

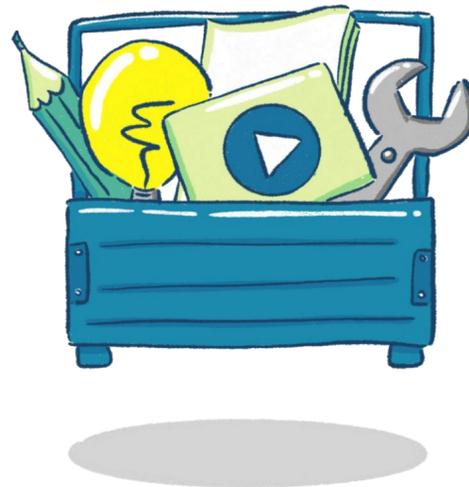


TOOLKIT D'INFORMATION





TOOLKIT D'INFORMATION



Le toolkit d'information Nudge My Tour vise à illustrer, de manière visuelle, certains des concepts clés liés à l'application de l'approche comportementale à la durabilité du tourisme. Cet outil est étroitement lié au contenu de la méthodologie de formation Nudge My Tour et est conçu pour être utilisé à la fois comme un outil de sensibilisation autonome et comme un complément au matériel pédagogique fourni dans la méthodologie.

Le toolkit est composé de 14 infographies et de 4 vidéos animées.

Plus d'infos sur www.nudgemytour.com



Co-funded by the
European Union

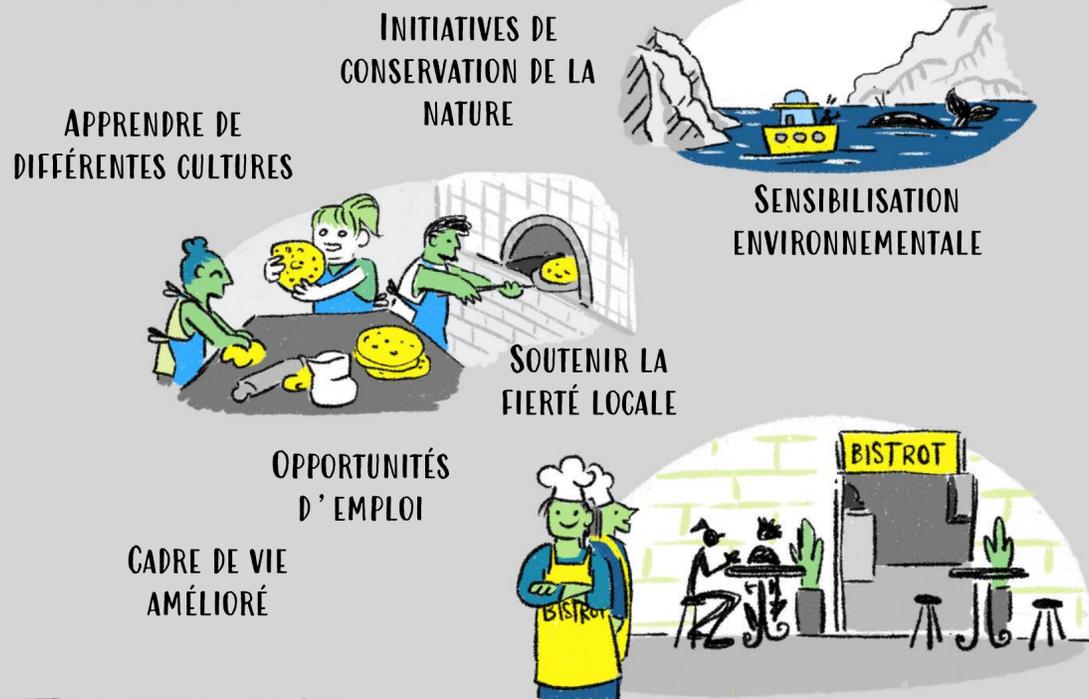
TOURISME

SELON L'ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, LE TOURISME EST UN PHÉNOMÈNE SOCIAL, CULTUREL ET ÉCONOMIQUE QUI COMPORTE LE MOUVEMENT DE PERSONNES DANS DES PAYS OU DES ENDROITS QUI SE TROUVENT EN DEHORS DE LEUR ENVIRONNEMENT HABITUEL, POUR DES MOTIFS PERSONNELS OU PROFESSIONNELS.



LE « CÔTÉ CLAIR » DU TOURISME

EXEMPLES D'IMPACTS POSITIFS

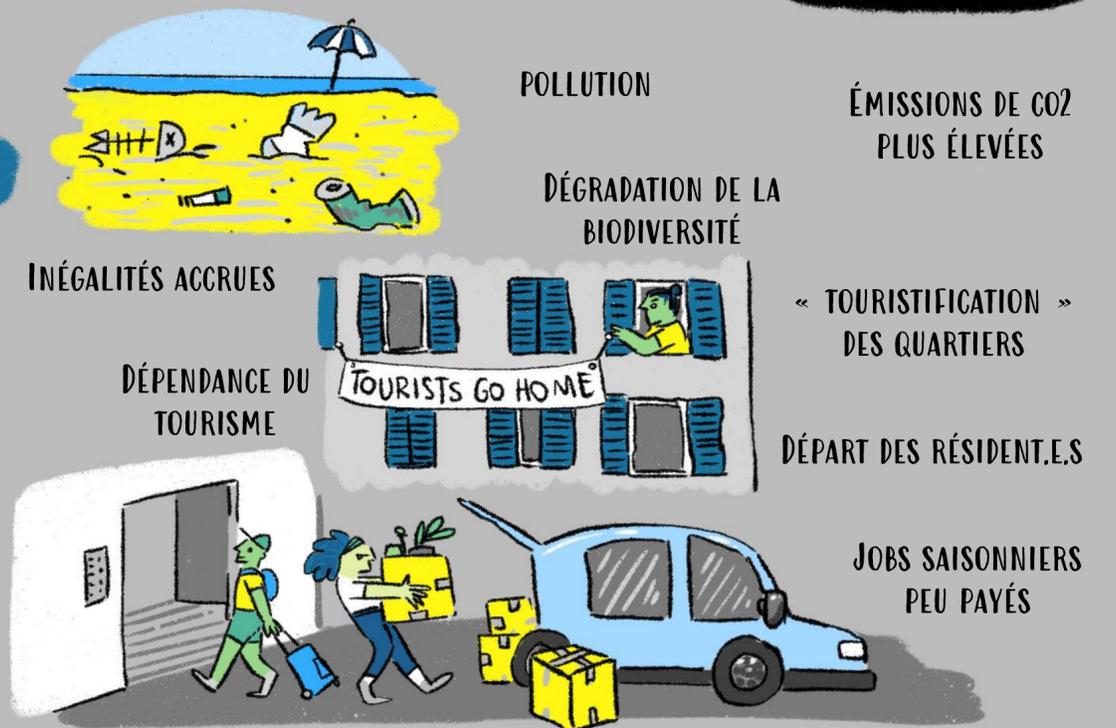


ENVIRONNEMENTAUX

SOCIAUX

ÉCONOMIQUES

EXEMPLES D'IMPACTS NÉGATIFS



LE « CÔTÉ OBSCUR » DU TOURISME

GIULIADAVID.NET

STRATÉGIES POUR SOUTENIR LA DURABILITÉ LONG-TERME DU TOURISME

LES INTERVENTIONS TRADITIONNELLEMENT MISES EN PLACE POUR PROMOUVOIR LA DURABILITÉ DU TOURISME SE BASENT SUR DEUX TYPES DE STRATÉGIES:

RÉGULATION

RÈGLES, LOIS, STANDARDS

INTERDIRE LES COMPORTEMENTS NON-DURABLES

AMENDES, PÉNALITÉS

PERSUASION

MARKETING, PROMOTIONS COMMERCIALES, INCITATIONS

MODIFIER LES OBJECTIFS ET LES SYSTÈMES DE VALEURS

RENDRE LE COMPORTEMENT DURABLE AVANTAGEUX

POLITIQUE LIÉE AU TOURISME
PLANIFICATION TOURISTIQUE
GESTION TOURISTIQUE

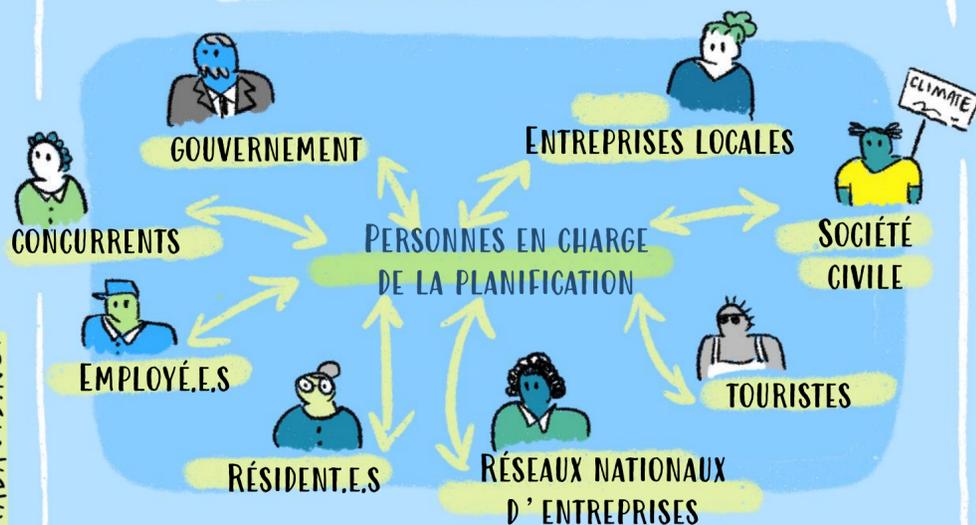
TOURISME DURABLE ?

MALGRÉ DES POLITIQUES EFFICACES ET UNE BONNE PLANIFICATION ET GESTION DU TOURISME, NOUS OBSERVONS SOUVENT LA PERSISTANCE DE COMPORTEMENTS NON-DURABLES

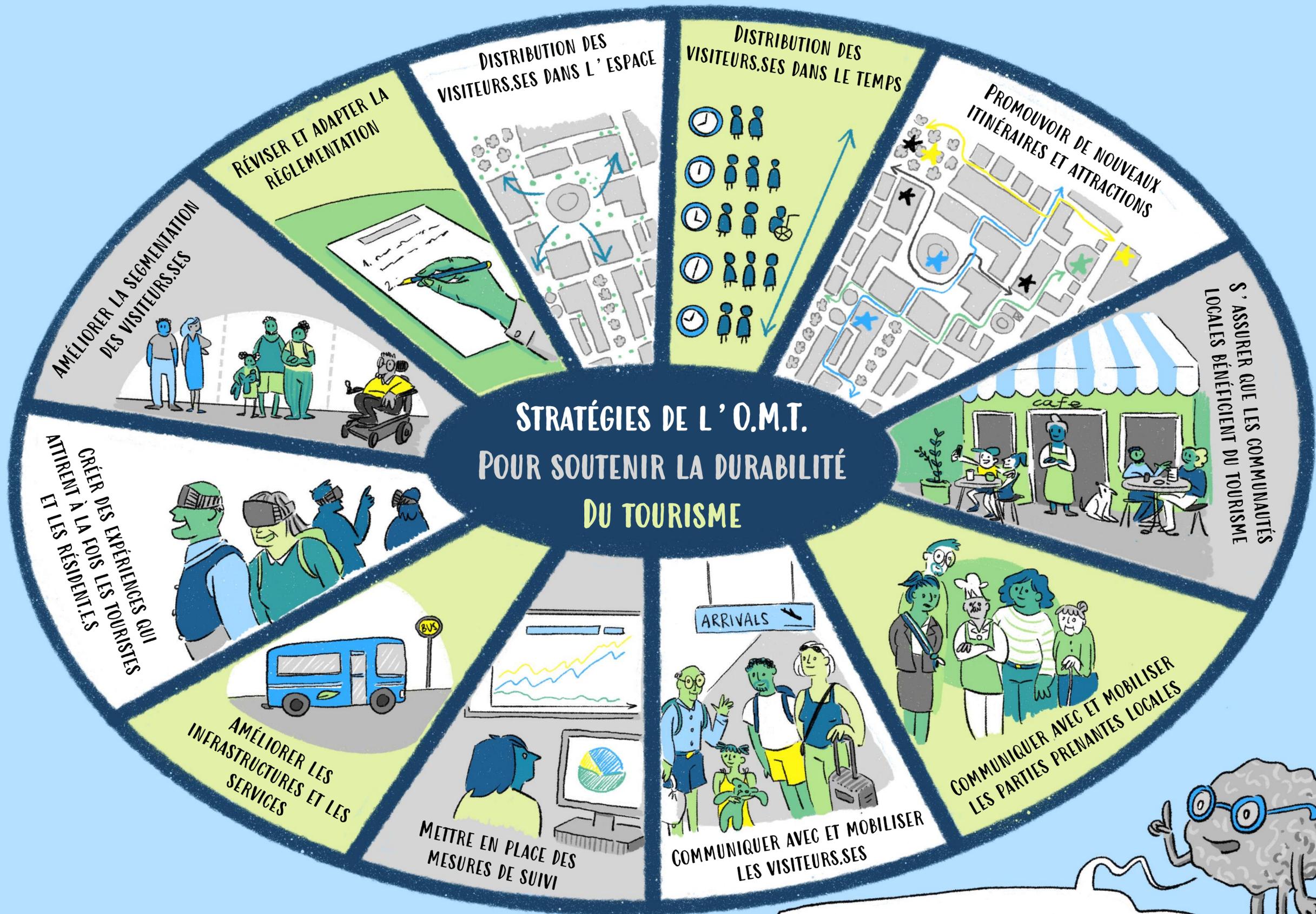
ET SI... ON ÉTAIT EN TRAIN D'OUBLIER UNE BRIQUE?

APPROCHE COMPORTEMENTALE

UNE PLANIFICATION EFFICACE EST FONDAMENTALE POUR ASSURER LA DURABILITÉ DU TOURISME



ELLE SE DÉROULE À TOUS LES NIVEAUX ET ELLE NÉCESSITE UNE BONNE COORDINATION DE TOUTES LES PARTIES PRENANTES



DERRIÈRE CHACUNE DE CES STRATÉGIES IL Y A UN (OU PLUSIEURS) PROBLÈME COMPORTEMENTAL!



LA PLANIFICATION POUR LA DURABILITÉ DU TOURISME

LES PIÈGES

LA PERSUASION ET LA RÉGLEMENTATION SONT-ELLES LES SEULES OPTIONS DISPONIBLES?

COMMENT AGIR EFFICACEMENT SUR LE COMPORTEMENT DES TOURISTES?

DANS LE TOURISME, LE DÉCIDEUR OMNISCIENT DEVRAIT ÊTRE CAPABLE DE...

