

Pourquoi participer aux Nudge Challenges ?

4 décembre 2019 par [Karen Témoignages](#) 11 visites

Par Dr Coralie DAMAY, Directrice du Laboratoire de recherche, enseignant chercheur en Marketing

Mais que signifie « nudge » ?

Fondé sur les théories d'économie comportementale, le nudge est un mode de communication « doux », un « coup de pouce » qui vise à modifier, sans contrainte, l'architecture de choix des individus afin de les inciter à adopter un comportement vertueux, principalement dans le champ de l'écologie.

En termes pédagogiques, faire participer les étudiants à ces challenges permet de les motiver, de donner une finalité pratique à un cours parfois un peu trop technique pour les étudiants : les études qualitatives.

Déjà trois participations au Nudge Challenge

Pour la troisième année, des étudiants de l'ISC Paris participent à un challenge organisé par [Nudge France](#) et [BVA](#).

En 2016, les étudiants de la [spécialité Marketing et Relations Commerciales](#) ont pu participer au Nudge Challenge « Paris 2024 » **visant à encourager via un nudge l'adoption de gestes éco responsables dans le cadre des Jeux Olympiques**. Les meilleures idées devaient être intégrées dans le dossier de candidature de Paris pour l'obtention des Jeux Olympiques de 2024. La forte implication des étudiants nous a permis d'avoir deux équipes finalistes sur 120 participantes !



L'année dernière, avec la même spécialité, nous avons candidaté au challenge organisé en lien avec le [Ministère des Sports](#) pour favoriser l'activité physique et sportive. **Sur 100 équipes, des étudiants de l'ISC Paris ont remporté [le Prix de l'Innovation](#)** pour un nudge incitant à l'usage de Gym Ball au bureau.

Ce nudge a été développé suite à des observations réalisées dans l'incubateur de l'école et des entretiens menés sur un échantillon de convenance.

Cette année le challenge est organisé en partenariat avec [WWF « Zéro plastique dans la nature »](#) et porte sur la réduction du plastique. Les attentes dans le cadre des cours de comportement du consommateur et

d'études qualitatives ont été mutualisées par les 2 enseignants (Amélie Clauzel, enseignant chercheur en marketing à l'ISC PARIS et moi-même). Cela permet aux alternants de Master 2 de participer à ce nouveau challenge. Ces deux cours ont donc été conçus conjointement afin de garantir leur cohérence et d'en développer les synergies. Ce rendu commun aide les étudiants à faire le lien entre ces deux disciplines transverses mais généralement envisagées indépendamment, et à concrétiser des enseignements souvent perçus comme abstraits. D'un point de vue logistique, cela permet également de donner plus de temps aux étudiants pour réaliser un travail de qualité.

Intérêt pédagogique du Nudge Challenge

Le nudge repose sur des mécanismes psychologiques et sociaux, donc des mécanismes complexes. Il nécessite donc des méthodologies d'observations et de compréhension des comportements ainsi qu'un design expérimental rigoureux. Cependant, le nudge retient l'attention des étudiants par ses applications concrètes, immédiates, créatives et souvent ludiques. Alors, si en plus il s'agit d'un challenge entre écoles, nous avons tous les ingrédients nécessaires pour une forte implication de nos étudiants.

A VOS NUDGES !

L'article [Pourquoi participer aux Nudge Challenges ?](#) est apparu en premier sur [Les carnets de l'innovation pédagogique](#).

Caractérisation de l'action selon les 5 compétences DD&RS

- [Compétence collective \(communication, gouvernance, parties prenantes, solidarité, diversité..\)](#)
- [Compétence de changements \(accompagnement, innovation, adaptation...\)](#)

Voir en ligne : <https://www.innovation-pedagogique...>

Licence : Pas de licence spécifique (droits par défaut)

[Contacter l'auteur](#)