

18-24 SEPTEMBRE 2023

AU TRAVAIL,
ON S'Y REND
AUTREMENT !



Compte-rendu Conférence-Débat

Mardi 21 novembre 2023, 16h-18h, DREAL BFC, Dijon

Ouverture

M. Renaud DURAND, Directeur Adjoint, DREAL BFC

M. le Directeur Adjoint remercie l'ensemble des participants, et les invite à vivre toutes les semaines, des semaines de la mobilité.

Mme. Adrienne SIMON-KRZAKALA, Directrice régionale ADEME BFC

Mme. la Directrice remercie la DREAL BFC pour son accueil cette année encore et remercie l'ensemble des participants pour leur présence à cet évènement, notamment compte tenu du planning chargé de cette période (Salon des Maires à Paris). Cette soirée est l'occasion de célébrer les réussites de ce 3^{ème} Challenge de la Mobilité, bien accompli, qui voit ses scores évoluer positivement chaque année.

Mme. la Directrice remercie les partenaires de cet évènement : DREAL BFC, Région BFC, CCIR BFC, CMA BFC et souligne la représentation très forte des entreprises.

Le Challenge de la Mobilité, c'est la possibilité de se mettre en situation pour simuler un futur désirable. Le changement des comportements, et plus généralement l'évolution des modes de vie représentent des enjeux clé de la transition écologique, pour une meilleure prise en compte des dynamiques humaines et sociales à l'échelle des territoires. L'ADEME BFC est aux côtés de ces territoires en finançant par exemple 9 postes de chargés de mission Mobilité en BFC.

Le Challenge concerne essentiellement les trajets domicile-travail, c'est pourquoi nous mettons les entreprises au cœur de ce défi régional, puisqu'elles agissent au quotidien pour faire bouger les lignes sur les questions de mobilités.

Ce soir, un éclairage particulier est proposé pour cette Conférence-Débat, il est en effet intéressant de croiser les approches, ce qui introduit la conférence de Dimitri Naczaj, docteur en psychologie sociale et sciences comportementales.

Organisé par



En partenariat avec



Conférence

Se déplacer demain : accompagner le changement grâce aux solutions collectives

Comment accompagner au changement ? Comment ancrer les changements de pratiques dans la durée ? Un challenge de la mobilité comme tremplin ?

Par Dimitri Naczaj, Docteur en psychologie sociale & sciences comportementales, Consultant à Bellegarde Scientific Consulting.

« Nous sommes toutes et tous convaincus de la nécessité de changer nos habitudes de mobilité quotidienne : opter pour une mobilité douce, prendre les transports en commun ou faire du covoiturage, afin de limiter l'utilisation individuelle de la voiture. Pourtant, combien changent réellement leurs habitudes de mobilité ? S'il faut considérer les raisons pratiques, d'accessibilité ou financières, ce serait une erreur d'ignorer la prévalence des mécanismes psychologiques. Les sciences comportementales permettent de comprendre ces mécanismes psychologiques qui façonnent nos habitudes de déplacements, enjeu fondamental du Challenge de la Mobilité Bourgogne-Franche-Comté. »

Lien vers le support de présentation : <https://bellegarde.co/publications/Challenge-Mobilite-2023-Les-sciences-comportementales.pdf>

1^{ère} Partie : Comprendre les comportements

Comment fonctionnent les comportements et comment peut-on les changer ?

Pour illustrer son propos, il s'appuie sur des exemples historiques concrets comme :

- La prévention du SIDA aux USA fin des années 80, pour laquelle une hotline d'information et de prévention a été mise en place : 7 372 appels en 6 mois. En novembre 1991, Magic Johnson (célèbre basketteur des LA Lakers) s'exprime sur sa séropositivité et sur la plateforme d'appels mise en place. Dans le mois qui suit sa prise de parole, on compte 900 000 appels sur la hotline.
- Le Programme DARE, sensibilisation dans les écoles aux USA pour limiter la consommation des drogues, pour lequel les études montrent qu'aucun impact comportemental n'a été remarqué entre les enfants ayant participé aux formations et ceux qui n'y ont pas participé, la seule différence est que les enfants qui en ont bénéficié avaient davantage de connaissances sur les drogues, leur prix, et comment s'en procurer...

