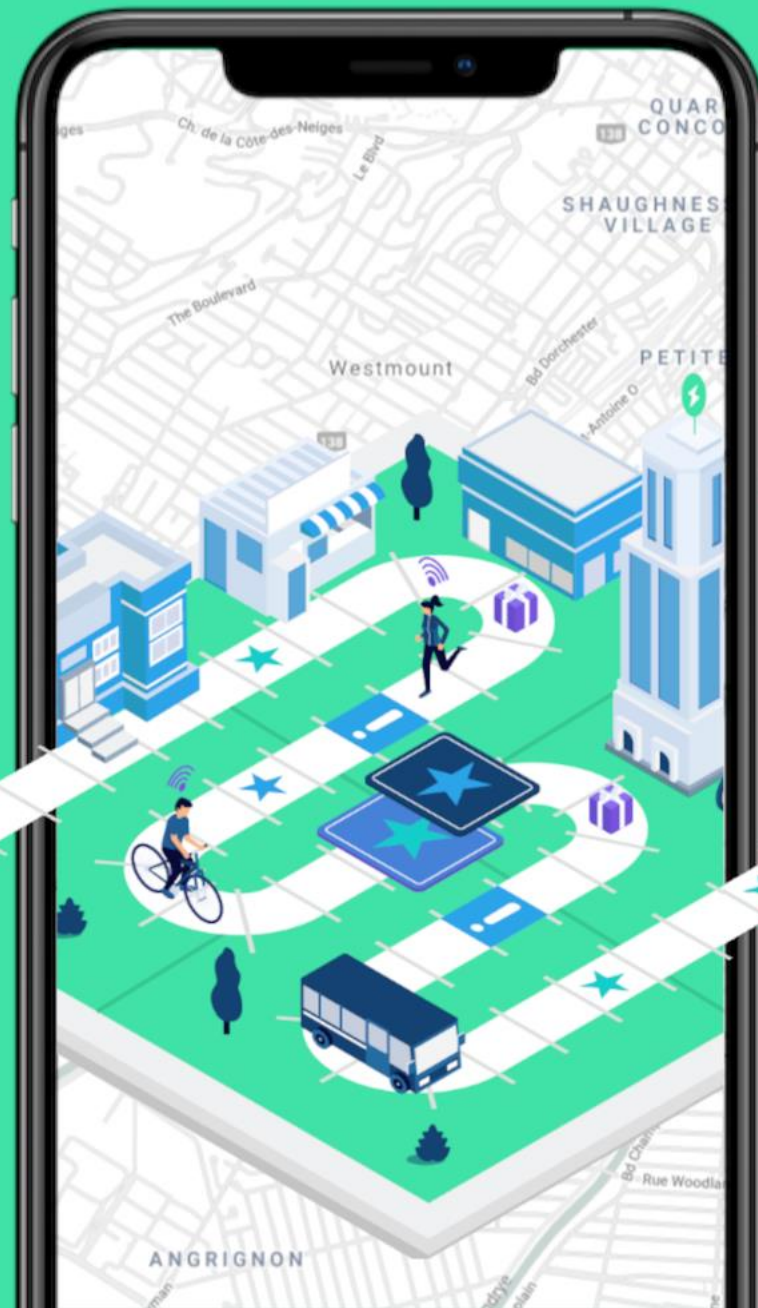




Faire de la mobilité durable un jeu de société



QU'EST-CE QUE GREENPLAY?

Mission

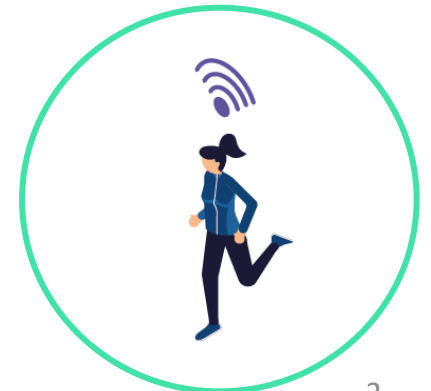
Inspirer les communautés à adopter des comportements en faveur du développement durable à l'aide d'une technologie innovante

Valeurs

Qualité, Entraide, Simplicité, Transparence

Objectif principal

Concrétiser l'effet des déplacements quotidiens sur l'environnement et donner aux communautés les outils pour se mobiliser dans l'atteinte d'un objectif commun de réduction des émissions de gaz à effet de serre et d'amélioration du bien-être



PROBLÉMATIQUE

Le bon timing



Volonté croissante de réduire ses GES et favoriser l'utilisateur du Transport en commun



Manque de connaissances sur les bons gestes à poser



Enjeux de mobilisation, rétention et engagement des employés



Entreprises en tant que bons citoyens corporatifs



La pandémie et diminution de l'achat local

PROBLÉMATIQUE post-pandémie

Villes et sociétés de transport

Entreprises



Gagner ou regagner la confiance des citoyens

Utilisation des infrastructures sportives, communautaires et de loisir

Utilisation du transport en commun



Obtenir des données de déplacements

Données contextuelles en fonction de l'utilité de transport

En évitant les contacts rapprochés



Horaire Flexible télétravail

Capacité du bureau et reprise des activités

Favoriser le retour quand les employés souhaitent



Effets négatifs de l'utilisation de l'auto-solo

Stress, retards, fatigue, etc.

