

ADERSE 2018

Mieux comprendre le fonctionnement des *nudges* : une recherche exploratoire

Clément CARREL

Etudiant en Master Marketing – Université Grenoble-Alpes
carrel.clement@gmail.com

Soffien BATAOUI

Attaché Temporaire d'Enseignement et de Recherche – Université Grenoble-Alpes
soffien.bataoui@univ-grenoble-alpes.fr

Jessica GERARD

Maitre de Conférences – Université Grenoble-Alpes
jessica.gerard@univ-grenoble-alpes.fr

Résumé : Les organisations doivent faire face à la gestion d'enjeux environnementaux notamment liés à la réduction du gaspillage ou encore à la valorisation des déchets. Si de nombreuses campagnes de sensibilisation existent, les résultats mitigés de ces dernières invitent les organisations à se tourner vers de nouvelles solutions. L'un des leviers peut résider dans la mise en œuvre de *nudges* (coup de pouce), dont les premiers résultats semblent ouvrir d'encourageantes perspectives. Dans cette optique, cette recherche propose de s'intéresser aux mécanismes sous-jacents, propres aux comportements des individus, permettant l'adoption (ou non) d'un comportement responsable. A dessein, nous suggérons de s'intéresser à l'imagerie mentale, l'inférence de manipulation et la préoccupation pour l'environnement.

Mots-clés : *nudge*, enjeux environnementaux, imagerie mentale, inférence de manipulation, préoccupation pour l'environnement