

Sommaire

Introduction	3
Partie 1 : Concept, intentions, contexte.....	5
I. Gouvernamentalité des sociétés, lois et normes.....	5
II. Changement de paradigme : le paternalisme libertarien et les <i>nudges</i>	6
II. 1. Le paternalisme libertarien	6
II. 2. Les <i>nudges</i> : des dispositifs adaptés aux biais cognitifs.....	9
II. 3. Les « nudges Unit ».....	12
Partie 2 : Les champs d'applications et quelques éléments de bilan.....	14
I. De nombreux domaines d'application	14
II. Un domaine de prédilection : l'environnement et sa protection. Les <i>nudges</i> verts.....	15
II. 1. Allier l'action écologique et le plaisir : vive les jeux environnementaux ou <i>green games</i> !.....	16
II. 2. Se conformer à la norme sociale : compétition, coopération, partage	18
Conclusion	22
Bibliographie indicative	23

Résumé

En 2008, les chercheurs Richard Thaler et Cass Sunstein, respectivement économiste à la Chicago University et professeur de droit à Harvard, inventent un nouveau concept économique qu'ils nomment « le paternalisme libertarien ». Basé sur l'idée qu'il vaut mieux influencer sans contraindre que d'interdire, ce concept propose la mise en place de « coups de pouce » ou *nudges* pour faire évoluer les comportements des citoyens. Cette synthèse se propose de revenir tout à la fois sur les principes de cette théorie ainsi que sur quelques exemples de domaines où elle a été mise en œuvre.

Introduction

Le changement climatique, l'augmentation des déchets ménagers et industriels, la pénurie des ressources énergétiques sont aujourd'hui des contraintes incontournables à prendre en compte pour penser l'organisation des sociétés contemporaines. Depuis de nombreuses années, les instances gouvernementales de la majorité des pays mettent en place des politiques environnementales afin de rendre notre développement durable¹. Jusqu'alors, ces politiques ont reposé sur des réglementations strictes – par exemple, la Directive DEEE (déchets, équipements électriques et électroniques) qui vise à une meilleure gestion de ce type de déchets ou la Directive cadre eau qui établit une politique globale au sein de la communauté européenne dans le domaine de l'eau² – ; une adaptation des infrastructures – comme la mise à disposition dans le champ de la mobilité de dispositifs favorisant les transports en commun ou le partage (vélos en libre service, réseau de voitures électriques, etc. ; – et des campagnes de sensibilisation comme celles portant sur le tri des déchets. On se souvient entre autres de la campagne publicitaire visant à inciter les ménages à recycler leurs ampoules usagées précisément dans des dispositifs prévus à cet effet en grande surface par exemple. Or, force est de constater que, seules, ces politiques ne peuvent atteindre leur but et ne parviennent que très partiellement à faire évoluer le comportement des citoyens.

Aux États-Unis, dans les années 2008-2010, les chercheurs Richard Thaler et Cass Sunstein, respectivement économiste à la Chicago University et professeur de droit à Harvard, inventent un nouveau concept économique qu'ils nomment « le paternalisme libertarien ». Basé sur l'idée que l'être humain ne fait pas de choix rationnels basés uniquement sur la valeur économique des choses, cette théorie propose de mettre en place des dispositifs d'aide à la prise de décision, nommés les *nudges*. Ces derniers, appelés « coup de pouce » en français, s'appuient sur les biais cognitifs que les individus développent lorsqu'ils doivent faire des choix. Le fonctionnement des *nudges* s'appuie sur l'idée qu'il n'est pas nécessaire de contraindre mais qu'il faut impulser des changements de comportements. Ils ont la vertu de les modifier pour les rendre plus vertueux : meilleurs pour la santé, pour l'environnement, pour l'économie, etc.

Au fil des années, cette théorie s'est peu à peu popularisée et ce, notamment dans les pays anglo-saxons et de façon plus ponctuelle en France.

Si les *nudges* ouvrent des perspectives nouvelles, ils posent aussi de nombreuses questions quant à leur articulation avec la mise en œuvre des politiques publiques.

La synthèse proposée ici s'attache donc dans une première partie à présenter le concept du

¹ Jusqu'alors, ces politiques ont reposé sur :

- (1) des réglementations strictes. Le code de l'environnement regroupe l'ensemble des lois qui depuis 1976 ont pour objectif de protéger l'environnement.
- (2) une adaptation des infrastructures. En effet, on s'attache par exemple à construire des bâtiments résidentiels ou non à basse consommation énergétique.
- (3) des campagnes de sensibilisation comme celles portant sur le tri des déchets. On se souvient entre autres de la campagne publicitaire visant à inciter les ménages à recycler leurs ampoules usagées notamment dans des dispositifs prévus à cet effet en grande surface par exemple.

² Pour avoir une vision globale des directives et lois en matière d'environnement, se référer à <http://www.reglementation-environnement.com/>

« paternalisme libertarien » ainsi que les formes que peuvent prendre les *nudges*. Dans une deuxième partie, les champs d'application (notamment les *nudges* verts avec des exemples concrets) et quelques éléments de bilan (freins limites) seront ainsi exposés.

Grille de lecture

texte grisé → citations de chercheurs

Encadré → focus sur un auteur ou une notion particulière

imaginez la scène → scénette fictive pour illustrer la mise en œuvre ou les limites du nudge décrit

Partie 1 : Concept, intentions, contexte

I. Gouvernementalité des sociétés, lois et normes

Les questionnements de Michel Foucault sur la façon d'exercer le pouvoir et de gouverner les conduites trouvent aujourd'hui une résonance particulière. En effet, le contexte politique et social incite les instances de gouvernance – tant au niveau local que national – à penser de nouvelles méthodes d'exercice du pouvoir.

Dès 1976, Michel Foucault analyse à travers l'histoire de la sexualité la façon dont le pouvoir se construit pour gouverner voire discipliner les individus. L'auteur met en lumière tout le travail du pouvoir pour établir au XVIIIe siècle une politique des corps. A travers cet ouvrage, il établit le concept de bio-pouvoir, c'est-à-dire, ce pouvoir qui s'intéresse à la question du vivant. « *Foucault propose ainsi une nouvelle approche du pouvoir en identifiant un mode spécifique d'exercice du pouvoir lorsque la vie entre dans ses préoccupations. [...] Il souligne qu'à partir de la seconde moitié du XVIIIe siècle, la vie de l'espèce humaine devient l'enjeu des stratégies politiques, marquant le « seuil de modernité biologique d'une société »* (Genel : 2004).

A travers ce décryptage fin, Michel Foucault met en évidence plusieurs faits qui ont permis de mieux cerner le fonctionnement du pouvoir. Ainsi, nous explique-t-il, à partir du XVIIIe siècle, « *[L]es gouvernements s'aperçoivent qu'ils n'ont pas affaire simplement à des sujets, ni même à un « peuple », mais à une « population », avec ses phénomènes spécifiques, et ses variables propres : natalité, morbidité, durée de vie, fécondité, état de santé, fréquence des maladies, forme d'alimentation et d'habitat. Toutes ces variables sont au point de croisement des mouvements propres à la vie et des effets particuliers des institutions* », (Foucault : 1976, 35). Il met en évidence que l'application du pouvoir ne peut être pensée de façon uniforme sur une population qui ferait bloc, mais qu'il est nécessaire de prendre en compte les points de résistance et/ou les freins qui feront que tel ou tel dispositif de gouvernance pourra ou non atteindre son objectif.

Plus loin, il définit le rapport du pouvoir à la norme et à la loi : « *Une autre conséquence de ce développement du bio-pouvoir, c'est l'importance croissante prise par le jeu de la norme au dépens du système juridique de la loi. [...]* » (Foucault : 1976, 189). Il montre que la norme sociale est un facteur déterminant dans l'exercice du pouvoir car c'est souvent en référence à elle que les individus se positionnent.