Retour aux mauvaises habitudes

SOLUTION

Diminution de la dépendance à l'automobile



Changements de comportement de mobilité

UNE des solutions est...

LA LUDIFICATION

Travaux du chantier de l'auto solo

<https://www.flipsnack.com/jalonmagazine/chantier-auto-solo-synth-se-des-connaissances.html>



La ludification

C'EST QUOI, LA LUDIFICATION?

Selon l'Office québécois de
la langue française

Application des mécaniques propres aux jeux, notamment aux jeux vidéo, à diverses disciplines telles la publicité, la commercialisation ou l'éducation, pour inciter de façon ludique les utilisateurs à adopter un comportement souhaité.

Ludification = *Gamification*

THÉORIES DERRIÈRE LA LUDIFICATION

Théorie de
l'autodétermination

Game thinking

Pyramide de
Maslow

4 keys 2 fun

Modèle RAMP

EXEMPLES DE LUDIFICATION

Exemple de ludification
pour enfant



Exemple de ludification
pour adulte



Relation
Autonomie
Maîtrise
Purpose (but)

LUDIFICATION ET MOTIVATION

Motivation extrinsèque

RÉCOMPENSES

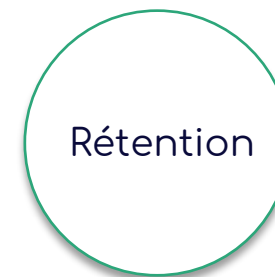


Attire les participants potentiels vers l'initiative proposée

N'est pas considéré idéal comme stratégie de rétention

Motivation Intrinsèque

LE MODÈLE RAMP



Favorise une meilleure participation aux initiatives proposées

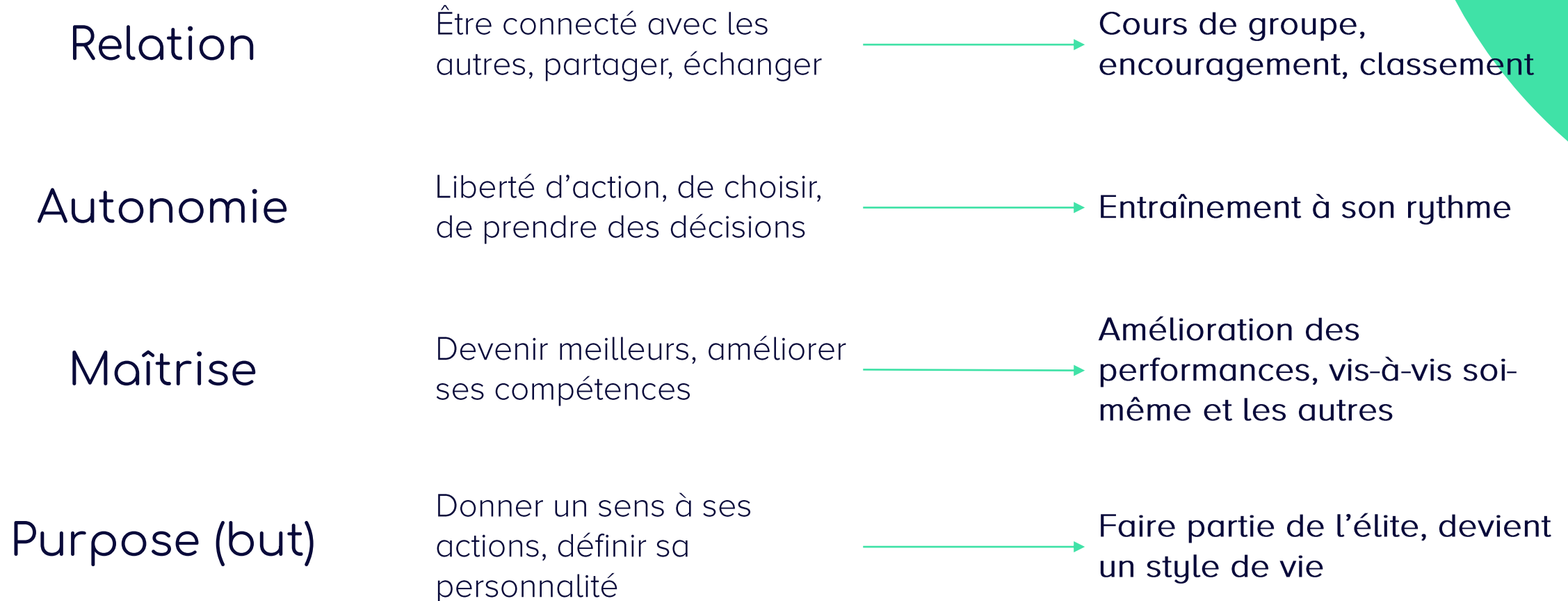
N'est pas considéré idéal comme stratégie d'attraction





