

Le neuromarketing au service de la prévention



Lausanne, le 5 avril 2022



« ... **+ de 95%** de nos
pensées, des émotions, des apprentissages prennent place dans
notre **inconscient...** »
Projet implicite, Harvard

Commencer à fumer, quand on sait que ça tue...

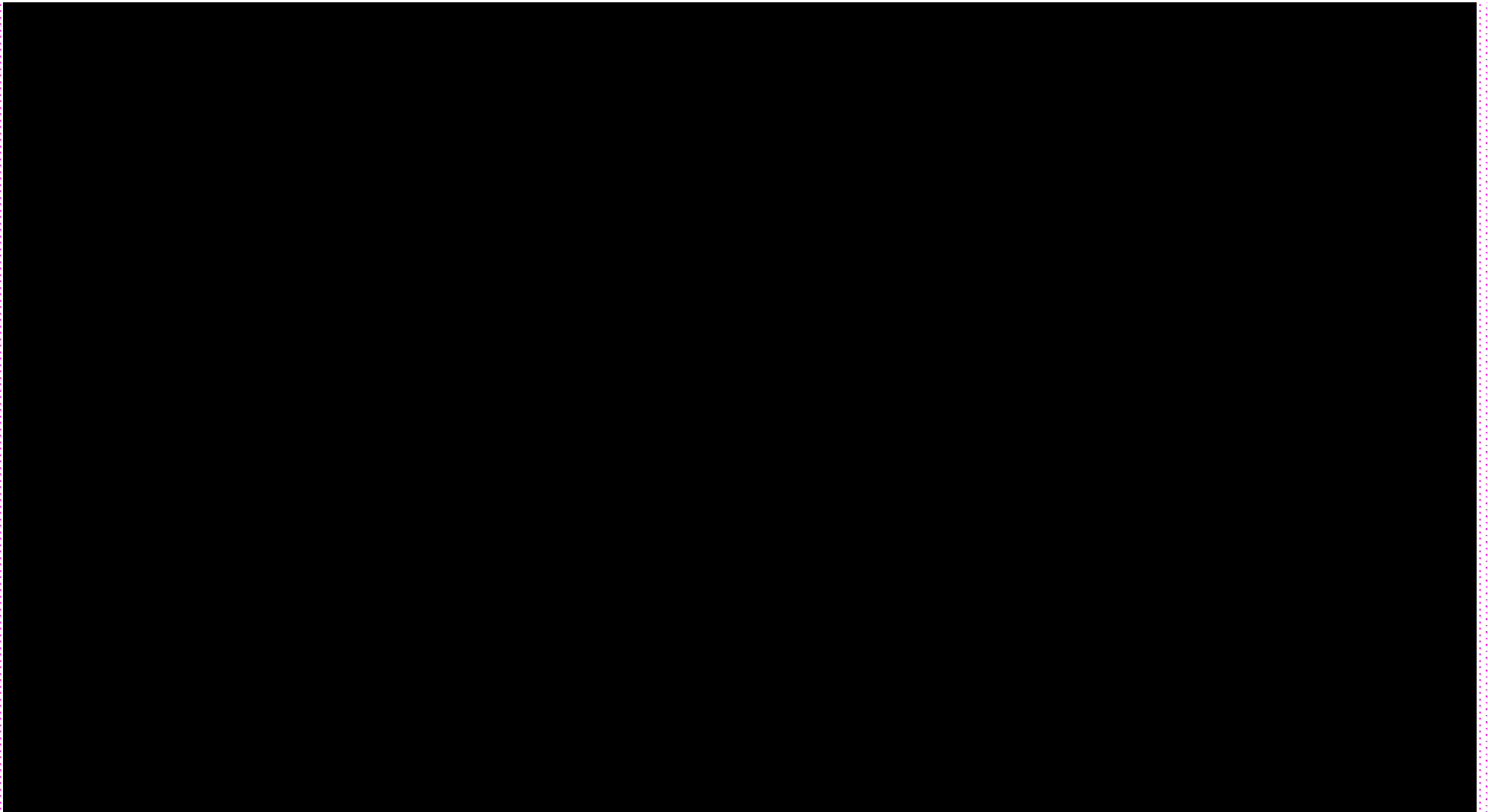


Source - Photos de [lilartsy](#) provenant de [Pexels](#)

Déballer toute sa vie sur les réseaux sociaux, au risque de se perdre...