Michel Foucault nous montre ainsi que gouverner implique de prendre en compte le contexte social dans son ensemble, et que l'édiction de la norme ne suffit pas. Dès lors, mettre en place de nouvelles façons non contraignantes d'influencer ou d'inciter au changement de comportement des citoyens pourrait s'avérer efficace pour orienter la société. Celles-ci feraient porter sur l'individu la responsabilité de s'adapter afin d'atteindre un objectif collectif global. En effet, de nombreuses observations montrent que

les formes d'incitation classique - taxes sur les pollueurs, prime de recyclage - touchent aujourd'hui leur limite alors que l'état de l'environnement exige de façon urgente la mise en œuvre de comportements éco-responsables.

Face à ces constatations, de nouvelles voies s'ouvrent. Les sciences comportementales ont mis à disposition des données qui permettent d'envisager d'autres modes de faire, concrétisés notamment sous la forme de ce que l'on a nommé les « *nudges* » ou « coups de pouce ».

« L'une des contributions les plus importantes de la pratique expérimentale en économie est d'avoir profondément revisité et critiqué la vision traditionnelle des déterminants du comportement individuel. Ce *corpus* de résultats, parfois rassemblé sous le terme d'économie comportementale, produit une typologie et une caractérisation empirique des situations dans lesquelles les comportements individuels s'écartent de manière systématique des choix rationnels prédits par la théorie économique. Ces comportements obligent à reconsidérer les effets attendus des instruments institutionnels à disposition de la puissance publique » (Ferey and al, 2013, 159-160)

Ces nouveaux dispositifs visent à agir sur les comportements des citoyens tout en supportant les politiques publiques en matière d'environnement, de santé et d'énergie. Cela induit des interventions de la puissance publique qui « *pour être légitimes, (...) ne doivent pas être intrusives : elles entendent par conséquent préserver la liberté individuelle.* » (Ferrety and al, 2013, 163)

De fait, on voit là se profiler un certain nombre de questionnements quant au rôle de la puissance publique. Quels instruments peut-elle mobiliser pour accompagner, diriger, guider, obliger, contraindre, etc. ? Jusqu'où peut-elle employer des techniques marketing d'influence sans passer par la délibération, le débat public ? Si on se place du point de vue des citoyens : qu'est-ce qui guide leurs choix, leurs habitudes ? Cette question revoie à la place accordée à leurs valeurs et représentations de ce qui est bon pour eux et pour les autres.

De fait, se passer de la construction d'un intérêt commun, via le débat public, en s'adressant directement à l'individu entraîne d'autres formes de questionnements : comment garder la question du « collectif » au cœur des actions ? Et enfin, l'individu seul doit-il porter la question de l'adaptation de son comportement ?

II. Changement de paradigme : le paternalisme libertarien et les *nudges*

II. 1. Le paternalisme libertarien

En 2008, les chercheurs Richard Thaler et Cass Sunstein, respectivement économiste à la Chicago University et professeur de droit à Harvard, popularisent le concept de *nudge* grâce à leur ouvrage *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision* (Ed. Vuibert, 2010). Ce concept, s'inscrivant dans la théorie qu'ils nommeront le « paternalisme libertarien », se base sur l'économie comportementale et propose une méthode douce d'incitation aux bons comportements plutôt que d'interdiction ou de

contrôle. Ce concept s'appuie essentiellement sur l'idée selon laquelle les individus ne font pas des choix rationnels mais sont, au contraire, influencés par leurs émotions, leur environnement, leur sentiment, leur éducation, bref, par tout ce qui touche au sensible.

« Ce changement de perspective s'est fortement structuré ces dix dernières années sous l'impulsion de l'émergence du courant dit du paternalisme libéral. Théorisé par Sunstein et Thaler au début des années 2000 puis popularisé et vulgarisé par ces mêmes auteurs dans leur ouvrage *Nudge* [2008], le paternalisme libéral pousse à la prise en compte de ces biais de comportement jusqu'à une remise en cause des principes fondateurs de l'élaboration des politiques publiques, formulées jusqu'alors en conformité avec des principes soit libéraux, soit paternalistes » (Ferrey and al, 2013, 155)

Focus sur les auteurs

Richard H Thaler est un économiste américain, né en 1945. Il se spécialise dans la finance comportementale, c'est-à-dire l'application de la psychologie à la finance. Il est professeur à l'University of Chicago.

Cass Sunstein est un juriste et philosophe américain, né en 1954. Il s'intéresse à de nombreux domaines comme le droit constitutionnel, le droit administratif, le droit de l'environnement et l'économie. Il est professeur à l'Université Harvard mais il est actuellement détaché à l'Office of Information and Regulatory Affairs (OIRA) du gouvernement Obama.

Richard Thaler et Cass Sunstein ont popularisé le concept des nudges à travers la publication de leur ouvrage commun, *Nudge : Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness* (Yale University Press, 2008)

Ainsi les « nudges », coups de pouce, s'appuient-ils sur une architecture de choix où ils garantissent la liberté d'action aux agents concernés, tout en les incitant à faire le bon choix.

L'ouvrage de Thaler et Sunstein s'appuie entre autres sur les travaux de Daniel Kahnemann, prix Nobel d'Economie en 2002, qui mettent à mal les théories économiques classiques décrivant *l'homo economicus* comme un être rationnel, qui étudie toutes les possibilités avant de prendre une décision. Pour Kahnemann puis Thaler et Sunstein, il est au contraire un être guidé par ses émotions, ses envies, influencé par les normes sociales en vigueur. Si les marques commerciales et la publicité l'ont compris depuis longtemps, les institutions ont aussi avantage à intégrer ces paramètres dans leurs modes de faire pour inciter les individus à adopter de bonnes pratiques pour leur santé, leur environnement, leur alimentation, etc. sans pour autant les contraindre³.

³ Notons que la publicité a depuis longtemps compris qu'elle devait jouer sur le registre des émotions pour faire vendre. Par exemple, nombreux sont les spots publicitaires qui font appel à nos souvenirs d'enfance pour vanter les mérites d'un produit.

Économie comportementale

« L'économie comportementale est l'étude de l'influence des émotions et des facteurs personnels propres à chaque individu, dans la prise de décisions économiques. Il s'agit d'une approche différente des anciens modèles qui percevaient la prise de décision comme un comportement rationnel (recherche du gain avant tout). En effet, cette nouvelle approche inclut la part psychologique et le cadrage dans les comportements afin de démontrer la nature irrationnelle, subjective et variable des comportements, même dans un domaine aussi sérieux que l'économie. »

<http://www.andlil.com/definition-deconomie-comportementale-151154.html>

L'économie comportementale s'appuie sur la psychologie cognitive et sociale et l'économie expérimentale, pour prendre en compte les biais cognitifs des individus dans la prise de décisions. En effet, elle s'intéresse par exemple au rôle des émotions, à l'influence des interactions sociales. Dans ce cadre, les *nudges* proposent une architecture de choix, afin que les individus prennent la décision la plus vertueuse tout en ayant la liberté de choix.

Ainsi la théorie des *nudges* propose-t-elle aux citoyens des modalités d'action ou d'adaptation de leurs gestes et pratiques dans lesquels l'incitation au changement est suggérée plutôt qu'imposée.

« (...) une version relativement modérée, souple et non envahissante de paternalisme, qui n'interdit rien et ne restreint les options de personne ; une approche philosophique de la gouvernance, publique ou privée, qui vise à aider les hommes à prendre des décisions qui améliorent leur vie sans attenter à la liberté des autres ». (Sunstein et Thaler : 2008)

Un des exemples les plus parlants est l'installation dans les parcs de poubelles avec un panier de basket. Ce dispositif ludique incite donc les gens à maintenir l'espace public propre en jetant (voire même parfois en triant) leurs déchets⁴.

