Communiqué de presse

« Foules Comportementales » : Comment les sciences comportementales peuvent réinventer le transport collectif ?

Paris, le mercredi 22 novembre 2023

A l'occasion de sa conférence *Foules Comportementales*, Transilien SNCF Voyageurs dévoile une étude sur les leviers d'attractivité des transports collectifs et l'apport des sciences comportementales. Cette étude de l'institut Kantar et du chercheur Nicolas Fieulaine, Docteur en Psychologie sociale et Directeur Scientifique de la Nudge Unit de Transilien, menée entre juin et juillet 2023 pour Transilien SNCF Voyageurs, a interrogé 2000 Franciliens. L'objectif : comprendre ce qui motive vraiment les voyageurs à utiliser les transports en commun, écarter les idées reçues et activer les bons leviers d'attractivité des transports via des expérimentations issues des sciences comportementales.

Les grands principes de l'étude

L'étude a été menée en 2023 pour Transilien SNCF Voyageurs, auprès de 2000 Franciliens par l'institut Kantar et le chercheur Nicolas Fieulaine, Docteur en Psychologie sociale et Directeur Scientifique de la Nudge Unit de Transilien SNCF Voyageurs. Il s'agit **de la première étude réalisée en France sur les leviers d'attractivité des transports collectifs et l'apport des sciences comportementales**.
L'étude a ainsi analysé **le passage de l'intention à l'action**, question de plus en plus prégnante au regard des défis liés au changement climatique.

La méthodologie

- Echantillon interrogé : 2000 Franciliens, représentatifs des résidents en Ile-de-France âgés de 18 ans et plus (dont 1767 utilisateurs de transports en commun : tram, métro, bus, RER, Transilien) Echantillon redressé sur les critères de sexe, âge, CSP, composition du foyer et département ;
- Mode de recueil : Questionnaire administré en ligne sur panel ;
- Dates de terrain : 26 juin au 10 juillet 2023.

CONTACT PRESSE :
Transilien SNCF Voyageurs – Aymeric ANSELIN – 06 28 91 15 69 – aymeric.anselin@sncf.fr

Communiqué de presse

En quoi les sciences comportementales peuvent permettre d'interroger l'attractivité des transports collectifs ?

Dans un contexte post Covid et de bouleversements climatiques, les questions de mobilité et en particulier de l'attractivité des transports collectifs, constituent des interrogations majeures pour aujourd'hui et les générations futures. En effet, le secteur du transport représente 28% des émissions de GES (2021), dont plus de 90% pour la route. L'enjeu d'amener les populations vers les transports publics est une condition essentielle de la stratégie de décarbonation.
La place des citoyens et leur choix en termes de modes de transports est clé : et eux, qu'en pensent-ils ? Sont-ils prêts à se tourner vers les transports en commun ? Sur quoi peut-on s'appuyer pour aller plus loin en termes d'attractivité ? Et si les sciences comportementales pouvaient aider à comprendre comment les citoyens envisagent leur utilisation des transports collectifs et comment les encourager à la renforcer ?

Les principaux résultats de l'étude

1. Un potentiel important d'usage des transports collectifs

45 % des Franciliens se disent prêts à utiliser davantage les transports en commun. A l'échelle de l'Île-de-France, la moitié des personnes interrogées déclare qu'il leur est possible de prendre les transports collectifs, et que le choix est « entre leur mains ». Parmi les automobilistes quotidien, 43% reconnaissent que prendre les transports collectifs dépend d'eux-mêmes. Pourtant, seul 52% des Parisiens et à peine 22% des habitants de grande couronne utilisent quotidiennement les transports collectifs.

2. De l'intention à l'action : la place des dimensions subjectives dans les intentions d'usage des transports collectifs

Lorsque l'on s'intéresse à l'attractivité des transports collectifs, on envisage en premier lieu les facteurs objectifs qui jouent sur l'intention d'usage comme la disponibilité de l'offre de transport à proximité de son domicile, les tarifs etc… . **L'étude révèle que d'autres leviers, plus subjectifs et donc peu identifiés jusqu'à maintenant, déterminent également fortement l'intention d'usage**, et parmi eux :

- **La norme sociale / le sentiment de normalité d'utilisation des transports collectifs joue à 37% sur les intentions d'usage :** nous sommes influencés par les autres individus autour de nous et ce que l'on perçoit de leur rapport à la mobilité. Plus on connait de personnes qui préfèrent utiliser les transports collectifs, plus on va être incité à les utiliser.

- **Le sentiment de capacité d'utilisation des transports collectifs joue à 29% sur les intentions d'usage :** plus on a de la facilité à anticiper ses déplacements, plus on se sent flexible dans la combinaison des différents modes collectifs, plus on a l'intention de les utiliser davantage.