LE MODÈLE RAMP

Motivation intrinsèque



RÉCOMPENSES

Renforcement
positif

Récompenser l'utilisation
d'un transport actif ou
collectif



Un participant marche
pour aller à l'épicerie

Renforcement
Négatif

Récompenser le
remplacement de
l'auto solo



Un participant prend l'autobus
pour un trajet habituellement
fait en auto solo

Renforcement
intermittent

Récompenser de manière
plus ou moins aléatoire



Une promotion
spontané qui a pour
effet de doubler les
points collectés

Aversion à la perte

Donner un incitatif
d'adhésion au
participant

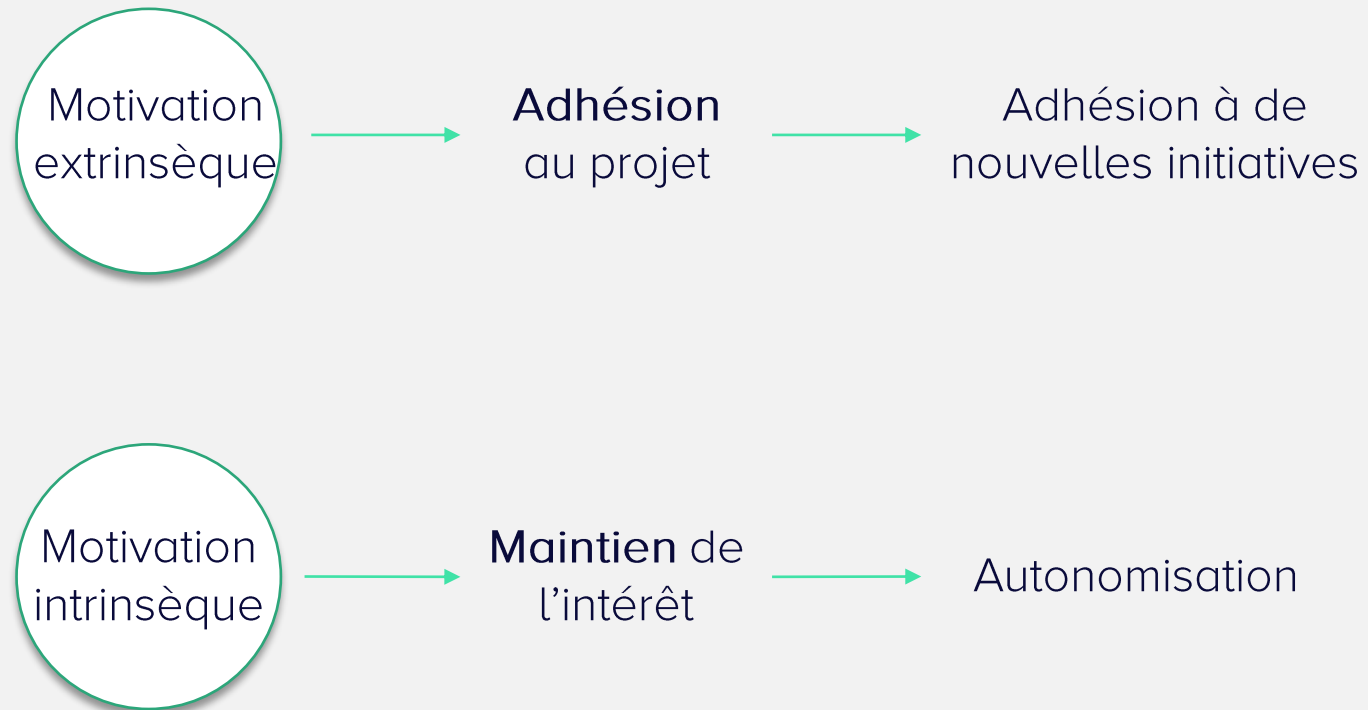


Obtiens un rabais sur
ta location bixi si tu
participes au projet
pendant 10 jours

STRATÉGIE



Stratégie de Ludification : Allier les deux types de motivation





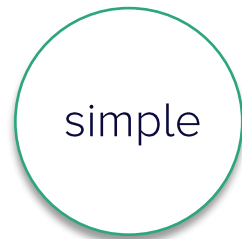
Ludification et mobilité durable

LUDIFICATION ET TECHNOLOGIE

Avec la ludification, une initiatives reste un jeu. Elle est...