Autre exemple, certaines villes, telles que Lyon, Paris, Bordeaux, ont mis à disposition des systèmes de vélos pour favoriser les déplacements doux. En quoi cela peut-il constituer un *nudge* ? Tout le monde est potentiellement d'accord pour dire qu'il est bon pour sa santé de pratiquer une activité physique régulière. Tout le monde estime également que l'utilisation du vélo pollue moins que celle de la voiture voire même des transports en commun. Pourtant, l'utilisation régulière d'un vélo pour se déplacer peut avoir un coût pour les individus. Un coût financier d'abord : achat du vélo et des accessoires nécessaires (cadenas, casque, sacoches, etc.) et un coût psychologique également : savoir où poser son vélo, avoir peur de se le faire voler, accepter de faire un trajet fatigant, etc. Tous ces éléments empêchent les moins motivés à devenir des cyclistes réguliers.

⁴ <http://www.alorsquoidesfun.fr/2013/05/27/rues-propres-panier-basket-poubelle/>



Station velo'v à Lyon

© Jacques Léone, Grand Lyon

En revanche, la mise à disposition de vélos via des stations réparties dans la ville avec un service d'entretien et d'interface numérique pour connaître les emplacements va permettre de réduire ces freins voire de les éliminer complètement. On le voit ces dispositifs n'imposent pas l'utilisation de vélo dans la ville – ou tout autre mode doux – mais ils proposent d'en faciliter l'accès. Ils orientent le choix, insère l'individu dans un cercle vertueux qui l'incite à modifier son comportement pour qu'il soit meilleur pour sa santé et pour l'environnement.

« Ces nouvelles incitations visent à transformer les pratiques dans le sens des objectifs de la puissance publique, et traduisent une nouvelle approche du comportement des administrés. Le moteur du changement n'est plus extrinsèque, imposé de l'extérieur par une autorité, mais se situe au niveau individuel : il s'agit de faire en sorte que les comportements des individus évoluent spontanément. » (Barreau, Dujin : 2013)

II. 2. Les *nudges* : des dispositifs adaptés aux biais cognitifs

« Le « paternalisme libéral » de Cass Sunstein et de Richard Thaler est fondé sur le fait que la plupart du temps, nous ne sommes pas des agents cohérents en mesure de maximiser nos profits. Nous ne nous comportons donc pas toujours en bon homo economicus. Nous sommes de simples mortels affectés de nombreux biais cognitifs et comportementaux qui inhibent notre analyse rationnelle. » (Orobon, 2013, 22)

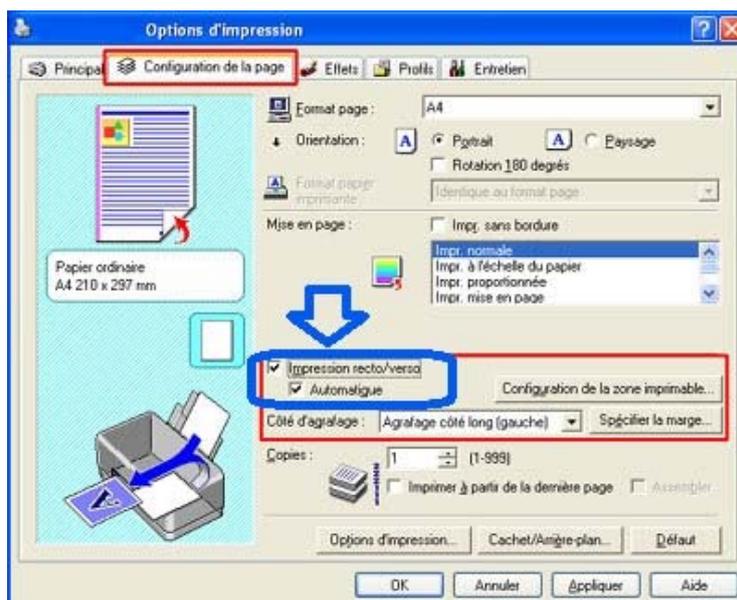
On peut aujourd'hui dénombrer cinq modes de faire, c'est-à-dire cinq « instruments principaux de politiques paternalistes » (Ferrey and al, 2013, 166). La conception de ces dispositifs s'appuie sur l'observation des biais psychologiques développés par les individus lorsqu'ils sont face à une prise de décision.

. Le choix par défaut

« Une règle de défaut est une règle définissant à l'avance le choix de l'agent avant qu'il ne se décide à le modifier. Alors qu'une règle de défaut n'a aucune influence sur un agent rationnel (à qui il suffirait de s'éloigner du choix par défaut si ses préférences l'exigent), elle a un impact sur des agents rationnellement limités qui peuvent avoir tendance à persister dans l'option par défaut, quelle qu'elle soit. » (Ferrey and al, 2013, 166)

Il s'agit de déterminer par défaut et sans l'avis de l'agent concerné, l'option jugée la plus vertueuse pour l'environnement, la santé, l'économie, etc. Par exemple, dans certaines entreprises, les imprimantes sont réglées par défaut sur l'option recto-verso : ceci est mis en place pour inciter les salariés à économiser du papier et de l'encre et à adopter une attitude plus respectueuse de l'environnement.

Sur le long terme, ce choix peut être remis en cause par l'agent, qui peut le modifier. En général, il est admis que le choix par défaut est un instrument qui fonctionne très bien pour des décisions ponctuelles mais perd de son efficacité sur le long terme. En effet, s'il préfère imprimer ces documents en recto seulement, l'agent modifiera de lui-même le choix par défaut, sans comprendre pourquoi l'option recto-verso avait été pré-sélectionnée. Si l'option par défaut n'est pas accompagnée d'un minimum de pédagogie, il peut y avoir un risque de contournement ou de rejet sur le long terme.



. Le ou cadrage ou communément appelé « framing »

« Il consiste à modifier la manière dont une même information est présentée à l'acteur, ce qui peut influencer ses croyances dès lors que des heuristiques entrent dans le processus de computation de l'information. De nombreux auteurs se rejoignent pour dire qu'une politique publique consistant à fournir de l'information complémentaire à des acteurs (que ce soit le coût d'un crédit, les risques d'un vaccin, etc.) n'est pas nécessairement suffisante pour les amener à agir plus rationnellement car elle laisse de côté les processus de traitement de ces informations. Par conséquent, c'est la manière dont est communiquée une information qui est en fait cruciale. » (Ferrey and al, 2013, 167-168)

Cet instrument peut être utilisé dans diverses circonstances : prévention des risques, informations générales en cas d'achat de crédit, de contractualisation de prêt, etc. Il consiste à décaler l'information pour qu'elle atteigne sa cible plus efficacement. On pense notamment aux campagnes de prévention des pratiques à risque comme l'alcool au volant, l'addiction aux drogues, etc. C'est en ce sens qu'un grand nombre de campagnes ont été repensées ces dernière année en ciblant un public plus jeune, en mettant en scène leur mode de vie sans les juger.

En outre, ce mode de faire s'appuie également sur le droit de protection du consommateur, qui doit être informé des conséquences de ses choix. Par exemple, certaines lois sur la consommation imposent de fournir des informations selon un format standard afin que les consommateurs puissent se repérer rapidement. C'est le cas des informations relatives au coût d'un crédit où les taux d'intérêt, les montants de remboursement, etc. sont toujours exprimés de la même façon.

La limitation des choix

« Offrir trop de choix à un agent peut être contraire à son utilité notamment en cas d'aversion aux extrêmes, de biais de confusion, de diversification excessive ou de refus de choisir (choice avoidance) » (Ferrety and al, 2013, 168)

Cet instrument consiste à limiter les choix dans le cas d'une prise de décision pour éviter par exemple la procrastination. C'est ce principe qui propose aux agents des dates butoirs pour remplir un projet de recherche, l'ouverture d'un compte épargne, le placement d'argent en épargne. L'agent non contraint par une date butoir peut être tenté de remettre à plus tard sa décision tandis qu'inciter à le faire dans une période définie, il agit de façon plus efficace. Par exemple, des établissements bancaires proposent à certains de leurs clients possédant doré et déjà un compte épargne de faire un versement plus important avant une date particulière. Inconsciemment, nous savons que nous devons procéder à une épargne régulière. Ce type d'incitation nous oriente vers la bonne pratique en matière d'épargne et l'existence de la date butoir nous encourage à passer à l'acte.

