



GOUVERNEMENT

Liberté  
Égalité  
Fraternité

Direction interministérielle  
de la transformation publique



# Les règles du jeu

## But du jeu

Trouvez une **solution innovante** à une problématique de politique publique en vous appuyant sur **les sciences comportementales** ! Appropriiez-vous les concepts et méthodes, et faites preuve de créativité pour remporter la partie !

## Avertissement !

Ce jeu est un **outil pédagogique** pour être sensibilisé aux concepts et méthodes de l'approche comportementale ; Il n'est pas exhaustif : les freins et les leviers comportementaux sont bien plus nombreux, et, à l'image de notre cerveau, souvent plus complexes.



Pour en savoir plus et visionner la vidéo explicative, rendez-vous sur :  
[www.modernisation.gouv.fr/le-jeu-de-lapproche-comportementale](http://www.modernisation.gouv.fr/le-jeu-de-lapproche-comportementale)

## Formats du jeu

| Version    | Format            | Joueur | Maître du jeu |
|------------|-------------------|--------|---------------|
| Découverte | Ludique express   | 2 à 6  | non           |
| Immersive  | Approfondissement | 6 à 12 | oui           |

## Matériel



Les cartes jaunes  
**enjeu de politique publique**



Les cartes rouges  
**population cible**



Les cartes bleues  
**frein comportemental**



Les cartes vertes  
**levier comportemental**



Les cartes oranges  
**format de solution**



Les cartes roses  
**méthode d'évaluation**  
niveau de significativité



Le plateau est à imprimer de préférence en **format A3**, en autant d'exemplaires que de joueurs. Les cartes sont à imprimer en un exemplaire au format **A4 recto-verso**.

# Version découverte

## Déroulement du jeu

### Cadrage

Chaque joueur **pioche au hasard** une carte **enjeu de politique publique** et une carte **population cible** : **disposez-les sur votre plateau**. Si elle vous paraît trop éloignée du sujet, vous pouvez changer de carte **population cible**.

### Diagnostic

- Tour à tour, **identifiez** une carte **frein comportemental** pertinente en **expliquant aux autres joueurs en quoi ce frein comportemental est impliqué dans votre enjeu de politique publique**. Placez-les sur votre plateau.

Chaque carte **frein comportemental** jugée pertinente par les autres joueurs rapporte un point.

- Cette étape prend fin lorsque tous les joueurs estiment que les freins restant sur la table ne correspondent pas à leur enjeu de politique publique.

### Idéation

- Tour à tour, **piochez** 3 cartes **levier comportemental**.

• Lorsque tout le monde est en possession de ses cartes **levier comportemental**, vous pouvez si vous le souhaitez **essayer de convaincre les autres joueurs d'échanger une ou plusieurs cartes avec vous** : c'est l'occasion de vous débarrasser des cartes qui ne vous semblent pas appropriées à votre enjeu et d'en négocier une meilleure !

- Il est maintenant temps **d'inventer la solution comportementale** pour répondre à votre **enjeu de politique publique** et votre **population cible**. Vous avez 10 minutes **pour développer votre idée d'intervention** de la façon la plus détaillée possible sur votre plateau de jeu, en intégrant le plus de **leviers comportementaux** que vous possédez !

- Si vous êtes en manque d'inspiration, vous pouvez vous aider du paquet de cartes **format de solution**.

Chaque carte **levier comportemental** utilisée pour développer la solution rapporte 1 point.

Joueurs

2 à 6

Temps de jeu

15 à 30 minutes par partie

Matériel

Un plateau de jeu par joueur, des feutres

Installation

- Distribuez un plateau par joueur

- Installez les cartes **enjeu de politique publique**, **population cible**, et **levier comportemental** en 3 pioches faces cachées sur la table
- Disposez **face visible** les cartes **frein comportemental**
- Gardez en réserve les cartes **format de solution** en cas de panne d'idée des joueurs à la phase d'idéation
- Les autres cartes ne seront pas utilisées.



### Évaluation

- Tour à tour, **présentez** de façon détaillée **votre idée de solution comportementale** aux autres joueurs.
- Lorsque tous les joueurs ont présenté leur intervention, **chacun vote pour son idée de solution préférée** (la plus robuste scientifiquement, la plus astucieuse, la plus originale... tous les critères sont bons !).
  - Chaque vote remporté rapporte 1 point.
- La partie est terminée ! Il ne reste plus qu'à compter les points !

# Version immersive



## Consignes pour le maître du jeu :

### Cadrage

Chacun leur tour, les joueurs commencent par **tirer au hasard une carte enjeu de politique publique** et une carte **population cible** (si elle paraît trop éloignée du sujet, vous pouvez faire changer de carte **population cible**).

Chacun dispose ses 2 cartes sur le plateau et énonce son enjeu à voix haute.

### Diagnostic

- **Tour à tour**, chaque joueur **identifie** une carte **frein comportemental** pertinente et explique au reste du groupe **en quoi ce frein comportemental est impliqué dans son enjeu de politique publique**.

Chaque carte **frein comportemental** identifiée que vous jugez pertinente rapporte un point.

- Cette étape prend fin lorsque tous les joueurs estiment que les freins restant sur la table ne correspondent pas à leur enjeu.

### Idéation

- Les joueurs **piochent** ensuite **chacun leur tour** 3 cartes **levier comportemental** sans les montrer aux autres joueurs ; chacun prend connaissance des concepts.

- Les joueurs ont droit **de s'échanger entre eux une ou plusieurs cartes levier comportemental** si elles leurs paraissent trop loin de leurs **freins comportementaux**. Le maître du jeu anime les **négociations**.

- Il est maintenant temps que les joueurs **inventent la solution comportementale** qui répond à leur **enjeu de politique publique** et leur **population cible**.

- Le maître du jeu commence par **assigner à chacun une carte format de solution**, puis laisse 10 minutes aux joueurs pour **développer leur idée d'intervention** de la façon la plus détaillée sur leur plateau de jeu. Les solutions doivent intégrer le plus de **leviers comportementaux qu'ils possèdent**

Chaque carte **levier comportemental** utilisée pour développer la solution rapporte 1 point au joueur.

**Joueurs** 2 à 12

Au-delà de 6 joueurs formez des **équipes de binômes** ou trinômes selon le nombre de joueurs.

**Temps de jeu** 30 minutes à 1 heure par partie

**Matériel** Un plateau de jeu par joueur, des feutres

**Installation** • Distribuez un plateau par joueur

- Installez les cartes **enjeu de politique publique**, **population cible**, **levier comportemental**, **format de solution**, **méthode d'évaluation**, et **niveau de significativité** en autant de **pioches faces cachées** sur la table

- **Étalez face visible** les cartes **frein comportemental**.