En s'appuyant sur ces exemples, M. Naczaj explique le lien entre attitude et comportement, et présente les autres facteurs qui influencent le comportement. Parmi eux :

- L'appel à la norme : mettre en évidence ce que fait une majorité similaire pour motiver à faire de même
 - o Exemple de l'utilisation des sciences du comportement au bénéfice du recouvrement des dettes aux gouvernements, Behavioural Insight Team, 2012
- Les incitations financières (en précisant qu'il faut éviter de faire reposer le changement de comportement uniquement sur ce facteur)
 - o Exemple des Crèches à Haifa : Gneezy & Rustichini, 2000. Les parents dont le retard a été financièrement pénalisé sont arrivés davantage en retard que les autres. Le retard, initialement évité par politesse est devenu, une fois pénalisé, un service. Pire, après la

période d'expérimentation, lorsque les pénalités financières ont été levées, les parents concernés ont continué à arriver en retard : le service était alors devenu gratuit !

- Le contrôle comportemental perçu (perception qu'une personne a sur sa capacité à influencer et diriger ses propres actions et réactions dans différentes situations.)

Il conclut cette partie en présentant la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991)

Cette théorie suggère que les gens sont plus susceptibles d'adopter un comportement si :

- Ils pensent que c'est une bonne idée (attitude positive envers le comportement).
- Ils perçoivent un soutien de la part de personnes importantes autour d'eux (normes sociales).
- Ils estiment que c'est facile à faire (contrôle comportemental perçu).

En résumé, si l'on pense positivement à un comportement, perçoit un soutien social, et considère que c'est facile à faire, la probabilité d'adopter ce comportement est plus élevée.

2^{ème} partie : Les comportements de mobilité

Comment les sciences comportementales peuvent aider la transition vers une mobilité active et du covoiturage ?

Concernant les comportements de mobilité, de nombreux modèles existent notamment sur le covoiturage.

Il présente le Modèle explicatif des intentions comportementales du covoiturage (Malichová et col., 2020).

Ce modèle tente de décrire les raisons pour lesquelles les individus choisissent de covoiturer en examinant différentes variables qui pourraient influencer cette décision : caractéristiques socio-démographiques (genre, âge, taille de la ville, etc.), la perception de la valeur du temps de trajet (productivité, plaisir, adaptation), ou encore la valeur perçue du covoiturage, la préférence temporelle, etc. Le but est de comprendre les motivations sous-jacentes derrière le choix du covoiturage.

3^{ème} partie : Changer les comportements

M. Naczaj présente la méthode scientifique en 7 étapes développée par son collectif de chercheurs, Bellegarde pour étudier, comprendre et changer les comportements.

1. Définir la problématique
2. Définir le comportement (la population, les motivations et les conditions, et le comportement)
3. Mesurer les pressions internes et externes (état de l'art scientifique, analyse de données, audits, entretiens qualitatifs et focus groups, etc.), tout ce qui explique l'adoption du comportement ciblé et, surtout, tout ce qui en freine l'adoption.
4. Préparer une intervention (informer, convaincre et sensibiliser, lever les freins et renforcer les motivations via des leviers comportementaux)
5. Contrôler l'éthique de l'intervention en répondant à plusieurs questions :
 - Le comportement est-il souhaité par la population ?
 - Les avantages du nouveau comportement ou de l'intervention l'emportent-ils sur les souhaits et désirs de la population cible ?
 - Pouvons-nous expliquer publiquement notre campagne, y compris à la population cible ?
 - Pouvons-nous assumer la responsabilité de la campagne ou des conséquences du comportement ciblé ?
6. Expérimenter (utilisation systématique de la méthode scientifique)

7. Mettre à l'échelle

Il conclut en soulignant l'importance d'étudier les comportements avant de les changer. Il note également que l'expérimentation fait ressortir les paradigmes qui fonctionnent mais également ceux qui ne fonctionnent pas.