Les périodes de réflexion obligatoire (cooling off period).

« Afin de lutter contre les choix impulsifs qui peuvent être l'expression de préférences de (très) court terme mais qui sont regrettés quand l'individu considère ses préférences de long terme, imposer des délais entre une action et ses conséquences peut permettre à l'agent de revenir en arrière et ainsi de maximiser ses préférences. » (Ferrety and al, 2013, 169)

Ce dispositif protège les individus de choix impulsifs et pouvant être amenés à évoluer. Par exemple, dans le cas d'un achat d'une voiture, l'agent-consommateur a huit jours pour se rétracter. Cette période de latence lui donne la possibilité de confirmer ou d'infirmer ce choix et d'en peser les conséquences sur son budget, son organisation personnelle et familiale, etc.

. L'auto-contrainte

« Enfin, il est parfois difficile pour l'agent de se tenir à un plan d'actions futures. On touche là à sa faiblesse de volonté ou, en d'autres termes, au renversement de ses préférences à travers le temps et à la procrastination. Les conséquences de ce type de comportements peuvent être fortes puisqu'elles conduisent les individus à ne jamais se décider à agir conformément à ce qu'ils considèrent pourtant être dans leur intérêt. Une autre version de ce même phénomène est la surestimation de sa propre volonté par un individu, ce dont un autre agent peut profiter. » (Ferrety and al, 2013, 169)

En France, cet instrument a été développé dans les casinos, permettant aux joueurs compulsifs de signer un accord avec l'établissement les auto-excluant du lieu. L'agent est responsabilisé et il est acteur de la prise de décision.

II. 3. Les « nudges Unit »

« Pour le paternalisme libéral, il faut prendre acte de la rationalité limitée des individus et envisager les institutions et les politiques publiques comme devant gérer cette rationalité limitée. Dans ce cadre, la puissance publique est considérée comme un agent bienveillant capable d'aider les acteurs à agir au mieux de leurs intérêts et de leur éviter des choix qui leur seraient préjudiciables du fait de leur incapacité à se comporter de manière parfaitement rationnelle. » (Ferey, 2013, 170)

Si les *nudges* ont vu le jour sous la plume de Thaler et Sunstein en 2008, ils ont pris corps sous la forme de ce que l'on a appelé les « *nudge Units* ». C'est, en effet, le Royaume-Uni qui se dote le premier en 2010 du « Behavioural Insights Team » (BIT)⁵ sous le gouvernement de David Cameron. Ce premier « *nudge unit* » a pour objectif d'utiliser les sciences du comportement – économie comportementale, psychologie et anthropologie sociale – afin d'aider les gouvernements, institutions voire entreprises privées à mettre en place des dispositifs pour améliorer les comportements des citoyens. Par exemple, en 2010, lorsque le BIT, dirigé par David Halpern, préconise d'envoyer un sms aux contribuables en retard de paiement d'impôt plutôt qu'une lettre, l'argent rentre considérablement plus vite. En 2013, c'est au tour de Barack Obama de se doter d'un « *nudge unit* »⁶⁷. Au cours des trois premières années de son administration, Cass Sunstein était à la tête de l'Office of Information and Regulatory Affairs (OIRA) qui préfigurera la création de la « *nudge squad* » en 2013. Ce dernier s'est notamment employé, grâce à l'intervention de Cass Sunstein, à mettre en place des mesures régulatrices pour protéger la santé publique, la sécurité et l'environnement.

« A l'heure où les gouvernants soulignent à juste titre la nécessité d'une plus grande efficacité dans l'action publique, le *Nudge* apparaît comme une arme fondamentale puisque cette approche revendique justement une très forte efficacité dans les changements comportements souhaités et ce, à coût nul ou réduit ! Dans un contexte financier très contraint, le *Nudge* apparaît donc comme une solution particulièrement pertinente pour les décisionnaires des politiques publiques françaises. » <http://up-conferences.fr/blog/nudge-unit-a-francaise>

Qu'en est-il en France ? A ce jour, nul « *nudge unit* » gouvernemental créé mais cela ne signifie pas l'absence de réflexions sur le sujet⁸. En mars 2010 déjà, Olivier Oullier et Sarah Sauneron avait rédigé un rapport « Nouvelles approches de la prévention en santé publique. L'apport des sciences comportementales, cognitives et des neurosciences » où ils mettaient en lumière l'intérêt des *nudges* en matière de santé publique. Le Centre d'Analyse Stratégique (CAS) a par ailleurs édité de nombreuses notes et précisément sur les « *nudges verts* »⁹ (cf. partie 2). En 2013, dans un article publié sur le Blog du Monde¹⁰, Olivier Oullier passe au crible les freins qui pourraient empêcher, la mise en place en France, d'une politique pro-active en matière de *nudges*. Il souligne le fait que les sciences comportementales ne jouent pas un rôle assez important dans la mise en place des politiques publiques et déplore que les

⁵ <http://www.behaviouralinsights.co.uk/>

⁶ <http://swampland.time.com/>

⁷ <http://thepsychreport.com/>

⁸ Il existe certaines initiatives privées. Par exemple, BVA a créé un *nudge unit* au sein de l'entreprise.

⁹ Voir entre autres les Lettres du Centre d'Analyse Stratégique.

¹⁰ <http://lesdebatsdudd.blog.lemonde.fr/2013/12/08/670/> [consulté le 31 janvier 2015] ;

http://archives.lesechos.fr/archives/cercle/2012/12/11/cercle_60741.htm [consulté le 2 février]

réformes mises en place ne s'appuient pas assez sur des expérimentations grandeur nature.

« D'une manière générale, les politiques publiques gagneraient à être évaluées au travers d'expérimentations de terrain en grandeur réelle permettant de mesurer l'efficacité sur les changements de comportements souhaités avant d'être déployées nationalement en cas de résultats positifs. Et, afin d'ancrer ces pratiques durablement, il me paraîtrait très utile de faire bénéficier les jeunes étudiants de Sciences-Po et de l'ENA des enseignements de la Behavioral Economics et du Nudge alors qu'il n'en existe rien en France sur ce thème en comparaison de dizaines de Masters aux Etats-Unis, en Angleterre et dans de nombreux autres pays (Suisse, Danemark, Pays-Bas, Canada, Australie...) » (Oullier : 2013)

Le chercheur reste convaincu que cela serait très utile pour favoriser des comportements plus vertueux et ce, notamment en matière d'écologie.