- **Le sentiment de considération en tant que voyageur lié à une vision positive des transports collectifs joue à 20% sur les intentions d'usage :** plus on a une vision positive de transports collectifs (confort, propreté…), plus on se sent considéré comme usager. Cela joue sur l'intention de les utiliser davantage.

CONTACT PRESSE :
Transilien SNCF Voyageurs – Aymeric ANSELIN – 06 28 91 15 69 – aymeric.anselin@sncf.fr

- **L'attachement à la région Île-de-France** se révèle également être un levier d'attractivité : plus on est attaché à la région, plus on a une vision positive des transports collectifs, cela joue à 17% sur la préférence pour les transports collectifs.

- La **conscience écologique** et le **fait de pouvoir utiliser les transports en commun pour autre chose que le travail** (sorties, loisirs, aller voir des amis de la famille…) jouent également sur les motivations à prendre les transports en commun respectivement 14% et 17%) : plus je me sens concerné par des préoccupations environnementales, plus je suis prêt à envisager l'usage des transports en commun. Plus je peux me projeter dans l'usage des transports pour autre chose que pour le travail, plus j'ai envie d'utiliser les transports en commun**. Par ailleurs, l'usage occasionnel et loisirs des transports en commun encourage positivement l'usage au quotidien.**

- **D'autres dimensions subjectives comme le sentiment de pouvoir compter sur les autres voyageurs dans les transports, ou encore le fait de pouvoir prendre son temps ou occuper son temps** pendant le trajet jouent également positivement sur l'attractivité des transports collectifs.

Cette étude met donc en évidence ces différents leviers qui pourraient être travaillés dans le cadre des offres de transport. **Elle montre que des politiques incitatives basées sur ces leviers auraient un effet sur le changement de comportement des citoyens en faveur des transports collectifs** : par exemple, mettre davantage en avant le recours aux transports collectifs comme norme sociale, s'appuyer sur l'attachement à la région des Franciliens pour donner envie de prendre les transports…
Les dimensions telles que le collectif comme ressource, une pression temporelle à réduire, des capacités à accompagner, des aspirations écologiques à valoriser, dessinent l'opportunité du transport public comme un espace qui prend soin de ses voyageurs.

« Cette étude inédite en France sur les transports collectifs menée par Transilien SNCF Voyageurs va nous permettre avec notre Autorisé Organisatrice Île-de-France Mobilités d'activer de nouveaux leviers pour influer sur l'attractivité des lignes de train et RER. Ces nouveaux indicateurs plus subjectifs, de normalité, de facilité, de considération, d'attachement à la région, de conscience écologique relatif à l'usage des transports en commun vont ainsi s'additionner et compléter les leviers habituels déjà utilisé par Transilien notamment grâce aux Nudges. Je pense aux succès des expérimentations maintenant pérennes, pour fluidifier les parcours voyageurs en gare ou sur la propreté menée par la Nudge Unit de Transilien. Mais aussi à l'offre de tourisme local #CPasLoinEnTrain qui sollicite l'attachement à la région Île-de-France et dernièrement, notre campagne « Parce qu'on est tous dans le même train » active le levier de ce lien social évoqué dans l'étude, avec le sentiment de pouvoir compter sur les autres » déclare **Alain Ribat, Directeur Transilien chez SNCF Voyageurs.**

Les sciences comportementales comme source d'innovations de Transilien SNCF Voyageurs

Certaines expérimentations réalisées dans le secteur des transports avaient montré des résultats encourageants dans ce sens. L'étude prouve pour la première fois de façon statistique à l'échelle d'une région comme l'Île-de-France l'impact de ce type d'incitations.

CONTACT PRESSE :
Transilien SNCF Voyageurs – Aymeric ANSELIN – 06 28 91 15 69 – aymeric.anselin@sncf.fr

Communiqué de presse

Améliorer le sentiment de capacité, la facilité perçue avec le Nudge pour fluidifier les passages aux portes de validation

En Île-de-France, 4 gares opérées par Transilien SNCF Voyageurs ont été équipées d'un dispositif pour améliorer l'anticipation de la validation du titre de transport aux portes de validation ainsi fluidifier les flux de voyageurs.
Le nombre de voyageurs tardant à sortir leur titre de transport aux portes de validation est passé de 8% à 2%.