Notifications



Détection automatique
des déplacements



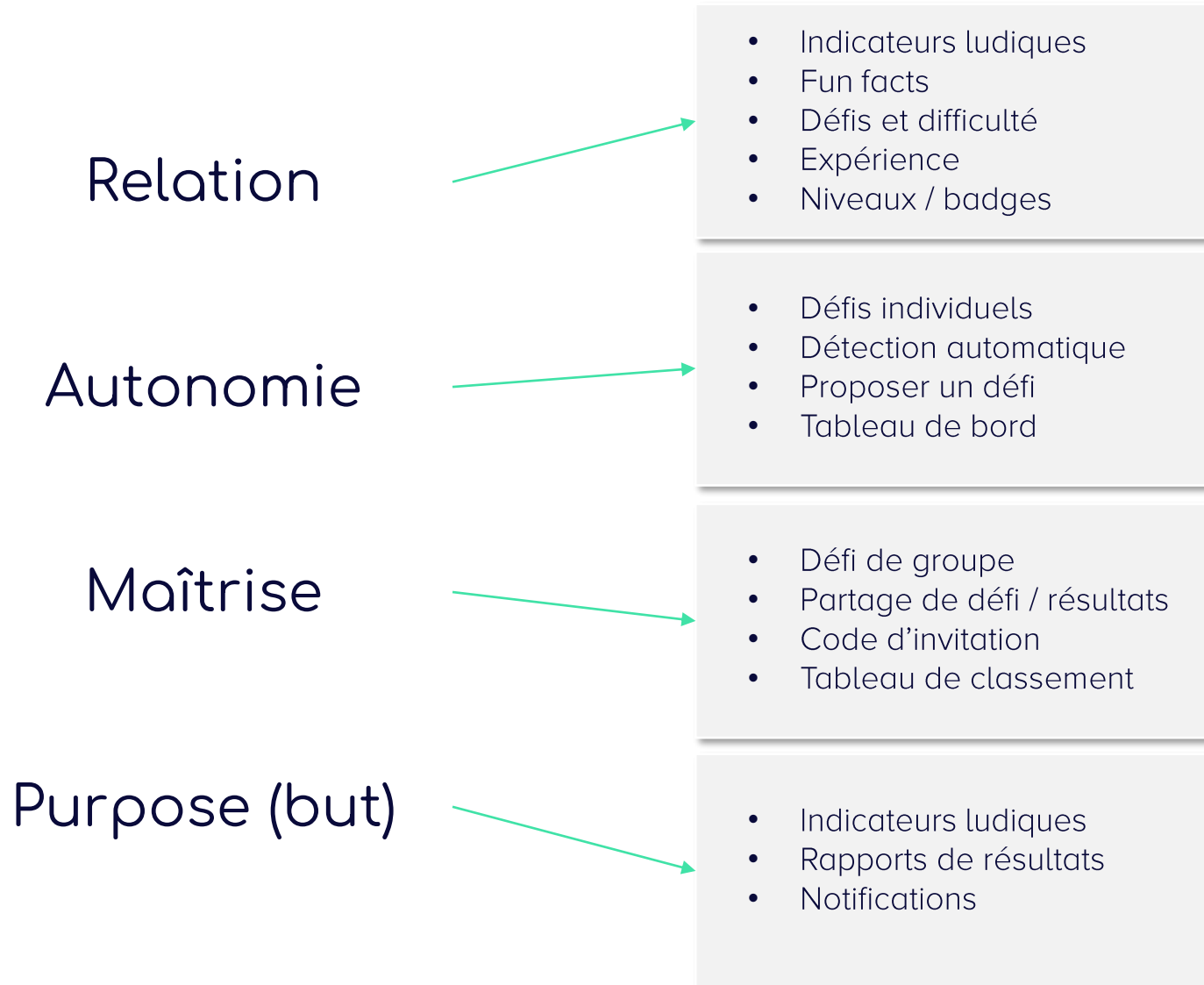
En accord avec les
valeurs de l'utilisateur



Ciblées

Les technologies mobiles viennent
faciliter les initiatives de ludification

LUDIFICATION ET TECHNOLOGIE



- Défis et campagnes
- Classement et progrès
- Indicateurs Ludiques
- Notifications
- Badges
- Partage

LES DÉFIS ET CAMPAGNES

Contextuel

Soutenus dans le temps



Fin de la pandémie
Retour au travail
Mois du Vélo



Infrastructure de TC
et voies cyclables

Densité urbaine



Clientèle favorable
aux changements

Défis de groupes ou
individuel

Modèle transthéorique → + ou - 6 mois pour un changement

Les temps morts trop longs favorisent les rechutes (vers l'auto solo)

Soutenues... mais pas en tout temps. L'étude de Douglas et Brauer (2021) explique qu'après 12 semaines, 90% des participants avant cesser l'utilisation. Il est donc nécessaire d'accorder des « pauses » aux participants.

LES DÉFIS

- Défis fixes, personnalisés ou orientés sur le promoteur
- L'utilisation de niveaux de difficultés pour que tous les participants y trouvent un intérêt
- Défis SMART

22 h 05

← Détails du défi En cours

 Défi Mois du Vélo

Dans le cadre du mois du Vélo, sors ta vieille bécane de ton cabanon et parcours les voies cyclables de Longueuil pour te rendre au boulot. Participe à cette première semaine de défi en effectuant un déplacement à vélo par jour afin de le terminer avec succès.

