NudgeFrance

Présente

Nudge ChallengeCOP21

Résultats Finale France 16 oct 2015

Découvrez les Nudges gagnants, ainsi qu'un aperçu de tout ce que vous avez raté !

PARIS2015
UN CLIMATE CHANGE CONFERENCE
COP21·CMP11

SEMAINE DE L'INNOVATION PUBLIQUE

Contact:
richard.bordenave@bva.fr
nudgefrance@gmail.com

NudgeFrance

ORGANISATION

NudgeFrance

- Un immense merci aux équipes et aux enseignants qui les ont coaché pour les soutenances :

Horaires	Institution
10h00	Sorbonne Eco 1
10h20	AgroParisTech 1
10h40	Sorbonne Eco 2
11h00	IAE Gustave Eiffel
11h20	AgroParisTech 2
11h40	Sorbonne Eco 3
12h00	AgroParisTech 3
Déjeuner	
13h30	ENS 1
13h50	INRA/ TSE
14h10	IEP Grenoble 1
14h30	IAE Toulouse
14h50	ENS 2
15h10	IEP Grenoble2
15h30	Département SSD & Paris 8

- **Merci à tous nos soutiens pour leurs relais**

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Premier ministre
SECRÉTARIAT GÉNÉRAL POUR LA MODERNISATION DE L'ACTION PUBLIQUE

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie

PARIS2015
UN CLIMATE CHANGE CONFERENCE
COP21·CMP11

BVA Nudge Unit
Successful behavior change

AIM®
EUROPEAN BRANDS ASSOCIATION

SEMAINE DE L'INNOVATION PUBLIQUE

- *Merci en particulier au SGMAP pour son accueil lors de la semaine de l'innovation publique, ainsi qu'à tous les volontaires Nudge France/BVA qui ont contribué au succès de l'évènement : en particulier, Thomas Piauley, Chloé Chaussier, Matthieu Plonquet, Julien Fontanillas, Jonathan Da Silva, Bertrand Pau*
- *Nous remercions également AIM pour nous avoir permis de partager lors du briefing des étudiants les supports pédagogiques du site AIM-BVA en réalisation pour les marques : nudgingforgood.com*

LE JURY du 16 OCT

- **Les membres du Jury**

Richard Bordenave : NudgeFrance – BVA
Etienne Bressoud : NudgeFrance BVA
Emanuele Ciriolo : European comission
Gilles Pacault : Ilec-Prodimarques
Céline Pelletier : Nudge France – SGMAP
Olivier Perrin : Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie
Elsa Savourey : Nudge France
Eric Singler : Nudge france – BVA
Francoise Waintrop : Nudge France – SGMAP

Le Jury tient à féliciter les 14 équipes qui ont concouru pour l'excellence de leur travail, réalisé pour la plupart en 15 jours entre le brief en école (cours portés par nudge France dans les institutions) et la date de la soutenance.
La créativité, la qualité des nudges, et la mise en scène des présentations ont rendu la délibération particulièrement difficile !
La confrontation à une réalité de terrain (observation, enquêtes, avis de partenaires…) a particulièrement été appréciée.

NudgeFrance

LE PODIUM DES 3 GAGNANTS

NudgeFrance

GRAND PRIX DU JURY

AgroParisTech - Economie et Gestion de l'Entreprise (EGE)

Team KitKettle
Pour STICK-UP

AgroParisTech
INSTITUT DES SCIENCES ET INDUSTRIES DU VIVANT ET DE L'ENVIRONNEMENT
PARIS INSTITUTE OF TECHNOLOGY FOR LIFE, FOOD AND ENVIRONMENTAL SCIENCES

NudgeFrance

Avec le soutien de :

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Premier ministre
SECRÉTARIAT GÉNÉRAL POUR LA MODERNISATION DE L'ACTION PUBLIQUE

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie

BVA

Le constat:

La team KitKettle a réalisé un sondage sur 258 étudiants. 91% utilisent régulièrement une bouilloire, dont 50% plusieurs fois par jour. 82% déclarent qu'il reste de l'eau dans leur bouilloire après qu'ils aient versé ce dont ils avaient besoin. Ceci correspond à une perte de 160Wh/jour - si on généralise ceci à la population anglaise (friande de thé), cela équivaut à une perte de 68 millions de livres par an !

Le challenge:

Comment faire pour que les gens ne fassent bouillir que la quantité d'eau dont ils ont besoin ?

La solution:

Un sticker à poser sur sa bouilloire indique de façon intuitive la quantité d'eau que l'on doit verser pour une dose (ou deux) de thé. Ce nudge permet d'économiser de l'énergie en nous encourageant à chauffer juste la quantité requise et en nous montrant comment le faire.

Qui pour promouvoir ce nudge ?

