

# LES RENCONTRES NATIONALES DU MANAGEMENT DE LA MOBILITE

## LE NOUVEAU MONDE DU MANAGEMENT DE LA MOBILITE ?

21 et 22 juin 2022 - Lille

A large red circle containing the text 'RNMM' in white, outlined letters.

# RNMM

Rencontres nationales  
du management  
de la mobilité



**Cerema**

CLIMAT & TERRITOIRES DE DEMAIN

**ADEME**



AGENCE DE LA  
TRANSITION  
ÉCOLOGIQUE

**MEL**

**MÉTROPOLÉ**  
EUROPÉENNE DE LILLE



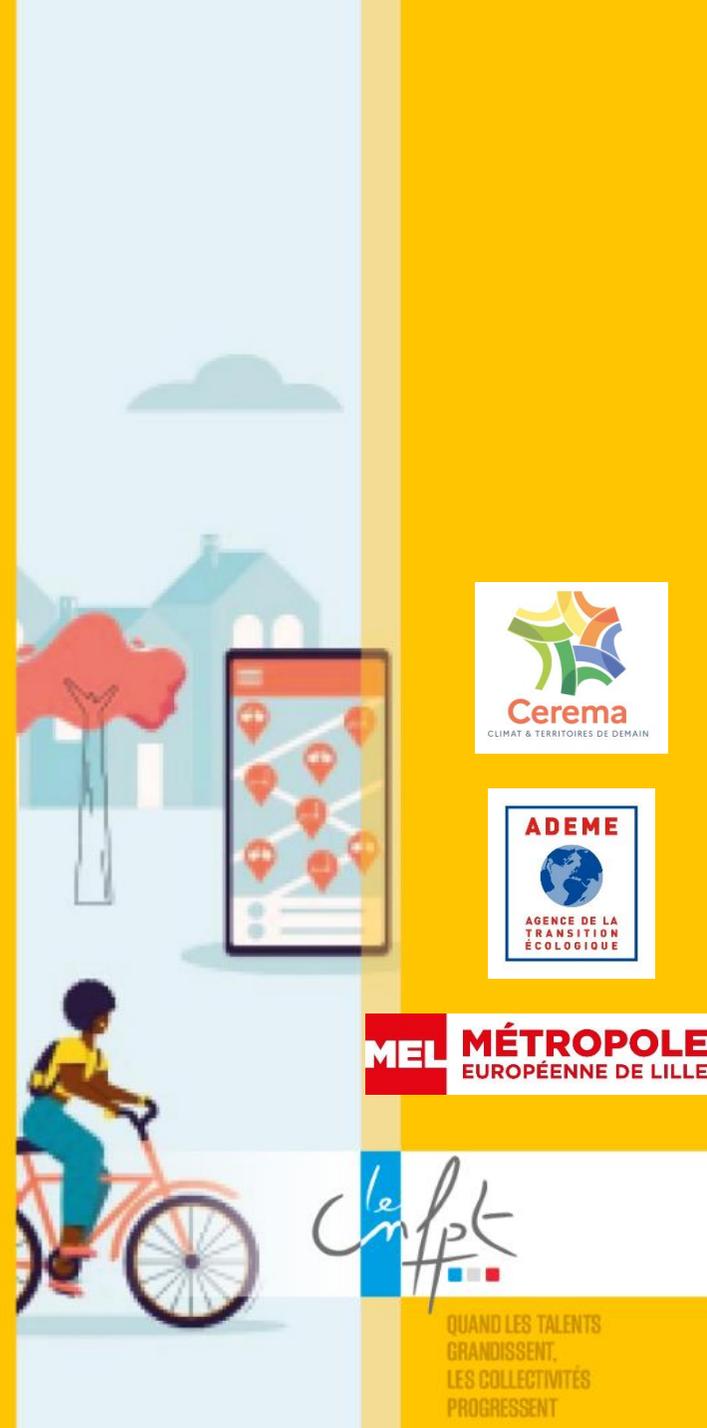
QUAND LES TALENTS  
GRANDISSENT,  
LES COLLECTIVITÉS  
PROGRESSENT

# Comment illustrer les conséquences pour inciter au report modal

## L'apport de la psychologie sociale à la dynamique des changements de mobilité

Frédéric Martinez & Marie-Axelle Granié  
MODIS (Mobilité durable, Individu et Société)  
Université Gustave Eiffel