Début : 1 mai 2022
Fin : 7 mai 2022
Durée : 7 jours

Objectifs
Effectuer un déplacement de vélo par jour

Statistiques personnelles

  0% effectué

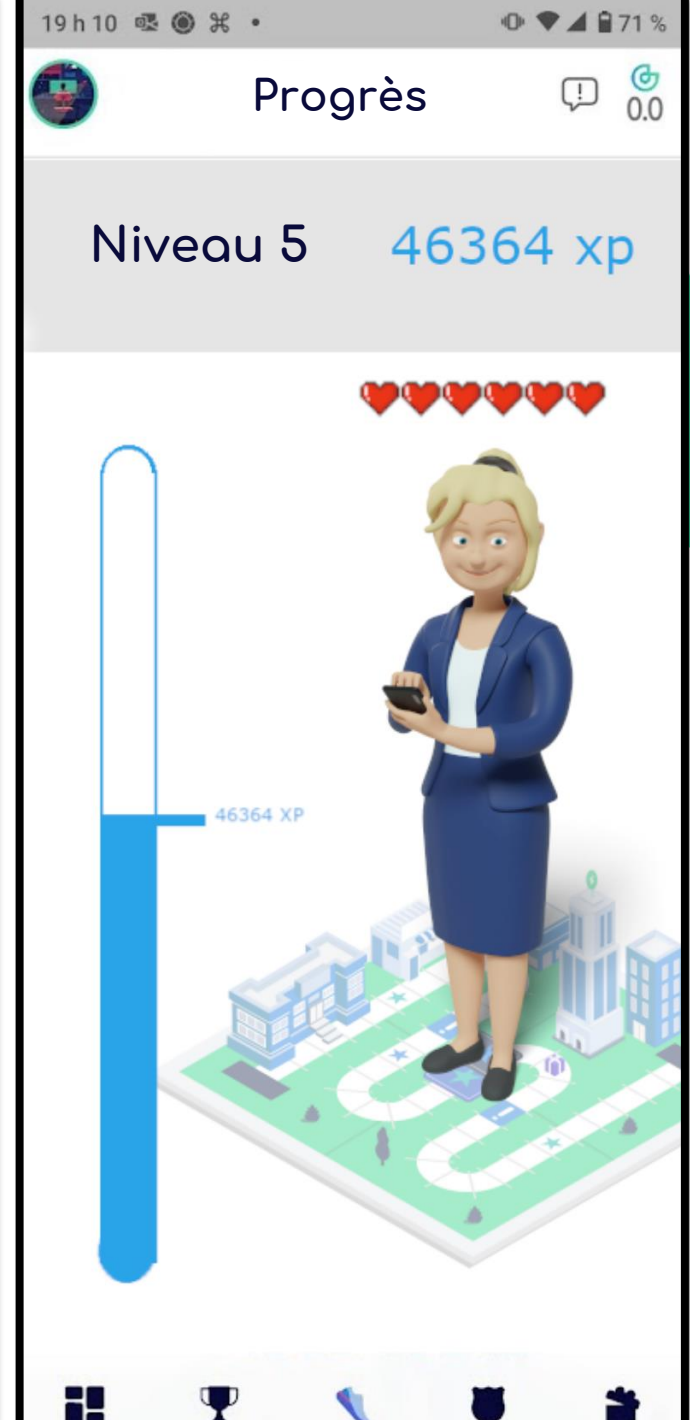
Progrès de l'organisation

  0% effectué

LE CLASSEMENT, LA PERFORMANCE ET LE PROGRÈS

- Les classements sont considérés comme efficace pour associer leur performance vis-à-vis les autres.
- Les classements et le progrès sont plus utilisés à titre indicatif que pour favoriser la compétition.
- Stratégie *douce*, *Nudge*. Favorisant le concept d'équité

