

Perception des messages incitatifs au report modal intégrés à une application de mobilité multimodale

JNMM 2020 - Le management de la mobilité digital et le MaaS

Florence Labarre
01 Juillet 2020



LABORATOIRE
AMÉNAGEMENT
ÉCONOMIE
TRANSPORTS

TRANSPORT
URBAN PLANNING
ECONOMICS
LABORATORY



BORDEAUX
MÉTROPOLE



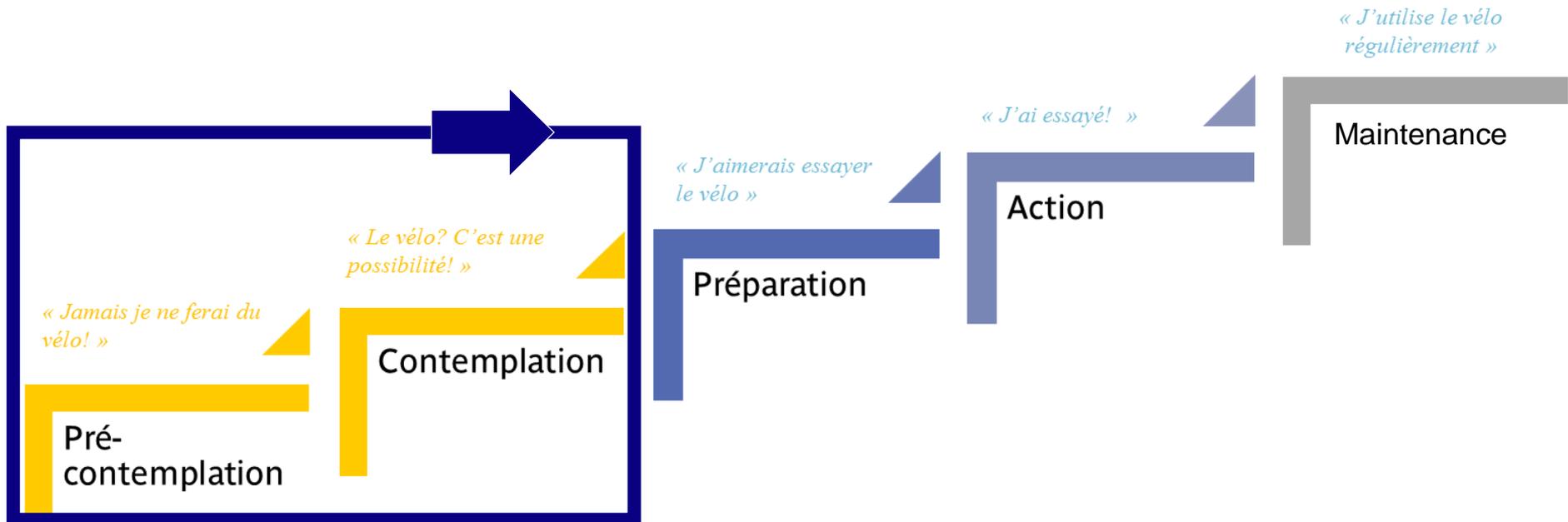
EMILY



Noisy-le-Grand
Mérignac

Public cible: Automobilistes peu favorables aux solutions alternatives

Modèle transthéorique (TTM) ou les étapes pour le changement de comportement.



Source: Adaptation du schéma RR&A Roland Ribl & Associés pour la CUS - Cerema

Action: sensibilisation aux avantages des solutions alternatives



Etude #1 : Expérimentation

Les messages incitatifs permettent-ils d'avancer dans le processus de changement de comportement ?

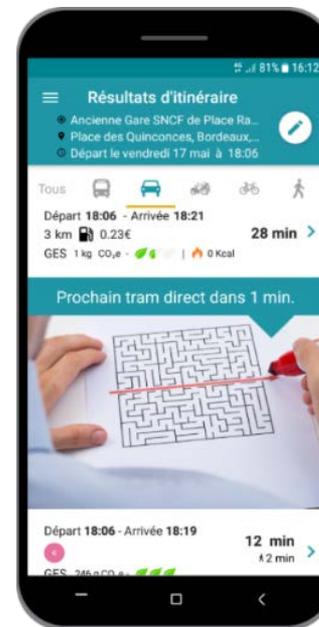
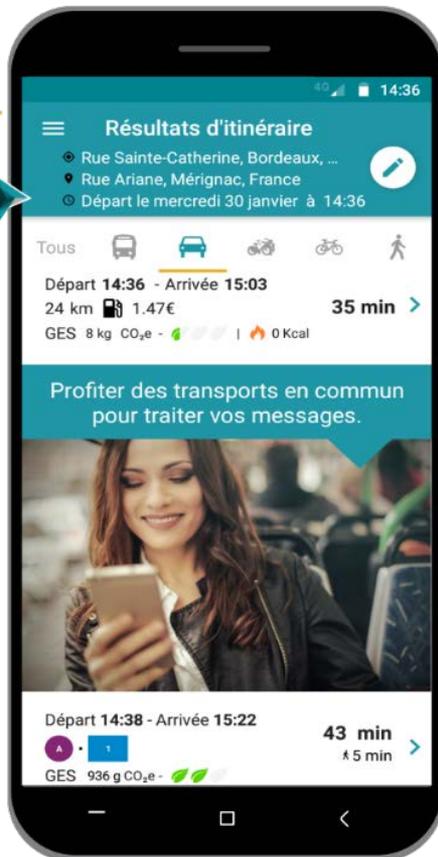
Etude #2 : Focus Group

Comment les messages sont-ils perçus ?



Composition des messages

EMILY



Résultats: Perception des messages

Message
contextualisé
=
Perception
modifiée

Etape de
changement
différente
=
Perception
différente

Contextualisation
=
Projection

Conclusion : Maîtriser la communication contextualisée