Echanges avec la salle

- *Banque Populaire BFC : que pensez-vous de la technique des petits pas pour changer les comportements ?*

Dimitri Naczaj : C'est le principe de l'engagement, du « pied dans la porte », de faire faire des petits comportements avec un impact réduit dans un premier temps permet de changer des comportements ultérieurs mais cela dépend de beaucoup de variables sur le terrain. Globalement, ça peut être une bonne méthode de procéder étape par étape.

- *CC du Clunisois : Interpellée par rapport à votre propos sur les incitations financières, est-ce que vous déconseillez les incitations financières ?*

M. Naczaj déconseille de faire reposer toute la stratégie sur l'incitation financière. Dans les exemples présentés pour alerter sur ce sujet, il manque des éléments de sensibilisation ou d'autres leviers psychologiques pour compléter la démarche. Les changements de comportements qui durent dans le temps dépendent également de motivations internes aux individus, et les incitations sont des motivations externes.

- *Fédération des Usagers de la Bicyclette : Dans mon travail pour convaincre les collectivités, je remarque deux choses : l'importance de l'exemplarité (se sentir plus légitime lorsque que l'on vient à vélo pour rencontrer les élus), et l'importance du partage de posture (lorsque l'échange se fait avec un élu ou agent qui fait du vélo, la collectivité semble être plus impliquée dans le projet).*

M. Naczaj partage le constat au sujet de l'exemplarité à titre personnel, sans pouvoir appuyer cela par un exemple scientifique. Pour le second point, les attitudes influencent les comportements, mais l'inverse est également vrai, par exemple si je fais du vélo cela renforce ce que je pense sur la nécessité de faire du vélo.

- *CC du Clunisois : Le territoire a beaucoup de dénivelé, donc j'utilise un vélo électrique mais je reçois des remarques sur le fait que le vélo a un 'moteur'. De plus, je suis interpellée par des cyclistes qui font du vélo de loisirs mais n'en font pas usage pour un déplacement utilitaire ou professionnel.*

Dimitri Naczaj : Pour le 2^e point, on a tendance à compartimenter nos comportements, et à ne pas envisager d'utiliser son vélo pour aller au travail si le vélo est considéré comme un loisir ou une pratique sportive intensive. Pour ces personnes-là, si on veut changer leurs comportements, il ne faut pas les considérer par défaut comme des personnes usagers du vélo.

- *BP BFC : On a parlé de la question de l'exemplarité, mais il faut aussi souligner la notion de bien-être dans la marche à pied et le vélo, bien plus que dans la voiture individuelle. Aussi, concernant l'autosolisme, dans l'entreprise il y a une difficulté à changer les comportements qui est liée à l'image qui est diffusée par la voiture individuelle.*

Dimitri Naczaj : Ne sait pas pour ce qui relève de l'image de la voiture. Il existe des études sur les catégorisations sociales, qui peuvent expliquer la violence de certains usagers envers d'autres catégories d'usagers (des conducteurs envers des cyclistes, par exemple). Pour ce qui est de la question

du bien-être, il s'agit de l'un des arguments les plus efficaces pour convaincre au sujet de l'utilisation du vélo. Mais convaincre ne suffit pas pour changer les comportements dans la durée.

- *Mines de Rayons : L'argument du bien-être est perçu comme fallacieux pour ceux qui ne pratiquent pas le vélo, je remarque que les personnes n'y croient pas tant qu'ils n'ont pas essayé.*

Dimitri Naczaj : On constate que l'argument de la santé a plus de répercussions que d'autres types d'arguments, mais il y a un écart entre les intentions et les actions. Cela reste un des meilleurs leviers pour changer les attitudes et croyances, et le fait de faire tester a plus de probabilité de changer les comportements.

TABLE-RONDE

Retours d'expériences et témoignages "Inspirons-nous d'initiatives locales et régionales pour questionner les changements de comportements."