Ce qui ressort est que les questions écologiques sont perçues comme un fardeau pour bon nombre de personnes dans tous les pays où nous sommes allés. La protection de l'environnement, les consommateurs la jugent primordiale mais la perçoivent aussi comme un « truc » de plus qu'on leur demande de faire – et qui s'ajoute donc à la longue liste qui comprend l'usage du préservatif, l'alimentation équilibrée, l'activité physique, le port de la ceinture, la vaccination contre la grippe etc. Il convient dès lors de développer des solutions où le comportement écologiquement vertueux et/ou la consommation durable ne sont pas prescrits ou demandés de manière explicite mais élaborés de telle sorte qu'ils apparaissent comme une forme de solution par défaut qui demanderait le moins d'effort possible. Cela semble couler de source, mais si l'on facilite l'adoption d'un tel comportement, et si l'on enlève le poids associé à l'effort perçu tout en faisant la promotion des bonnes pratiques de manière positive, alors on arrive à faire en sorte que les citoyens-consommateurs respectent plus l'environnement. En d'autres termes, dans certains contextes, il ne faut surtout plus parler d'écologie puisque cela peut avoir l'effet opposé à celui recherché. Il faut juste faciliter l'adoption des comportements qui ne nuisent pas à la planète sans les qualifier d'efforts écologiques: moins de discours, plus de méthode permettant de mettre en œuvre des actions efficaces et simples à réaliser. (Oullier : 2013)

Partie 2 : Les champs d'applications et quelques éléments de bilan

I. De nombreux domaines d'application

Depuis leur popularisation aux États-Unis dans les années 2000-2010, les *nudges* peuvent s'appliquer dans plusieurs domaines allant de l'énergie, au développement durable, en passant par la santé, ou l'égalité homme-femme, comme le montre cet extrait :

« Par le passé, des politiques volontaristes ont déjà fait leurs preuves : l'exemple des femmes ingénieures – passées de 3 % en 1982 à 34 % dans les nouvelles générations – est archétypal. Cependant, ces politiques ciblées ne se sont pas diffusées dans le reste des filières scolaires, notamment dans l'enseignement professionnel. Le rapport invite à aller plus loin et formule une série de recommandations en vue d'une action volontariste.

Par-delà les suggestions spécifiques, cependant, Marie-Cécile Naves, Vanessa Wisnia-Weill et leurs co-auteurs invitent avant tout les décideurs publics à se fixer l'objectif de réformer l'architecture des choix offerts aux individus. Même si elles empruntent à d'autres références, même si elles ne se reconnaissent pas nécessairement dans le paternalisme libertaire de Richard Thaler et Cass Sunstein, ce qu'elles nous disent est que le nudge ou plutôt la série de *nudges* qui orientent subrepticement les comportements des enfants, des adolescents, et de chacun d'entre nous, sont porteurs de différenciations infondées et, finalement, d'inégalités. Il faut donc travailler sur ces micro-incitations dont chacune a l'air insignifiant mais dont la somme nous rend moins libres.

Pour le décideur public, ce programme n'est pas des plus aisés à mettre en œuvre. Il faut de la finesse pour réformer l'architecture des choix sans verser dans le paternalisme impérieux. Mais ce n'est pas une raison pour ne pas s'y atteler. » (Naves, Wisnia-Weill, 2014)

Les chercheurs s'intéressant aux *nudges*, qu'ils soient issus des sciences comportementales comme la psychologie ou des sciences économiques estiment que ces dispositifs fonctionnent mieux lorsque les champs abordés remportent un quasi consensus mais demandent un effort psychologique important de mise en œuvre. Par exemple, tout le monde est d'accord pour trier ses déchets mais d'aucuns trouvent cela trop fastidieux pour le faire en continu. De même, tout à chacun sait qu'il est intéressant pour lui de préparer son avenir en épargnant mais il n'est pas toujours aisé de passer à l'acte lorsque l'on est jeune. De fait, on comprend aisément que certains domaines sont particulièrement propices au développement de dispositifs *nudge*. C'est, entre autres, le cas de l'environnement, de la mobilité urbaine et de l'énergie. A travers ce chapitre, nous nous efforcerons de décrire quelques exemples testés en France ou en Europe tout en mettant en évidence les mécanismes psychologiques activés pour leur mise en œuvre ainsi que les biais ou freins susceptibles d'apparaître.

II. Un domaine de prédilection : l'environnement et sa protection. Les *nudges* verts¹¹

En matière de protection de l'environnement, les *nudges* ont montré leur efficacité à travers des exemples, ponctuels ou plus pérennes. L'un des tout premier, celui qui lança le mouvement, est la fameuse mouche factice posée au fond des latrines des hommes à l'aéroport d'Amsterdam.



<http://commons.wikimedia.org>

verts en référence à la Nature qu'ils ont pour objectif de préserver, il s'agit par exemple de poubelles ludiques, du choix par défaut sur les imprimantes pour économiser du papier, ou des modalités d'économie d'eau.

Ce petit dessin avait pour objectif d'inciter les usagers des toilettes à viser mieux. Ce petit tour de passe-passe, ludique, a une conséquence directe sur la protection de l'environnement puisqu'il a permis de limiter la consommation d'eau utilisée pour le nettoyage des toilettes.

Le domaine de la protection de l'environnement – consommation d'énergie ou d'eau, tri des déchets, etc. – se prête particulièrement bien aux dispositifs de type nudge. Dénommés *nudges*

Si le domaine de l'environnement est propice au développement des *nudges* c'est parce que :

- Il permet d'actionner différents leviers psychologiques allant de la culpabilité à trop consommer ou polluer à la volonté de mener une vie plus en adéquation avec le respect de l'environnement.
- C'est un domaine qui fait quasiment l'unanimité : tout le monde (ou presque) s'accorde pour dire qu'il faut en prendre soin.
- Il s'accorde avec tous les types d'instruments (cadrage, choix par défaut, auto-régulation, etc.).

¹¹ Sous l'appellation « nudges verts », nous traiterons du tri des déchets, du développement des modes doux de mobilité ainsi que de la consommation d'énergie. Chacun ayant pour objectif une meilleure préservation de l'environnement.

II. 1. Allier l'action écologique et le plaisir : vive les jeux environnementaux ou *green games* !

Imaginez la scène.

Vous êtes au parc. Vous pic-niquez avec vos enfants, des amis, la famille. Alors qu'à la maison, vous trie consciencieusement vos déchets : carton, papier, bouteille de lait vide dans la poubelle verte, et les déchets non recyclables dans la poubelle grise. Les puristes iront jusqu'à installer un composte sur leur balcon. Pourtant, au parc, vous vous emparez d'un sac en plastique unique dans lequel vous faites tomber l'ensemble de vos déchets. Sac en plastique finissant lui-même sa vie dans l'unique poubelle du parc. Quel pourrait-être le coup de pouce efficace, qui pourrait dans ce cas, vous inciter à trier vos déchets y compris à l'extérieur. C'est là que l'action ludique apparaît. Au demeurant, vous êtes d'accord pour trier vos déchets, mais le coût psychologique de le faire à l'extérieur vous en empêche (penser à prendre plusieurs sacs, trouver des poubelles de tri à disposition ou accepter de garder sur soi les déchets recyclables, etc.).

Le premier des leviers consiste à mettre à disposition des infrastructures qui permettent aux usagers de trier leurs déchets. Par exemple, en multipliant les poubelles à usages différents dans le parc. Le deuxième levier pourrait être de rendre l'acte de jeter plus ludique en mettant en place des dispositifs créatifs. Par exemple, des poubelles en forme de panier de basket mais aussi des jeux – le premier qui jette ses déchets cartonnés dans la bonne poubelle a le droit à un tour de manège gratuit -, des animations, voire des panneaux de sensibilisation interactifs et participatifs. Ce type de *nudge* s'appuie sur l'idée que la somme des actions individuelles, suscitées par leurs aspects ludiques, aboutit à une action collective forte.

