

Transilien veut vous « manipuler »... mais c'est pour votre bien



Lyon, novembre 2015. Le simple fait d'avoir « habillé » cet escalier qui jouxte un escalator a permis d'en accroître la fréquentation de 350 % dès la première semaine. (DR.)

La SNCF planche depuis plusieurs mois sur un ensemble d'incitations psychologiques pour modifier le comportement des usagers. Explications.

LES « NUDGES », VOUS CONNAISSEZ ? D'après les spécialistes de l'économie comportementale, les hommes sont loin d'être des êtres purement rationnels. Une grande partie de leurs actions seraient au contraire guidées par leurs instincts ou leurs émotions. De ce courant de pensée découlent ce qu'on appelle les « nudges », des incitations psychologiques qu'un nombre grandissant d'entreprises et d'administrations mettent en œuvre pour faire évoluer le comportement de leurs clients et usagers.

C'est le cas de la SNCF qui planche depuis quelques mois sur le sujet avec l'aide du professeur Nicolas Fieulaine, de l'unité de psychologie sociale de l'université Lyon-II. Ils ont commencé par mener une étude comportementale auprès de vingt-huit passagers, qui ont dû sur plusieurs semaines tenir un carnet de bord, participer à des groupes de discussion et partager leurs impressions sur leur expérience des transports en commun. « Il en est ressorti que les clients perçoivent la SNCF à la fois comme un prestataire de services et comme un environnement », explique le chercheur.

Or, sur ce deuxième aspect, il ressort que les quais et les rames sont avant tout un facteur de stress : couloirs glauques, signalétique insuffisante, bousculades... « On s'est également rendu compte d'un certain nombre d'erreurs : panneaux d'information placés en plein milieu d'un couloir, créant des bouchons, ou les annonces sonores, aujourd'hui utilisées aussi bien pour les alertes à la bombe que pour rappeler la loi Evin, ce qui fait que les messages diffusés ne sont plus du tout

audibles », indique Carole Tabouraud, directrice adjointe du marketing chez Transilien.

« Le principal élément de tension, c'est la correspondance d'un mode de transports à un autre. Dans la plupart des gares, il existe de multiples cheminements possibles entre un point A et un point B mais qui ne sont pas connus des usagers », ajoute Nicolas Feuliane.

Parmi les pistes envisagées : proposer des cheminements, selon que l'on soit pressé, chargé de valises ou même... d'humeur sportive

Parmi les pistes envisagées pour rendre l'expérience en gare plus agréable, il est notamment prévu de proposer des cheminements, selon qu'on soit pressé, chargé de valises (2) ou même... d'humeur sportive. Ainsi certains couloirs pourraient comporter des « pistes d'athlétisme » avec compteur de vitesse, côtoyant des chemins parsemés de fleurs incitant à la balade (3)... Dans le même ordre d'idées, Transilien veut peindre des pieds sur les escalators, pour distinguer clairement la partie droite, pour les « immobiles », et celle de gauche, pour les gens pressés (4).

On pourrait penser que ces mesures relèvent du gadget. Et pourtant, un premier test a été réalisé sur un escalier d'une station de métro lyonnaise, repeint pour l'occasion de façon très colorée et sur lequel apparaissait la phrase « Ta bonne santé est au bout de cet escalier » (*ci-contre*). Résultat, la première semaine,

LE MOT

Nudge

« Nudge » est un terme anglais qui se traduit littéralement par « pousser du coude ». Appliqué aux entreprises ou aux administrations, il s'agit d'un concept développé par deux universitaires américains, Richard Thaler et Cass Sunstein dans un livre paru en 2009, qui consiste à influencer, sans contrainte, sur le comportement des gens pour les amener à changer d'habitude. Leur théorie part du principe que les hommes ne sont pas uniquement animés par la raison mais aussi, et surtout, par leurs instincts et leurs émotions. Les nudges s'appuient sur des incitations sensorielles (marquage au sol, odeurs) et jouent sur les émotions (la culpabilité...) pour faire évoluer les comportements.

la fréquentation de l'escalier s'est accrue de 350 % !

Transilien compte aussi sur le nudge pour réduire quelques incivilités. Dans le cas des fumeurs de la ligne P, elle veut les culpabiliser en menant des opérations de nettoyage très visibles, quand les trains sont en service. Dans l'immédiat, Transilien compte « nudger » sept gares franciliennes, dont celles de Saint-Denis-Stade de France (Seine-Saint-Denis) et de Garges-Sarcelles (Val-d'Oise). A plus long terme, la SNCF veut faire du prolongement à l'ouest du RER E, la première ligne entièrement « nudgée ».

GRÉGORIE PLESSE

Des exemples de « nudges » qui ont fait leurs preuves

DE FAUSSES MOUCHES COLÉES dans les cuvettes des urinoirs (1). C'est sans doute le « nudge » le plus connu du grand public. Grâce à cet aménagement tout simple, qui incite les hommes à mieux viser, l'aéroport d'Amsterdam Schiphol est parvenu à réduire de 80 % ses dépenses de nettoyage des toilettes pour hommes !

D'autres préfèrent jouer sur le sentiment de culpabilité. C'est le cas de la ville américaine de La Verne, qui en affichant chaque jour pendant un mois sur les portes des maisons d'un quartier de la ville

Ils sont aussi parfois utilisés dans le but d'éviter la surconsommation

retard de paiement que « neuf personnes sur dix payent leur impôt à l'heure » a récupéré 2,8 millions de livres (3,5 M€).

Le nudge est aussi parfois utilisé pour éviter la surconsommation. Ainsi, Nouvelles Frontières, en affichant dans les chambres de ses hôtels le message suivant : « 75 % des personnes ayant occupé cette chambre avant vous ont utilisé leurs serviettes de toilette plusieurs fois » a réussi à convaincre entre

35 % et 75 % de clients d'utiliser leurs serviettes plusieurs jours d'affilée. Pour terminer, citons l'expérience du chercheur Brian Wansink, qui en se contentant d'intercaler des chips rouges entre des chips normales dans des boîtes de Pringles, a réussi à en réduire la consommation de 50 % par rapport à un tube contenant des chips normales.

G.P.



L'exemple le plus connu du nudge : les fausses mouches gravées dans les urinoirs de l'aéroport d'Amsterdam Schiphol (1). D'autres ont d'ores et déjà été testés et pourraient être adaptés par la SNCF pour ses propres gares : des cheminements différenciés en fonction de son état d'esprit (2), des couloirs comportant des « pistes d'athlétisme » avec compteur de vitesse (3) ou des pieds sur les escalators, pour distinguer les files lentes et rapides (4). (DR.)