Comment installer une routine à petite dose?



Pourtant l'être humain sait...ou croit savoir !



«Fumer tue...oui je sais, je le vois tous les jours sur les paquets, mes parents m'en parlent tout le temps, à l'école y a même des gens qui viennent nous en parler.....»

«Je sais que si je bois du Coca cola régulièrement, je vais prendre du poids et que le sucre c'est pas bon pour la santé, on arrête pas de me le dire...»

«Oui je sais que la manif' pour le climat c'est important, je vais y aller, car on ne peut pas continuer comme ça...nos parents sont des criminels, égoïstes..., juste avant je dois passer chez Salt pour récupérer mon nouveau portable, on pourra filmer et poster la manif' sur les réseaux sociaux...»

«Je ne me sens pas bien dans ma peau et je sais que c'est la faute de ces magazines, séries, films et des réseaux sociaux (avec les ami-e-s) car ca me met la pression...Tiens t'as vu, y a un produit pour amincir la taille juste en appliquant la crème le soir, ca a marché sur l'influenceuse XY, faut que je l'achète et que j'essaye...»

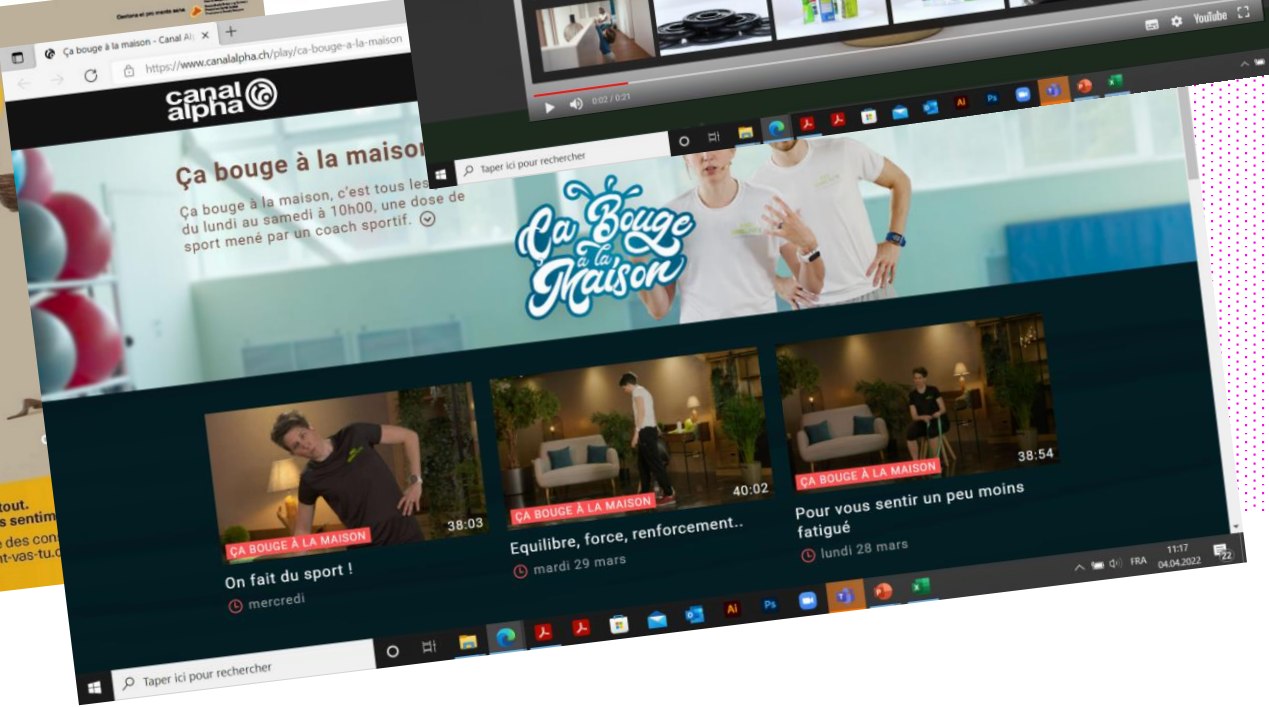
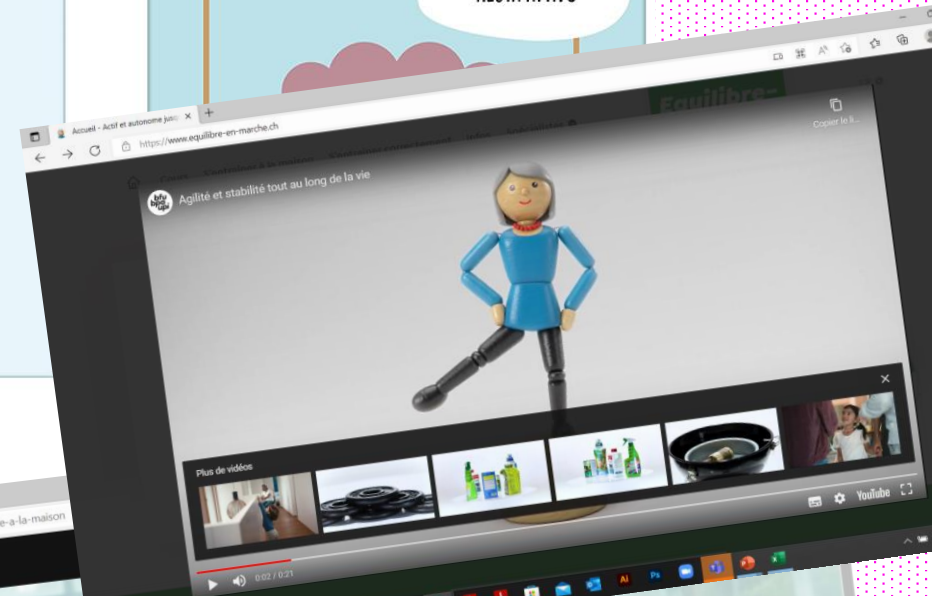
Plein de connaissances à disposition grâce à vous...