LE CLASSEMENT, LA PERFORMANCE ET LE PROGRÈS



INDICATEURS LUDIQUES

Environnementaux



- Équivalent annuel de GES économisés en arbres

Économiques



- \$ économisés à la pompe

De santé



- Minutes dans le trafic sauvées

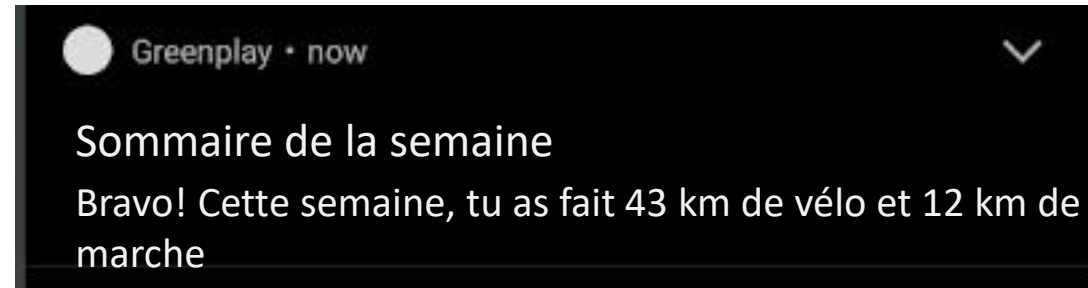


- Équivalent de GES économisés en trajet de voiture Montréal - Québec

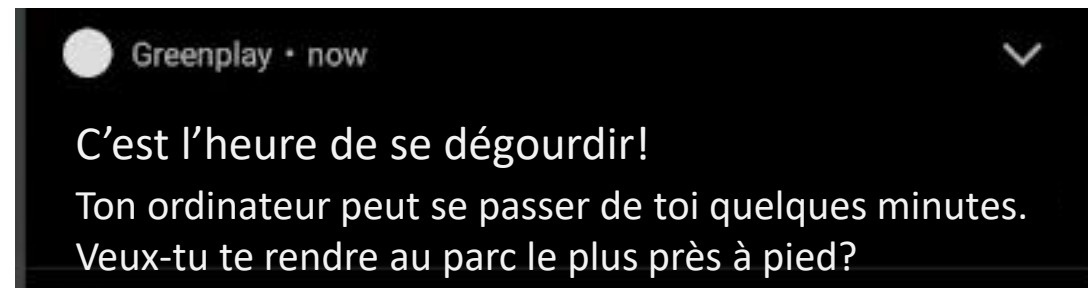
NOTIFICATIONS ET COMMUNICATIONS

Pour être appréciées, les notifications ou les communications doivent répondre à un besoin de l'utilisateur

Est-ce qu'elles sont Intéressantes? Amusantes? Utiles? Envoyées au bon moment?

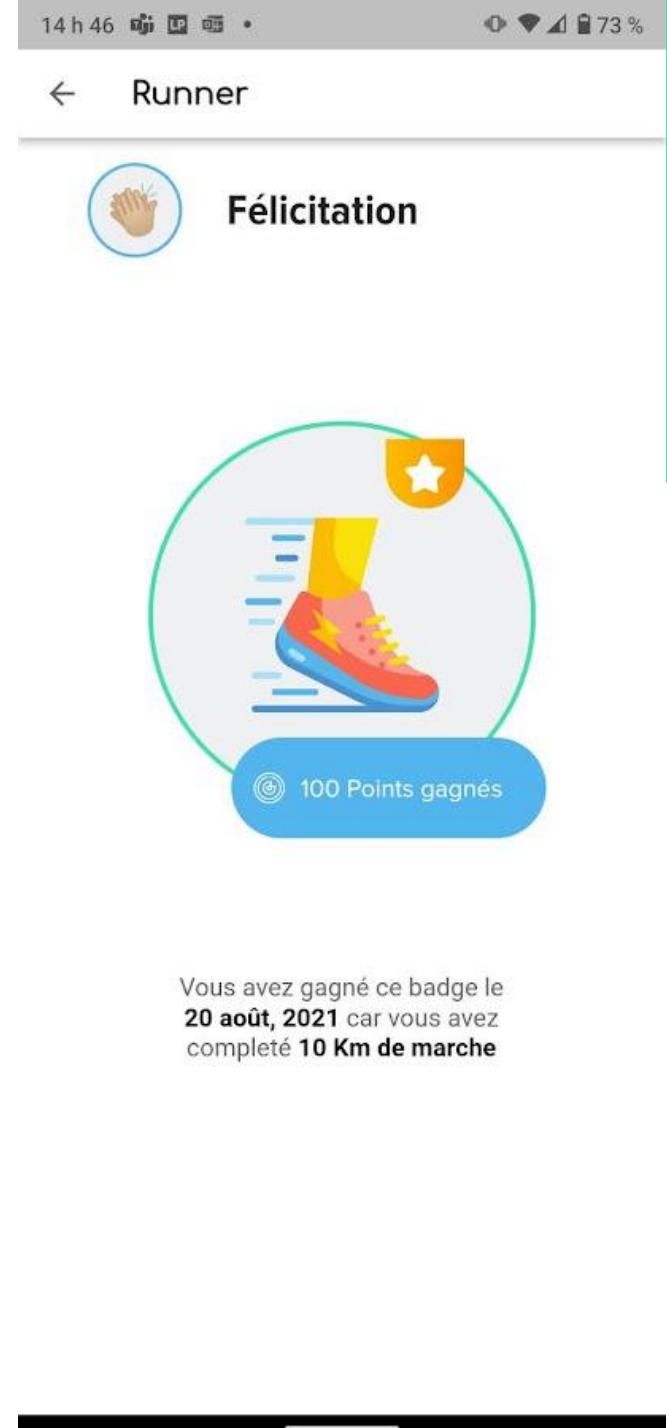


Une personne qui ne serait pas sortie de chez elle pourrait recevoir ceci :



BADGES

- Permet d'offrir une « récompenses »
- Favorise le renforcement des bonnes habitudes
- Personnaliser les récompenses est plus efficace
- Permet de garder un suivi sur ses performances