- **Gardez en réserve** les cartes **mail**

Cette version du jeu se veut une immersion complète dans un projet fictif de sciences comportementales appliquées aux politiques publiques. Le maître du jeu est donc à la fois le **guide de la partie**, le **juge**, et le **pédagogue**. Il est de préférence formé en sciences comportementales pour compléter les concepts abordés au fur et à mesure.

S'il n'est pas formé en sciences comportementales, le maître du jeu peut également se préparer en amont avec un spécialiste du domaine ou l'aide de ce guide.

• **Surprise !** Au bout de 5 minutes de réflexion, le maître du jeu distribue (au hasard ou pas !) à chaque joueur une carte **mail** qui ajoutera aux joueurs une nouvelle consigne ou contrainte à respecter.

## Évaluation

• Invitez les joueurs à **présenter** tour à tour leur **idée de solution comportementale** : instaurez un moment de débat quant au respect des contraintes, à l'intégration des leviers, lancez une dynamique d'analyse critique collective (éthique, faisabilité, acceptabilité...).

• Lorsque le tour de table est terminé, **chacun vote pour son idée de solution préférée** (la plus robuste scientifiquement, la plus astucieuse, la plus originale... tous les critères sont bons !).

Chaque vote remporté rapporte 1 point à son joueur.

• Lors de la dernière phase du jeu, **chaque joueur tire au hasard** une carte **méthode d'évaluation** dans la pioche et remporte le nombre de point qui lui est associé. À ce moment, **expliquez la différence entre les différentes méthodes d'évaluation d'impact et leur niveau de robustesse, en insistant sur l'importance de privilégier les ERC** (groupes contrôles, attribution aléatoire...).

• Enfin, chaque joueur **pioche** une carte **niveau de significativité** et découvre l'issue de leur évaluation en emportant ou perdant des points.

• La partie est terminée ! Il ne reste plus qu'à compter les points !



Un jeu développé par  
**l'équipe innovation**  
de la DITP

Janvier 2021

Pour aller plus loin, vous pouvez :

• **télécharger le jeu complet** sur  
[www.modernisation.gouv.fr/le-jeu-de-lapproche-comportementale](http://www.modernisation.gouv.fr/le-jeu-de-lapproche-comportementale)

• **nous contacter :**  
[sciencescomportementales.ditp@modernisation.gouv.fr](mailto:sciencescomportementales.ditp@modernisation.gouv.fr)



Promouvoir  
la pratique du  
**covoiturage**  
pour le transport



Décourager  
les fumeurs  
de **jeter**  
**leurs mégots**  
dans la rue



Encourager  
les promeneuses  
et les promeneurs  
à **jeter leurs déchets**  
dans les poubelles



Lutter contre  
le **gaspillage**  
alimentaire



Encourager  
la **bonne pratique**  
du **tri sélectif**  
des déchets



Encourager  
une **réduction**  
de la consommation  
d'**électricité**



Encourager  
une **consommation**  
raisonnée  
de viande



Sensibiliser  
à l'**importance**  
du sommeil



Encourager  
une utilisation  
raisonnée  
des écrans  
chez les plus jeunes



Favoriser  
une **alimentation**  
**équilibrée**  
à la cantine  
/ au restaurant



Encourager  
une **pratique**  
régulière  
d'**activité sportive**



Accompagner  
dans la **réduction**  
/ l'**arrêt de la**  
consommation  
d'**alcool**





Lutter contre  
la surprescription  
d'antibiotiques



SOINS

Sensibiliser  
à l'importance de  
la vaccination



SOINS

Encourager  
une réduction  
de la consommation  
d'eau



ENVIRONNEMENT

Décourager  
les dépôts sauvages  
d'encombrants  
en ville  
/ à la campagne



CIVILITÉ

Accompagner  
les demandeurs  
d'emploi dans  
leurs recherches



EMPLOI

Lutter contre  
les stéréotypes  
(de handicap,  
de genre, d'âge,  
d'origine)



CIVILITÉ

Favoriser  
la participation  
électorale



CIVISME

Accompagner  
dans la réduction  
de la consommation  
de produits  
sucrés / gras



SOINS

Lutter contre  
le décrochage  
scolaire



ÉDUCATION

Accompagner  
dans les projets  
d'orientation  
et d'insertion  
professionnelle



ÉDUCATION

Lutter contre  
les incivilités  
dans l'espace public

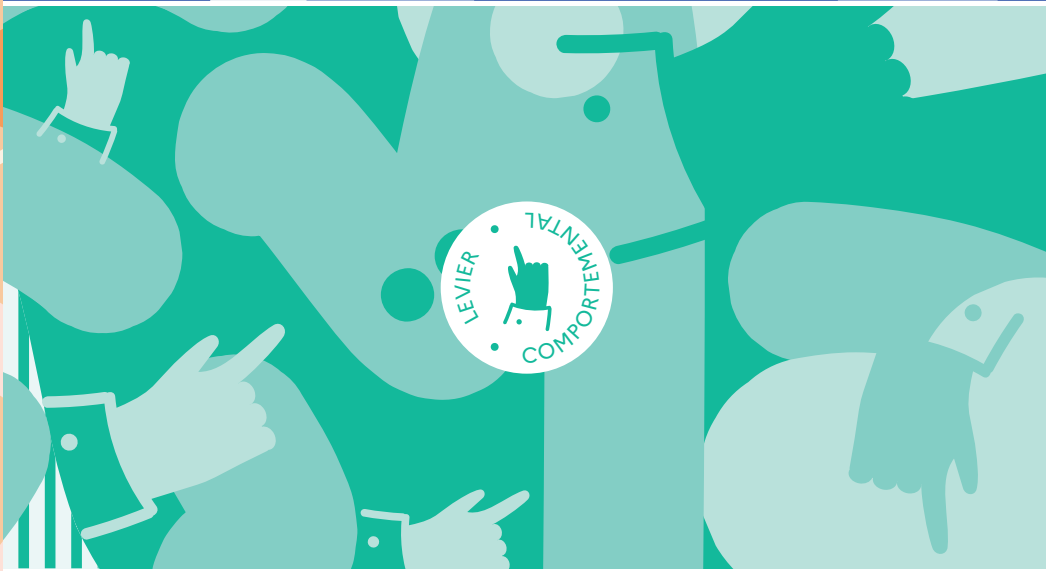
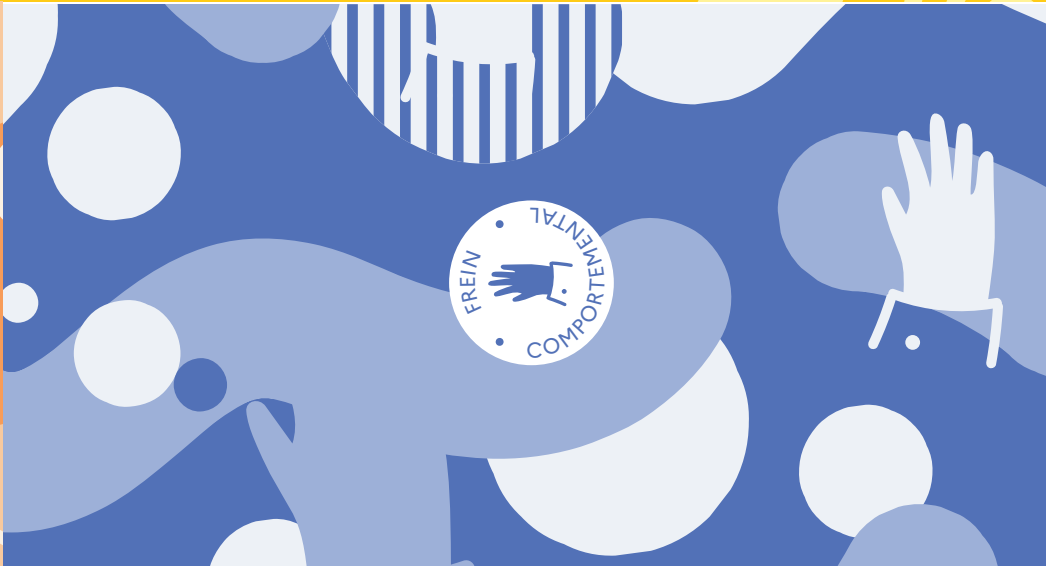


