpitaux. Encouragée par de telles expériences, le SPF a voulu mettre en place, au sein de la DG Personnes handicapées, un projet nudging. Le projet « *NO-SHOW - Comment le nudge peut-il réduire le pourcentage de no-show ?* » a pris place en 2020. Il est important de souligner que, par « no-show », est entendu le fait que la personne invitée ne se présente pas au rendez-vous fixé sans prévenir. Le « no-show » pose un problème à différents niveaux. D'une part, il dessert le demandeur dont le dossier est clôturé après deux non-présentations. D'autre part, l'absentéisme génère des retards administratifs, allonge les délais d'attente et occasionne un

¹⁰⁵ En ligne sur : <https://www.senate.be/www/?MIval=Vragen/SVPrint&LEG=6&NR=2279&LANG=fr> Page 2.

¹⁰⁶ En ligne sur : <https://www.senate.be/www/?MIval=Vragen/SVPrint&LEG=7&NR=1127&LANG=fr> Page 2.

surcoût pour le SPF en matière de consultations médicales. En outre, cela impacte les médecins qui préparent inutilement les consultations et dossiers.

Target

Réduire le nombre de non-présentations aux rendez-vous fixés par le médecin de la DG Personnes handicapées.

Explore

Le rapport du SPF Sécurité sociale mentionne une première phase d'analyse constituée d'une part d'une collecte de données pour les différents centres régionaux d'expertise médicale liés aux provinces. Il s'agit de chiffrer pour chaque province le nombre de rendez-vous fixés, le nombre de présences, de reports et d'absences sans prévenir. Suite à un appel à volontaire pour participer à une expérience à petite échelle, la Flandre orientale et le Limbourg ont répondu présents. Alors que la Flandre orientale a un taux moyen de no-show relativement bas, le Limbourg quant à lui a le deuxième taux moyen de no-show le plus élevé. Pour les deux centres volontaires, les chiffres relatifs à la non-présentation ont été ventilés « *en fonction du produit* » pour lequel une demande a été introduite »¹⁰⁷

Tableau 2 : Pourcentages de no-show en Flandre orientale et dans le Limbourg - ventilés par type de produit

Province	Présent	Déplacé	Absent sans prévenir
Flandre orientale	72,30%	19,17%	8,52%
Premières demandes	74,25%	17,49%	8,26%
Révisions	74,22%	19,23%	6,55%
Demande d'attestation	66,47%	22,97%	10,57%
Demande de carte de stationnement	77,71%	16,15%	6,14%
Limbourg	67,32%	20,17%	12,51%
Premières demandes	68,39%	19,83%	11,78%
Révisions	70,37%	20,11%	9,52%
Demande d'attestation	64,79%	21,34%	13,87%
Demande de carte de stationnement	69,12%	18,83%	12,06%

Source : capture d'image SPF Sécurité sociale (2020). Projet NO-SHOW, comment le nudge peut-il réduire le pourcentage de no-show ? En ligne sur le site web du service public fédéral sécurité sociale : <https://socialsecurity.belgium.be/sites/default/files/content/docs/fr/publications/project-no-show-nudging-fr.pdf> Page 8.

Au regard de la ventilation, les taux de rendez-vous *déplacé* et d'*absence sans prévenir* les plus élevés concernent les demandes d'attestation. D'autre part, il s'agit par la suite de s'interroger

¹⁰⁷ SPF Sécurité sociale (2020). Projet NO-SHOW, comment le nudge peut-il réduire le pourcentage de no-show ? En ligne sur le site web du service public fédéral sécurité sociale : <https://socialsecurity.belgium.be/sites/default/files/content/docs/fr/publications/project-no-show-nudging-fr.pdf> Page 8.

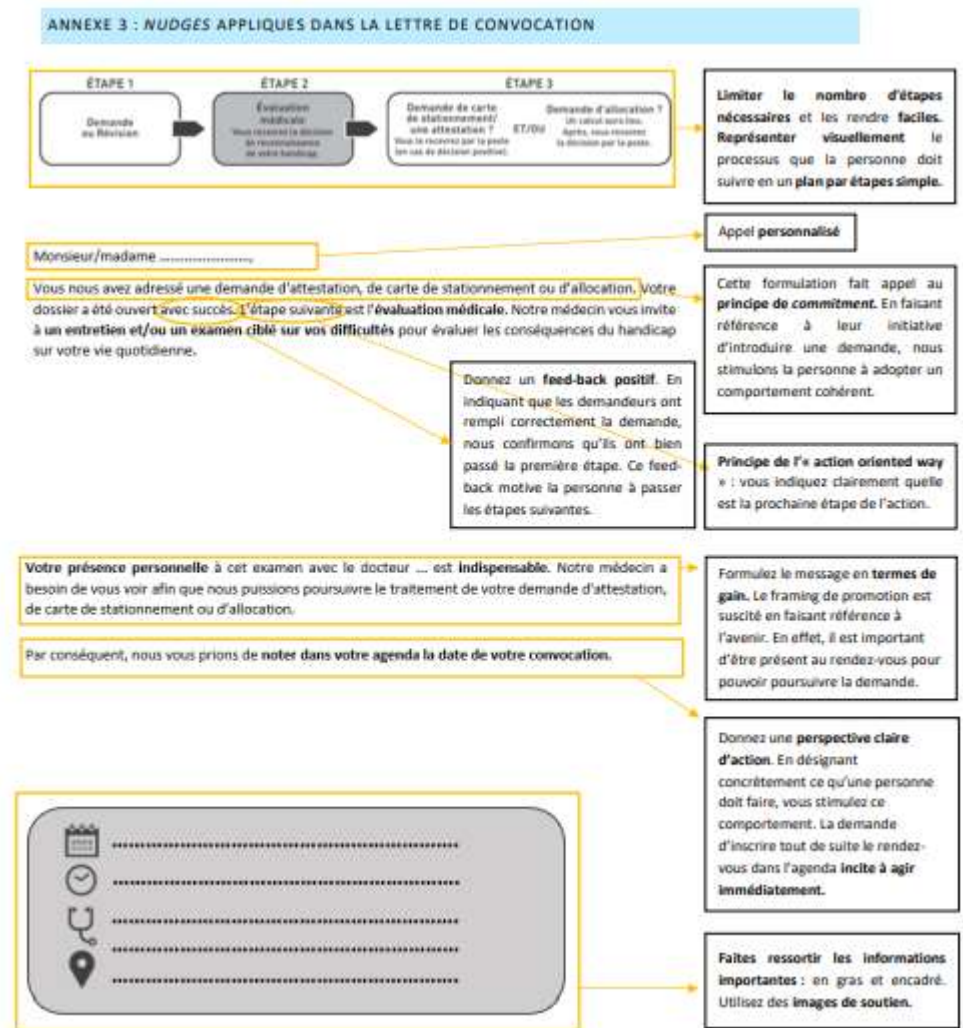
sur les raisons de ces absences et reports de rendez-vous. Pour en apprendre plus, une recherche qualitative exploratoire est menée auprès de 57 personnes sélectionnées dans une liste d'absents datée de janvier 2019. Ces 57 personnes ont été interrogées par téléphone. Ressortent des entretiens téléphoniques quatre principales raisons expliquant le no-show : Mauvaise santé pour se déplacer, rendez-vous avec un médecin traitant, pas de transport, souhait d'arrêter la procédure. Il s'avère que pour les personnes souhaitant arrêter la procédure, les demandes ont souvent été introduites par une tierce personne « *sans le consentement de la personne concernée* »¹⁰⁸. D'autres explications sont relevées comme le fait de ne plus s'y retrouver dans les procédures, d'avoir simplement oublié, ou encore de ne pas comprendre l'utilité d'un rendez-vous médical alors que des protocoles et un document rempli par le médecin traitant sont joints à la demande. En outre, une revue de la littérature relative au no-show et aux techniques de nudge pertinentes pour influencer ce comportement de non-présentation, a été réalisée. De ces recherches sont retenues différentes interventions : la simplification, la théorie de l'engagement, les perspectives d'action claires, l'aversion à la perte et la norme sociale.