ÉVALUER LES RÉSULTATS LE PLUS EFFICACEMENT POSSIBLE

ANALYSER LA SITUATION DE FAÇON OBJECTIVE

PLANIFIER TOUTES LES ACTIONS À METTRE EN ŒUVRE

MOBILISER TOUS LES ACTEURS PERTINENTS

DÉFINIR LA STRATÉGIE LA PLUS EFFICACE

COMPRENDRE LES BESOINS DE TOUS LES ACTEURS

LE COMPORTEMENT DES TOURISTES EST À TRAITER COMME UN SEUL ET MÊME SUJET



ENJEUX STRATÉGIQUES

ENTREPRISES:
INTÉRESSÉES PAR LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE MAIS AUSSI PAR D'AUTRES OBJECTIFS



TOURISTES:
EN RECHERCHE D'EXPÉRIENCES QUI RÉPONDENT À LEURS ATTENTES

RÉSIDENT.E.S
INTÉRESSÉ.E.S À LA DURABILITÉ MAIS AUSSI AUX BÉNÉFICES ÉCONOMIQUES PROVENANT DU TOURISME

TOUR-OPÉRATEURS INTERNATIONAUX
JOUENT UN RÔLE IMPORTANT ET ONT DES INTÉRÊTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

ORGANISMES DE GESTION DE DESTINATION
DÉCIDEURS POLITIQUES
DOIVENT PRENDRE EN COMPTE ET TROUVER UN ÉQUILIBRE ENTRE UN MIX D'INTÉRÊTS ET BESOINS

MODÈLE DE PLANIFICATION CLASSIQUE



VS

MODÈLE DE PLANIFICATION SENSIBLE AUX COMPORTEMENTS



LE COMPORTEMENT DES TOURISTES EST COMPOSÉ D'UNE MYRIADE DE COMPORTEMENTS INDIVIDUELS!



RATIONALITÉ LIMITÉE

QU'EST-CE QU'UNE DÉCISION?

JUGEMENT

CHOIX

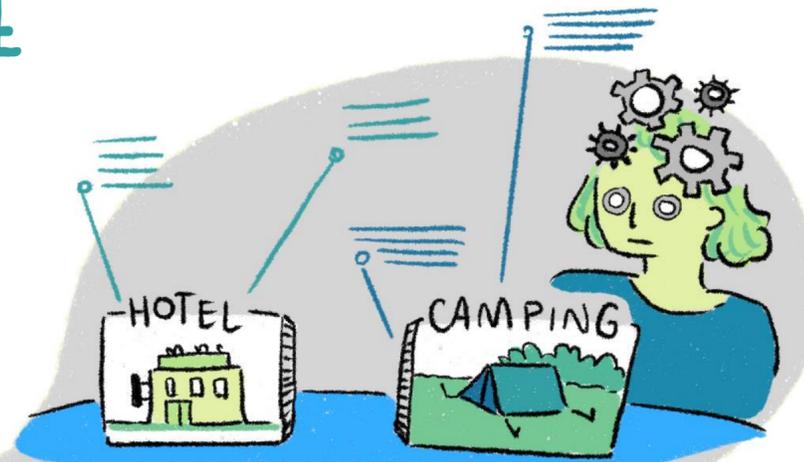


ÉVALUER LES ATTENTES, LES CONSÉQUENCES DE CHAQUE OPTION...



SÉLECTIONNER UNE OPTION

NOUS AVONS TENDANCE À CROIRE QUE LES ÊTRES HUMAINS PRENNENT TOUJOURS DES DÉCISIONS RATIONNELLES...



LE DÉCIDEUR OMNISCIENT

IDENTIFICATION DE TOUTES LES ALTERNATIVES POSSIBLES

ANTICIPATION DES CONSÉQUENCES DE CHAQUE ALTERNATIVE

ÉVALUATION COMPARATIVE DE TOUTES LES CONSÉQUENCES

L'ATTENTION HUMAINE EST LIMITÉE

LES DÉCISIONS HUMAINES SONT INFLUENCÉES PAR DES FACTEURS ENVIRONNEMENTAUX



HERBERT A. SIMON

PRIX NOBEL DE L'ÉCONOMIE (1978)