CIVILITÉ

Inviter  
les contribuables  
à payer en temps  
et en heure  
(impôts, taxes,  
contributions...)



ÉCONOMIE



Aider les citoyens  
à épargner  
au quotidien



Répondre  
au problème  
du non-recours  
aux aides  
et prestations  
sociales



Accompagner  
dans la réduction /  
l'arrêt  
de la cigarette



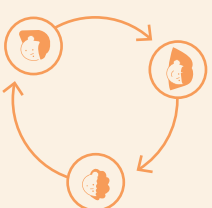
Accompagner dans  
la réduction  
/ l'arrêt de la  
consommation  
de drogue



Inviter les usagers  
à recourir  
aux services  
dématérialisés  
(démarches,  
paiements...)



Lutter contre  
la fraude



Changement  
d'organisation  
ou de disposition



Mémoire limitée

Nous ne pouvons traiter et  
stocker qu'un nombre limité  
d'informations

Notion reliée:

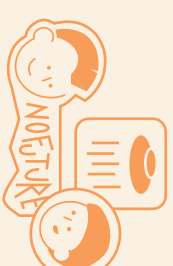
• Charge cognitive

Exemple:

Des études proposant des tâches de  
mémorisation d'informations suggèrent  
que le cerveau humain parvient à retenir  
en moyenne 7 items dans sa « mémoire  
de travail ».

Perspective:

Prendre en compte cette limite d'espace  
de stockage en mémoire permet d'éviter  
les situations de « trop-plein  
d'informations » dans lesquelles l'utilisateur  
pourrait se sentir submergé et ne pas  
parvenir à analyser ou retenir toutes les  
informations qui lui sont communiquées,  
par exemple.



Sticker



Considérer  
l'aversion à la perte

Prendre en compte la tendance à  
attacher plus d'importance à une  
perte qu'à un gain de même  
montant

Exemple

Une étude a analysé l'impact de l'ajout  
d'une photographie du véhicule de  
l'utilisateur sur des courriers informant de  
l'obligation de répertorier son véhicule,  
sous peine que celui-ci soit confisqué. En  
plus de la reformulation de la lettre, le fait  
de rendre concret l'objet qui pourrait être  
perdu si les règles n'étaient pas respectées,  
grâce à une image personnalisée, a  
augmenté le taux de recensement des  
véhicules de 9 points de pourcentage  
(Beshears et al., 2009).





Juniors  
(enfants de  
moins de 12 ans)



Agent·e·s  
publics



Séniors  
(à partir de 55 ans)



Habitant·e·s  
(bâtiment, ville  
département  
région ...)



Adultes  
(de 25 à 55 ans)



Usager·e·s  
d'un service public



Employé·e·s  
d'une entreprise



Consommatrices  
et consommateurs  
français·es



Collégien·ne·s  
ou Lycéens



Écolier·ers·ères  
dans le primaire



Étudiant·e·s



Retraité·e·s





Demandeu·rs·ses  
d'emploi  
au chômage



Adolescent·e·s  
(de 12 à 18 ans)



Jeunes adultes  
(de 18 à 25 ans)



Personnes  
en situation  
de handicap



Étranger·e·s  
arrivant en France



Locataires  
d'un logement



Propriétaires  
d'un logement



Contribuables



Parent·e·s  
d'un ou plusieurs  
enfants



Associations



Entreprises

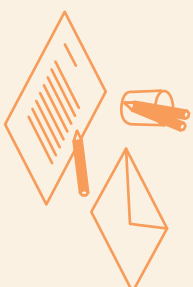




SMS



E-mail



Lettre,  
courrier



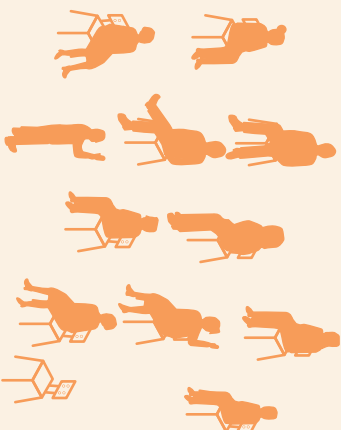
Campagne  
d'information



Application  
sur téléphone



Site  
Internet



Évènement



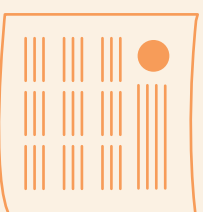
Objet  
physique



Affiche



Jeu



Programme  
éducatif  
complet



Calendrier





## Conformité sociale

Les individus ont tendance à imiter les comportements majoritaires (norme) de leur groupe social

Synonymes :

- Imitation
- Conformisme
- Identité de groupe

Exemple :

Des chercheurs ont étudié le comportement d'individus sur le fait de jeter un déchet par terre dans deux situations : dans l'une, le sol était propre, sans déchet, alors que dans l'autre il y avait déjà beaucoup de déchets par terre. Dans cette dernière situation, les individus ont en moyenne plus jeté au sol un flyer qu'on leur avait distribué que dans la situation où le sol était propre, mettant en lumière un phénomène de conformité sociale (Cialdini et al., 1990).