Marques d'électroménager, marques de boissons chaudes

Contact équipe:

marie.rambaud@agroparistech.fr

COUP DE COEUR DU JURY

IAE Toulouse – M2 Conseil et Stratégie Marketing

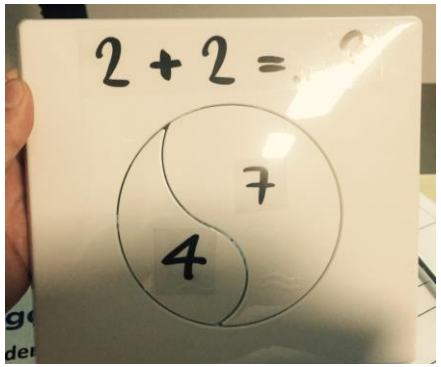
NudgeFrance

Avec le soutien de :

Team Market'Sphere

Le constat:

En moyenne, un individu utilise 150 L par jour, dont 60% pour l'hygiène et l'usage des sanitaires. Une chasse d'eau utilise 9L d'eau. Le déclencheur à double débit (deux boutons) permet d'économiser 50% d'eau… à condition que les gens appuient bien sur le petit bouton, alors qu'ils sont attirés par le gros !



Le challenge:

Comment faire pour que les utilisateurs de toilettes en particulier dans les lieux publics (aeroports, restaurants …) appuient spontanément sur le petit bouton ? Comment en faire une expérience ludique d'animation du lieu ?

La solution:

Sous la forme de stickers à poser sur les toilettes, on pose une question très simple, puis on donne 2 réponses de façon imagée dont la plus évidente est sur le petit bouton de la chasse d'eau. Le jeu conduit naturellement à appuyer sur le petit bouton, ce qui permet d'économiser de l'eau et de rendre l'experience agréable

Qui pour promouvoir ce nudge ?

Magasins de bricolage, marques équipement WC, marques de nettoyants ménagers, à imprimer sur internet… Avec option de co-création par concours utilisateur pour renouveller l'experience

Contact équipe:

lucas.pesenti@iae-toulouse.fr

COUP DE COEUR DU JURY

Ecole Normale Supérieure – Programme ITI

Team GAME OF TRAYS

NudgeFrance

Avec le soutien de :

Le constat:

Dans les restaurants français, 16 kg de nourriture sont gâchés par habitant par an, ce qui équivaut à 15 jours de repas (midi et soir) par personne chaque année. Dans le monde, 1 300 000 000 tonnes sont gâchées par an, ce qui correspond à un tiers des aliments produits chaque année. En énergie, cela équivaut à un gaspillage de 120 000 000 de tonnes de pétrole chaque année, ou un tiers de l'énergie nucléaire produite dans le monde chaque année. Au CROUS (cafétéria étudiante), 7200 tonnes sont gâchées par an.

Le challenge:

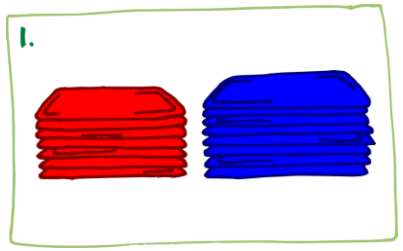
Comment faire pour que les usagers gâchent moins de nourriture pendant leur repas ?

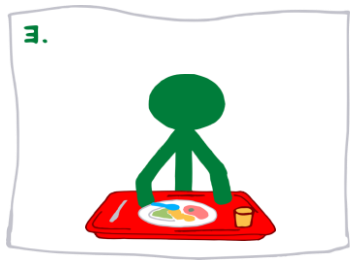
La solution:

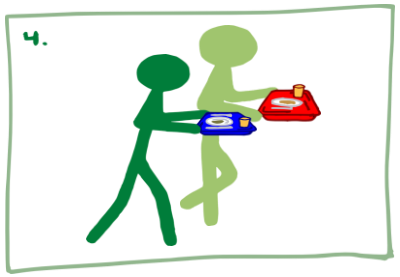
Dans la cafétéria, les usagers sont arbitrairement assignés à une équipe (bleu ou rouge). À la fin du repas, on pèse la somme de nourriture laissé sur les plateaux des deux équipes. L'équipe qui a laissé le moins de nourriture gagne. On va donc éviter de gâcher afin de pouvoir gagner le jeu.

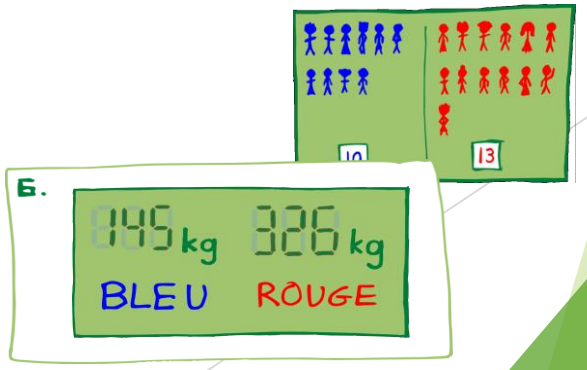
Qui pour promouvoir ce nudge ?