¹⁰⁸ SPF Sécurité sociale (2020). Projet NO-SHOW, comment le nudge peut-il réduire le pourcentage de no-show ? En ligne sur le site web du service public fédéral sécurité sociale : <https://socialsecurity.belgium.be/sites/default/files/content/docs/fr/publications/project-no-show-nudging-fr.pdf>
Page 9.

Solution

Trois interventions sont créées : une nouvelle lettre de convocation simplifiée et dans laquelle ont été implémentées des nudges, une brochure explicative quant à la procédure de reconnaissance de handicap et la mise en place d'une procédure de rappel par SMS composée d'un premier SMS 3 jours avant la date du rendez-vous et d'un second la veille. La

lettre de convocation et la brochure comporte les mêmes techniques de nudging. Nous proposons ci-contre une capture d'image tirée des annexes du rapport du SPF¹⁰⁹¹⁰⁸.



Trial

Les interventions conçues ont été testées durant une période de trois mois dans les centres régionaux d'Hasselt et de Gand. La méthode utilisée est celle de l'essai randomisé contrôlé. Quatre groupes sont constitués dont un groupe témoin pour lequel l'ancienne communication est utilisée. Ces groupes ont été stratifiés en fonction de l'âge et de la mention d'un numéro de téléphone à l'introduction du dossier dans l'optique de vérifier l'impact éventuel de ces variables. L'ERC est réalisé sur une population de 2918 personnes¹¹⁰. Une première

¹⁰⁹ SPF Sécurité sociale (2020). Projet NO-SHOW, comment le nudge peut-il réduire le pourcentage de no-show ? En ligne sur le site web du service public fédéral sécurité sociale :

<https://socialsecurity.belgium.be/sites/default/files/content/docs/fr/publications/project-no-show-nudging-fr.pdf>

Page 29 (image)

¹¹⁰ Ibid. Page 13.

distribution « avec et sans numéro de téléphone » est opérée. Les deux ensembles ainsi constitués sont divisés en trois catégories d'âge pour former six stratifications. Sur cette base, les quatre groupes pour l'ERC sont constitués aléatoirement. Plusieurs hypothèses sont émises quant aux résultats. La première est : « *les interventions conçues aboutissent à un résultat positif plus élevé au rendez-vous chez le médecin : les personnes sont présentes ou font savoir à temps qu'elles n'y seront pas.* »¹¹¹. Deux autres hypothèses sont émises en fonction des variables de la stratification : impact de l'âge et de la complétion du numéro de téléphone.

Tableau 6 : Effet des interventions sur le résultat - Gand

	Gand			
	Groupe de contrôle (A)	Nouvelle lettre (B)	Nouvelle lettre + brochure (C)	Nouvelle lettre + SMS (D)
Taille totale de l'échantillon	305	292	272	186
Nombre de résultats positifs	261	277	260	184
Proportion	86%	95%	96%	99%

Tableau 7 : Effet des interventions sur le résultat - Hasselt

	Hasselt			
	Groupe de contrôle (A)	Nouvelle lettre (B)	Nouvelle lettre + brochure (C)	Nouvelle lettre + sms (D)
Taille totale de l'échantillon	531	591	554	187
Nombre de résultats positifs	462	548	519	176
Proportion	87%	93%	94%	94%

Source : Capture d'image du SPF Sécurité sociale (2020). Projet NO-SHOW, comment le nudge peut-il réduire le pourcentage de no-show ? En ligne sur le site web du service public fédéral sécurité sociale :

<https://socialsecurity.belgium.be/sites/default/files/content/docs/fr/publications/project-no-show-nudging-fr.pdf> Page 15

Ci-contre les tableaux relatifs aux résultats pour la première hypothèse. Les résultats sont positifs pour les deux provinces par rapport au groupe contrôle. Ces résultats au vu de l'analyse quantitative sont significatifs. L'équipe a ensuite procédé à une analyse coût-bénéfice. Au vu de la diminution des pourcentages de no-show et des bénéfices générés en matière d'honoraires et de diminution des tâches administratives, l'équipe conclut que le projet est efficace relativement aux coûts. Un impact positif sur la motivation des médecins est également mentionné. De surcroît, l'équipe dégage un impact positif sur la société au regard du rôle joué dans la lutte contre la précarisation des personnes handicapées par la valorisation de leurs droits.

Contre le tapage nocturne à Leuven

Dans la Naamsestraat, rue fortement fréquentée en rentrée de sorties, un nombre important de citoyens se plaint régulièrement de nuisances sonores. De septembre 2021 à janvier 2023, la

¹¹¹ Ibid. Page 15.

ville et la police de Leuven ont travaillé sur un « *Projet pilote pour réduire le bruit nocturne grâce à la technologie* »¹¹². Les autorités ont répondu à un appel à projet « Smart City » de l'Agence flamande pour l'innovation et l'entrepreneuriat et le Département de l'économie, de la science et de l'innovation du gouvernement flamand. Le projet défendu et approuvé comprend deux parties. Premièrement une partie technologie avec la détection automatique des bruits gênants et deuxièmement l'utilisation du nudging, qui nous intéresse ici, comme solution pour la réduction de ces bruits. À la suite d'un marché public, l'agence de communication « Tabula Rasa » a été engagée pour accompagner les autorités dans le projet.¹¹³

Target

Réduire les nuisances sonores nocturnes dues au passage des étudiants allant de leur kot au centre-ville.