## Préférence pour le présent

Les individus surestiment les récompenses et les coûts immédiats et sous-estiment les coûts futurs

Synonymes :

- Biais pour le moment présent
- Myopie temporelle
- Actualisation hyperbolique

Impact :

Conduit souvent à la procrastination.

Exemples :

- La préférence pour le présent peut conduire à peu épargner (Zhang, 2013).
- Elle peut aussi constituer un frein à l'adoption de comportements pro-environnementaux (Clot & Stanton, 2014).



## Catégorisation sociale

Processus consistant à regrouper en catégories les individus selon certaines de leurs caractéristiques, ce qui accroît les différences perçues entre soi ou son propre groupe et les autres

Notions reliées :

- Préjugés, stéréotypes : croyance partagée concernant les caractéristiques d'un groupe de personnes.
- Identité de groupe

Exemple :

En utilisant une tâche d'association implicite afin d'évaluer les préjugés racistes inconscients, il a été montré que la majorité des individus mettent plus de temps à associer le mot « noir » à des mots désignant un concept connoté positivement que le mot « blanc » à ces mêmes termes (Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998).



## Aversion à la perte

Les individus attachent généralement plus d'importance à une perte qu'à un gain du même montant

Variations :

- **Aversion au risque :** préférence pour les choix permettant d'espérer un gain faible mais certain, plutôt qu'un gain élevé mais incertain.
- **Aversion au regret :** préférence pour les choix qui minimisent le risque de regrets dans le futur.

Exemple :

La majorité des individus préfère une option où ils risquent à part égale soit de perdre 200 euros soit de ne rien perdre du tout, plutôt qu'une option qui leur assure de perdre 100 euros (Kahneman & Tversky, 1986).



## Biais de statu quo

Les individus préfèrent conserver l'état actuel des choses et opter pour les choix qui minimisent le changement

Synonyme :

- Inertie

Précision :

Biais qui traduit la résistance au changement. Toute nouveauté est perçue comme plus risquée que bénéfique, ce qui conduit à adopter le choix habituel ou celui proposé par défaut.

Exemple :

Dans les pays où le don d'organe est l'option par défaut, le taux de consentement au don est de 90% en moyenne, alors qu'il est d'environ 15% dans les pays où il faut effectuer une démarche active pour être donneur (Johnson & Goldstein, 2003).



## Illusion de contrôle

Les individus surestiment souvent leur capacité à contrôler ou à influencer les événements

Notion reliée :

- Libre arbitre

Exemple :

Des chercheurs ont montré que lorsque les individus peuvent choisir leur ticket de loterie parmi un ensemble de tickets, ils sont plus confiants dans leur réussite que les individus qui ne choisissent pas leur ticket. Pourtant, la probabilité de gagner est la même dans les deux cas ! (Langer, 1975)



Heuristique de disponibilité

Mode de raisonnement qui se fonde principalement sur les informations immédiatement disponibles en mémoire



Notions reliées :

- Effet de récence
- Perception biaisée des probabilités

Exemples :

• Les individus anglophones pensent qu'il y a plus de mots qui commencent par K que de mots dont c'est la troisième lettre car beaucoup de mots courants commencent par K leur viennent à l'esprit, alors que cela est faux en termes de fréquence objective (Kahneman & Tversky, 1973).  
• Les individus ont plus tendance à souscrire une assurance juste après une catastrophe naturelle (Karlsson, Loewenstein & Ariely, 2008).



## Biais d'ancrage

Les individus ont tendance à se fonder sur l'information reçue en premier pour prendre une décision, à être influencés par la première impression

Notion reliée :

- Biais de cadrage

Exemple :

Lors d'une étude, on propose à des juristes une expérience pendant laquelle ils doivent proposer une durée de peine de prison pour un cas criminel hypothétique. Leur réponse était influencée par un chiffre qui leur était donné dont ils savaient qu'il avait été généré aléatoirement (Englich et al., 2005). Un chiffre haut entraînait une peine plus longue, un chiffre bas une sanction plus courte.

## Paradoxe du choix



Plus il y a d'alternatives de choix possibles, plus le choix est difficile à faire : trop de choix tue le choix

Synonyme :

- Paralysie du choix
- Notions reliées :
  - Charge cognitive
  - Aversion à la perte

Exemple :

Des chercheurs ont montré qu'avoir une limite de 6 choix plutôt que 30 augmentait la probabilité de passer à l'action (acheter des pots de confiture par exemple).  
De plus, les participants se sont déclarés plus satisfaits dans la situation avec 6 choix plutôt que 30 (Iyengar & Lepper, 2000).



## Illusion de corrélation

Fait de percevoir entre deux événements une corrélation (causale ou non) qui n'existe pas ou qui est bien plus faible en réalité

Notion reliée :

- Illusion de causalité : confusion, à tort, entre corrélation et lien causal.

Exemple :

Dans une expérience célèbre, des formes géométriques sur un écran sont programmées pour se suivre d'une certaine manière. Bien que les individus sachent que le tout est programmé par un algorithme, ils ont l'impression que l'une des formes « fuit » l'autre qui la « poursuit », c'est-à-dire ont l'impression que les formes sont animées et que le mouvement de l'une est causé par le celui de l'autre. (Michotte, 1963)



## Perception sélective

Prise en compte des informations de manière sélective en fonction de sa propre expérience, de ses attentes ou de ses pensées

Notions reliées :

- Attention limitée
- Biais de confirmation

Exemple :

Dans une expérience, les participants devaient écouter l'histoire d'un vol puis évaluer la prédominance des déclarations affirmant qu'un personnage était responsable (ou non) de ce vol.  
Les participants ayant un a priori sur la culpabilité du personnage ont estimé les déclarations allant dans ce sens comme étant plus fréquentes que celles qui la contredisent. En réalité, elles étaient en quantité égale (Gadenne & Oswald, 1986).



## Défaut d'information

Les individus disposent d'un nombre limité de connaissances et n'ont pas toujours toutes les données en tête pour prendre leurs décisions

Notion reliée :

- Rationalité limitée

Exemple :

L'Odenore (Observatoire des non-recours aux droits et services) estime aujourd'hui que 30 % des allocations sociales ne sont pas perçues, que 36% des personnes ciblées par le revenu de solidarité active n'en bénéficient pas et que plus de la moitié des bénéficiaires potentiels des dispositifs d'aide à la complémentaire santé ne la perçoivent pas. Un défaut d'information peut expliquer en partie ces données.