« Associer l'action écologique au plaisir est également la ligne de conduite de l'ASBL Exposit D, qui propose une multitude de services pour accompagner quiconque aspirant à un mode de vie plus durable : animations, sensibilisations, mises en réseau, formations et accompagnement dans l'organisation d'événements durables, etc. L'objectif des trois fondateurs de l'ASBL est de faire prendre conscience au public que « tous les petits gestes citoyens sont activateurs de plaisir ». (Biquet, 2012, 14)

L'incitation ludique est fortement utilisée pour le tri des déchets, mais ce n'est pas le seul domaine dans lequel elle peut être utilisée. Par exemple, en 2015, dans le domaine de la santé¹², des membres du Centre de Sport de l'Institut National de Sciences Appliquées de Lyon (INSA) ont mis en place un jeu

¹² La santé est un domaine où les nudges sont utilisés fréquemment, par exemple, dans la lutte contre l'obésité. Certaines expérimentations ont été mises en place dans les cantines. En effet, les résultats de recherche ont montré qu'il suffisait de penser différemment l'agencement des plats pour inciter les jeunes à mieux s'alimenter. Aussi, les bouteilles de ketchup ou mayonnaise ont-elles été éliminées des tables de cantine et rassemblées sur une desserte. Les élèves désireux d'assaisonner leur plat doivent se lever et traverser la salle pour se servir. Moins accessibles, ces condiments seront de fait moins utilisés. Ce nudge s'appuie sur un biais psychologique universel : la tendance naturelle a limité les efforts ! De même, dans la chaîne du self, les légumes, les fruits et les yaourts ont été placés devant tandis que les féculents, les plats en sauce, les desserts sucrés ont été disposés à l'arrière. Sans interdire la consommation, cet agencement dissuade les élèves. Ces dispositifs sont souvent complétés de campagne d'information et de sensibilisation sur le « bien manger » et la nécessité d'une activité sportive ad hoc.

*Mouvinsa*¹³, qui a pour objectif d'inciter les personnes à privilégier la marche lors de leur déplacement. Le personnel INSA volontaire pour participer à cette expérimentation s'inscrit au jeu et intègre une équipe de façon aléatoire. Chaque participant est muni d'un podomètre, qui enregistre par jour, tout au long de l'expérimentation, le nombre de pas effectués. Celui-ci est transformé en mètres, voire en kilomètres. L'équipe qui aura parcouru la plus grande distance est récompensée. Cette expérimentation ludique incite donc les participants à faire évoluer leur comportement en adoptant un mode de déplacement sain pour eux et pour la ville. En effet, les joueurs sont motivés à privilégier la marche au détriment de l'usage de tout autre mode de transport. De plus, elle a aussi comme objectif de créer du lien entre le personnel de l'institution puisque les équipes sont composées tout à la fois d'enseignants, d'administratifs, et d'étudiants. Ainsi, on le voit, cet exemple mené à dans une école pourrait être élargie à une échelle plus grande : quartier, ville, région, etc.

Imaginez la scène

Vous êtes toujours au parc avec votre famille. Vous tentez de faire participer le petit dernier au tri des déchets mais las de lancer son assiette en carton dans la poubelle-panier de basket, il s'y refuse. L'effet de surprise passé, cela ne l'amuse plus. Vous vous emparez de votre vieux sac poubelle et retombez dans vos anciennes vieilles pratiques.

A ce niveau, on peut voir deux formes de biais aux *nudges* ludiques. Le premier est qu'il est difficile de changer en profondeur des comportements ancrés, car naturellement, l'individu se redirige vers ce qu'il connaît le mieux. S'il se laisse surprendre et change ponctuellement ses habitudes, il aura toutefois du mal à pérenniser cette évolution. « *De nombreuses incitations comportementales reposent sur un effet de surprise ou de nouveauté, ce qui rend la pérennisation des comportements difficile une fois la curiosité des individus émoussée.* » (Binet, 2012). En lien direct avec cette remarque, les effets des *nudges* peuvent s'avérer éphémères. Delphine Binet rapporte que des expériences menées au Canada et en Finlande sur les « compteurs intelligents » montrent que les personnes les possédant s'y intéressent pendant 6 mois maximum. Après ce délai, ils ne contrôlent plus leur consommation, ne se réfèrent plus à celle de leur voisin, etc. Aussi, l'auteure pose-t-elle la question de savoir si le *nudge* agit vers un réel changement de comportement ou comme un simple stimulus d'une évolution ponctuelle.

D'emblée se pose la question de savoir comment des actions ponctuelles peuvent-elles transformer en profondeur des comportements ? Comment faire en sorte que les « bonnes pratiques » infusent, se pérennisent et qu'il y ait un essaimage vers d'autres domaines et vers d'autres groupes d'individus ?

¹³ <http://mouvinsa.insa-lyon.fr/>

II. 2. Se conformer à la norme sociale : compétition, coopération, partage

Imaginez la scène.

Vous habitez dans un quartier résidentiel avec votre famille. Depuis votre enfance, vous savez qu'il faut éteindre les lampes lorsque vous sortez d'une pièce. Vous inculquez ces bonnes pratiques à vos enfants. Mais au fond, savez-vous si vous êtes un foyer de gros consommateurs ou non ? Êtes-vous dans la norme ou bien êtes vous le type de consommateur où si tout le monde consommait comme vous, il faudrait une planète quatre fois plus grande ? Et, comment faire, si besoin, pour réduire votre consommation ou en tout cas la maîtriser ?

« (...) la référence à des normes sociales peut constituer un levier extrêmement efficace pour persuader des gens à s'engager dans des comportements considérés comme souhaitables (partager sa voiture, trier ses déchets, réduire sa consommation énergétique....). » (Fieulaine, 2014)

Le changement de comportement des individus est en effet influencé par ce qu'ils pensent être la norme. En effet, des observations issues de recherche en psychologie expérimentale montrent que les personnes auraient tendance à adapter leurs comportements en fonction de ceux du groupe auquel elles appartiennent. Ainsi, si mes voisins dépensent en moyenne moins d'énergie que moi, je vais me servir de cette « norme » pour m'y référer et diminuer, en conséquence, ma consommation.

Deux formes de *nudges* ont été créées sur la base de ce principe :

1/ les citoyens sont mis en concurrence pour qu'ils adoptent le meilleur comportement. C'est le fondement du projet mis en place aux États-Unis par le distributeur d'énergie Opower¹⁴. Ce dernier a mis en compétition ses propres clients en indiquant, sur leurs factures, la consommation énergétique de la famille en question ainsi que celle du foyer qui dépense le moins et la moyenne de toutes. Par ce type d'information, Opower espère créer un concours entre les foyers pour les inciter à baisser leur consommation d'énergie. Ce distributeur s'appuie sur notre volonté d'être « meilleur » que notre voisin, sur l'esprit de compétition qui nous pousse à nous dépasser.

2/ les citoyens peuvent comparer leur consommation à celle de leurs voisins tout en valorisant l'entraide. Plusieurs expérimentations ont été testées en ce sens dans certaines villes de France comme Cannes avec le projet *Grid-Teams*.

Le projet Grid-Teams a été mené à Cannes en 2011, il a été co-financé par le programme « AGIR ensemble pour l'énergie » (Action Globale Innovante pour la Région). Ce programme a été présenté dans le cadre de l'action Smart Grid Côte d'Azur, elle-même initiée par le CCI Nice Côte d'Azur.

L'objectif de cette expérimentation est de permettre aux 30 foyers volontaires de gérer leurs consommations d'électricité à l'aide de compteurs électriques intelligents ainsi que de services en ligne

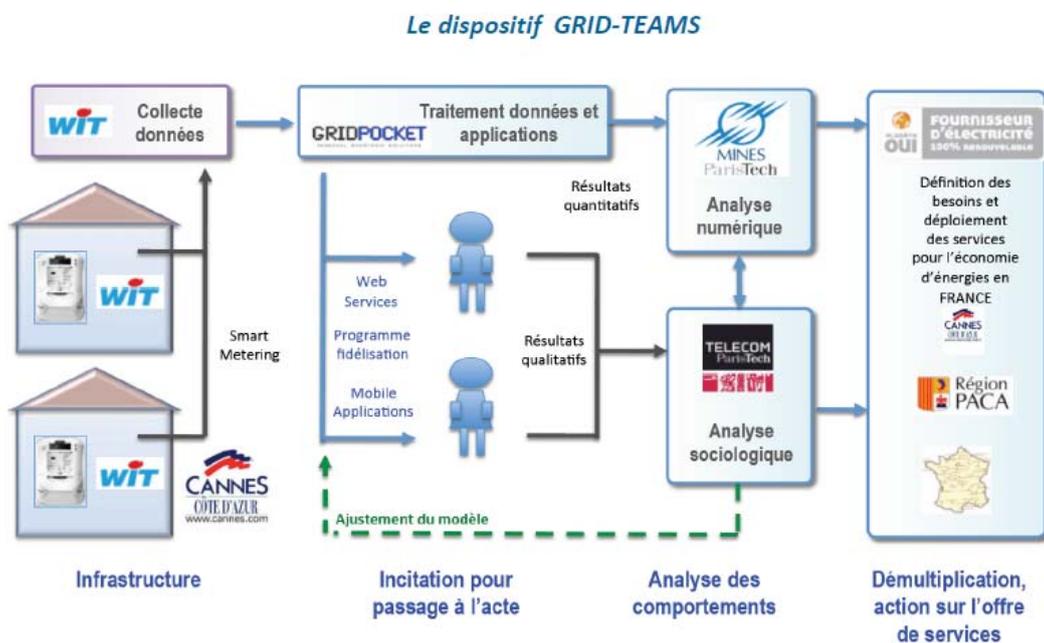
¹⁴ <http://www.opower.com/>

dédiés à la gestion de leur consommation.