IDENTIFICATION DE TOUTES LES ALTERNATIVES POSSIBLES

ANTICIPATION DES CONSÉQUENCES DE CHAQUE ALTERNATIVE

ÉVALUATION COMPARATIVE DE TOUTES LES CONSÉQUENCES

LES HUMAINS NE CONNAISSENT PAS TOUTES LES ALTERNATIVES

LES HUMAINS NE SAVENT PAS ANTICIPER TOUTES LES CONSÉQUENCES

LES HUMAINS NE SAVENT PAS DÉFINIR LES BÉNÉFICES LIÉS À CHAQUE CONSÉQUENCE

L'AN DERNIER MON AMI A EU UNE MAUVAISE EXPÉRIENCE AU CAMPING

JE N'AI PAS LE TEMPS DE REGARDER TOUTES LES OPTIONS... JE CHOISIS L'HÔTEL

LES PHOTOS DES CHAMBRES DE L'HÔTEL SEMBLANT SYMPAS

LE DÉCIDEUR ADMINISTRATIF

IDENTIFICATION DE QUELQUES ALTERNATIVES POSSIBLES

HYPOTHÈSES SUR LES CONSÉQUENCES DES ALTERNATIVES

ÉVALUATION COMPARATIVE ET CHOIX SATISFAISANT

RATIONALITÉ LIMITÉE

RATIONALITÉ ABSOLUE



TOUTES LES ALTERNATIVES SONT CONNUES



LES CONSÉQUENCES DE CHAQUE CHOIX PEUVENT ÊTRE ANTICIPÉES



LA PERSONNE QUI PREND LA DÉCISION EST CAPABLE DE MESURER L'UTILITÉ DE CHAQUE OPTION



DÉCISION OPTIMALE

RATIONALITÉ LIMITÉE



LA CONNAISSANCE DES ALTERNATIVES EST FRAGMENTÉE



LES CONSÉQUENCES DE CHAQUE CHOIX SONT ANTICIPÉES DE FAÇON IMPARFAITE



LES PRÉFÉRENCES SONT FLOUES ET CHANGENT DANS LE TEMPS



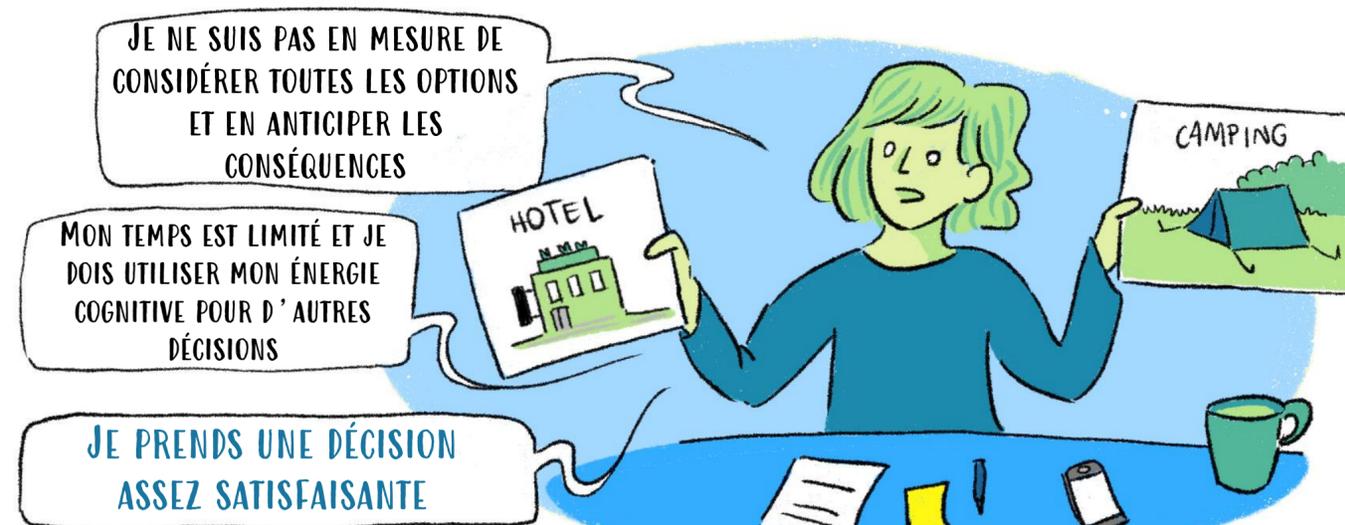
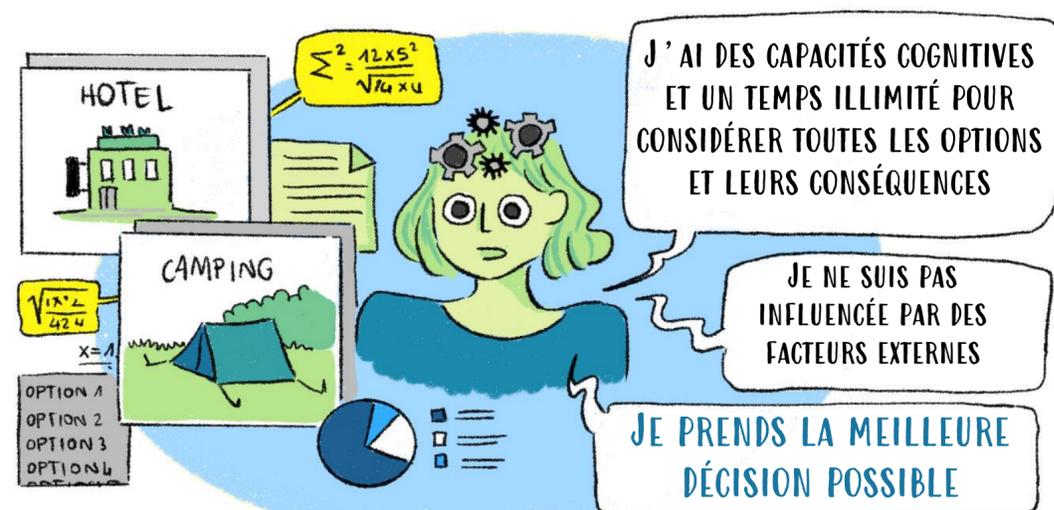
DÉCISION SATISFAISANTE

ALTERNATIVES

CONSÉQUENCES

PRÉFÉRENCES

DÉCISION



UN CERVEAU, DEUX SYSTÈMES

LA PENSÉE HUMAINE ET LA PRISE DE DÉCISION S'ARTICULENT EN DEUX SYSTÈMES:

IL EFFECTUE DES TÂCHES RELATIVES À DES COMPÉTENCES INNÉES ET QUI DEVIENNENT AUTOMATIQUES

IL EFFECTUE DES TÂCHES BASÉES SUR DES RÈGLES QUE NOUS AVONS APPRIS, ET NÉCESSITE D'UNE PENSÉE CONSCIENTE

SYSTÈME 1

SYSTÈME 2

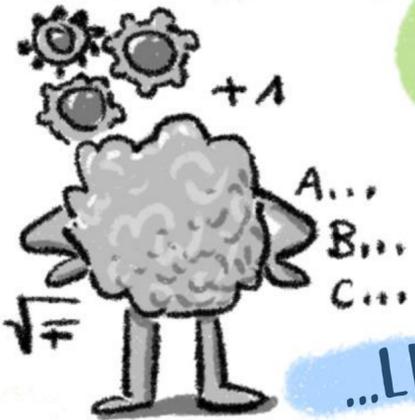
DEMANDE PEU D'EFFORT COGNITIF

DÉLIBÉRÉ ET CONSCIENT

↑ RAPIDE ET AUTOMATIQUE

2

REÂCTIONS RAPIDES
INTUITION



IL NÉCESSITE EFFORT ET ATTENTION



RATIONNEL

ÉMOTIONNEL
INFLUENCÉ PAR LES ÉMOTIONS

GOURMAND EN RESSOURCES

DECISIONS BASÉES SUR LA LOGIQUE ET LA RAISON

EFFICIENT

DEMANDE DU TEMPS

FATIGANT MENTALEMENT

IL ÉCONOMISE LE TEMPS

IL BYPASSE LA PENSÉE CONSCIENTE

! LIMITATIONS !

! LIMITATIONS !

IL PEUT MENER À DES DÉCISIONS INCORRECTES

IL PEUT ÊTRE MOINS EFFICIENT QUE LE SYSTÈME 1

IL PEUT ÊTRE SUJET À MANIPULATION

IL PEUT ÊTRE SUJET À DES LIMITATIONS COGNITIVES

EXEMPLES



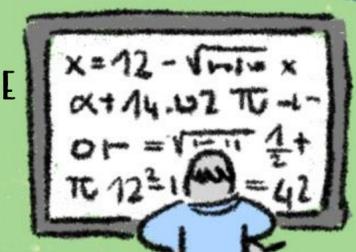
FONDER UNE OPINION SUR L'APPARENCE



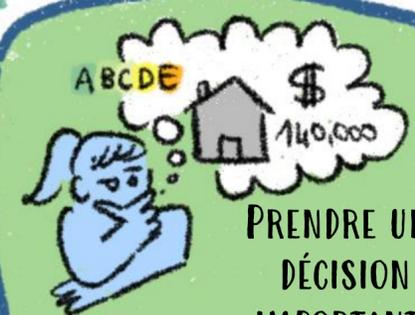
RÉAGIR À UN BRUIT SOUDAIN



RÉSOLVRE UNE ÉQUATION COMPLEXE



PRENDRE UNE DÉCISION IMPORTANTE



EXEMPLES

UN CERVEAU, DEUX SYSTÈMES

EXEMPLES DE CONFLITS ENTRE LES DEUX SYSTÈMES

DITES À VOIX HAUTE, RAPIDEMENT,
LA COULEUR DANS LAQUELLE
LE TEXTE EST ÉCRIT:

BLEU	ROUGE
VERT	BLEU
ROUGE	VERT

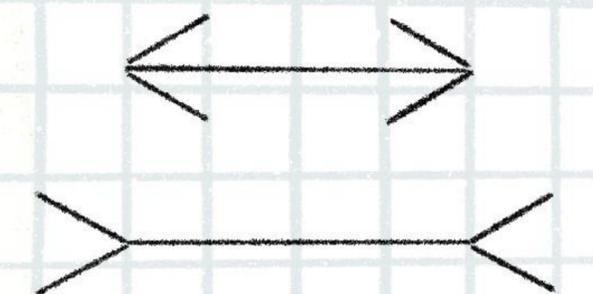
LA RÉPONSE INTUITIVE SERAIT DE
LIRE LE TEXTE...



...ALORS QUE LA TÂCHE CONSISTE À
DIRE LA COULEUR!

NOTRE SYSTÈME 2 DOIT INHIBER
LE SYSTÈME 1 POUR EFFECTUER
CETTE TÂCHE

LAQUELLE DE CES DEUX
LIGNES EST PLUS LONGUE?