## Biais de cadrage

La façon dont une question, un problème ou un choix est formulé(e) ou présenté(e) peut influencer la réponse des individus ou leur prise de décision

Exemple :

scénario (600 personnes sont affectées par une épidémie) puis choisir selon leur condition expérimentale (expression en gains/en pertes), entre :

- Un programme A permettant de sauver 200 personnes /où 400 personnes meurent.
- Un programme B avec une probabilité 1/3 que les 600 personnes soient sauvées /personne ne meure et 2/3 que personne ne soit sauvé /que les 600 personnes meurent.

Bien que les deux alternatives A soient équivalentes, 72% des participants choisissent l'option A bleu contre 22% pour l'option A orange (Tversky & Kahneman, 1981).



## Biais de confirmation

Propension des individus à négliger les informations non conformes à leurs connaissances ou croyances préalables sur un sujet

Notion reliée :

- Perception sélective

Exemple :

Le biais de confirmation est particulièrement présent sur les réseaux sociaux lors d'élections, notamment présidentielles. Dans un contexte politique en particulier, les gens ne vont aimer partager que les articles ou vidéos qui vont renforcer leurs opinions et immédiatement rejeter ceux qui s'y opposent.



## Piège des coûts irrécupérables

Propension des individus à choisir l'alternative pour laquelle ils ont dépensé des ressources (temps, argent,...), même quand ce choix n'est pas optimal

Notion reliée :

- Aversion à la perte

Exemple :

Dans une expérience, des participants doivent imaginer qu'ils ont réservé deux voyages au ski à la même date : l'un a coûté 100\$ et l'autre 50\$. La majorité des participants choisiraient d'aller au voyage qu'ils ont payé 100\$, même s'ils pensent moins l'apprécier que l'autre voyage moins onéreux (Arkes & Blumer, 1985).



## Charge cognitive

Leurs ressources cognitives étant limitées, les individus n'assimilent efficacement de nouvelles informations que si elles ne surchargent pas leur capacité mentale

Notion reliée :

- Mémoire limitée

Exemple :

Des résultats d'expérience suggèrent que plus la charge cognitive est importante (beaucoup d'informations à garder en mémoire, par exemple), plus les décisions prises par les individus sont en faveur d'alternatives peu risquées et tournées vers le présent. Quand la charge cognitive est élevée, les participants font des choix moins risqués et sont moins prêts à patienter pour obtenir les récompenses, même quand ce n'est pas l'option la plus rationnelle (Deck & Jaheidi, 2015).



## Défiance

Sentiment de méfiance envers les autres individus (défiance sociale) ou envers les institutions (défiance politique)

Exemple :

- Il a été montré que le plus grand obstacle à la participation à des programmes de recherche médicale chez des adultes afro-américains était le sentiment de méfiance envers le système médical américain (Scharff et al., 2015).
- La méfiance envers les institutions est un facteur déterminant dans l'opposition publique à la taxe carbone (Hammar & Jagers, 2006).



## Biais d'optimisme

Les individus s'estiment souvent moins exposés à des événements négatifs que les autres et pensent que les objectifs qui leurs sont fixés sont plus réalisables qu'ils ne le sont réellement

Exemple :

Une étude a montré que les individus sous-estiment la probabilité d'avoir un accident de voiture et surestiment leur compétence de conducteur par rapport à leur pairs. Ce biais d'optimisme semble provenir d'une surestimation du niveau de contrôle que les individus pensent avoir sur les événements (DeJoy, 1989).





## Rendre ludique

Appliquer des mécanismes ludiques afin de renforcer l'engagement et la satisfaction de l'individu à réaliser une action

Synonyme:  
• Gamification

Exemple:

L'« escalier piano » du métro d'Odenplan à Stockholm, en Suède, est un exemple du principe de ludification. Il s'agit d'un escalier classique dont les marches représentent des touches de piano et qui diffuse les sons de chaque touche lorsque les individus les gravissent. Installés à côté d'un escalator, ces « escaliers piano » ont augmenté l'utilisation des marches de 66% par rapport à l'escalator (Laskowski, 2013).



## Utiliser l'effet du message

Choisir attentivement la source qui diffuse un message peut augmenter son efficacité et sa prise en compte (niveau de confiance, d'autorité, d'expertise,...)

Notion reliée:  
• Confiance

Exemple:

Une étude a montré que des interventions destinées à promouvoir la santé des individus étaient plus efficaces lorsqu'elles étaient communiquées par des experts du domaine de la santé (éducateurs spécialisés en santé) que lorsqu'elles étaient communiquées par d'autres professeurs, alors que le contenu des messages était identiques (Webb & Sheeran, 2006).



## Inviter à formuler l'engagement

Utiliser le fait que se formuler à soi ou annoncer publiquement son engagement envers un comportement ou une cause augmente la probabilité de passer à l'action (mise en jeu de la réputation)

Notions reliées:

- Réputation
- Technique du pied dans la porte

Exemple:

Une expérimentation à grande échelle a montré que le fait de déplacer l'emplacement réservé à la signature de formulaires administratifs du bas au haut de la page augmentait de façon significative les déclarations honnêtes (Shu, Mazar, Gino, Ariely & Bazerman, 2012). Les clients reportaient ainsi avoir conduit environ 10% de miles supplémentaires lors de la complétion d'une déclaration pour l'assurance. Attention, cette expérimentation est en cours de réplication afin de s'assurer de la robustesse de cet effet.



## Mettre en saillance

Rendre une information visible afin qu'elle retienne l'attention par rapport aux autres éléments présents dans son environnement

Notions reliées:

- Attention limitée
- Perception sélective

Perspective d'application:

Rendre des informations (morceaux de texte, boutons d'action de sites Internet,...) plus saillants (plus colorés, plus grands,...) peut attirer l'attention et orienter vers l'action.

Exemple:

Kehr (2015) a montré que le fait de rendre le concept de vie privée plus saillant au moment de la prise de décision pouvait rappeler aux clients les risques associés au partage de leurs données personnelles.



## Informeur sur la norme sociale

Mettre en avant un comportement prévalent bénéfique au sein d'un groupe social

Variations:

- **Norme sociale statique :** « 80% des individus adoptent le comportement X »
- **Norme sociale dynamique :** « De plus en plus d'individus adoptent le comportement X »
- **Variation du degré de proximité :** plus la norme sociale utilisée concerne des individus proches de la personne ciblée (ses amis, ses voisins,...), plus l'intervention sera efficace.

Exemple:

Envoyer une lettre informant les individus que 90% de leurs voisins paient leurs impôts à temps (si cette information est vraie !) augmente significativement le taux de paiement des impôts (BIT, 2012).





## Souligner la réciprocité

Utiliser la tendance des individus à vouloir donner en retour lorsqu'ils reçoivent (cadeau, invitation, aide, faveur,...)

