



INCRESP

Inciter à des comportements écologiquement responsables : une intégration des approches économiques et psychologiques

| 2010-2015

- Participants LAET : Charles Raux (responsable), Emmanuel Bougna, Amandine Chevalier
- Partenaires : Energies Demain (coordinateur), IGN, ZEN Conseil
- Financement : CLLE-LTC (coordinateur, Université de Toulouse-II), LERNA (Université de Toulouse-I)

■ Dans le cadre de ce programme de recherche exploratoire financé par l'ANR, notre objectif était de poser les bases d'une « ingénierie psycho-économique » des comportements responsables face à l'environnement, ainsi que de mettre en place une équipe de chercheurs en économie et psychologie capable de contribuer à une économie comportementale de l'environnement. Nous avons proposé trois axes de recherche principaux : 1) un programme de recherche expérimentale autour de l'influence des normes sociales et des incitations financières sur les choix pro-environnementaux dans des situations de choix réalistes (transports, alimentation) à Toulouse, 2) un programme de recherche expérimentale autour de l'influence des normes sociales et des incitations financières sur les choix de conducteurs réels placés dans des scénarios hypothétiques de transport proches de leur propre expérience à Lyon, et 3), une conférence internationale à Toulouse en octobre 2012, réunissant des économistes et des psychologues, visant à explorer les intersections entre ces deux disciplines afin d'établir de futures collaborations concernant la promotion des comportements responsables face à l'environnement. Nous avons observé que l'effet de certaines mesures économiques (taxes bonus-malus, permis d'émission etc.) s'explique au moins autant par le signal social que le signal prix, ces mesures pouvant avoir des effets paradoxaux sur le comportement se traduisant par une baisse de la motivation à adopter des comportements pro-environnementaux. Nous avons montré aussi que des informations sur le comportement des autres consommateurs dans un magasin expérimental en ligne incitaient les consommateurs à acheter davantage de produits éco-labélisés. L'affichage des informations numériques sur l'empreinte carbone des produits n'a eu d'effet que dans les conditions où le consommateur avait une aide visuelle lui permettant de visionner l'impact carbone de ses achats sur son panier. Nous avons montré aussi que des informations sur le comportement des autres dans un magasin expérimental en ligne incitaient les consommateurs à acheter davantage de produits éco-labélisés. Enfin, nous avons montré que certains « nudges » (informations sur l'impact carbone, cadrage des taxes en termes de bonus-malus, permis d'émission etc.)

influençaient les préférences des consommateurs indépendamment des effets prix dans un sondage expérimental.

Le but de l'étude transport réalisée à Lyon était d'évaluer et de comparer les impacts d'incitations économiques et psychologiques sur les préférences déclarées dans un contexte de déplacements pour les vacances. Cela a été réalisé au moyen d'expériences de choix discrets où nous avons exploré les arbitrages individuels entre le prix et la durée des déplacements, tout en faisant varier dans un contexte contrôlé différents « effets de cadrage » tels que l'information sur les émissions de CO₂, des normes sociales injonctives ou descriptives, et des incitations fiscales telles qu'une taxe carbone, un bonus-malus et des permis d'émission. Le cadrage renvoie aux manières de présenter un choix fondé initialement sur des propriétés économiques objectives (ici l'arbitrage prix-durée), qui en changeant les aspects psychologiques (information ou normes) ou économiques à travers les différentes incitations fiscales.

Publications LAET

Charles Raux, Emmanuel Bougna, Amandine Chevalier. *Mobility Choices and Climate Change: Assessing the Effects of Social Norms, Emissions Information and Economic Incentives*. 2019. Papier soumis pour publication, en révision.

Raux, C., Chevalier A., Bougna E., Hilton, D. (2015) Mobility Choices and Climate Change: Assessing Effects of Social Norms and Economic Incentives Through Discrete Choice Experiments. In *Transportation Research Board 94th Annual Meeting*, Washington DC (USA), January 11-15 2015. (*This paper has been awarded an "Honorable Mention" by the Special Task Force on a Topic Addressing Climate Change Issues, in recognition of one of the best 2015 TRB papers that addresses climate change research in either mitigation or adaptation*). Also presented at *Journées de Microéconomie Appliquée*, Montpellier, June, 4-5 2015, and at *Toulouse Conference on The Economics of Energy and Climate Change*, September 8-9 2015.

Raux, C. (2014) "Personal mobility choices and climate change: which incentives are effective?" Conference "*Climate Change and Transport*", Karlsruhe, 9-10th October 2014. Also presented at the *14th World Conference on Transport Research*, Shanghai, 10th-15th July 2016.

Principales publications issues du projet :

Croson, R., & Treich, N. (2014). Behavioral environmental economics: Promises and challenges. *Environmental and Resource Economics*, 58, 335-351. <https://doi.org/10.1007/s10640-014-9783-y>

Demarque, C. L. Charalambides, D.J. Hilton & L. Waroquier (2015). Nudging sustainable consumption : The use of descriptive norms to promote a minority behavior in an online shopping environment. *Journal of Environmental Psychology*, 43, 166-174. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2015.06.008>

Hilton, D., L. Charalambides, C. Demarque, L. Waroquier, & C. Raux (2014). A tax can nudge: The impact of an environmentally motivated bonus/malus fiscal system on transport preferences. *Journal of Economic Psychology*, 42, 17-27. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.02.007>