



Communiqué de presse

## ***Les nudges, une communication innovante pour les acteurs d'Esprit parc national***

**Suivi par 4 autres parcs nationaux français, le Parc national de la Vanoise vient de lancer les premiers *nudges* (ou « coups de pouce » en français), soit une collection inédite et unique de 17 objets humoristiques de sensibilisation.**

**Objectif : innover en matière de communication pour faciliter l'appropriation par tous, de manière ludique, des bons « éco-gestes » et inviter à la découverte de la nature.**

Cette gamme de nudges est **actuellement déployée au bénéfice des acteurs d'Esprit parc national**, la marque des parcs nationaux qui rassemble en Vanoise des produits et services créés et imaginés sur le territoire : hébergement, restauration, sorties accompagnées... ou encore miel, fromages. La mise à disposition de ces outils s'inscrit dans l'accompagnement et le partage d'expérience au sein du réseau de ces professionnels, qui bénéficient par ailleurs de divers outils (rencontres régulières, formation, livres et jeux supports de sensibilisation, promotion).

Les nudges, en associant une **bonne dose d'humour** et de bienveillance, des **matériaux de conception choisis** (bois, bâches recyclées, etc.) et de **précieux conseils**, rendent les éco-gestes naturels et sans effort.

Créée par la société Nudge Me, la gamme pour *Esprit parc national* comprend aussi bien des stickers robinets compte-gouttes, des sabliers de douche, des panneaux invitant à tester la toilette de chat, une marmotte prodiguant ses précieux conseils pour une température adaptée à la qualité du sommeil... qu'une TV virtuelle en bois qui invite à découvrir de nouveaux programmes d'activités à portée de main.

Outre **sensibiliser les visiteurs aux valeurs d'Esprit parc national** - engagement, authenticité, respect, partage et vitalité - les nudges soutiennent et valorisent l'engagement des acteurs de la marque, en mettant en avant auprès des clients leur **investissement pour la préservation des patrimoines et la promotion des territoires** d'exception des parcs nationaux.

Cette série de 17 nudges constitue actuellement à l'échelle nationale **le plus gros dispositif en nombre de nudges**. Elle témoigne aussi de la vitalité des parcs nationaux, au service d'*Esprit parc national*, et conforte leur dimension de territoires d'expérimentation.

Une approche innovante qui s'inscrit également dans le contexte d'une **évolution** importante de la **communication du Parc** national de la Vanoise, voulue plus **accueillante, invitante et participative**, en accord avec les valeurs portées par le Parc.

Avec ces « coups de pouce », l'établissement Parc veut expérimenter, suite aux attentes identifiées au cours de l'audit-médiation réalisé en 2016 avec les élus et acteurs socio-professionnels de Vanoise, des outils plus ludiques pour parler de la protection de l'environnement.



Le projet, rassemblant les parcs nationaux de Provence-Alpes Côte d'Azur (Écrins, Mercantour, Port-Cros, Calanques) et la Vanoise, a pu se concrétiser grâce à des financements de la Région Provence-Alpes Côte d'Azur, de l'État avec le Fonds National d'Aménagement et de Développement du Territoire (FNADT) et de l'Union européenne.

Propos de Céline Terryn, gardienne du refuge de la Leisse, bénéficiaire de la marque *Esprit parc national* (en cœur de Parc, Val Cenis-Termignon)

« Les nudges sont aussi des outils d'animation du refuge. Dans les toilettes sèches par exemple, les gens font l'expérience des « toilettes de l'espace » et reviennent avec le sourire et, souvent, des questions sur leur fonctionnement ! Et depuis que j'ai mis en place ce printemps, un nudge dans le dortoir je constate que les clients sont plus coopératifs et plient davantage leurs couvertures. »



## En savoir plus

### Un nudge c'est quoi ?

Le nudge véhicule un message qui invite le consommateur à un comportement vertueux pour l'environnement. Il joue sur des leviers décisionnels psycho-sociologiques comme le plaisir du jeu ou le regard des autres, qui permettent de modifier la perception du comportement demandé. Juste avant l'action, il prend par la main avec bienveillance et oriente vers le choix vertueux, en douceur et durablement sans contraindre, ni culpabiliser.

Le **nudge marketing**, ou marketing incitatif, est une discipline qui s'intéresse au comportement du consommateur. Le but est d'inciter un individu à agir d'une certaine manière, sans jamais chercher à le contraindre, « nudge » signifiant « **coup de pouce** » en français.

Cette incitation douce est le plus souvent utilisée pour orienter l'individu vers des actions d'intérêt individuel ou collectif (santé, écologie, sécurité routière, etc.). Quarante années de recherches dans ce domaine permettent aujourd'hui de mieux comprendre comment les individus prennent leurs décisions quotidiennes et identifier les facteurs qui les influencent.

Le nudge marketing constitue donc un tournant majeur dans la compréhension des leviers de changements comportementaux des individus qu'ils soient citoyens, usagers ou consommateurs et notamment dans le domaine spécifique de l'environnement (Green Nudge).