Notion reliée :

- Sentiment de justice

Exemple :

Une expérimentation réalisée au Royaume-Uni a testé l'effet de différents messages pour encourager l'inscription au registre de don d'organes. Les résultats montrent que le message le plus performant est celui qui se fonde sur le principe de réciprocité et de justice, en demandant aux citoyens : « Si vous avez besoin d'une transplantation d'organe, y auriez-vous recours ? Si oui, s'il vous plaît aidez les autres. » (BIT, 2013)



## Définir une option par défaut

Présélectionner automatiquement une alternative de choix pour l'individu, qui sera souvent l'option adoptée s'il ne s'y oppose pas (inertie)

Précision :

Ce levier repose sur le biais de statu quo et l'inertie. Il peut prendre 2 formes :

- "Opt-in" : l'individu doit donner son consentement préalable et explicite.
- "Opt-out" : l'action ou la réception d'information est automatique sauf si l'individu s'y oppose explicitement.

Perspective d'application :

Il est important de choisir judicieusement l'option présentée par défaut aux usagers et de s'assurer que cette option soit bénéfique et consensuelle (programme d'aide à l'épargne, Thaler & Benartzi, 2004).



## Donner du feedback

Informers les individus sur les conséquences de leurs actions, afin qu'ils puissent autoréguler leur comportement

Synonyme :

- Rétroaction

Exemple :

Une série d'expérimentations menées par la compagnie d'énergie américaine OPower a montré que des feedbacks sur la facture d'électricité sous forme de comparaison de consommation entre ménages avec le voisinage conduisait à une réduction de l'utilisation globale d'électricité de 2 à 4% (Allcott, 2011).



## Proposer un choix actif

Inviter l'individu à choisir une des options proposées pour indiquer délibérément sa préférence afin de mieux y adhérer

Exemple :

Au Royaume-Uni, les nouveaux conducteurs doivent répondre à une question concernant leur volonté ou non de faire don de leurs organes en cas de décès. Pour avoir son permis de conduire, il est ainsi obligatoire d'indiquer sa volonté ou non de s'inscrire au registre national de don d'organes.

Ce système de choix actif est également en place dans certains états américains, comme l'Illinois, où le pourcentage de donneurs a augmenté de 38% à 60% depuis 2008 (Thaler, 2009).



## Considérer l'effet IKEA

Prendre en compte la tendance des individus à accorder plus de valeur aux concepts / objets qu'ils ont développés / construits eux-mêmes

Notion reliée :

- Effet de dotation

Exemple :

L'effet IKEA s'observe également pour des biens utilitaires (comme des meubles ; Norton et al., 2012), et se généralise aussi pour les préparations culinaires (Dohle et al., 2014) et la personnalisation de produits sur Internet (Franke, Schreier, & Kaiser, 2010). Par ailleurs, les individus préfèrent leurs propres créations à celles d'experts aguerris (Norton et al., 2012).



## Utiliser la segmentation



Décomposer un objectif global en plusieurs sous-objectifs plus courts, simples et logiques peut faciliter le passage à l'action

Notion reliée :

- Faire des listes
- Charge cognitive

Perspectives d'application :

Segmenter des démarches longues ou des changements d'habitude complexes peut permettre de faciliter le passage à l'action, par exemple, en proposant plusieurs étapes :

- courtes et faciles à compléter,
- en indiquant un objectif clair,
- en précisant la liste des documents nécessaires ou actions à entreprendre,
- en indiquant le temps moyen de l'étape



## Utiliser la substitution

Il est plus facile pour les individus de remplacer une habitude par une autre que d'arrêter totalement un ancien comportement ou d'en adopter un nouveau

Notion reliée :

- Réduction des coûts de friction

Exemple :

Dans le domaine alimentaire, il est possible de remplacer le sel (un facteur important d'hypertension) par un substitut pauvre en sodium, formulé de telle façon à ce que les individus ne détectent pas de changement de saveur. Il a été démontré qu'une telle substitution du sel peut être une intervention acceptable et efficace au Pérou et dans d'autres pays (Miranda et al., 2016; Public Health England, 2014).

## Faire des listes



Dans le cas d'une grande quantité d'information, les présenter sous forme de liste peut permettre de les appréhender plus facilement

Notions reliées :

- Segmentation
- Mémoire limitée
- Salliance

Exemple :

Pour encourager le recours à la garde d'enfants, le Behavioural Insights Team a testé plusieurs interventions, dont une checklist d'éléments à compléter pour candidater en ligne aux services de garde d'enfants. Les résultats suggèrent que le fait de donner aux parents une liste d'éléments nécessaires pour remplir le formulaire en ligne était l'intervention la plus efficace, et augmentait le nombre de candidatures de 13,2% (BIT, 2018).



## Employer un langage simple

Utiliser des mots courants, des phrases courtes à la forme active permet une lecture et une compréhension plus rapide par tous

Notion reliée :

- Formulation

Pour aller plus loin :

Le langage FALC (Facile A Lire et à Comprendre) est un outil précieux en termes de simplification et d'accessibilité du langage

Exemple :

Aux Etats-Unis, certaines modifications ont été opérées sur la notification d'actualisation de pensions des vétérans. Entre autres, la simplification de la rédaction a permis de passer d'un taux de réponse de 43% à 65%, permettant une économie de 4,4 millions de dollars (Jackson MS office).





## Interpeller au moment et à l'endroit opportuns

Mettre en place l'intervention  
« au bon moment, au bon endroit »  
peut favoriser la réalisation d'une  
action par l'individu

Exemple :  
Afin d'augmenter les taux de paiement  
des amendes avant saisie de justice,  
des équipes de chercheurs britanniques  
ont envoyé aux individus redevables  
d'amendes des SMS 10 jours avant la visite  
d'huissiers au domicile de ces personnes.  
Les résultats montrent que ces SMS,  
envoyés au bon moment, doublent la  
valeur des paiements effectués, sans  
qu'une intervention supplémentaire ne  
soit nécessaire (BIT, 2014).



## Considérer le biais d'ancrage

Prendre en compte le fait que la  
première information reçue crée  
une référence ; la choisir avec  
attention

### Notions reliées :

- Formulation
- Biais de cadrage, aversion à la perte

### Perspective d'application :

Considérez et choisissez judicieusement  
les premières informations qui seront  
perçues ou reçues par l'usager, qui  
pourront avoir un impact sur  
l'appréciation globale  
du parcours usager et même avoir  
une influence sur sa prise de décision.