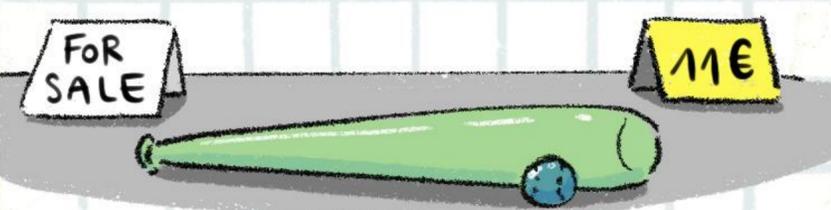
LA DEUXIÈME EST
PLUS LONGUE...

ELLES ONT LA
MÊME LONGUEUR!



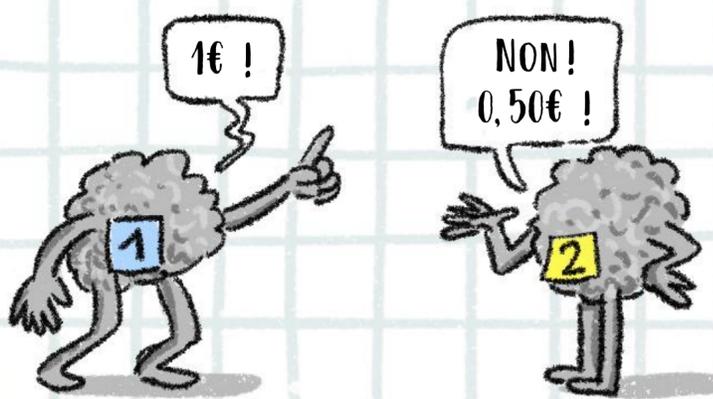
MÊME LONGUEUR

L'ÉNIGME DE LA BALLE ET
DE LA BATTE



UNE BALLE ET UNE BATTE DE
BASEBALL COÛTENT, ENSEMBLE, 11€
LA BATTE COÛTE 10€ DE PLUS
QUE LA BALLE.

COMBIEN COÛTE LA BALLE?



BONNE RÉPONSE: 0,50€ BALLE + 10,50€ BATTE = 11€
MAUVAISE RÉPONSE: 1€ BALLE + 11€ BATTE = 12€

HEURISTIQUES

LES HEURISTIQUES SONT DES RACCOURCIS MENTAUX QUE LES PERSONNES UTILISENT DE FAÇON INCONSCIENTE, AU QUOTIDIEN, AFIN DE PRENDRE RAPIDEMENT DES DÉCISIONS

ELLES SONT DIFFICILES À ÉVITER

ELLES CONTRIBUENT À NOTRE VISION SUBJECTIVE DU MONDE



ELLES PEUVENT SE PRODUIRE MÊME DANS DES SITUATIONS OÙ NOUS POURRIONS PENSER DE MANIÈRE RATIONNELLE

ELLES PEUVENT GÉNÉRER DES ERREURS DE JUGEMENT OU DE DÉCISION

BIAIS COGNITIFS

ELLES IMPACTENT NOTRE MANIÈRE D'ÉVALUER NOS CHOIX

ELLES SIMPLIFIENT DES JUGEMENTS QUI SERAIENT SINON TROP COMPLEXES / QUI PRENDRAIENT TROP DE TEMPS

QUELQUES EXEMPLES D'HEURISTIQUES:

REPRÉSENTATIVITÉ



JUGER LA PROBABILITÉ D'UN ÉVÉNEMENT EN FONCTION DE LA FACILITÉ DONT IL CORRESPOND À DES PROTOTYPES / STÉRÉOTYPES EXISTANTS DANS NOTRE TÊTE

DISPONIBILITÉ



JUGER LA PROBABILITÉ D'UN ÉVÉNEMENT EN FONCTION DU NOMBRE D'EXEMPLES DE CET ÉVÉNEMENT QUI NOUS VIENNENT À L'ESPRIT

ANCRAGE



TROP SE BASER SUR LA PREMIÈRE INFORMATION QUI NOUS EST PRÉSENTÉE LORSQU'ON PREND UNE DÉCISION OU ON FAIT UNE ESTIMATION

AFFECT



SE FIER À DES SENSATIONS OU À DES ÉMOTIONS, AU LIEU D'INFORMATIONS CONCRÈTES, LORSQU'ON PREND UNE DÉCISION

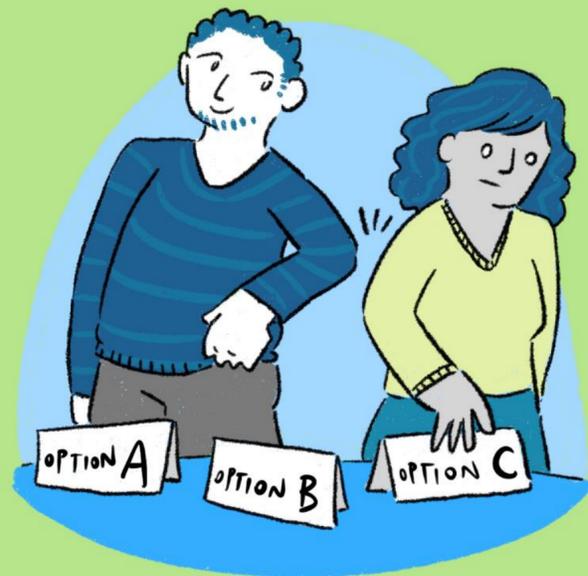
GIULIADAVID.NET

NUDGES

DÉFINITION

« UN NUDGE EST TOUT ASPECT DE L'ARCHITECTURE DU CHOIX QUI MODIFIE DE FAÇON PRÉVISIBLE LE COMPORTEMENT DES GENS SANS INTERDIRE AUCUNE OPTION OU MODIFIER DE FAÇON SIGNIFICATIVE LES INCITATIONS FINANCIÈRES. POUR ÊTRE CONSIDÉRÉE COMME UN SIMPLE NUDGE, L'INTERVENTION DOIT POUVOIR ÊTRE ÉVITÉE FACILEMENT ET À MOINDRES FRAIS. LES NUDGES N'ONT AUCUN CARACTÈRE CONTRAIGNANT »
 THALER & SUNSTEIN, 2008

ORIENTER DES INDIVIDUS VERS UNE ACTION DÉSIRÉE SANS LIMITER LA LIBERTÉ DE CHOIX



LES AUTRES OPTIONS DE NOURRITURE NE SONT PAS RETIRÉES

LE NUDGE EST CONÇU EN SE BASANT SUR LA CONNAISSANCE DES BIAIS COGNITIFS

DANS CE CAS:

BIAIS DE STATUS QUO

BIAIS DE SAILLANCE

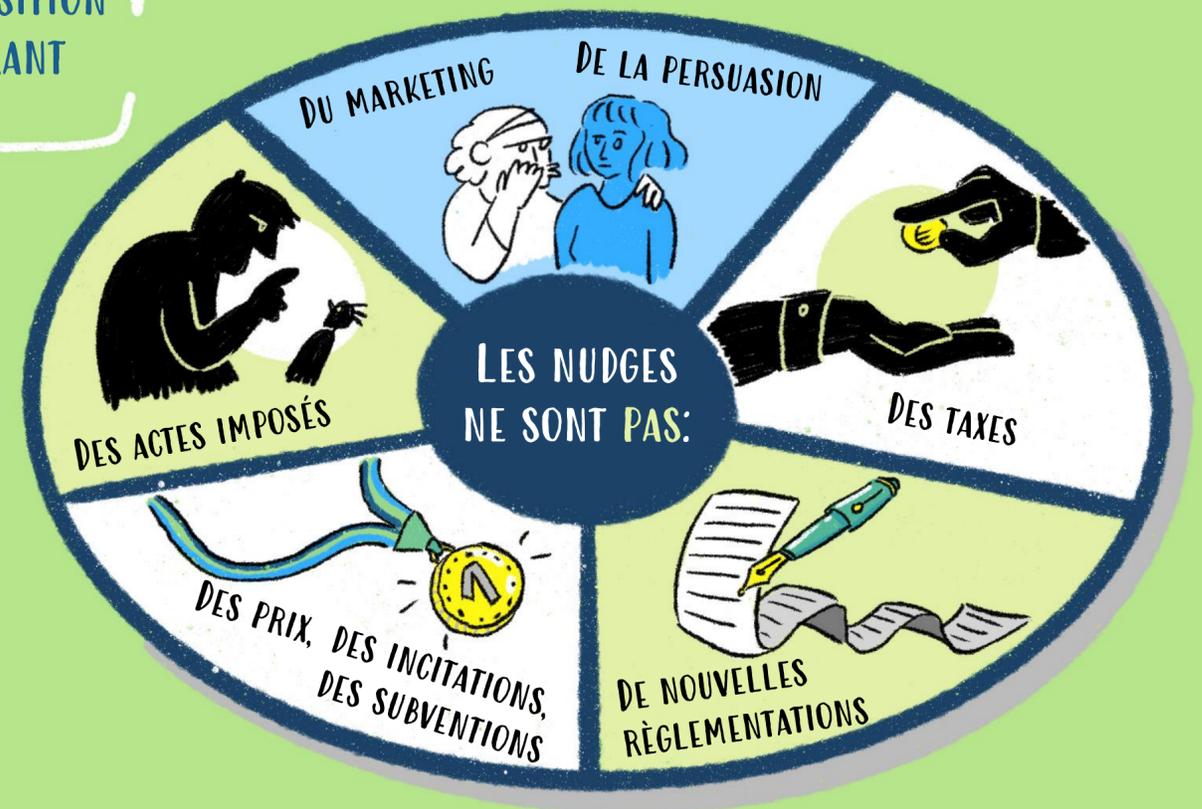
RESTER SUR LA SITUATION ACTUELLE

SE CONCENTRER SUR LES OBJETS LES PLUS APPARENTS

PAR EXEMPLE: POSITIONNER LES FRUITS ET LE JUS FRAIS EN PREMIÈRE POSITION DANS LE BUFFET D'UN RESTAURANT

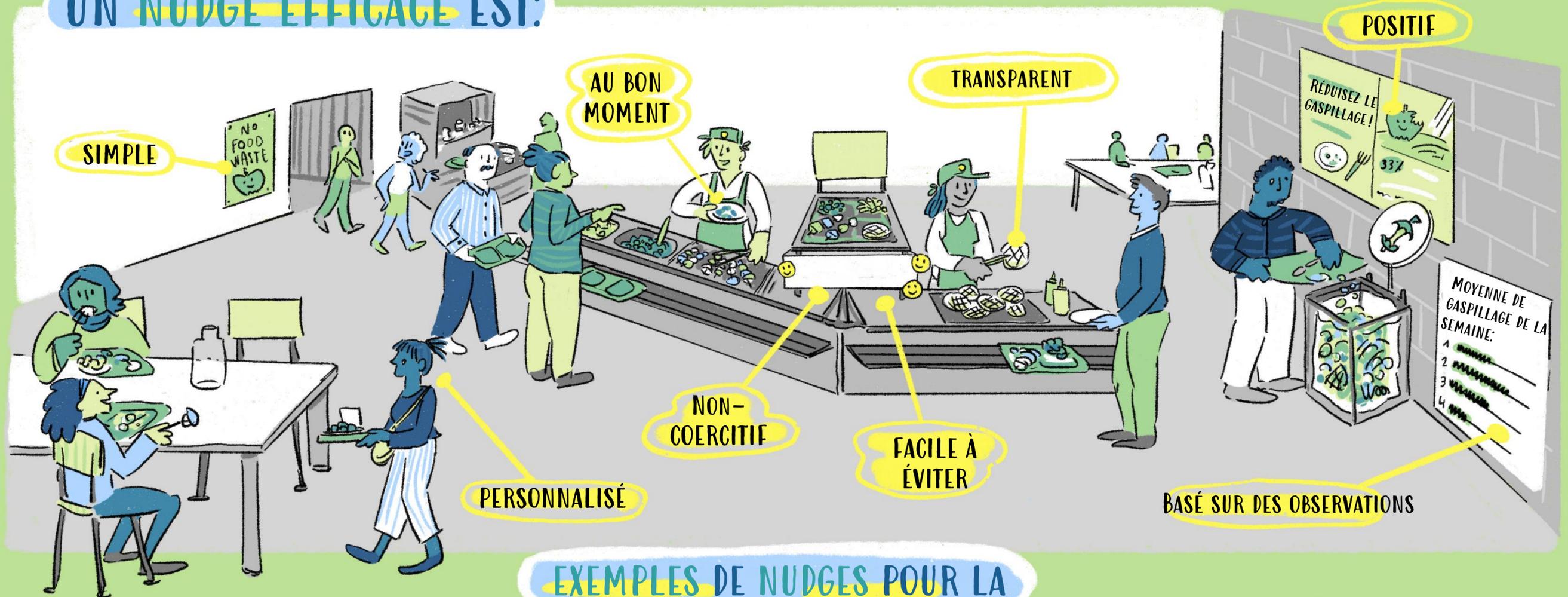
LES NUDGES SONT BASÉS SUR LES CONNAISSANCES PROVENANT DES SCIENCES COMPORTEMENTALES

UN DOMAINE D'ÉTUDES QUI EXPLORE LES FACTEURS PSYCHOLOGIQUES, SOCIAUX ET ÉMOTIONNELS QUI INFLUENCENT LA PRISE DE DÉCISION CHEZ LES ÊTRES HUMAINS



NUDGES

UN NUDGE EFFICACE EST:

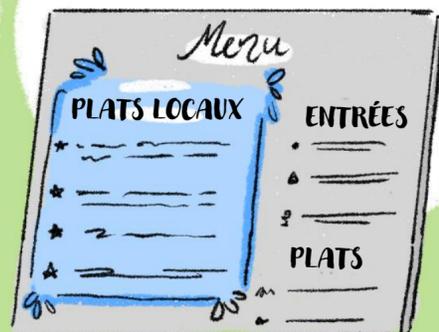


EXEMPLES DE NUDGES POUR LA DURABILITÉ DU TOURISME

RENDRE L'OPTION DURABLE CELLE PAR DEFAULT



RENDRE L'OPTION DURABLE FACILE À CHOISIR



MONTRER LES NORMES SOCIALES

75% des hôtes réutilisent leur serviette



RAPPELS



FEEDBACK SUR L'IMPACT DE CHOIX PASSÉS



GIULIADAVID.NET

CONCEVOIR ET TESTER UN NUDGE: LA MÉTHODE BASIC®

LES SCIENCES COMPORTEMENTALES PERMETTENT DE TRAVAILLER SUR CE QUI DÉTERMINE LE COMPORTEMENT HUMAIN ET LA PRISE DE DÉCISION

IL EXISTE PLUSIEURS MÉTHODES PERMETTANT D'APPLIQUER LES SCIENCES COMPORTEMENTALES À L'ANALYSE D'UN PROBLÈME ET À LA DÉFINITION D'UNE SOLUTION

LA MÉTHODE BASIC® INCLUT UN ENSEMBLE D'OUTILS, TECHNIQUES ET LIGNES DIRECTRICES POUR APPLIQUER LES SCIENCES COMPORTEMENTALES AUX POLITIQUES PUBLIQUES

B

BEHAVIOUR

COMPORTEMENT

IDENTIFIER UN PROBLÈME COMPORTEMENTAL



- QUI ACCOMPLIT L' ACTION ?
- QUE FONT CES PERSONNES ?
- QU' EST-CE QUE NOUS VOULONS QU' ELLES FASSENT À LA PLACE ?
- OÙ ET QUAND SE DÉROULE CETTE ACTION ?

