

LE 11 JUILLET 2019

INFLUER SUR LE COMPORTEMENT DES VOYAGEURS AVEC LA MISE EN PLACE DE NUDGES CHEZ SNCF TRANSILIEN

20% des problèmes d'exploitation en Île-de-France sont liés à des comportements « inappropriés ». Pour pallier ce problème, SNCF Transilien a décidé en 2016 de développer de nouvelles techniques pour améliorer le quotidien des voyageurs, notamment avec la mise en place de plusieurs nudges.

Le nudge [ou « *coup de coude* » en anglais] est une méthode psychosociale qui vise à modifier les comportements, sans contrainte, en s'appuyant sur des analyses scientifiques. Il permet de décoder différemment l'environnement, les attitudes, les choix et les comportements.

Chez SNCF Transilien, l'approche nudge permet d'influencer positivement le comportement des voyageurs, en créant un environnement favorable en gare et à bord des trains et d'instaurer une nouvelle pratique. Le nudge est un outil complémentaire aux leviers traditionnels que sont par exemple l'information voyageurs visuelle, sonore et humaine ; l'affichage et la signalétique en gare et à bord, et bien sûr, la loi.

Comment l'approche du nudge est adoptée :

- La **phase de recherche** exploratoire sur le terrain permet d'analyser les raisons des voyageurs qui adoptent un comportement inadapté et identifier les freins d'environnement qui aboutissent à ce comportement. SNCF Transilien y travaille avec des experts, comme le laboratoire de psychologie sociale de l'Université de Lyon 2, l'agence Ogilvy Paris ;
- La **phase de conception** du nudge, où sont identifiés les leviers psychosociaux à activer pour créer des actions qui vont favoriser la pratique voulue.
- La **phase d'expérimentation terrain**, où la mesure est fondamentale. Cette phase permet de vérifier l'impact d'un dispositif.
- La **phase d'analyse** qui permet de faire émerger des préconisations et de tirer des enseignements généralisables.

Améliorer la régularité des trains, la diffusion de l'information et le parcours client sont les 3 objectifs majeurs à atteindre pour SNCF Transilien avec la mise en place de nudges.

LA NOUVEAUTÉ : ZOOM SUR LE DERNIER NUDGE MIS EN PLACE

En gare des **Mureaux** (ligne J), une incivilité liée à la propreté a émergé : certains clients ou passants urinaient dans le souterrain et dans un angle extérieur de la gare.

Pour lutter contre ce fait, dans cette gare qui accueille chaque jour près de 7 000 voyageurs, SNCF Transilien a mis en place un nudge qui visait à modifier l'usage des lieux : « Le Stade des Mureaux ».

Avec l'aide et l'accompagnement de La Practice Creative Nudge d'Ogilvy Consulting et de Nicolas Fieulaine, chercheur en psychologie sociale, de nouveaux décors et des espaces de jeux ludiques sont mis en place : une piste d'athlétisme à l'extérieur de la gare avec son décor de stade, son chronomètre et son public ; et de grandes bulles placées dans le coin des murs à l'intérieur de la gare, représentant des sportifs grandeur nature jouant avec des ballons en volume.

C'est un nouvel usage qui est donné aux endroits.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Zone extérieure (des pistes de courses sont créées pour les enfants)

Zone intérieure (souterrain)

Des études ont été menées 4 semaines avant l'expérimentation et 4 semaines après, avec des capteurs d'humidité et thermiques. Près de 600 questionnaires ont également été adressés aux clients de la gare et riverains. Les résultats sont significatifs :

- Le nombre d'actes d'épanchement a été réduit de **88%**
- dont **100% en zone extérieure**
- La gare est perçue comme **plus propre (+14%)** et **plus animée (+20%)**
- La perception de **mauvaise odeur a diminué de 34%**
- Les clients ont perçu **une amélioration de l'expérience en gare (+24%)**
- 87% des agents perçoivent positivement ce nudge
- 43% ont vu la réduction des actes d'épanchement impacter positivement leur travail

AUTRES EXEMPLES DE NUDGES MIS EN PLACE CHEZ SNCF TRANSILIEN

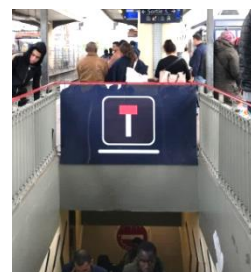
Pour lutter contre les affaires oubliées en gare et à bord des trains, qui ont un impact sur la production et la régularité des lignes, un dispositif a été expérimenté en Gare du Nord et est déployé en gare des Invalides.



Le résultat de l'expérimentation menée en 2017 : des voyageurs plus attentifs et enclins à signaler les situations d'oubli : le nombre de voyageurs interpellant d'autres personnes oubliant leurs affaires est passé de 12% à 42%.

Autre exemple, en gare de Saint-Denis (RER D et ligne H) : après une longue période de travaux et une croissance du nombre de clients, les flux dans les couloirs en gare sont devenus complexes. Il fallait réorganiser les circulations des voyageurs dans la gare avec une signalétique incitative, notamment avec un changement de symbole : passer de « sens interdit » à « voie sans issue ».

Le nombre de personnes empruntant l'escalier en contresens a diminué de 41%.



« Pour nous, les enjeux sont énormes. Ces techniques peuvent nous aider à améliorer la fluidité dans les gares, à encourager la validation et à prévenir les comportements à risques » précise Alain Krakovitch, directeur général SNCF Transilien.

« Cela fait plus de trois ans que SNCF Transilien s'est lancé dans une démarche d'innovation grâce à un nouveau levier, le nudge. Notre enjeu est de valoriser la mobilité en Transilien, en améliorant l'expérience client et la production. Dans ce cadre, les différents projets commencent à porter leurs fruits et les résultats viennent confirmer l'intérêt de la démarche » déclare Catherine Delisle, responsable de la Nudge Unit chez SNCF Transilien.



Contacts presse

SNCF Transilien : Charlotte Caillaux : charlotte.caillaux@sncf.fr - 06 34 07 04 96