Explore

Tout d'abord des données relatives aux bruits ont été collectées au moyen de sonomètres intelligents reliés à un ordinateur central. Les nuisances sonores ont ainsi été objectivées. Les causes de bruits nocturnes gênants proviennent des transports, de passants tapageurs et d'une source non reconnue encore par l'intelligence artificielle. Il est intéressant de noter que la source principale de bruit est liée au trafic. Néanmoins, la mission du Service Prévention de la ville de Leuven, dans le cadre de ce projet, concerne la partie « nuisances humaines » du tapage nocturne problématique. Au sujet de ces nuisances humaines, une enquête de terrain révèle qu'il s'agit principalement de bruits provenant des étudiants qui passent régulièrement par la Naamsestraat pour aller et revenir de leur kot au centre-ville dans le cadre de leurs sorties. Il est intéressant de préciser que Leuven accueille plus ou moins 60.000 étudiants. Les habitants se plaignent de discussions fortes, chants, éclats de rire, « football de poubelles » ... Ces nuisances ne sont pas volontaires¹¹⁴. D'une part, la Naamsestraat semble inhabitée : la rue comporte de nombreux bâtiments universitaires, il s'agit de grandes façades nues avec des fenêtres sombres, il n'y a pas de jardins à l'avant des bâtiments. Donc si la rue paraît dépourvue d'occupants en soirée, les étudiants ne pensent probablement pas faire preuve de tapage nocturne lors de leurs passages. D'autre part, il est possible que la consommation d'alcool fausse les perceptions des étudiants quant aux bruits qu'ils produisent.

¹¹² En ligne sur : <https://leuven.be/nachtlawaai>

¹¹³ Information provenant de l'entretien avec Jan Willems, Responsable du Service Prévention de la ville de Leuven.

¹¹⁴ En ligne sur : <https://tabularasa.nl/werk/nachtelijke-stiltezone>

Solution

Quatre types de nudges ont été mis en place. Deux portent sur l'éclairage public, un consiste en une projection à même le tarmac, le dernier est constitué de visuels physiques.

1. La première intervention consiste à diminuer l'éclairage public avec l'idée que la diminution de l'éclairage peut entraîner la diminution du volume sonore.



Source : Capture d'images de la vidéo de la ville de Leuven en ligne sur https://www.youtube.com/watch?v=PI-u9tjUcQU&ab_channel=StadLeuven

2. La deuxième intervention vise l'augmentation de l'éclairage public pour capter l'attention et faire réagir les étudiants.

Concernant ces deux premières interventions, il faut noter que les habitants ont à leur disposition une application mobile avec laquelle ils peuvent signaler au système informatique un tapage nocturne. Si deux signalements ont lieu au même moment, ils peuvent, toujours avec l'application demander eux-mêmes la diminution ou l'augmentation de l'éclairage public. Ce système est activable une fois par demi-heure. Au regard de la théorie des nudges, nous pensons que ces deux premières interventions relèvent du retour d'information.

3. La troisième intervention consiste en une projection lumineuse située en début de rue pour délimiter le début de la « zone de silence ». Ainsi, les étudiants sont directement informés sur le comportement attendu. Cette projection est continue de 23h à 5h du matin. Le logo choisi montre qu'il s'agit d'une zone résidentielle. En outre, la projection comporte un message changeant qui mentionne les noms fictifs de tel ou tel habitant. Cette personnalisation joue par moment sur le côté émotionnel en citant des prénoms d'enfants ou de personnes plus âgées : « Ici dort Emma, 3 ans », « Ici dort Ferkan, 84 ans ». Il semble s'agir ici d'un nudge de types « Saillance » et « affect ».



Source : Capture d'images de la vidéo de la ville de Leuven en ligne sur
https://www.youtube.com/watch?v=P1-u9tjUcQU&ab_channel=StadLeuven

4. La quatrième intervention est constituée de 10 stickers auxquels s'ajoutent des



Source : PowerPoint de
 Présentation de Monsieur Jan
 Willems, Service Prévention de
 la Ville de Leuven

panneaux aux fenêtres à différents niveaux de la rue pour rappeler que la Namenstraat est une zone de silence. C'est toujours la saillance qui semble ici mobilisée.

Trial

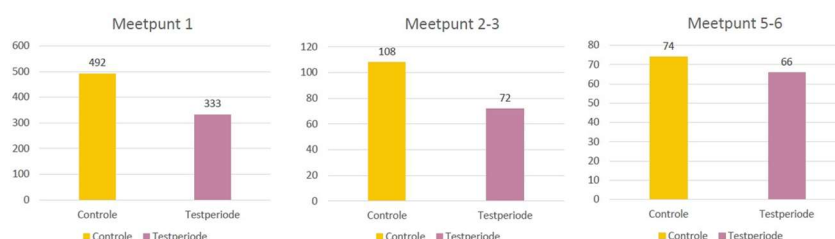
Après avoir enregistré les bruits nocturnes sans aucune intervention pour constituer une période témoin, les interventions ont été mises en place et les nouvelles données sonores mesurées durant 7 semaines. En ce qui concerne l'effet de l'intensité de l'éclairage public, les deux nudges mis en place ne semblent pas probants. Il y a trop peu de données pour prendre du recul. De plus, les analyses ne sont pas claires quant au bon nudge à appliquer car il est difficile de distinguer diminution et augmentation de l'éclairage public. Néanmoins, il a été objectivé qu'un matériel plus pointu était nécessaire pour pouvoir évaluer ce nudge efficacement. Dans

le courant 2023, d'autres capteurs sonores ont d'ailleurs été placés au niveau d'autres lieux de passage fréquent dans Leuven. Si comme nous le pensons ces interventions relèvent du « retour d'information », nous émettons une hypothèse quant à l'insuccès du nudge « éclairage public ». Un nudge « retour d'information » est construit sur l'idée que l'inconscience des conséquences négatives d'un comportement freine l'adoption d'un comportement plus adéquat. Il s'agit alors, au bon moment, d'attirer l'attention de l'individu et d'effectuer un feedback sur les conséquences potentiellement négatives du comportement afin de guider l'individu vers un comportement plus vertueux. En lien avec l'idée que les étudiants ne sont pas conscients de causer des nuisances sonores, le fait de tenter de capter leur attention s'apparente à ce type de nudge. Cependant, effectuer le retour d'information via la variation d'intensité de l'éclairage public n'indique rien aux étudiants quant au tapage nocturne en cours et ne les conduit donc pas à faire moins de bruit. La projection, quant à elle, entraîne une diminution des bruits liés aux étudiants située entre 32 et 34 % à proximité immédiate.

Results

- Number of peak sounds decreases most at the projection

Meetpunt 1	-32%
Meetpunt 2,3	-34%
Meetpunt 5,6	-11%



Source : PowerPoint de Présentation de Monsieur Jan Willems, Service Prévention de la Ville de Leuven

Cependant, après 2h du matin les effets du nudge disparaissent. L'hypothèse est que les étudiants ont peut-être consommé trop d'alcool et que cela impacte ; d'une part l'attention portée à leur environnement ; et d'autre part leur capacité d'inhibition. Les nudges « autocollants et panneaux », n'ont pas non plus d'effet probant. Les bruits nocturnes diminuent près de la projection « mais dans une moindre mesure à l'extrémité de la zone de

test »¹¹⁵. « Tabula Rasa » émet l’hypothèse que les visuels sont trop discrets pour la nuit. En outre, les stickers et panneaux seuls n’ont aucun effet. Cela a notamment pu être vérifié lors de dysfonctionnements de l’unité centrale qui ne projetait qu’un message d’erreur en début de zone.