## Considérer le biais de cadrage

Prendre en compte le fait que la  
façon dont une information est  
présentée peut influencer la  
réponse des individus ou leur  
prise de décision

### Notions reliées :

- Formulation
- Biais de cadrage, aversion à la perte

### Point de vigilance :

La formulation de l'information peut  
influencer le comportement.  
Souvenez-vous, 10% de probabilité de  
survenue d'un événement et 90% de  
probabilité que cet événement ne  
surviene pas... C'est la même chose !  
Or ces deux formulations ne sont  
généralement pas perçues de la même  
manière par les individus.



## Utiliser la personnalisation

Adresser les messages de façon  
personnalisée (nom et prénom,...)  
pour que le destinataire se sente  
plus concerné et augmenter  
l'impact des informations  
délivrées

### Précision :

On observe une variation du degré de  
proximité : plus la norme sociale utilisée  
concerne des individus proches de la  
personne ciblée (ses amis, ses voisins,...),  
plus l'effet du levier sera grand.

### Exemple :

Plusieurs interventions basées sur  
la personnalisation ont été évaluées  
par le Behavioural Insights Team.  
L'utilisation d'e-mails personnalisés plutôt  
que génériques, a par exemple augmenté  
de façon significative le nombre  
de personnes faisant don d'une journée  
de salaire à un organisme caritatif.



## Mettre en jeu la réputation

Prendre en compte le fait que la  
façon dont les individus sont  
perçus par leurs pairs est  
importante pour eux et que la  
prise de décision en contexte  
social peut encourager à l'action

### Notions reliées :

- Réciprocité
- Influence du groupe
- Engagement

### Précision :

Ne pas tenir un engagement public  
présente un risque de dégrader sa  
réputation sociale.

### Exemple :

Les résultats d'une étude (à prendre avec  
des pincettes !) suggèrent qu'il est possible  
d'augmenter les dons anonymes en  
plaçant au-dessus de l'urne une image de  
paire d'yeux, donnant l'impression aux  
donneurs d'être remarqués socialement et  
d'améliorer leur réputation (Ekström,  
2012).



## Faire preuve de pédagogie

Délivrer de l'information de façon  
pédagogique, c'est-à-dire étayée  
par des données explicatives et  
compréhensibles par tous, peut  
inviter au passage à l'action

### Notion reliée :

- Ludification

### Perspective d'application :

Lorsque cela est possible, informer  
les usagers des conséquences de leurs  
actions (par des fascicules informatifs  
ou des arbres de décision, par exemple)  
peut leur permettre de prendre  
sciemment des décisions plus éclairées !

### Exemple :

Faire une prise de sang n'est généralement  
pas un moment agréable, surtout pour les  
enfants. Pour pallier à cela, il existe un jeu  
qui introduit un élément divertissant avant  
la prise de sang. Le jeu continue également  
après le test, ce qui limite l'importance  
des souvenirs douloureux dans la  
mémoire.



## Baromètre

Questionnaire identique répété à intervalles de temps réguliers pour mesurer l'évolution des attitudes ou opinions d'une population au cours du temps à propos d'un sujet ou d'un service.

Exemple : baromètre de satisfaction

Cet indicateur peut être pertinent comme complément qualitatif, mais ne permet pas d'évaluer l'impact d'une intervention.



vous gagnez  
1 POINT

## Enquête en ligne

méthode de collecte d'informations par la diffusion d'un questionnaire en ligne, ce qui permet de récolter l'opinion d'un grand nombre de participants.

Cette méthode d'évaluation ne suffit pas à elle seule à établir avec robustesse l'impact causal d'une intervention, même si elle peut être pertinente dans certains contextes.



vous gagnez  
1 POINT

## ERC

(essai randomisé contrôlé)

Protocole expérimental comparant un groupe exposé à l'« intervention » dont on cherche à évaluer l'impact et un groupe « contrôle » neutre. Les deux groupes sont constitués de façon aléatoire à partir d'un échantillon représentatif de la population cible.

C'est la méthode d'évaluation recommandée, car la plus rigoureuse dans le cas de l'approche comportementale.



vous gagnez  
2 POINTS

## Avant-après (sans contrôle)

Protocole expérimental basé sur la mesure et comparaison d'indicateurs avant et après la mise en place de l'intervention dont on souhaite évaluer l'impact, sans utilisation d'un groupe contrôle.

Cette méthode d'évaluation ne suffit pas à elle seule à établir avec robustesse l'impact causal d'une intervention, même si elle peut être pertinente dans certains contextes.



vous gagnez  
1 POINT

## ERC répliqué

(essai randomisé contrôlé)

Reconduite d'un ERC (protocole expérimental comparant deux groupes formés aléatoirement : le groupe « intervention » et le groupe « contrôle ») ayant déjà donné des résultats significatifs (sur une autre population, ou dans un autre territoire, par exemple).

L'ERC étant la méthode d'évaluation recommandée pour l'approche comportementale, une réplication d'ERC augmente la robustesse des résultats s'ils sont positifs.



vous gagnez  
3 POINTS

## Focus groupe

Méthode qualitative de récolte de données qui permet d'appréhender la réponse à une question ou l'opinion sur un sujet ou un service, ou l'attitude vis-à-vis d'un problème d'un groupe spécifique. Cette conversation de groupe est animée par l'expérimentateur.

Cette méthode permet de recueillir l'avis d'une population sur un sujet donné mais ne constitue pas une méthode d'évaluation d'impact à proprement parler.



vous gagnez  
1 POINT

## Evaluation quasi-expérimentale

Protocole expérimental comparant un groupe exposé à l'« intervention » dont on cherche à évaluer l'impact et un groupe « contrôle » neutre. Contrairement à l'ERC, les deux groupes ne sont pas formés de façon aléatoire.

Cette méthode d'évaluation ne suffit pas à elle seule à établir avec robustesse l'impact causal d'une intervention, même si elle peut être pertinente dans certains contextes.



vous gagnez  
1 POINT

## Entretiens semi-directifs

Technique de collecte de données qualitative par des entretiens individuels ou collectifs s'organisant en séries d'interrogations ouvertes.

L'entretien est préparé en amont puis guidé par l'expérimentateur, mais les réponses restent relativement libres.

Cette méthode permet de recueillir l'avis d'une population sur un sujet donné mais ne constitue pas une méthode d'évaluation d'impact à proprement parler.



vous gagnez  
1 POINT



Dommage ...

L'analyse des résultats de l'expérimentation ne permet pas d'affirmer que votre solution ait un impact positif...



Dommage ...

L'analyse des résultats de l'expérimentation ne permet pas d'affirmer que votre solution ait un impact positif...



Dommage ...

L'analyse des résultats de l'expérimentation ne permet pas d'affirmer que votre solution ait un impact positif...



Bonne  
Nouvelle !

L'expérimentation que vous avez menée pour évaluer l'impact de votre solution donne des résultats significatifs !