« Une interface accessible via un téléphone portable récupère et traite les données d'un compteur électrique communicant installé dans les foyers, permet d'accéder à sa consommation en temps réel et de la comparer à celle des autres participants. Elle donne également accès à des conseils et à un réseau d'entraide entre les ménages. L'affichage se double d'un programme de fidélisation : les participants les plus économes se voient récompensés par des points échangeables contre des cadeaux fournis par la municipalité. » ([Lettre, centre d'Analyse stratégique, fév. 2013])

Ce programme propose donc plusieurs éléments

- une gestion autonome de la consommation grâce aux compteurs intelligents
- un partage de connaissance avec les autres ménages via une plate-forme de conseil
- un programme de fidélisation : moins on consomme, plus on accumule des points qui donnent accès à des cadeaux, des récompenses, etc.



source : fiche projet Grid-Teams

Ainsi, on le voit dans ce projet, les foyers équipés de capteurs intelligents fournissent des données quantitatives et qualitatives. Ces dernières, révélées aux foyers volontaires du projet, servent de support pour les inciter à modérer leur consommation d'énergie. Ces données permettent également dans un deuxième temps une analyse des comportements, via un travail sociologique (en collaboration avec Telecom Paris-Tech) et une analyse numérique avec Les Mines (Paris-Tech). Enfin cette expérimentation a un dernier effet : elle propose un socle de définitions des besoins en matière d'énergie pour démultiplier l'offre des services sur le territoire français.

Imaginez la scène

Vous possédez un compteur intelligent depuis plus d'un an. Chaque trimestre, vous recevez le relevé de vos consommations et vous constatez avec satisfaction que votre foyer est celui qui consomme le moins de votre entourage. Vous vous sentez fier et cela vous encourage à continuer... un mois, deux mois... puis lors de votre relevé suivant, vous constatez que vos voisins immédiats n'ont toujours pas fait d'effort et que leur consommation ne diminue pas. Cela vous agace et finalement vous décourage à faire attention. A quoi bon finalement s'abstenir à une bonne conduite en matière de consommation d'énergie si vous êtes le seul à le faire ? Mais vous n'êtes pas dupe, vous savez que la bonne action collective est la somme de toutes les bonnes actions individuelles. Vous décidez de continuer vos efforts. En revanche, vous sachant un bon élève en matière de consommation d'énergie, vous vous sentez légitime à moins trier vos déchets voire à consommer davantage de papier ou à utiliser votre voiture plus souvent que votre voisin abonné aux transports en commun.

De nombreux travaux de recherche en macro-économie plus particulièrement ont pu mettre en évidence le phénomène décrit ci-dessus et l'ont nommé « l'effet rebond ». Il s'agit d'une conséquence secondaire induite par la mise en place d'un nudge, qui ne va pas forcément dans le sens du changement de comportement que l'on souhaite.

« L'effet rebond apparaît si un investissement en économie d'énergie (comme le double-vitrage) entraîne un changement dans le comportement des ménages (augmentation de la température moyenne des logements) qui compense les effets bénéfiques de la technologie sur la consommation d'énergie » (Charlier : 2013, 19)

Cet « effet rebond » peut s'expliquer de plusieurs façons : des normes sociales qui agissent dans les deux sens, des difficultés à s'inscrire dans de bons comportements sur le long terme, des normes sociales qui varient en fonction des nationalités, des cultures, voire même à un niveau plus fin d'une communauté à une autre ou d'un individu à un autre.

« La difficulté vient du fait que les normes sociales agissent dans les deux sens : elles peuvent aussi bien encourager un comportement exemplaire que renforcer des actions défavorables à l'environnement, si celles-ci sont perçues comme majoritaires par la population ». (Biquet, 2012, 25)

Cela rend d'emblée difficile d'imaginer des dispositifs universels qui fonctionnent pour l'ensemble des individus et dont les conséquences sont totalement prévisibles.

« Difficilement évaluable au niveau national et rarement traité dans l'évaluation des politiques publiques, cet effet [rebond] permet toutefois de montrer que l'amélioration de l'intensité énergétique ne suffit pas à diminuer la pression environnementale globale. L'amélioration de l'efficacité énergétique des biens et services engendre des économies budgétaires, entraînant à leur tour différents types d'effet rebond sur l'économie dans son ensemble, qui peuvent être analysés à trois niveaux distincts. Le premier effet concerne le consommateur : la baisse de prix l'amène à utiliser la part du budget qu'il économise pour consommer plus (du bien ou service concerné ou d'une offre alternative). La hausse du taux d'équipement des ménages et la transformation de certains modes de consommation (renouvellement rapide, achat de dispositifs "énergivores", mise en veille des appareils) ont ainsi largement annulé la baisse de l'intensité énergétique de l'électroménager. Le deuxième effet intervient au niveau de l'offre : l'amélioration de l'efficacité énergétique entraîne une baisse de la demande de certaines ressources. La baisse des coûts associés se traduit *in fine* par une hausse de la production de biens et services. Ainsi, dans le secteur de la téléphonie, l'amélioration de l'intensité matérielle a été plus qu'annulée par l'augmentation de la production. Analysés conjointement dans une perspective macroéconomique de long terme, ces deux effets permettent d'appréhender le troisième, dit "de transformation", qui correspond au changement de société induit par l'innovation technologique. En France, on observe en effet un découplage entre la consommation d'énergie et l'ensemble de la production : celui-ci s'explique en partie par la diminution de l'intensité énergétique depuis les années 1970, mais surtout par l'importance croissante du secteur tertiaire, moins intensif en énergie. »

(Maresca : 2011, 46)

Conclusion

Ce bref panorama dédié aux *nudges*, et notamment à ceux ayant trait à la protection de l'environnement montre qu'ils proposent une nouvelle façon d'aborder le difficile problème du changement de comportement. Les formes qu'ils peuvent prendre sont multiples et touchent de nombreux domaines où l'individu est concerné : santé, environnement, mobilité, etc. Il est toutefois nécessaire de considérer les effets secondaires ou « rebond » que peut provoquer une utilisation trop systématique ou inappropriée du *nudge*. En effet, si le dispositif est mal défini ou mal accompagné, les changements de comportements restent éphémères.

Si d'aucuns soulignent que les *nudges*, bien qu'efficaces, ne résolvent pour autant pas tous les problèmes - « *un changement d'idée ne prédit pas toujours un changement de comportement* » (Vincent, Beauvois : 1998, 29), d'autres précisent que le point d'achoppement n'est pas tant la question de l'efficacité des *nudges* mais plutôt leurs liens avec les politiques publiques. Et c'est sans doute là que se jouent les enjeux principaux relatifs à mise en place de *nudges* de façon plus généralisée en France.