Les résultats de ce projet pilote sont néanmoins encourageants. Le pouvoir politique a très bien accueilli le projet nudging ; l’échevin des affaires étudiantes de Leuven a d’ailleurs soutenu la reconduction du projet. Avec le « *Processus de suivi pour réduire le bruit nocturne grâce à la technologie* »¹¹⁶, l’idée est d’approfondir l’étude des nudges testés dans la Naamsestraat mais aussi d’étudier l’impact d’une campagne classique de sensibilisation et de tester de nouvelles techniques de nudging. Cette continuation du projet, réalisée en collaboration avec la KU Leuven (une doctorante de la KU Leuven travaille sur la prolongation du projet), s’étale de mars 2024 à février 2026 et fait partie de l’appel à projet FEDER/FIO City of Things pour un coût total de 1.666.616€. L’application des nudges portera cette fois-ci sur cinq rues et ainsi qu’au sein de places où les gens s’installent plus longuement pour faire la fête. Deux des rues seront dédiées aux tests de nudges portant sur l’éclairage public. Les trois autres rues serviront de zones de test pour les projections. De nouveaux nudges seront prévus pour les places. En ce qui concerne les pancartes aux fenêtres, de nouveaux modèles ont déjà été discutés : des pancartes représentant des gens qui regardent dans la rue. Au niveau de la technologie, l’idée est de pouvoir mettre en place plusieurs projecteurs qui déclencheraient la projection lors de la détection des nuisances sonores. Pour le projet pilote, un seul projecteur en début de zone avait été placé dans un bâtiment. Ce type de projecteur n’existe pas encore sur le marché.

Critiques, enjeux éthiques et transparence

Il nous paraît nécessaire, en lien avec le cadre conceptuel, de s’arrêter sur la notion d’éthique, et par extension de transparence, dans l’usage du Nudge et plus largement des sciences comportementales en Belgique. Dans tous les documents parlementaires que nous avons consultés, c’est effectivement le concept de Nudge qui est mis en avant. Même dans la proposition de résolution au Parlement flamand pour *l’application des connaissances comportementales dans la préparation, la mise en œuvre et l’évaluation de la politique flamande*, c’est effectivement le concept de Thaler et Sunstein (2008) qui est présenté en

¹¹⁵ En ligne sur : <https://tabularasa.nl/werk/nachtelijke-stiltezone>

¹¹⁶ En ligne sur : <https://leuven.be/vervolgtraject-nachtlawaai>

premier. Cela tend à nous confirmer que le Nudge est à l'origine de la diffusion des sciences comportementales en Politique publique et de la contribution au succès de ces dernières. Nous retrouvons dès lors, au sein de nos gouvernements, la première critique faite au concept de Nudge : la réduction de l'apport des sciences comportementales à ce concept. Néanmoins, il est rassurant de constater que les décideurs prennent en considération les enjeux éthiques liés à la mobilisation des sciences comportementales dans le processus décisionnel. L'on retrouve, au sein de la résolution susmentionnée, la conscience de devoir être un architecte de choix conscient et éclairé ; et l'argument selon lequel la neutralité totale est impossible semble tout à fait pertinent. L'on y retrouve aussi la nécessité de baliser les domaines de la société pour lesquels les sciences comportementales peuvent être mobilisées : des domaines pour lesquels il existe un consensus quant aux comportements vertueux. Une attention est aussi portée aux groupes vulnérables. Les sciences comportementales sont, aussi, effectivement envisagées comme des outils complémentaires, des leviers pour les politiques existantes. En outre, au sein de cette résolution, se retrouve également la nécessité de transparence en réponse aux enjeux éthiques liés au questionnement relatif à la manipulation. La volonté politique semble de vouloir traduire cette transparence au moyen d'une communication claire quant aux actions menées : leur raison d'être, les moyens de leur mise en place et leurs résultats. Cependant, concrètement, au regard de nos différentes recherches, il nous paraît que cette communication pourrait être améliorée. Il semble en effet qu'il faille savoir précisément ce que l'on cherche, et parfois même devoir fouiller pour avoir des informations sur l'application des sciences comportementales en Belgique. Notre questionnement est d'ailleurs appuyé par différents documents parlementaires. L'un d'entre eux mentionnent des inquiétudes quant à la « sous-exposition » de la Flemish Behavioral Team. D'autres concernent des demandes d'informations de députés ou sénateurs au ministre quant à l'évolution et aux résultats du projet Nudging Sommatation IPP. Nous pensons qu'il est raisonnable d'en déduire que l'information n'est pas systématiquement diffusée, même au sein du gouvernement. L'existence d'un « service Tax Compliance et Analyse comportementale » au sein de l'AGPR du SPF Finances est brièvement mentionnée sur la page Internet https://finances.belgium.be/fr/statistiques_et_analyses/rapport-annuel/chiffres-2018/compliance/312-r%C3%A9sultats-du-projet-nudging sans plus d'explications. Nous avons pris connaissance de l'existence de deux autres projets au sein de deux autres administrations fédérales mais nous n'avons pas trouvé de cadre ou de proposition de cadre pour structurer l'application des sciences comportementales au niveau fédéral. Bien qu'il soit fait mention sur papier, au moins pour la Flandre, de l'importance de la transparence pour la

mise en œuvre de mesures comportementales en politique publique, il semble y avoir encore du chemin à faire dans la pratique.

Conclusions

L'introduction de ce cinquième chapitre comporte une série de questions quant à l'application du Nudge en politique publique. *Le Nudge, en tant qu'outil particulier, est-il réellement porteur ? Le nudging a-t-il beaucoup de potentiel en tant que levier politique ? Cet outil est-il applicable à tous les secteurs de la société ? L'utilisation des nudges est-elle réellement intéressante financièrement ?* Bien que nous émettions deux hypothèses sur le postulat que la classe politique considère le Nudge comme outil porteur, nous souhaitons brièvement revenir, à la lecture de nos recherches empiriques, sur ces questions pragmatiques. Les trois projets analysés ainsi que les informations trouvées donnent en effet quelques éléments de réponse. Mettre en place une ou plusieurs interventions comportementales semble porteur. Le SPF Finances, le SPF Sécurité sociale et la Ville de Leuven ont tous trois obtenu des résultats positifs. Pour le SPF Finances, le Nudge est un levier de politique fiscale. Pour le SPF Sécurité sociale, le Nudge est un levier à la valorisation des droits des citoyens ayant introduit une demande auprès de la DG Personnes handicapées. Enfin, pour la Ville de Leuven et son service Prévention, il est un levier pour les missions d'amélioration de la qualité de vie des citoyens. A la question de savoir si le Nudge est un outil applicable à tous les secteurs de la société, nous pensons qu'il est raisonnable de répondre par l'affirmative. Tout d'abord, les techniques menant à la simplification administrative peuvent être appliquées dans les communications de n'importe quelle administration. Ensuite, nos recherches ont amené à prendre connaissance de projets ou de la volonté de projets, en Belgique, dans le cadre de la fiscalité, de la sécurité sur chantier, dans le secteur du handicap, dans le secteur des soins de santé, dans le secteur de la lutte contre la pauvreté, et dans le secteur de l'environnement. Pour terminer, les expériences fédérales donnent aussi des indications quant aux coûts relatifs à l'application des nudges. L'analyse coût-bénéfice du SPF Sécurité sociale au sujet du Projet NO-SHOW conclut à son efficacité. Le SPF Finances économise des frais de poursuite et enregistre des recettes supplémentaires à long terme et des rentrées plus rapides. Revenons maintenant sur les deux hypothèses émises au début de ce chapitre. Rappelons la première hypothèse : *à l'instar de ses voisins français, dont l'expérience en matière de sciences comportementales en politique publique a été mobilisée dans le cadre conceptuel, la Belgique a, elle aussi, mis le pied à l'étrier des sciences comportementales. Néanmoins, nous pensons qu'en la matière, la Belgique n'en est qu'à ses balbutiements.* A notre connaissance, à ce jour, trois projets sont