Cliquez ici pour télécharger le communiqué de presse dédié

Activer la norme sociale avec le Nudge anti-épanchements

Pour réduire les incivilités en gare, Transilien SNCF Voyageurs a requalifié, dans 19 gares, certains espaces en leur attribuant une nouvelle identité grâce à une action sportive et une foule de spectateurs qui créent une présence virtuelle à cet endroit. Résultats **: -81% d'épanchements en moyenne et moins de frais de maintenance** (par exemple escaliers mécaniques) et d'entretien





Cliquez ici pour télécharger le communiqué de presse dédié

CONTACT PRESSE :
Transilien SNCF Voyageurs – Aymeric ANSELIN – 06 28 91 15 69 – aymeric.anselin@sncf.fr

Communiqué de presse

Compter sur les autres, l'entraide avec le Nudge affaires oubliées en gare de Paris Nord sur les quais des RER D et RER B

Pour limiter les affaires oubliées en gare et à bord des trains, Transilien SNCF Voyageurs a expérimenté un dispositif (affiches et annonces sonores) visant à inciter les voyageurs à signaler aux autres l'oubli de leurs affaires et à porter leur regard vers l'arrière. Pour atteindre cet objectif, a été créé un environnement rappelant les valeurs collectives, favorisant l'entraide entre voyageurs et incitant à porter son regard vers l'arrière pour ne pas oublier ses affaires via un nouveau message sonore : « Soyez dès aujourd'hui des voyageurs attentifs. Pour éviter la destruction de vos affaires et des perturbations sur votre ligne, ne laissez rien derrière vous ».
Grâce à ce dispositif, le nombre de voyageurs interpelant d'autres personnes oubliant leurs affaires est passé de 12% à 42%.



La Nudge Unit de Transilien SNCF Voyageurs

Transilien pour Ile-de-France Mobilités, est l'opérateur pionnier de la démarche Nudge. C'est en 2015, à l'occasion d'une étude sur la mobilité du quotidien, que Transilien a identifié les sciences comportementales et le Nudge comme un nouveau levier d'action permettant de répondre à des problématiques clés du Mass Transit liées aux comportements des voyageurs : gestion de flux, information voyageurs, vivre ensemble.
Les premiers dispositifs Nudge liés à la circulation des voyageurs dans les gares ont vu le jour l'année suivante La Nudge Unit Transilien a été créée la même année afin de mener des expérimentations régulières en recourant aux sciences comportementales.
En 7 ans, la Nudge Unit de Transilien est devenue une référence reconnue (articles, conférences…) dans le monde de l'entreprise et du transport public en matière d'application des sciences comportementales : elle reste la seule entité dédiée à l'innovation par les sciences comportementales au sein des entreprises françaises et est inscrite au registre BI Units de l'OCDE (https://oecd-opsi.org/bi-units/sncf-transilien-nudge-unit-behavioral-insights/).
Transilien a fait des sciences comportementales un véritable levier de transformation. Ainsi, la Nudge Unit a mené à ce jour plus de 50 projets qui touchent à des sujets variés de l'expérience voyageur.

CONTACT PRESSE :
Transilien SNCF Voyageurs – Aymeric ANSELIN – 06 28 91 15 69 – aymeric.anselin@sncf.fr

Communiqué de presse

Que sont les sciences comportementales ?

Les sciences comportementales étudient les bases du comportement humain en s'appuyant sur les données des recherches en psychologie, sciences cognitives, neurosciences. Elles permettent d'aller au-delà des dimensions rationnelles des décisions et des actions pour explorer des dimensions inconscientes, implicites mais qui peuvent également diriger nos comportements. Ces dernières années, les sciences comportementales ont donné lieux à plusieurs expérimentations dans le monde du transport et plus largement de l'action publique, notamment au sein de la Nudge Unit de Transilien SNCF Voyageurs, pour réduire par exemple les incivilités ou éviter les bagages oubliés qui génèrent des retards de train.

Le Nudge c'est quoi ?

- Le Nudge est un terme anglais qui signifie coup de coude, coup de pouce. Il a été inventé en 2008 par 2 chercheurs américains (Richard Thaler – prix Nobel d'économie 2017 - et Cass Sunstein) qui ont publié un livre pour faire connaître cette approche. Le succès a été mondial.
- Cette méthode vise à inciter ou dissuader les individus d'effectuer un comportement, tout en leur laissant la liberté de choix. Cette incitation douce aide les personnes à passer de l'intention à l'action.

L'essentiel de Transilien SNCF Voyageurs :

Chaque jour, Transilien SNCF Voyageurs offre une solution de mobilité verte et responsable à 3,4 millions de Franciliens. Économiques et sûres, les lignes Transilien offrent un maillage exceptionnel de la région Capitale. Avec 6 000 trains qui circulent quotidiennement et 16 lignes - 5 lignes de RER, 8 lignes de trains et 3 lignes de tram-train - Transilien exploite pour Île-de-France Mobilités le 2ème réseau ferroviaire de Mass Transit le plus fréquenté au monde après Tokyo. Expert du Mass Transit en milieu ouvert, où cohabitent à grande échelle trains de fret, trains à grande vitesse et trains régionaux de voyageurs, Transilien développe son savoir-faire en matière d'exploitation et de services, de gestion des flux, d'information voyageurs.

CONTACT PRESSE :
Transilien SNCF Voyageurs – Aymeric ANSELIN – 06 28 91 15 69 – aymeric.anselin@sncf.fr