Le CROUS, les pouvoirs publics, les opérateurs de restauration collective









Contact équipe:

aymeric.chorlay@espci.fr

Quelques exemples supplémentaires…

NudgeFrance

Avec le soutien de :

Team Green Power

Université Paris-Sorbonne

Le nudge:

Pour encourager au recyclage des anciens appareils (plluants), à l'installation de leur nouvel ordinateur, les acheteurs voient un message leur demandant si ils ont recyclé leur ancien appareil avec comme alternative « où puis-je le faire à proximité » : un lien qui renvoie vers une carte. La formulation encourage à afficher les points de recyclage à proximité, la problématique du recyclage est plus saillante, et recycler est plus engageant grâce à la carte.

Qui pour promouvoir ce nudge ?

Marques d'ordinateurs, marques de système d'exploitation, ONG

Contact équipe: Thomas.chabrol@outlook.com

Team Tickers

AgroParisTech

Le nudge:

Pour lutter contre la surchauffe chronique de nos appartements, l'équipe propose de distribuer via les écoles un sticker thermique, réactif au seuil de température 20° : un smiley qui passe progressivement d'un état "bon" à "trop chaud" quand la température excède ce seuil et qui peut être collé dans la chambre des enfants.
Ce nudge permet de rendre plus saillante la necessité de régler le chauffage et de créer le dialogue au foyer via l'implication des enfants dans la sensibilisation de leurs parents.

Qui pour promouvoir ce nudge ?

ONG, Acteurs de l'Education, Marques de chauffage…

Contact équipe: marie.lecomte@agroparistech.fr

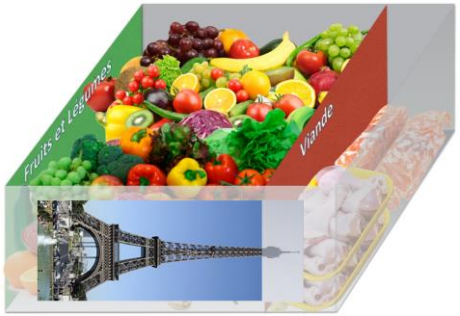
Quelques exemples supplémentaires…

NudgeFrance

Avec le soutien de :

Team Climeat

Ecole Normale Supérieure



Le nudge:

Ce nudge vise à réduire la pollution engendrée par l'agriculture animale. Le bac du réfrigérateur est divisé en deux sections, une pour les fruits et légumes, et une pour la viande. Le séparateur dans le bac est relié à une image (ici, la Tour Eiffel) : avec un calque, le ciel bleu est progressivement remplacé par un ciel gris pollué à mesure que la part du bac qui est consacrée à la viande s'étend. Ainsi, on sera tenté de réduire l'espace pour la viande, et donc d'en acheter moins.

Qui pour promouvoir ce nudge ?

Marques de réfrigérateurs, vendeurs de fruits et légumes…

Contact équipe: laura.zamfirov@hotmail.fr

Team Les fées du recyclage

IAE Gustave Eiffel

Le nudge:

Pour inciter les parents à recycler (en particulier les vètements d'enfants devenus trop petits), le nudge consiste à installer des jeux pour enfant façon personnages "méli-mélo" dans les parcs et jardins près des bacs Le Relais (où déposer les vêtements usagers/devenus trop petits), avec des pas conduisant au relais à proximité.

Qui pour promouvoir ce nudge ?

Relais, ONG, parcs …

Contact équipe: anastasia.chapotet@gmail.com

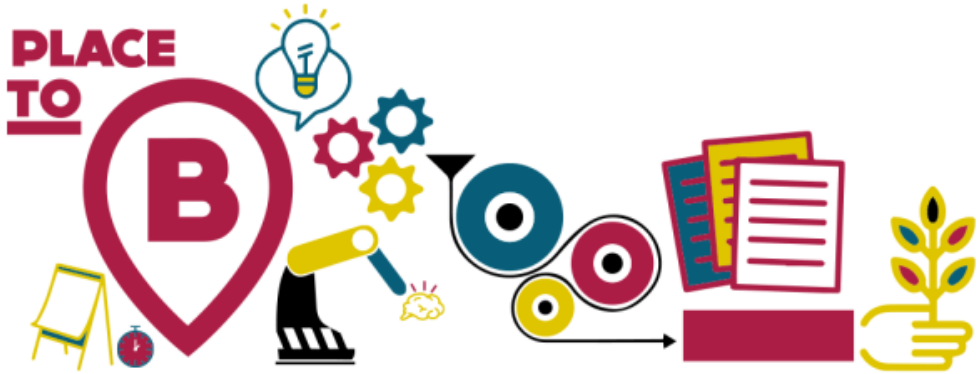
Et ce n’est que le début !

- Près de 80 équipes venues du monde entier (Canada, Inde, Etats-unis, UK, France…) vont maintenant concourir pour le challenge des meilleures vidéos Nudge ! À retrouver et liker ici à partir du 15 NOVEMBRE

https://www.facebook.com/NudgeChallenge

Remise des prix le **9 décembre matin** à PLACE TO BE (Belushi’s, 5 rue de Dunkerque) :

http://placetob-cop21paris.com/en/



Ils sont inscrits pour le 9 dec 2015 :

LONDON

MUMBAI

NudgeFrance