



Commissariat Général au Développement Durable
Institut National de la Consommation



LE NUDGE, AU SERVICE DE LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE ET ÉCOLOGIQUE ?

Colloque 15 novembre 2016

Ouverture

Xavier BONNET, chef du service de l'économie, de l'évaluation et de l'intégration du développement durable, Commissariat général au développement durable (CGDD)

1

Olivier PERRIN, Formateur, Institut de formation de l'environnement (IFORE), ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer

Xavier BONNET, chef du service de l'économie, de l'évaluation et de l'intégration du développement durable, Commissariat général au développement durable (CGDD)

Bonjour à tous. Je vous souhaite la bienvenue à cette conférence, qui s'intègre dans les « séminaires économie » consacrés à la restructuration vers l'économie verte.

Le présent séminaire, consacré à la question des nudges, a été préparé en collaboration avec l'Institut national de la consommation (INC). Je remercie particulièrement Jean-Pierre Loisel et les autres membres de l'INC aujourd'hui présents ainsi que Michel Hourdebaigt, du CGDD/SEEIDD pour leur participation à l'organisation de cette conférence.

Le Nudge est un concept assez récent, qui a été théorisé en 2008 par Richard Thaler, économiste à l'université de Chicago, et Cass R. Sunstein, professeur à l'université de droit de Harvard, dans un livre qui a fait date intitulé *Nudge – La méthode douce pour inspirer la bonne décision*.

Le Nudge peut se comprendre comme un mode de présentation particulier, susceptible d'induire un choix différent de la part des personnes auxquelles il s'adresse. Ainsi par exemple, les fruits sont disposés de telle façon par rapport aux gâteaux dans les cantines aux États-Unis que les enfants sont incités à consommer les uns au détriment des autres.

Ce genre de dispositif a l'avantage d'être très peu coûteux, et de pouvoir être utilisé par les pouvoirs publics de manière complémentaire avec des outils existants (fiscalité, subventions, réglementations, normes, etc.). Il offre en ce cas un effet de levier tout à fait intéressant.

Les nudges sont en place, de façon opérationnelle, aux États-Unis et en Angleterre. Ainsi, Sunstein a été nommé administrateur de l'*Office of Information and Regulatory Affairs* (Bureau de l'Information et des Affaires réglementaires), en 2009, au début de l'administration Obama. De même, une *Nudge Unit* (intitulée *Behavioural Insight Team*) a été créée en 2010 par David Cameron au Royaume-Uni.

Le concept du Nudge essaime désormais partout dans le monde, y compris en France. Ainsi, le Secrétariat général pour la modernisation de l'action publique (SGMAP) a mis en œuvre des réflexions et lancé des outils opérationnels relevant de ce principe. Toute une littérature s'est également développée autour de cette idée. Je salue la présence de Nicolas Treich, professeur à l'École d'économie de Toulouse, avec laquelle le CGDD collabore régulièrement, qui a travaillé également sur cette question.

Au travers du CGDD, le ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer entend s'inspirer de cette tendance pour réfléchir aux moyens de compléter les dispositifs publics traditionnels destinés à favoriser la transition énergétique avec des initiatives basées sur des nudges. Cette démarche contribuera à l'atteinte des objectifs fixés en matière de transition énergétique par la Loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte du 18 août 2015.

Il est probable d'ailleurs que nous utilisions déjà ce concept avant de l'avoir formalisé, en affichant, par exemple, le contenu énergétique des produits ou des logements, cherchant ainsi à influencer les choix de leurs destinataires.

Il faut toutefois questionner l'intérêt, à long terme, d'une politique fondée sur des nudges. Leur efficacité peut en effet s'avérer temporaire. De plus, au-delà des questions relatives à l'efficacité économique de l'influence des comportements, des enjeux éthiques se posent. L'utilisation des nudges ne revient-elle pas à

manipuler de manière induite les consommateurs ? À titre d'exemple, aux États-Unis, les écriteaux figurant dans les salles de bain des hôtels pour demander aux clients de ne pas changer de serviette tous les jours mentionnent un pourcentage de clients suivant cette bonne pratique. Or il arrive que ce pourcentage soit sur-estimé. Pour une bonne cause (la défense de l'environnement ou, du point de vue du business, la rentabilité d'un hôtel), des chiffres peuvent se trouver manipulés. L'utilisation des nudges n'est donc pas sans soulever des interrogations éthiques importantes.

Olivier PERRIN, formateur, Institut de formation de l'environnement (IFORE), ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer

En 2014, j'avais fait une présentation sur les nudges lors d'un déjeuner débat organisé par le CGDD. L'idée a fait son chemin. Elle intéresse aujourd'hui de plus en plus de personnes. Je suis donc particulièrement heureux d'accueillir un panel d'experts et de praticiens spécialistes du sujet.

De nombreux défis environnementaux, parmi ceux auxquels nous devons faire face, sont directement liés à nos comportements quotidiens. La question de savoir comment parvenir à transformer en profondeur les usages, les modes de vie, et les modalités d'appropriation des techniques et des technologies est donc cruciale.