PARTAGE ET RELATION

Partage de performances

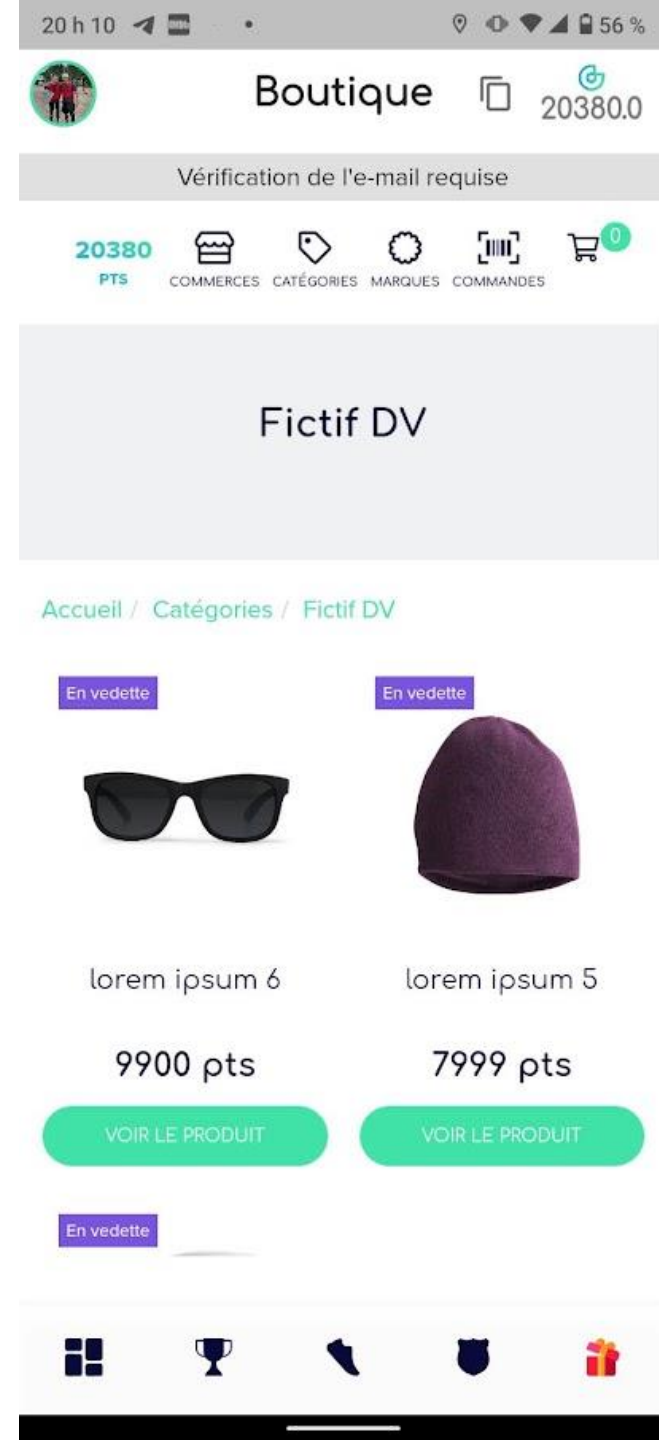
Invitation à participer au projet

Récompenses en liens avec le volet social

- Effet d'entraînement
- Comparaison sociale positive
- Sentiment d'appartenance à un groupe défini
- Programme de référencement avec points
- Portait de l'impact environnemental avec des rapports

RÉCOMPENSES

- De manière générale, les récompenses favorisent l'adhésion à l'application
- Favoriser les petites récompenses rapides
- Rester cohérent avec la stratégie globale -> Réduire les émissions de GES
- Récompenses comme don à un OBNL



CONCEPTS CLÉS

Favoriser le
partage

Y aller
doucement
(Nudge)