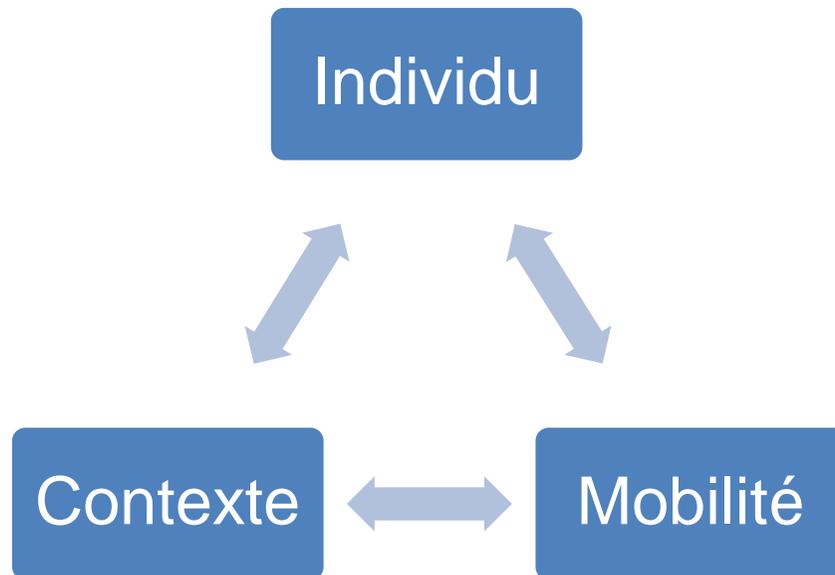
PUNCH (Financement ADEME, Octobre 2017- Février 2020)  
Identifier les axes de communication les plus efficaces pour  
initier et maintenir un report modal



QUAND LES TALENTS  
GRANDISSENT,  
LES COLLECTIVITÉS  
PROGRESSENT

# Approche Psychosociale

Comportement = Fonction (Personne \* environnement)



Approche Psychosociale

=

Influence du contexte sur la décision

Les préférences comportementales ne préexistent, ne sont pas dépendantes uniquement de l'état objectif final des perspectives offertes

## Effet de cadrage

- Des descriptions différentes des mêmes issues des choix peuvent conduire à des décisions différentes en modifiant la saillance de différents aspects du problème.
- Exemple : Préférez- vous un steak haché étiqueté « 75 % maigre »  
ou « 25% gras »
- La perception subjective de l'information est plus importante que la perception objective (« framing effect »)
- La tension créée par la perception subjective de la différence entre les objectifs proposés et l'état actuel de la personne déclenche une motivation à agir et oriente la décision

---

## Question de recherche

---

- Quelle conséquence de la pollution de l'air mettre en avant ?

Variation de la distance psychologique de la conséquence (Trope & Liberman, 2010)

1/ Santé : les maladies respiratoires, les allergies, la hausse de la mortalité

2/ Planète : le changement climatique, le futur de la planète

- Pour quels résultats ?

Variation de l'orientation motivationnelle du message (Higgins, 1997)