initiés par différentes administrations au niveau fédéral. Nous n'avons pas trouvé l'existence de cadre fédéral pour l'utilisation du Nudge ou des sciences comportementales en politique publique. Cette approche est néanmoins citée dans différents documents parlementaires. L'application des sciences comportementales est notamment envisagée comme outils par le SPF Santé publique, Sécurité de la Chaîne alimentaire et Environnement. Ce concept est aussi cité dans le cadre de la lutte contre la pauvreté. Nous avons également pris connaissance de l'existence de « *Nido, le labo d'innovation du service public* » dont la dernière recrue est particulièrement intéressée par les sciences comportementales. Il nous paraît étonnant, qu'au vu du nombre d'entités fédérales intéressées par l'application des sciences comportementales, un cadre fédéral ne soit pas mis en place. La question est à creuser. En revanche, ce cadre existe en Flandre. La Flandre a adopté dès 2016 une résolution *concernant l'application des connaissances comportementales dans la préparation, la mise en œuvre et l'évaluation de la politique flamande*. Une Flemish Behavioral Team est créée et un accord-cadre passé pour soutenir les entités politiques flamandes dans leurs différents projets. En ce qui concerne la Wallonie, le concept semble effectivement peu connu. Nous en avons trouvé des traces mais aucun projet ne semble avoir été mis en place au niveau wallon et aucun cadre structurel ne semble pas non plus mis en place. Ces différents éléments tendent à confirmer notre hypothèse. Bien que la Flandre soit plus avancée dans l'application des sciences comportementales, le gouvernement fédéral et le gouvernement wallon ne semblent pas envisager de cadre en la matière. Cela nous amène à la seconde hypothèse selon laquelle la question éthique relative à l'application du Nudge et des sciences comportementales n'est pas assez prise en considération par le pouvoir politique belge. La réponse principale aux questions éthiques est la transparence. Mettre en place un cadre clair pour structurer l'application des sciences comportementales nous paraît être le premier pas pour cette transparence. Un premier pas seulement car, comme nous l'avons abordé dans la section précédente, il s'agit dans une démarche de transparence de passer de la théorie à la pratique. Différents éléments tendent à confirmer l'hypothèse selon laquelle la question éthique relative au nudging n'est, à ce jour en Belgique, pas assez prise en considération. D'une part, un cadre structurant l'application des sciences comportementales n'existe que pour la Flandre. De plus, bien que ce cadre soit mis en place, la sous-exposition de la Flemish Behavioral Team a été mentionnée. D'autre part, aucun cadre ne semble exister pour le fédéral et la Wallonie. En outre, la communication relative aux projets réalisés et l'échange de savoirs entre administrations semblent pouvoir être améliorés. Enfin, il faut savoir ce que l'on cherche pour avoir des informations sur l'application des sciences comportementales en Belgique. Tout cela tend également à confirmer notre seconde hypothèse.

Conclusion générale

Ce mémoire avait comme objectif de faire le point sur le Nudge, un « nouvel » outil de politique publique issu des sciences comportementales. Ensuite, il s'agissait de questionner l'utilisation de ce Nudge en politique publique belge. A travers ce travail, nous avons donc pu découvrir le concept de Nudge et de l'existence de la pluralité de définitions de celui-ci. Rappelons-nous de la définition originale de Thaler et Sunstein (2008) : « *tout aspect de l'architecture de choix qui modifie de façon prévisible le comportement des gens sans interdire aucune option ou modifier de façon significative les incitations financières. Pour être considérée comme un simple nudge, l'intervention doit pouvoir être évitée facilement et à moindres frais. Les nudges n'ont aucun caractère contraignant* » »¹¹⁷. Certains auteurs insistent sur les biais cognitifs et habitudes de comportements. D'autres auteurs refusent l'information factuelle comme relevant de la notion de biais cognitif. D'autres encore insistent sur le caractère non contraignant. Ouvrard (2019) supprime de sa définition la notion d'architecture du choix. En effet, l'une des critiques relatives au concept de Nudge résulte de sa définition large laissant place aux interprétations. Par ailleurs, une seconde critique concerne la réduction de l'apport des sciences comportementales au seul concept de Nudge. Nous pensons que ces deux critiques sont étroitement liées. Deux des exemples proposés dans le quatrième chapitre relèvent de l'approche comportementale et non strictement du nudging. Nous nous sommes demandée si les interventions proposées pouvaient, ou non, être cataloguées de nudges. Prenons un exemple, dans le cadre du projet « Identifier des solutions pour améliorer le sommeil des enfants scolarisés en CP », diverses solutions sont proposées. La première consiste à envoyer des SMS aux parents, pouvant porter sur des recommandations, des messages de soutiens ou des rappels pour l'heure du coucher. Un SMS est facile à éviter. Si le message rappelle l'heure du coucher, il s'agirait de saillance. Si le message porte sur des recommandations, il s'agirait de simplification. Si le message a pour vocation de soutenir les parents, il pourrait s'agir de norme sociale « N'oubliez pas que d'autres parents partagent la même situation » ou de pré-engagement « Bravo. Continuez comme ça ! ». Recevoir un SMS, n'a aucun caractère contraignant et aucune autre option n'est modifiée ou interdite. Est-ce pour autant du Nudge ? Il reste le critère de l'architecture du choix, du « framing », bien que ce dernier ne soit pas présent dans toutes les définitions. Peut-on considérer que recevoir un SMS modifie notre environnement ? Nous entendons une notification à la réception du message, notre

¹¹⁷ Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Vuibert. Page 6.