Rester SMART

Mesurer le
comportement
de mobilité
avec le projet

La
communication
est la clé

Les projets
doivent être
soutenus dans
le temps



Projets

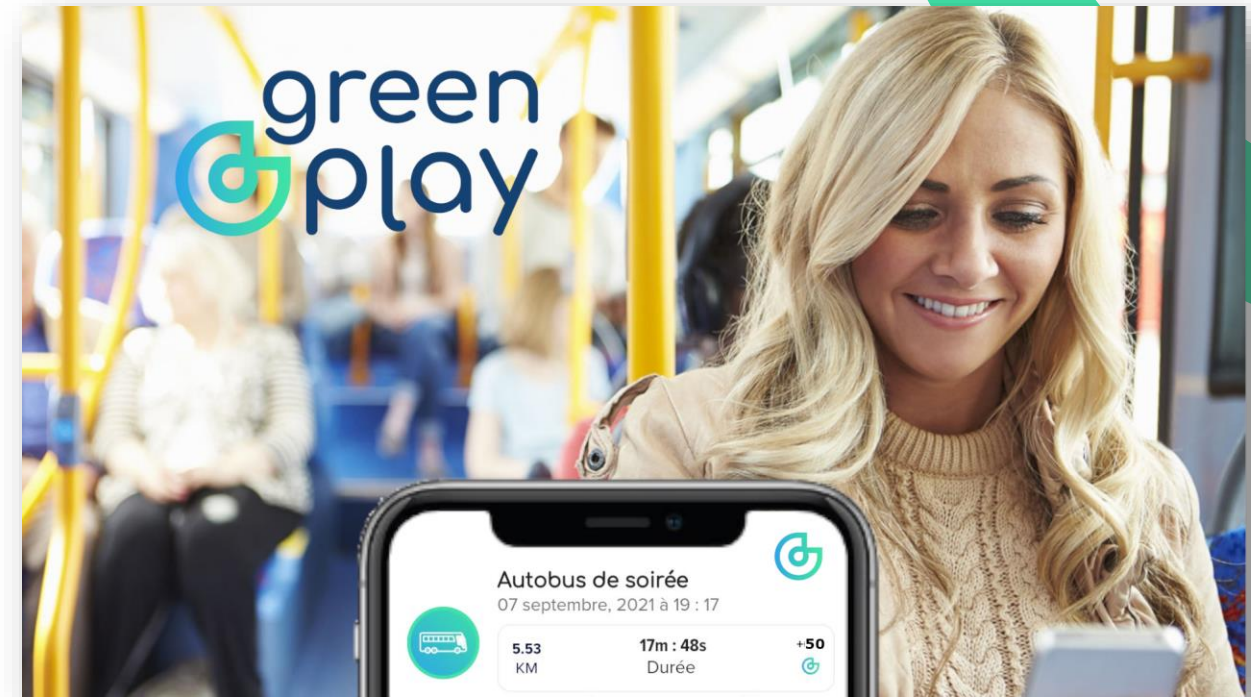
PROJET EN COURS

- Une campagne organisée avec EXO et l'une des municipalités qu'elle dessert à l'automne 2022 pour la rentrée scolaire
- Vise à encourager l'utilisation de modes de transport durables et actifs chez les citoyens de la municipalité choisie
- 4 différents défis de mobilité durable organisés durant cette campagne



OBJECTIFS DU PROJET

- Valider que les défis et récompenses incitent les clients à adopter une mobilité active et à accroître leurs déplacements en transports collectifs
- Valider la désirabilité de la gamification (badge, défis) et des programmes de récompense pour la clientèle ciblée
- Recruter et établir des partenariats durables avec les commerçants
- Collecter des données géospatiales sur les déplacements, en vue de compléter les enquêtes O-D



AUTRE PROJETS DANS LE MONDE

Matkahupi – Conception de défis pour motiver le changement en faveur de la mobilité urbaine durable

Bella Mossa – Programme de récompenses pour l'utilisation des transports durables

GO-ÉCO - Une expérience de changement de comportement à grande échelle, basée sur une application, visant à persuader des modèles de mobilité durable.



Greenplay

SOLUTION GREENPLAY

Amener la ludification à un niveau supérieur



Collecte de données sur les déplacements automatisée



Défis de mobilité, tableau de classement, progrès, partage des performances



Échange de points accumulés avec des déplacements durables dans la boutique Greenplay

Collecte de données concrètes sur les déplacements

Stimulation de l'utilisation des infrastructures déjà en place

Stimulation du commerce local et reprise économique



COMMENT ÇA FONCTIONNE?

Détection
automatique des
déplacements

Ludification et système
de récompenses
(*Gamification*)



Entrepôt de données
géospatiale libre service

STRUCTURE DE L'ÉCOSYSTÈME GREENPLAY

Dans une communauté



Commerçants locaux

Consommer local permet de [réduire son empreinte environnementale](#) puisque le transport de marchandises venant de loin peut être très polluant.

Organisations

La facilité d'accès au lieu de travail revêt [une importance majeure](#) lorsque vient le moment de choisir un employeur.

Villes

En partenariat avec les divers intervenants privés et gouvernementaux, [les villes](#) ont un rôle important à jouer en ce qui concerne la mobilité durable.



Sociétés de transport

Le transport en commun a toujours été un [élément structurant](#) dans un écosystème de mobilité avec les communautés.

Employés

Parmi les habitudes de vie, celles étant le plus influencées par la mobilité sont l'activité physique et la saine alimentation. La pratique de l'activité physique est l'un des [facteurs les plus favorables](#) à la santé physique, mentale et psychosociale.

UNE TONNE DE POSSIBILITÉS

Défi.s entre
régions

Comparer
les résultats
avec l'année
passée

Plusieurs
défis dans
l'année

Notifications
personnalisées

Rapport
PDF pour
chaque
entreprise

Mesure
commune
entre
entreprises

Défi.s entre
entreprises
(avec
classement)

Récompenses
dans
l'application

À VENIR

- Projets pilotes en entreprise
- Exploitation de l'entrepôt de données géospatiales

Bertrand Gélinas

Président

bertrand.gelinas@greenplay.social