[Lien vers le support de présentation](#) – pages 53 à 59

ATOL Conseils et Développement, présentation des engagements concrets pour favoriser les mobilités alternatives au quotidien

Sylvie Doizon, Responsable RSE, chez ATOL Conseils et Développement,

Présentation de l'entreprise et retour sur la réfection d'un trajet entre la gare de la commune et les locaux de l'entreprise à Gevrey-Chambertin. L'entreprise prend aussi en charge 75% du montant de l'abonnement de transport en commun et permet une organisation du travail plus souple.

Echanges avec les participants

Dimitri Naczaj : le remboursement de 75% du montant des transports en commun n'est pas vraiment une incitation financière : il évite une dépense et ne permet pas de gain. . L'ensemble des actions menées en parallèle, complète l'action de remboursement et rend plus accessible le changement de comportement. Dans cet établissement, on constate bien que tout ne repose pas sur les incitations financières.

- *Est-ce que Atol CD a mené des campagnes de formation auprès de ses collaborateurs pour les trajets alternatifs à la voiture individuelle ?*

Sophie Doizon : Cela n'a pas été fait à Gevrey mais pour le site situé au Centre-Ville de Dijon, cela a été réalisé avec Divia.

- *Travaillant sur le site de la Bretenière, je suis intéressé par la liaison qui a été faite entre la gare et le site, car nous avons une problématique similaire dû à la dangerosité du trajet qui relie les deux points, cela constitue un obstacle aux trajets qui pourraient être réalisés en vélo.*

Sophie Doizon : Atol CD a remarqué que le nombre de collaborateurs qui vient en train a augmenté depuis que le chemin a été sécurisé. Il est aussi important de penser la multimodalité (pouvoir mettre son vélo à l'abri de la pluie ou des vols à la gare ou dans l'entreprise), il faut penser tous ces aspects-là.

- *Concernant la création du cheminement entre la gare et votre établissement, à qui vous êtes-vous adressé et combien de temps cela a pris ?*

Sophie Doizon : L'entreprise s'est adressée à la mairie de Gevrey et le projet a été cofinancé par l'entreprise. Concernant le temps que cela a pris, je ne sais pas car je n'étais pas présente dans l'entreprise à ce moment-là.

- *Dans ce projet, on remarque bien l'importance de la collaboration entre les entreprises et les collectivités. Mais on peut se demander comment massifier cela ?*

Dimitri Naczaj : Il y a aussi des aspects logistiques à prendre en compte dans ces projets, mais les partenariats d'entreprises avec des collectivités locales paraît être une piste intéressante. Dans le projet d'Atol et de la mairie de Gevrey, nous avons une intervention type qui fonctionne bien, la massification consiste à appliquer sur toute une population ciblée, peut-être que ce n'est pas adapté car il y a des spécificités à prendre en compte.

Région BFC, application de covoiturage Mobigo

Laure Springer, Chargée de mission Mobilités alternatives à la Région Bourgogne-Franche-Comté,

Présentation de l'application de covoiturage Mobigo : site internet et application mobile, qui permet également de bénéficier de la prime covoiturage.

Dimitri Naczaj : Ce programme semble fonctionnel, parce qu'il est accompagné de sensibilisation sur le covoiturage notamment auprès des collectivités. On retrouve également une action qui permet de renforcer les normes sociales, par la création de « communautés » sur l'application covoiturage, qui peuvent être considérées comme des communautés de pratiques collectives. Cette application peut donc avoir une influence sur les comportements perçus, et accompagne les incitations financières.

Réactions du public

- *Il est difficile dans le Jura de motiver les salariés au covoiturage, nous avons donc cherché à développer une application avec une autre entreprise mais le coût était trop élevé. De plus, les actions mises en place dans l'entreprise ne fonctionnent pas, et nous avons différentes remarques de la part de personnes qui ne souhaitent pas covoiturer (ex : « le forfait mobilités durables va créer des inégalités envers les personnes qui ne peuvent pas covoiturer » ou encore « la direction vient en SUV donc pourquoi pas nous ? »).*
- *Un usager de TER qui se déplace entre deux régions fait remarquer la complexité de l'inter-régionalité étant donné la régionalisation de la compétence.*
- *Un autre participant évoque aussi le fait d'avoir essayé de mettre en place le covoiturage dans son entreprise qui compte 2100 agents mais il peut y avoir 5 à 10 minutes de trajets entre différents sites. L'outil présenté par la Région peut-être intéressant à déployer.*

Plusieurs participants expriment leur intérêt pour cet outil de covoiturage.