environnement peut être considéré comme modifié. Ce serait donc un nudge. La seconde solution proposée est d'inclure une séance d'information (mobilisant les concepts de norme sociale, d'aversion à la perte et le biais d'omission) sur le sommeil de l'enfant à un moment « saillant », la réunion de rentrée. La réunion de rentrée est évitable, n'est pas contraignante. Cependant, elle ne change pas l'environnement des parents. Ce ne serait donc pas un nudge. À moins que nous prenions en considération une définition du Nudge qui ne prend pas en compte la notion d'architecture du choix et de modification de l'environnement. Il serait aussi légitime de se poser la question du choix. Y a-t-il une notion de choix derrière un projet tel que celui-là ? Pour autant, la notion de choix est-elle réellement centrale ? Thaler et Sunstein (2008) parle d'architecture du choix pour la modification d'un comportement. À ce sujet, Flückiger (2018) a lui aussi redéfini le Nudge : « *Donner un coup de pouce (c'est-à-dire recourir à un nudge), c'est donner le pouvoir à un architecte du comportement de créer un environnement comportemental incitateur offrant un contexte propice à l'adoption d'un comportement déterminé sans contrainte apparente.* »¹¹⁸ Il nous paraît raisonnable de penser que seule une définition universelle ou communément admise du Nudge permettrait d'éviter l'écueil de réduction de l'apport des sciences comportementales à cet outil. À notre sens, il s'agit surtout de considérer que les connaissances nécessaires pour créer un nudge sont toutes issues des sciences comportementales. En dehors de cette réflexion, nous avons aussi pu appréhender l'importance des enjeux éthiques liés à l'application des sciences comportementale en politique publique et essentiellement la notion de transparence qui constitue la réponse à tous ces questionnements. Par ailleurs, nous retenons que le Nudge, ou l'application de l'approche comportementale en politique publique, n'est pas tout à fait une nouveauté. Néanmoins, l'avènement du concept de Nudge a permis de populariser et de largement diffuser l'approche comportementale en politique au fil des expériences positives à travers le monde. Nous avons d'ailleurs pu capitaliser différents apprentissages pour proposer quelques analyses de projets d'application des sciences comportementales en politique publique avec l'objectif de faire le point sur la situation en la matière en Belgique. Pour cela, nous avons tenté de faire le tour de ce qui existe en matière d'application des sciences comportementales en politique publique en nous penchant sur ce qui était visible et sur la recherche de documents parlementaires. Notre recherche présente des limites. Se basant presque exclusivement sur la recherche documentaire,

¹¹⁸ FLÜCKIGER, Alexandre. Gouverner par des « coups de pouce » (nudges) : instrumentaliser nos biais cognitifs au lieu de légiférer ? In: Les Cahiers de droit, 2018, vol. 59, n° 1, p. 199–227. doi: 10.7202/1043690ar. Page 214.

elle gagnerait en pertinence en étant complétée par des interviews de personnages politiques. Néanmoins, il a été possible à travers cette recherche de dresser un tableau de l'approche comportementale en politique belge. Comme d'autres États avant elle, la Belgique commence seulement à mobiliser cette approche en tant que levier politique. Il ressort surtout de notre analyse que les pouvoirs publics, en dehors de la Flandre, ne semblent pas encore avoir structuré et cadré l'utilisation des sciences comportementales pour l'élaboration politique. Bien que plusieurs projets existent au niveau fédéral, le gouvernement ne semble avoir légiféré sur la manière d'utiliser cet outil. Cadre et transparence sont pourtant les réponses aux questionnements éthiques relevant de l'approche comportementale. Il nous semble primordial, dans un souci de préservation de la liberté des citoyens, de prévoir cette transparence et de faciliter l'accès aux informations relatives aux sciences du comportement, de leur apport éprouvé en politique publique et de l'adoption de mesures comportementales comme outil de politique publique. L'état des lieux que propose ce mémoire est, selon nous, l'ouverture d'une porte à un champ des possibles en matière de recherches complémentaires et supplémentaires. Il pourrait s'agir d'analyser l'approche comportementale à chaque niveau de pouvoir ou par domaine politique. Il pourrait être envisager de suivre un projet de mesures comportementales en particulier ou encore de tenter d'identifier quelles sont les mesures comportementales les plus efficaces. Nous étions, comme annoncé au début de ce travail, particulièrement intéressée par les questions environnementales et avons amené un peu de théorie sur les nudges verts. Une recherche centrée sur l'approche comportementale pour les politiques environnementales, comme celle d'Ouvrard (2019), pourrait être envisagée dans le cadre des politiques belges.

En conclusion, nous retenons que l'approche comportementale constitue un levier pour les politiques publiques et ce pour différents domaines de la société. Que chaque mesure comportementale doit faire non seulement faire l'objet d'une préparation et d'une évaluation rigoureuses mais aussi être l'objet d'une communication claire. Nous nous permettons donc d'insister sur l'importance de prévoir un cadre et des règles claires quant à la mobilisation de l'approche comportementale. Il y a lieu, pour nos décideurs, de légiférer sur les tenants et aboutissants de l'utilisation de cette approche : garantir les libertés et la non-discrimination, définir l'intérêt public et dans quel secteur opérer, prévoir la transparence et la manière de communiquer, structurer la manière d'appréhender l'approche.

Bibliographie

Livres

Albarello, L. (2011). *Choisir l'étude de cas comme méthode de recherche*. De Boeck.

Jacquemet, N., & L'Haridon, O. (2021). *Économie comportementale des politiques publiques*. La Découverte.

Joule R-V & Beauvois J-L (2014) *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Presses universitaires de Grenoble.

Singler, E. (2015). *Green Nudge : Changer les comportements pour sauver la planète*. Pearson.

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Vuibert.

Articles de revue

Bataoui, S. & Gerard, J. (2020). L'adoption de comportements responsables grâce aux *nudges*: Le rôle médiateur de l'inférence de manipulation. *Revue française de gestion*, 3(3), 129-143. <https://doi.org/10.3166/rfg.2020.00432>

Chammat rohaut Mariam, Giraud Stephan. L'éthique du nudge : pour un usage responsable d'une approche comportementale au service des politiques publiques. In: Intellectica. Revue de l'Association pour la Recherche Cognitive, n°70, 2019/1. Éthique et Sciences Cognitives. pp. 83-96;

FLÜCKIGER, Alexandre. Gouverner par des « coups de pouce » (nudges) : instrumentaliser nos biais cognitifs au lieu de légiférer ? In: Les Cahiers de droit, 2018, vol. 59, n° 1, p. 199–227. doi: 10.7202/1043690ar

Granier, B. (2015). L'expérimentation sociotechnique fondée sur les sciences comportementales : un instrument au service de la production de l'acceptabilité sociale ? *VertigO*, 15(3). : <https://id.erudit.org/iderudit/1035871ar>

Leclère, C. (2017). Les *nudges* : un outil pour les politiques publiques ? *Idées économiques et sociales*, 2(2), 41-47. <https://doi.org/10.3917/idee.188.0041>

Ouvrard, B. (2019). Les nudges pour améliorer l'environnement en économie publique. *Revue française d'économie*, 2(2), 3-60. <https://doi.org/10.3917/rfe.192.0003>

Autres documents

Cabinet Office – Institute for Government, Royaume-Uni (2010). MINDSPACE Influencer les comportements par le biais des politiques publiques. *En ligne sur :* <https://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/MINDSPACE.pdf>

Desaunay, C., Alemanno, A., & Assegond, C. (2016). L'incitation aux comportements écologiques. Les nudges, un nouvel outil des politiques publiques. *La Fabrique Ecologique, Futurable International, note*, (13).