ADDICTION | SUISSE



ÉCRANS EN PARLER AVEC LES ADOS GUIDE POUR LES PARENTS

PRÉVENTION | AIDE | RECHERCHE



Source image - Écrans - en parler avec les ados - Addiction Suisse

Source image Sante Psy - Kampagnen-Psychische-Gesundheit.jpg (972x673) (promotionsante.ch)

Source images Equilibre - Accueil - Actif et autonome jusqu'à un âge avancé (equilibre-en-marche.ch)



WHY

ça continue

?

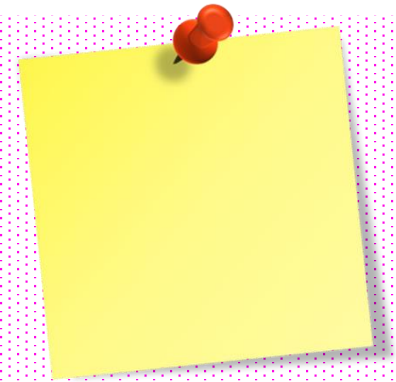
Réfléchissons ensemble quelques instants...



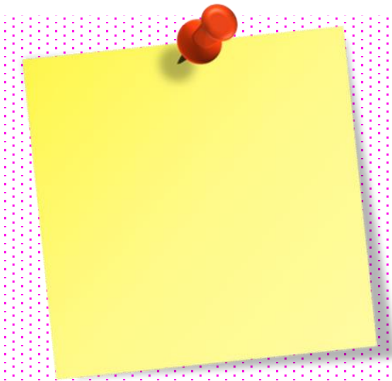
Consignes – (10-15mn max)

Par groupe de 4-5 personnes, merci de réfléchir à ces deux questions.