- *Pourquoi autant d'applications de covoiturage ?*

Laure Springer : c'est l'objectif majeur de la Région BFC avec cette application qui cherche à fédérer un maximum autour d'une seule plateforme. Il s'agit de mettre à disposition gratuitement cet outil auprès des collectivités pour atteindre des masses critiques et éviter ainsi l'éparpillement des offres sur le territoire.

Réseau des acteurs de la mobilité durable : les premiers temps forts de la démarche

Carole Zakin, Chargée de mission Climat-Energie, Parc naturel régional du Haut Jura

Présentation du réseau des acteurs de la mobilité durable mis en place dans le PNR.

Dimitri Naczaj : La méthodologie mise en œuvre par le PNR du Haut Jura illustre la version théorique développée lors de ma présentation, appliquée à un sujet de mobilité, notamment sur la composante de la norme, via un appel à la norme.

Echanges avec les participants

- *Est-ce que le PNR pourrait être intéressé par une labellisation Pro Vélo ?*

Carole Zakin : Pour le moment le vélo n'est pas très pratiqué par les agents du PNR étant donné la situation géographique de la Maison du Parc dans le Haut-Jura. Mais cette labellisation peut être intéressante plus largement que pour le Parc en tant qu'employeur.

- *Le séquençage présenté est très intéressant. Est-ce que vous avez imaginé un ciblage des entreprises dans leur plan de communication ?*

Carole Zakin : Ce point n'est pas encore précisément défini, mais nous avons cette idée de travailler en réseau, notamment avec les chambres consulaires, et ensuite nous aurons un travail à faire avec les acteurs socio-économiques du territoire pour aller à la rencontre des entreprises.

- *Élu CC Clunisois : souligne les efforts qui sont décrits. Mais quand on parle de changements de comportement on s'adresse aux usagers, et il est louable de vouloir faire naître un fonctionnement différent mais souvent le milieu est hostile, notamment au niveau des aménagements de voiries et des infrastructures de transports en commun. Il faudrait également réfléchir à un changement de comportement envers les décideurs qui pourraient adapter les milieux et rendre les changements de comportement plus faciles.*
- *Partage d'expérience du Crédit Agricole qui a mis en place un accompagnement sur le covoiturage, mais n'a pas pu prendre Mobigo parce que les sites sont répartis sur plusieurs régions. L'entreprise compte 1700 collaborateurs sur 4 départements, et 15% de la masse salariale s'est inscrite au module, mais seuls 30% de ces 15% ont effectivement utilisé l'application Karos au moins une fois. Pense que cela ne fonctionne pas parce qu'il y a beaucoup d'étapes pour utiliser l'application, et que certains covoiturent sans l'application.*

Dimitri Naczaj : C'est possible, car pour utiliser ce type d'application, cela engendre au moins 6 comportements à faire (télécharger l'application, se créer un compte, etc.) donc, s'il y a sensibilisation uniquement sur le covoiturage et que l'usage de l'application rajoute des comportements, on retrouve la question des motivations internes ou externes, étant donné que l'initiative ne vient pas de leur part. L'ajout de ces petits comportements contraignants peut expliquer ce faible pourcentage.

- *Remarque sur les 15% des 30%, cela représente tout de même un nombre de personnes non négligeable pour lesquels le comportement a changé.*
- *Pays du Doubs Central, ancien collaborateur du Crédit Agricole : est-ce qu'un vrai partenariat sera fait entre la Région et des grands groupes comme le Crédit Agricole pour que la plateforme Mobigo puisse être pleinement déployée ?*

La Conférence-Débat s'est poursuivie par la Cérémonie régionale de remise des prix du Challenge de la Mobilité