Bonne  
Nouvelle !

L'expérimentation que vous avez menée pour évaluer l'impact de votre solution donne des résultats significatifs !



Bonne  
Nouvelle !

L'expérimentation que vous avez menée pour évaluer l'impact de votre solution donne des résultats significatifs !



Gerardmenvussat@maisonvasensortir.fr

Mauvaise nouvelle

Bonjour,  
Après avoir contacté l'ensemble de l'équipe pour trouver une date commune à la présentation des projets de sciences comportementales, il semblerait que nous ne trouvons pas de créneau qui satisfasse vos attentes. Nous vous proposons que monsieur Paul Hémique, votre proche collaborateur, présente votre projet.  
En espérant qu'il saura retranscrire l'ensemble des notions que vous aurez pris soin de lui transmettre, bien cordialement,  
Gérard Menvussat

**La date de restitution de la phase d'idéation est fixée un jour où vous êtes en formation. C'est votre voisin de gauche qui présentera votre idée aux autres joueurs**

Elleestvraiment@laramasse.fr

Mauvaise nouvelle

Bonjour monsieur,  
J'apprends seulement aujourd'hui que nous travaillons ensemble sur ce projet, que nous avons pourtant attaqué avec l'équipe il y a presque 6 mois ! C'est notre supérieure qui nous à mis au courant, en voyant que nous avions dupliqué le travail que vous avez mobilisé sur les premières phases du projet. Peut-être pourrions-nous organiser une rencontre pour échanger à ce sujet ?  
Lara Masse

**L'administration dans laquelle vous travaillez est trop « silotée » et les équipes ne sont pas au courant des projets des autres. Pour y remédier, votre solution devra mobiliser des dynamiques collaboratives.**

Sarahsure@davoirdurenfort.fr

Bonne nouvelle

Chère équipe,  
C'est en voyant l'étendue de la tâche qui vous est attribuée qu'en ma qualité de supérieure, je me suis permise d'embaucher à temps plein monsieur Pierre Kiroul qui vous rejoindra sous peu pour vous épauler sur le projet.  
Bien cordialement,  
Sarah Sure

**Un nouvel ETP est missionné sur votre projet en renfort. La phase de diagnostic est bouleversée : vous échangez 2 de vos cartes frein comportemental avec celles d'un autre joueur.**

Luciefer@lucie.fr

Mauvaise nouvelle

Bonjour madame,  
J'ai le regret de vous annoncer qu'aux vues de la tournure des événements, nous ne sommes plus en mesure de vous accorder le budget que nous vous avons pourtant promis.  
J'espère que cette nouvelle ne mettra pas à mal le projet et que vous garderez la motivation et l'enthousiasme fort qui vous sont propres.  
Lucie Fer

**Le soutien financier que vous avez sollicité ne vous est pas attribué. Vous devez revoir votre budget à la baisse : vous vous voyez attribuer une nouvelle carte « format de solution » qui remplace la précédente.**



Adhemar.Okardetour@maisaufondjesuissympa.fr

Mauvaise nouvelle

Bonjour,  
C'est la troisième fois que vous me demandez la même chose. Qu'est-ce que vous ne comprenez pas dans : je n'ai pas le document que vous me demandez ? Personnellement je n'en peux plus de travailler sur ce projet.  
Adhemar Okardetour

**Vos rapports avec l'équipe partenaire sont tendus. Pour détendre l'atmosphère, vous devez intégrer de l'humour à votre solution.**

Fidèle@moimême.fr

Mauvaise nouvelle

Au fur et à mesure que vous me faites des comptes-rendus sur vos avancées dans le projet, il semble que la cible que vous avez identifiée n'est clairement pas la bonne. Merci de revenir sur la phase cadrage.  
En espérant que vous comprendrez le pourquoi du comment,  
Bien cordialement,  
Fidèle Hamoinème

**Votre hiérarchie refuse de valider la phase de cadrage de votre projet. Tirez au hasard une nouvelle carte « population » qui remplacera la précédente et adaptez votre solution en conséquence.**

Gillesdesauvetage@maispasenmer.fr

Mauvaise nouvelle

Hello !  
J'ai la lourde mission de vous annoncer que j'ai eu l'honneur de voir ma candidature acceptée pour un poste dans une autre administration. Je me permets donc de vous mettre en contact avec Sarah Fréchet, qui sera votre nouvelle collaboratrice sur le projet, et ce dès aujourd'hui !  
En vous souhaitant une excellente continuation,  
Gilles De Sauvetage

**L'interlocuteur principal avec lequel vous menez votre projet est nommé ailleurs. Pour aider son successeur à se saisir du dossier rapidement, vous présenterez votre idée de solution en premier.**

Normaleman@cavaplusvite.fr

Mauvaise nouvelle

Cher collègue,  
En effet je comprends votre impatience, d'autant que le dossier a été posé il y a un an et demi par vos équipes. Sachez que nous mettons tout en oeuvre pour accélérer la procédure du côté service financier que je chapeaute, mais nous ne pouvons aller plus vite, les demandes arrivant par dizaine chaque jour sur mon bureau ! J'espère que vous comprendrez le caractère exceptionnel de la situation.  
Norma Leman

**Des imprévus administratifs entraînent un retard de paiement d'un prestataire et vous font perdre du temps. Vous aurez une seule minute chrono pour présenter votre idée de solution.**

Maude.Erateur@quiapourtantlinfo.fr

Mauvaise nouvelle

Bonjour Madame.  
Il est en effet possible de vous délivrer le type de données que vous demandez, mais la procédure est assez complexe : il vous faut demander un CERFA 367456 à renvoyer complété à mes supérieurs et attendre leur aval pour ensuite me faire une demande via courrier recommandé avec les CERFA 980648 et CERFA 864354 avec une pièce d'identité et d'autres documents que je vous listerai en temps et en heure. Il vous faut compter une année pour accéder à cette information.  
Bien cordialement,  
Maude Erateur

**Des données dont vous avez besoin pour réaliser votre évaluation d'impact vous sont inaccessibles. Vous ne piocherez aucune carte au cours de la phase d'évaluation.**

JeanNemard@deceprojet.fr

Mauvaise nouvelle

Cher collaborateur,  
J'ai le regret de vous annoncer que vos compétences ne sont plus nécessaires au bon déroulé du projet. Nous avons pris la décision d'échanger votre poste avec celui de monsieur Habib Oché, votre voisin de bureau.  
En espérant que vos futures missions vous permettront de vous épanouir davantage.  
Jean Némard

**Vous êtes muté et on recrute à votre place votre voisin de droite : vous échangez vos plateaux et continuez le projet l'un de l'autre !**