A

ANALYSIS

ANALYSE

IDENTIFIER LES FACTEURS COGNITIFS ET PSYCHOLOGIQUES QUI CAUSENT LE COMPORTEMENT CIBLÉ



- POURQUOI LE PROBLÈME COMPORTEMENTAL EXISTE ?

S

STRATEGY

STRATÉGIE

IDENTIFIER UNE (DES) STRATÉGIE (S) COMPORTEMENTALE (S) POUR MODIFIER LE COMPORTEMENT CIBLÉ



- COMMENT POUVONS-NOUS RÉSOUDRE LE PROBLÈME ?

I

INTERVENTION

INTERVENTION

TESTER LA SOLUTION POUR VÉRIFIER SI ELLE EST EFFICACE OU PAS



- EST-CE QUE LA STRATÉGIE FONCTIONNE ?

C

CHANGE

CHANGEMENT

PENSER AUX IMPLICATIONS À LONG TERME



- COMMENT METTRE À L' ÉCHELLE LA STRATÉGIE COMPORTEMENTALE (SI ELLE A FONCTIONNÉ) ?
- COMMENT APPRENDRE DE CE QUI A FONCTIONNÉ / PAS FONCTIONNÉ ?



RENFORCER LES CAPACITÉS DU SECTEUR TOURISTIQUE SUR LES SCIENCES COMPORTEMENTALES ET LE NUDGE

RENFORCER LES CAPACITÉS SUR LE NUDGE ET LES SCIENCES COMPORTEMENTALES:

CELA SIGNIFIE RENFORCER LA CAPACITÉ DES GESTIONNAIRES DE DESTINATION ET DÉCIDEURS À...



...CONCEVOIR UN ENVIRONNEMENT QUI PUISSE IMPACTER L'EXPÉRIENCE INDIVIDUELLE DU/DE LA TOURISTE



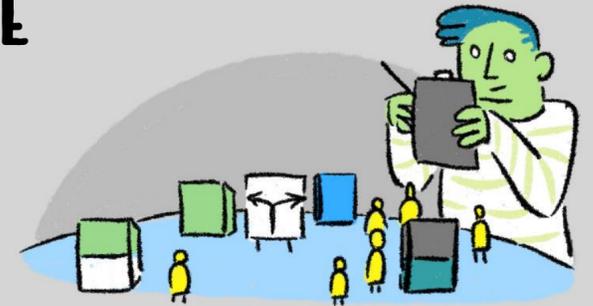
...GUIDER LE COMPORTEMENT DES TOURISTES VERS DES CHOIX DURABLES



...DÉTECTER ET ANTICIPER LES COMPORTEMENTS NON-DURABLES ET LEURS IMPACTS



...SE DOCUMENTER ET SE FORMER À L'APPROCHE COMPORTEMENTALE



...ÉVALUER L'IMPACT D'UN NUDGE SUR LE MOYEN ET LONG TERME

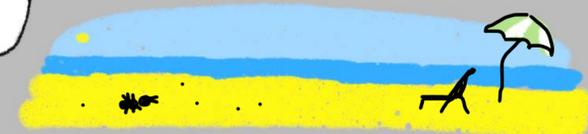
LA PERTINENCE DE L'ENVIRONNEMENT OÙ SE DÉROULE LE CHOIX



H. SIMON

L'HISTOIRE DE LA FOURMI SUR LA PLAGE

IMAGINEZ UNE FOURMI QUI MARCHE SUR UNE PLAGE:



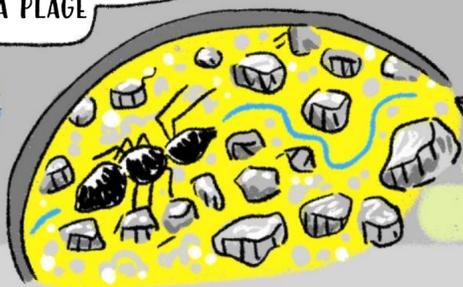
DISONS QUE VOUS VOULEZ COMPRENDRE LE PARCOURS DE LA FOURMI.



SON PARCOURS SEMBLE COMPLEXE, IRRÉGULIER, DIFFICILE À DÉCRIRE

VOUS NE POUVEZ PAS COMPRENDRE LE COMPORTEMENT DE LA FOURMI JUSTE EN OBSERVANT L'INSECTE

SI ON REGARDE DE PLUS PRÈS, ON VOIT LA FORME DE LA SURFACE DE LA PLAGE

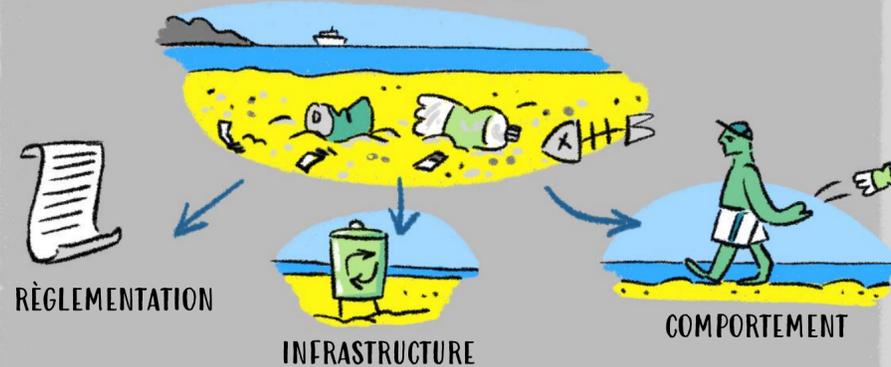


LE PARCOURS DE LA FOURMI EST BEAUCOUP PLUS CLAIR!

L'ENVIRONNEMENT FAÇONNE ET INFLUENCE LE COMPORTEMENT

LA PERTINENCE DE L'APPROCHE COMPORTEMENTALE

APPLIQUER L'APPROCHE COMPORTEMENTALE SIGNIFIE RECONNAÎTRE QU'IL Y A TOUJOURS UN PROBLÈME COMPORTEMENTAL DERRIÈRE UN PROBLÈME QUE NOUS SOUHAITONS RÉSOUDRE



CECI PEUT SE TRADUIRE PAR...