1/ Idéal, rechercher des gains, améliorer la qualité de l'air

2/ Devoir, éviter des pertes, lutter contre la pollution de l'air

## Méthodologie Expérimentale

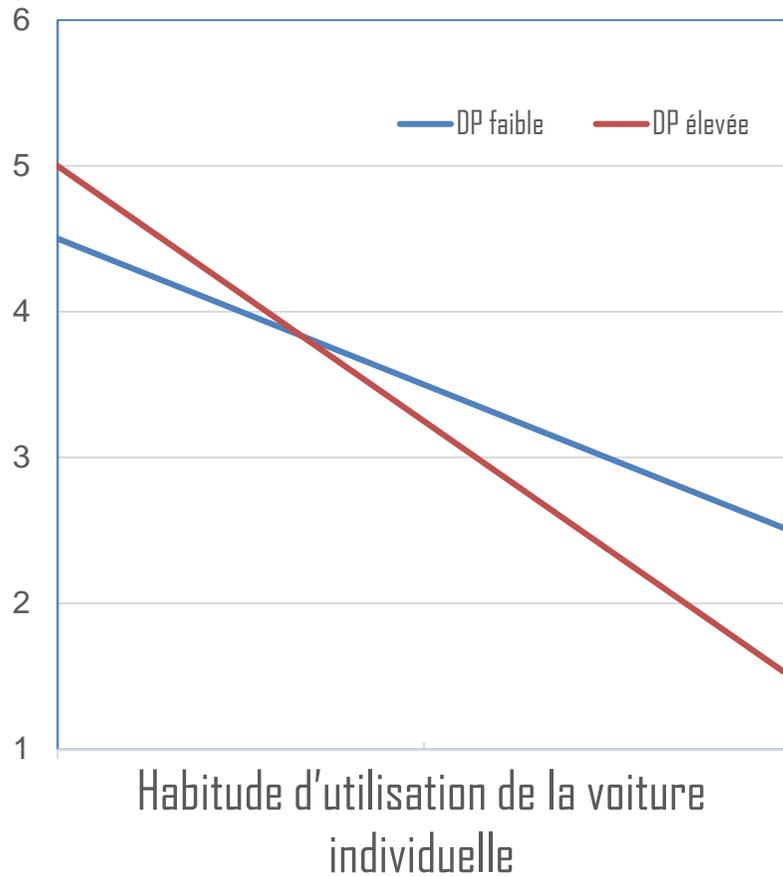
- Tous les participants sont des actifs de Lyon et des communes limitrophes desservies par les transports en commun , titulaires d'un permis de conduire depuis plus de trois ans, possédant une voiture et pouvant l'utiliser quand ils le souhaitent. Ils ont tous la capacité physique de se déplacer en transports en commun ou en vélo.
- Mesure de l'habitude d'utilisation de la voiture individuelle
- Lecture d'un dispositif de communication
- Scénario = choix d'un mode de transport pour se rendre au travail (durée de trajet, écart de temps entre les deux alternatives)
  - Voiture versus covoiturage
  - Voiture versus transport en commun
  - Voiture versus vélo

## Exemple de Message

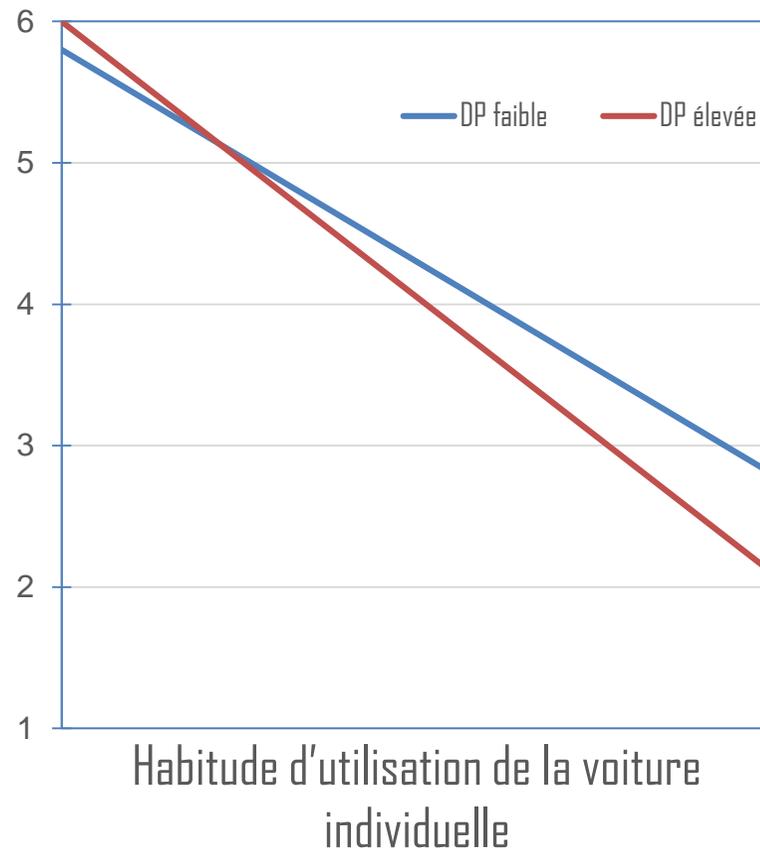
	<b>Conséquence proche = La santé</b>	<b>Conséquence lointaine = Le futur de la planète</b>
<b>Prévention</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Renoncer à la voiture individuelle au profit d'autres modes de transport</li><li>- éviter les maladies respiratoires et les allergies en respirant un air moins pollué.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Renoncer à la voiture individuelle au profit d'autres modes de transport</li><li>- éviter aux générations futures d'hériter d'une planète malade.</li></ul>
<b>Promotion</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Utiliser d'autres modes de transport que la voiture individuelle</li><li>- améliorer votre santé au quotidien en respirant un air plus pur.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Utiliser d'autres modes de transport que la voiture individuelle</li><li>- aider les générations futures à hériter d'une planète en bonne santé.</li></ul>