J-E De Neve, C. Imbert, J. Spinnewijn and M. Luts (2019). How to Improve Tax Compliance ? Evidence from Population-wide Experiments in Belgium, CEP Discussion Paper No 1621. Centre for Economic Performance - London School of Economics and Political Science *En ligne sur :* <https://cep.lse.ac.uk/pubs/download/dp1621.pdf>

Mair, D., Smillie, L., La Placa, G., Schwendinger, F., Raykovska, M., Pasztor, Z., et van Bavel, R., « Comprendre notre nature politique : comment placer les connaissances et la raison au coeur de nos décisions politiques », EUR 29783 EN, Office des publications de l'Union européenne, Luxembourg, 2019, ISBN 978-92-76-11814-5, doi:10.2760/230742, JRC117161
Marghem, M. C., & Peeters, K. (2016). Ensemble faisons tourner l'économie en développant l'économie circulaire en Belgique.

Ministère de la transformation et de la fonction publiques France. (2019). Transition écologique, quel apport des sciences comportementales ? *En ligne sur le site web de la Direction interministérielle de la transformation publique française* [https://www.modernisation.gouv.fr/files/2022-03/transition_ecologique -
lapport_des_sciences_comportementales_20_01_0.pdf](https://www.modernisation.gouv.fr/files/2022-03/transition_ecologique_-_lapport_des_sciences_comportementales_20_01_0.pdf)

Pillon, Axel. L'économie régénérative : d'un concept théorique abstrait à une nouvelle réalité économique contemporaine – Etude de cas. Louvain School of Management, Université catholique de Louvain, 2021. Prom. : Truyens, Vincent. <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:29725>

Région Wallonne. (2019). Déclaration de politique régionale Wallonie 2019–2024

SPF Sécurité sociale (2020). Projet NO-SHOW, comment le nudge peut-il réduire le pourcentage de no-show ? *En ligne sur le site web du service public fédéral sécurité sociale* : <https://socialsecurity.belgium.be/sites/default/files/content/docs/fr/publications/project-no-show-nudging-fr.pdf>

Documents électroniques

Agence Quadrature : <https://www.agence-quadrature.com/les-nudges-ces-dispositifs-innovants-qui-revolutionnent-nos-comportements/> (Consulté le 15 mai 2024)

Alter échos : <https://www.alterechos.be/nudge-coup-de-coude-ou-coup-bas/> (Consulté le 22 mars 2024)

Belgium.be : [econ-circ-fr-light.pdf \(belgium.be\)](https://www.belgium.be/econ-circ-fr-light.pdf) (Consulté le 12 avril 2022)

BeWapp : <https://www.bewapp.be/news/fleches-geantes-sensibiliser-wallons/> (Consulté le 5 juin 2024)

Chambre des Représentants de Belgique : (Consulté le 30 mai 2024)

<https://www.lachambre.be/QRVA/pdf/55/55K0121.pdf>

<https://www.lachambre.be/doc/flwb/pdf/54/3294/54k3294038.pdf#search=%22sciences%20comportementales%20%2055k,54k%20%3Cin%3E%20keywords%22>

<https://www.lachambre.be/FLWB/PDF/54/2474/54K2474006.pdf>

<https://www.lachambre.be/doc/PCRI/pdf/54/ip238.pdf>

<https://www.lachambre.be/QRVA/pdf/55/55K0117.pdf>

<https://www.lachambre.be/doc/flwb/pdf/55/1947/55k1947001.pdf#search=%22sciences%20du%20comportement%22>

<https://www.lachambre.be/QRVA/pdf/55/55K0123.pdf>

<https://www.lachambre.be/FLWB/PDF/54/0020/54K0020069.pdf>

<https://www.lachambre.be/doc/flwb/pdf/55/1610/55k1610009.pdf#search=%22nudging%20%2055k%20%3Cin%3E%20keywords%22>

<https://www.lachambre.be/FLWB/PDF/55/3208/55K3208005.pdf>

Climat.be :

<https://climat.be/changements-climatiques/changements-observees/rapports-du-giec/2022-impacts-adaptation-et-vulnerabilite> (Consulté le 30 mars 2022)

<https://climat.be/politique-climatique/belge/nationale> (Consulté le 8 avril 2022)

Commission européenne :

https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_fr (Consulté le 1er février 2022)

https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/recovery-coronavirus/recovery-and-resilience-facility_fr#la-facilit-et-nextgenerationeu (Consulté le 1er février 2022)

<https://eur-lex.europa.eu/budget/data/General/2022/fr/GenExp.pdf> (Consulté le 5 juillet 2022)

<https://eur-lex.europa.eu/budget/data/DB/2022/fr/SEC00.pdf> (Consulté le 5 juillet 2022)

France Culture : <https://www.radiofrance.fr/franceculture/comment-le-nudge-a-envahi-l-espace-public-1631621> (Consulté le 10 mai 2022)

GIEC : https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2022/02/PR_WGII_AR6_french.pdf (Consulté le 31 mars 2022)

Gouvernement fédéral belge :

https://www.belgium.be/fr/economie/developpement_durable/economie_durable/economie_circulaire (Consulté le 8 avril 2022)

Gouvernement flamand :

<https://www.vlaanderen.be/intern/beleid-en-regelgeving/gedragsinzichten#tools-en-lectuur> (Consulté le 22 mars 2024)

<https://www.vlaanderen.be/intern/beleid-en-regelgeving/gedragsinzichten> (Consulté le 22 mars 2024)

Institut National de l'Economie Circulaire & Azimio : Activités, Publications – Mai 2020
Economie circulaire et changement de comportement https://institut-economie-circulaire.fr/wp-content/uploads/2020/05/inec_changement-de-comportement.pdf (Consulté le 3 novembre 2020)

IWEPS : <https://www.iweps.be/indicateur-statistique/pib-en-volume/> (Consulté le 6 juillet 2022)

Le Soir : (Consultés le 20 mai 2024)

<https://www.lesoir.be/art/d-20231217-H364E4>

<https://www.lesoir.be/183468/article/2018-10-09/moins-salir-la-ville-sans-sen-rendre-compte>

<https://soirmag.lesoir.be/228342/article/2019-06-02/des-poubelles-paniers-de-basket-pour-mieux-ramasser-les-dechets>

Nations Unies : <https://www.un.org/fr/global-issues/climate-change> (Consulté le 23 juin 2022)

Nature : <https://www.nature.com/articles/461472a>; (Consulté le 6 avril 2022)

Nudge France : <http://www.nudgefrance.org/> (Consulté le 18 mai 2024)

Nido : <https://www.nidolab.be/nido/fr/rencontrez-clemence-la-nouvelle-collegue-chez-nido/>