« Contrairement au Royaume Uni par exemple, l'incitation comportementale (au sens du nudge défini par Thaler et Sunstein) n'est ni identifiée comme telle, ni désignée comme la voie privilégiée de l'action publique en France. Le paradigme du behavioral change reste embryonnaire dans les politiques publiques françaises, même si l'objectif de modification des comportements est clairement énoncé. L'imposition de dispositifs de mesure ou estimation de la consommation énergétique par poste au sein des foyers peut cependant se concevoir comme un feedback individualisé, s'inscrivant dans ce paradigme. » (Dujin, Maresca : 2012, 34)

Bibliographie indicative

- Auger de Friberg Véronique (2014), « Nudge » : un petit coup de pouce aux grands effets, ou comment le Nudge peut orienter vos décisions », in AgoraVox, <http://www.agoravox.fr/actualites/economie/article/nudge-un-petit-coup-de-pouce-aux-147121> [consulté le 2 février 2015]
- Barreau Blandine, Dujin Anne, en collaboration avec Marie Védie (2013), « Comment limiter l'effet rebond des politiques d'efficacité énergétique dans le logement ? L'importance des incitations comportementales », in note d'analyse n°320 du Centre d'analyse stratégique, février.
- Biquet Delphine (2012), *Les nudges verts. De nouvelles incitations pour des comportements écologiques*. Mémoire de Master, Haute école Galilée, Institut des hautes études des communications sociales, Bruxelles.
- Bourdieu Pierre (1977), « Sur le pouvoir symbolique », in *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*. 32e année, n°3, pp. 405-411.
- Bourdieu Pierre (2011), « Champ du pouvoir et division du travail de domination » Texte manuscrit inédit ayant servi de support de cours au Collège de France, 1985-1986, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 5 n° 190, p. 126-139. DOI : 10.3917/arss.190.0126
- Charlier Dorothée, « La rénovation énergétique en France dans le secteur résidentiel privé », *Revue de l'OFCE*, 2013/2 N° 128, p. 395-419. DOI : 10.3917/reof.128.0395
- Chelle Élixa (2013), « Un laboratoire urbain » New York sur le policy market de la lutte contre la pauvreté, *Revue française de science politique*, 5 - 63, p. 893-915.
- Comby Jean-Baptiste (2009), « La contribution de l'Etat à la définition dominante du problème climatique », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 1, p. 17-29.
- Dujin Anne, Maresca Bruno (2012), *Changer les comportements. L'incitation comportementale dans les politiques de maîtrise de la demande d'énergie en France*, Credoc, Cahier de recherche, déc.
- Ferey Samuel *et al.* (2013), « L'apport de l'économie expérimentale dans l'élaboration des politiques publiques », *Revue française d'économie*, 2013/2 Volume XXVIII, p. 155-194.
- Fioulaine Nicolas (2014), « Les politiques sociales telles qu'elles sont construites fondent une architecture de choix dissuasive qui suscite un niveau élevé de non-recours aux droits sociaux », entretien réalisé par Cédric Polère, consultable sur www.millenaire3.com.
- Flipo Fabrice et Gossart Cédric (2008), « Infrastructure numérique et environnement : L'impossible domestication de l'effet rebond », communication au Colloque international « Services,

innovation et développement durable », Poitiers (France), 26-28 mars.

Foucault Michel, (1976), *La volonté de savoir, Histoire de la sexualité*, Editions Gallimard, Paris, 211 pages

Genel Katia, (2004), « Le biopouvoir chez Foucault et Agamben », *Methodos*, (consulté le 03 octobre 2014). URL : <http://methodos.revues.org/131>

Giraudet Louis-Gaëtan et Quirion Philippe, « Efficiency and distributional impacts of tradable white certificates compared to taxes, subsidies and regulations », *Revue d'économie politique*, 2008/6 Vol. 118, p. 885-914.

Maresca Bruno (2011), « Orienter le consommateur final : les ressorts actuels de l'action publique », in Actes du séminaire « Incitations comportementales et environnement » Centre d'analyse stratégique, 9 mars 2011 www.strategie.gouv.fr

Memmi Dominique (2003), « *Archaïsme et modernité de la biopolitique contemporaine : l'interruption médicale de grossesse* », *Raisons politiques*, 1-9, p. 125-139.

Naves Marie-Cécile Naves, Wisnia-Weill Vanessa (2014), « Lutter contre les stéréotypes filles-garçons. Un enjeu d'égalité et de mixité dès l'enfance. », Commissariat général à la stratégie et la prospective, http://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/archives/CGSP_Stereotypes_filles_garcons_web.pdf

Orobon Frédéric (2013), « Le « paternalisme libéral », oxymore ou avenir de l'État-providence ? », *Esprit*, 7, Juillet, p. 16-29.

Oullier Olivier, (2013), « Les sciences comportementales ont de nombreux atouts pour résoudre les problèmes écologiques », in Le blog du Monde, 8 décembre 2013, <http://lesdebatsdudd.blog.lemonde.fr/2013/12/08/670> [consulté le 2 février 2015]

Oullier Olivier, Sauneron Sarah (2010), « Nouvelles approches de la prévention en santé publique. L'apport des sciences comportementales, cognitives et neurosciences », La documentation Française.

Oullier Olivier, Sauneron Sarah (2011), « "Nudges verts" : de nouvelles incitations pour des comportements écologiques », *La Note d'analyse*, n° 216, Centre d'analyse stratégique, mars.

Oullier Olivier, Cialdini R., Thaler Richard, et Mullainathan S. (2010), « Orienter sans prescrire : sciences comportementales et prévention », in Centre d'analyse stratégique.

Sussan Rémi (2012), « Le Nudge : Comment la théorie du coup de coude a pris un méchant coup de pied », in *Les influences*, Agence de Presse de idées, <http://www.lesinfluences.fr/Nudge-Comment-la-theorie-du-coup.html> [consulté le 2 février 2015]

Raim Laura, « Pire que l'autre, la nouvelle science économique » (2013), in *Le Monde Diplomatique*,

Juillet, p. 18-19

Thaler Richard et Bernatzi Shlomo(2004), « Save more tomorrow », *Journal of Political Economics*, 1-112, *Journal of Political Economy*,

Thaler Richard, Sunstein Cass, (2010), *Nudge, la méthode douce pour inspirer la bonne décision*, éditions Vuibert, Paris, 277p.

Petit Emmanuel, « L'économie du comportement et la théorie du care. Les enjeux d'une filiation », *Revue du MAUSS*, 2013/1 n° 41, p. 347-369. DOI : 10.3917/rdm.041.0347

Webographie [sites consultés de juin 2014 à mars 2015]

« Le nudge, un paternalisme libertarien au 10 Downing Street ? », <http://www.contrepoints.org/2014/07/12/172188-le-nudge-un-paternalisme-libertarien-au-10-downing-street>

<http://www.cnrs.fr/lesgrandsdebats/spip.php?article83><http://gsite.univ-provence.fr/gsite/document.php?pagendx=10228&project=lpc>

http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/CAS_Nudges_verts_mars_2011.pdf

<http://www.efficacite-electrique.fr/2013/03/quel-avenir-pour-les-nudges-en-matiere-d%E2%80%99efficacite-energetique/>

<http://up-conferences.fr/blog/nudge-unit-a-francaise>

<http://content.time.com/time/politics/article/0,8599,1881473,00.html>

<http://e-rse.net/de-lecologie-mais-surtout-du-fun-le-cas-des-green-games-395/>

<http://thepsychreport.com/conversations/nudging-the-uk-a-conversation-with-david-halpern/>

<http://www.lekti-ecriture.com/contrefeux/Les-strategies-de-pouvoir-selon.html>

<http://www.media-animation.be/Nudge-coup-de-pouce-pour-une-main.html>

<http://www.youphil.com/fr/article/04764-la-le%C3%A7on-d-esther-duflo-la-fran%C3%A7aise-qui-conseille-obama?ypcli=ano>