# Résultats

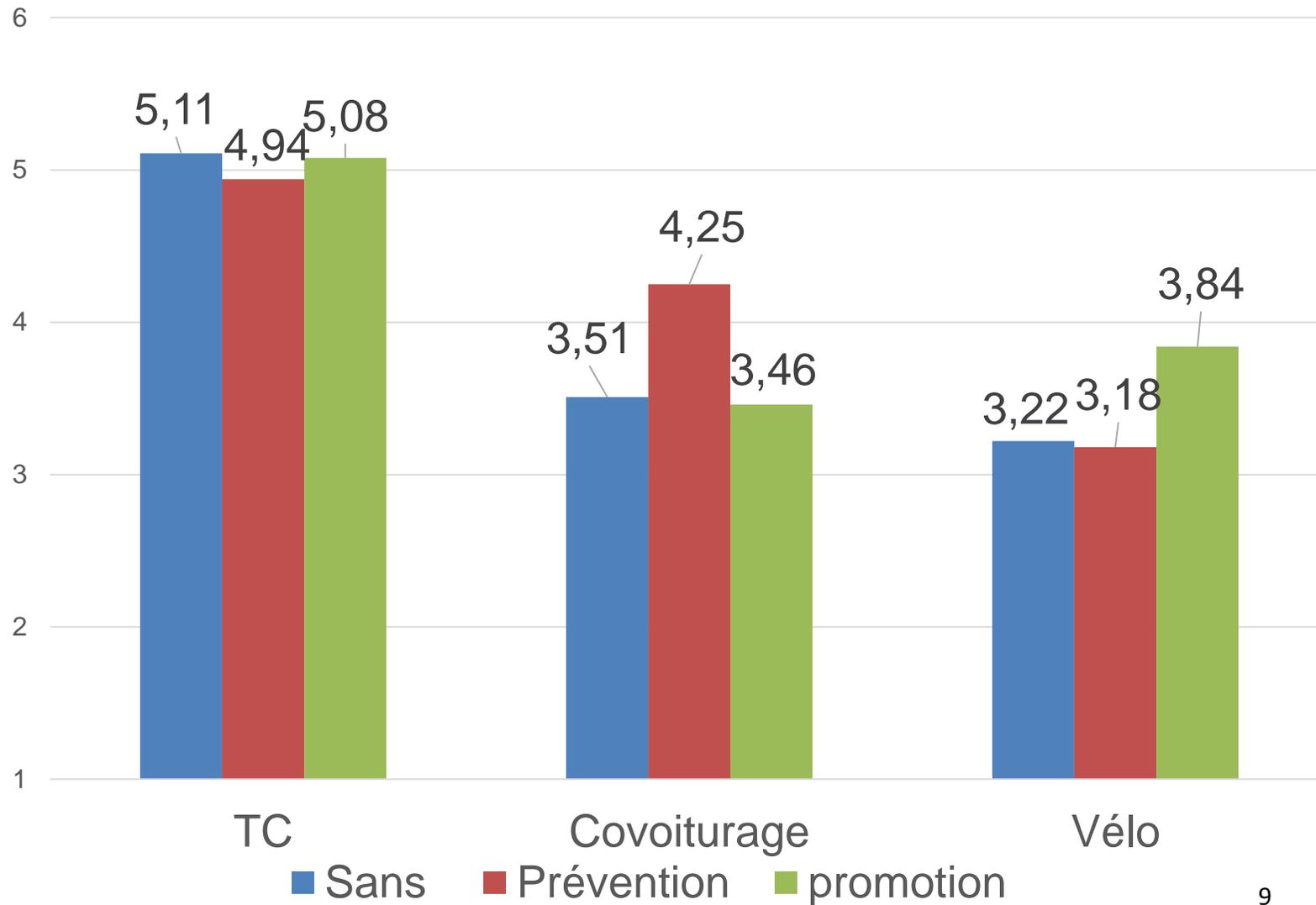
## Intention de se déplacer en vélo



## Intention de se déplacer en transport en commun



# Résultats



---

## Discussion

---

- La distance psychologique de la conséquence est à adapter selon l'habitude, initiation (proche, santé) et le maintien (lointain, climat, planète)
- Le report modal n'est pas un changement brusque ni soudain mais progressif structuré par étapes.
- Un message axé sur l'idéal, sur la recherche des conséquences positives est plus efficace pour induire un report modal vers le vélo
- Un message axé sur le devoir, sur l'évitement des conséquences négatives est plus efficace pour induire un report modal vers le covoiturage