OCDE - OPSI :

<https://oecd-opsi.org/about/> (Consulté le 16 avril 2024)

<https://oecd-opsi.org/toolkits/basic-the-behavioural-insights-toolkit-and-ethical-guidelines-for-policy-makers/> (Consulté le 16 avril 2024)

<https://oecd-opsi.org/publications/bi-gpps/> (Consulté le 16 avril 2024)

<https://oecd-opsi.org/bi-network/> (Consulté le 16 avril 2024)

<https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/b4d0a9ed-fr.pdf?expires=1717324010&id=id&accname=guest&checksum=41E1EF53E8D2EEB4D9903F800A501866> (Consulté le 2 juin 2024)

Parlement flamand :

<https://www.vlaamsparlement.be/nl/parlementaire-documenten/parlementaire-initiatieven/1073850#stemming-in-de-plenaire-vergadering> (Consulté le 1^{er} juin 2024)

<https://www.vlaamsparlement.be/nl/parlementair-werk/commissies/commissievergaderingen/1361406/verslag/1362864> (Consulté le 3 juin 2024)

Parlement de Wallonie :

<https://www.parlement-wallonie.be/region-wallonne> (Consulté le 8 avril 2022)

<https://www.parlement-wallonie.be/pwpages?p=interp-questions-voir&type=28&iddoc=69582> (Consulté le 1^{er} juin 2024)

https://nautilus.parlement-wallon.be/Archives/2016_2017/CRIC/cric177.pdf (Consulté le 4 juin 2024)

Parlement européen :

<https://www.europarl.europa.eu/news/fr/headlines/priorities/ecirculaire-dechets> (Consulté le 8 avril 2022)

Pearson, Editions : https://www.pearson.fr/author/?person_ID=17245 (Consulté le 18 mai 2022)

PEPS-Economie : <https://pepseco.wordpress.com/category/en-action/> (Consulté le 1er avril 2022)

Plateforme wallonne pour le GIEC : <https://plateforme-wallonne-giec.be/Lettre24.pdf> (Consulté le 31 mars 2022)

Police fédérale belge : <https://www.police.be/5337/actualites/les-nudges-pour-susciter-les-bons-comportements> (Consulté le 22 mai 2024)

Région wallonne :

https://www.wallonie.be/sites/default/files/2021-10/plan_de_relande_de_la_wallonie_octobre_2021.pdf (Consulté le 30 mars 2022)

<https://www.wallonie.be/sites/default/files/2022-03/De%CC%81claration%20commune%20sur%20les%20priorite%CC%81s%20du%20Plan%20de%20relance%20wallon.pdf> (Consulté le 1er avril 2022)

<https://finances.wallonie.be/files/budget/expos%c3%a9%20g%c3%a9n%c3%a9ral.pdf> (Consulté le 7 juillet 2022)

https://finances.wallonie.be/files/budget/decret_budget%20g%c3%a9n%c3%a9ral%20des%20d%c3%a9penses_2022.pdf (Consulté le 7 juillet 2022)

République française, Direction interministérielle de la transformation publique :

<https://www.modernisation.gouv.fr/qui-sommes-nous>

https://www.modernisation.gouv.fr/files/2021-06/rapport_dexploration_maj_mars_2021_com.pdf, (Consulté le 25 avril 2024)

<https://www.modernisation.gouv.fr/files/2022-07/Z%C3%A9ro%20logement%20vacant%20%20Rapport%20final.pdf> (Consulté le 25 avril 2024)

https://www.modernisation.gouv.fr/files/2021-06/manuel_methologique_de_lapproche_comportementale_a_lusage_des_decideurs_publics_1.pdf (Consulté le 2 juin 2024)

République française, Notre Environnement :

<https://www.notre-environnement.gouv.fr/rapport-sur-l-etat-de-l-environnement/themes-ree/defis-environnementaux/limites-planetaires/concept/article/presentation-du-concept-des-limites-planetaires?lien-ressource=3051&ancreretour=lireplus> (Consulté le 6 avril 2022)

République française, Vie Publique :

<https://www.vie-publique.fr/parole-dexpert/271086-terre-climat-quest-ce-que-lanthropocene-geologique#:~:text=L'Anthropoc%C3%A8ne%20est%20une%20nouvelle,d'un%20d%C3%A9sordre%20plan%C3%A9taire%20in%C3%A9dit.> (Consulté le 6 avril 2022)

Sénat de Belgique :

<https://www.senate.be/www/?MIval=Vragen/SVPrint&LEG=6&NR=2079&LANG=fr>

<https://www.senate.be/www/?MIval=Vragen/SVPrint&LEG=6&NR=2279&LANG=fr>

<https://www.senate.be/www/?MIval=Vragen/SVPrint&LEG=7&NR=1127&LANG=fr>

Service Public Fédéral Economie :

<https://economie.fgov.be/fr/publicaties/vers-une-belgique-pionniere-de> (Consulté le 8 avril 2022)

[Mesurer c'est savoir : les indicateurs en économie durable | SPF Economie \(fgov.be\)](#)

(Consulté le 29 avril 2022)

Service Public Fédéral Emploi, Travail et Concertation sociale :

<https://emploi.belgique.be/fr/projets-de-recherche/2023-2025-projet-de-recherche-nudging-visant-ameliorer-la-securite-et-la-sante> (Consulté le 22 mars 2024)

Service Public Fédéral Finances :

<https://www.2018.rapportannuel.finances.belgium.be/> (Consulté le 22 mars 2024)

https://finances.belgium.be/fr/statistiques_et_analyses/rapport-annuel/chiffres/compliance/312-r%C3%A9sultats-du-projet-nudging

(Consulté le 22 mars 2024)

https://finances.belgium.be/fr/statistiques_et_analyses/rapport-annuel/chiffres/2018/compliance/ag-perception-et-recouvrement/312

(Consulté le 22 mars 2024)

https://finances.belgium.be/fr/statistiques_et_analyses/rapport-annuel/chiffres-2018/compliance/312-r%C3%A9sultats-du-projet-nudging (Consulté le 22 mars 2024)

Service Public Fédéral Santé publique, Sécurité de la chaîne alimentaire, Environnement : <https://www.health.belgium.be/fr/evidence-based-practice>

Service Public Fédéral Sécurité sociale : <https://socialsecurity.belgium.be/fr/publications/projet-no-show> (Consulté le 12 mai 2024)

Tabula Rasa : <https://tabularasa.nl/werk/nachtelijke-stiltezone> (Consulté le 3 juin 2024)

Ville de Leuven : <https://leuven.be/vervolgtraject-nachtlawaa> (Consulté le 22 mai 2024)

Youtube : (Consulté les 20, 21 et 22 mai 2024)

https://www.youtube.com/watch?v=9vrtw2CFQRI&ab_channel=NaomiFrt

https://youtube.com/watch?v=ZovuKFDiiL8&ab_channel=LavageQuiRit

https://www.youtube.com/watch?v=P1-u9tjUcQU&ab_channel=StadLeuven