...CONCEVOIR, TESTER ET ÉVALUER UN NUDGE

...INTÉGRER L'APPROCHE COMPORTEMENTALE DANS NOS OUTILS ET POLITIQUES

TROIS NIVEAUX POUR DÉVELOPPER LES CAPACITÉS DANS LE TOURISME

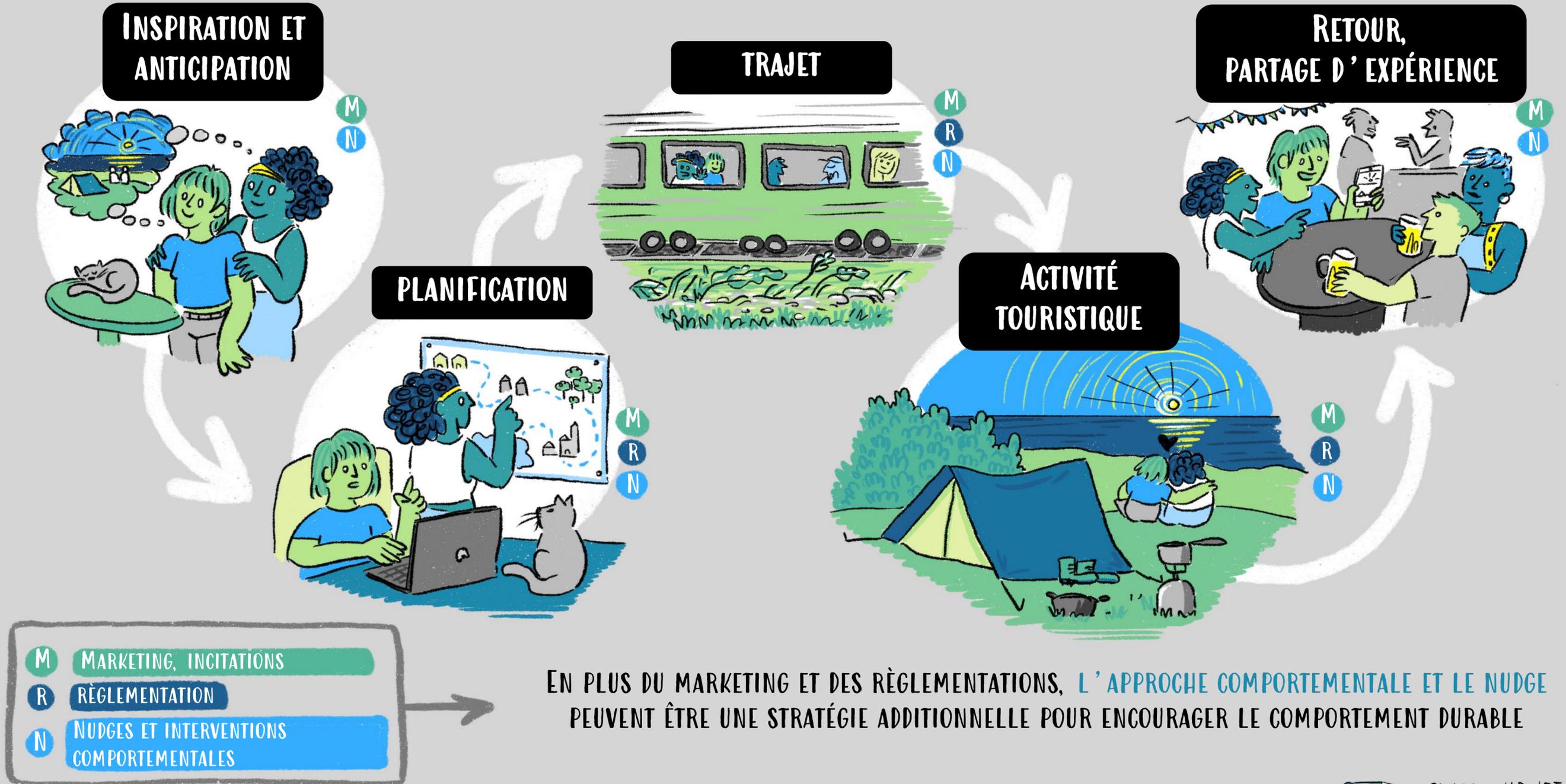


GIULIADAVID.NET

RENFORCER LES CAPACITÉS DU SECTEUR TOURISTIQUE SUR LES SCIENCES COMPORTEMENTALES ET LE NUDGE

À CHAQUE ÉTAPE DU PARCOURS DU TOURISTE IL Y A DES DÉCISIONS QUI ONT UN IMPACT SUR LA DURABILITÉ DE SON VOYAGE

CES DÉCISIONS SONT PRISES PAR LES TOURISTES, MAIS ELLES PEUVENT ÊTRE INFLUENCÉES PAR LE/LA GESTIONNAIRE DE DESTINATION, LE/LA PROFESSIONNEL/LE DU TOURISME OU LES PERSONNES EN CHARGE DES POLITIQUES PUBLIQUES.



GIULIADAVID.NET



Bibliographie

Brandão F., Breda Z., Costa R., Costa C. (Eds.), 2020, *Handbook of research on the role of tourism in achieving sustainable development goals*, IGI Global.

Butler R.W., Dodds R., 2022, Overcoming overtourism: a review of failure, *Tourism Review*.

Dwyer L., Edwards D., Mistilis N., Roman C., Scott N., 2009, Destination and enterprise management for a tourism future, *Tourism Management*.

Ewert B., Loer K., Thomann E., 2021, Beyond nudge: advancing the state-of-the-art of behavioural public policy and administration, *Policy & Politics*.

Hall M., 2019, Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism, *Journal of sustainable tourism*.

Kahneman D., 2011, *Thinking, fast and slow*, Macmillan.

Kahneman, 2002, *Maps of bounded rationality*, Nobel lecture.

OECD, 2019, *Tools and Ethics for Applied Behavioural Insights: The BASIC Toolkit*, OECD Publishing.

Scheyven R., Cheer J.M., 2021, Tourism, the SDGs and partnerships, *Journal of sustainable tourism*.

Simon H.A., 1947, *Administrative behavior*, Macmillan.

Souza-Neto V., Marques O., Mayer V.F., Lohmann G., 2022, Lowering the harm of tourist activities: A systematic literature review on nudges, *Journal of Sustainable Tourism*.

Thaler R.H., 2017, *From cashews to nudges: The evolution of behavioral economics*, Nobel Lecture.

Thaler R.H., Sunstein C.R., 2021, *Nudge. The final Edition*, Penguin Books.

Tversky A., Kahneman D., 1974, Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*.

Tversky A., Kahneman D., 1981, The framing of decisions and the psychology of choice, *Science*.

UNWTO, 2018, *'Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth Beyond Perceptions*. Volume 1.

UNWTO, 2019, *'Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth Beyond Perceptions*. Volume 2: Case Studies.



Co-funded by the
European Union



À PROPOS DE NUDGE MY TOUR

Nudge My Tour est un projet de coopération européenne qui explore l'application des sciences comportementales à la gestion des flux touristiques et à la planification, la gestion et la promotion d'une destination, d'une expérience ou d'un itinéraire touristique.

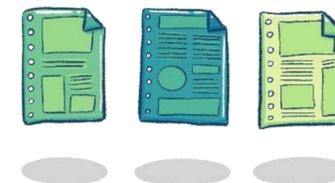
Cofinancé par le programme Erasmus+, il vise à développer et à tester des outils de formation et de sensibilisation aux sciences comportementales et aux nudges appliqués au tourisme, à l'intention des professionnels du tourisme et des décideurs actuels et futurs.



Une méthodologie de formation destinée aux professionnels actuels et futurs de la planification du tourisme et de la gestion des destinations



Un toolkit d'information pour illustrer ce que sont les sciences comportementales et comment elles peuvent être appliquées au tourisme.



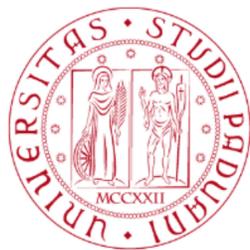
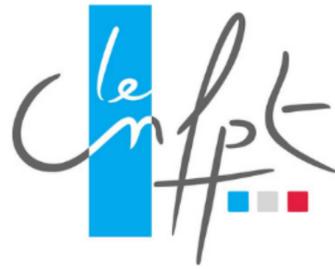
Une compilation de nudges et d'autres mesures comportementales appliquées aux questions de durabilité dans le tourisme et au-delà





À PROPOS DE NUDGE MY TOUR

Nudge My Tour implique 7 partenaires provenant de 5 pays européens.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTER FOR ADVANCED STUDIES IN TOURISM



Co-funded by the
European Union



www.nudgemytour.com