- 1) Comment se forment nos comportements et habitudes ?*
- 2) Comment communiquez-vous pour espérer changer un comportement ou une mauvaise habitude dans le sens souhaité ?*



Mise en commun...Groupe 1 – 14h40 -15h25



1) **Comment se forment nos comportements et habitudes ?**

Mimétisme / normes sociales / perception normes à reproduire

Bénéfice satisfaction personnelle, plaisir / expérimentation

Éducation, contexte

Sécurité

Répétition / consolidation mnésique / système 1 (facilité) / automatismes

Perception de soi, idéal

Comportement – feedback / effet renforceur & convergence

1) **Comment communiquer pour espérer changer un comportement ou une mauvaise habitude dans le sens souhaité ?**

Chercher le déclencheur et la cause – ce qui fait que / alternative pour générer du plaisir

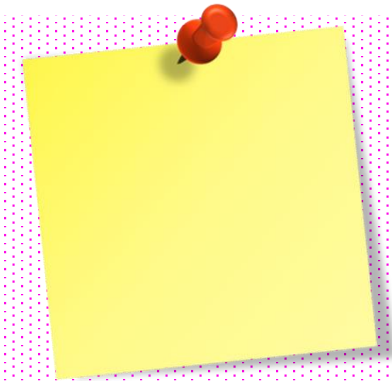
Agir sur les émotions / plaisir vécu / changer la représentation du groupe cible /

Expérimenter et faire participer / contrer la pub par la pub (dérision et techniques)

Déconstruction de la pub & séduction / mécanismes / susciter un centre d'intérêt / plus value du changement

Travailler en groupe de pair et discussion de la norme

Mise en commun... Groupe 2 – 15h50 – 16h35



1) **Comment se forment nos comportements et habitudes ?**

Dynamique passée, par facilité- paresse

Groupe social, mimétisme, appartenance, influence des pairs, réseaux sociaux, éducation et famille, contexte de vie culturel, modèles parentaux, tradition, valeurs et images associées au comportement

Coût du changement / émotions procurées lors d'un certain comportement / événement de la vie / santé psychique et physique

Publicité, influenceurs, répétition

Avantage que procure le comportement.

1) **Comment communiquer pour espérer changer un comportement ou une mauvaise habitude dans le sens souhaité ?**

Valoriser et positiver le changement / pas de moralisation / ne pas se contenter d'argument rationnel / vanter la valeur du comportement à adopter (gain)

Communication = pas changement de comportement !!! Approche motivationnelle – au bon moment etc.

Marketing social = processus de comparaison

Comment apprenons-nous à penser et à décider?



APPRENTISSAGE IMPLICITE



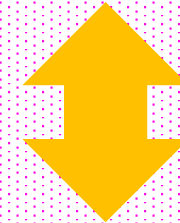
APPRENTISSAGE EXPLICITE

Niveau conscience - Apprentissage explicite – normes, valeurs, croyances etc.

Parents (1^{er} agent de socialisation)

Amis (2^{ème} agent)

Médias (3^{ème} agent)

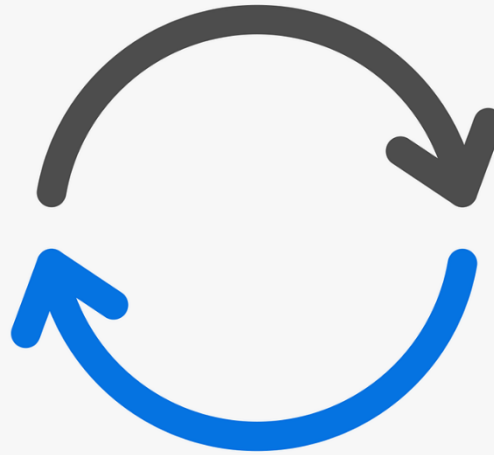


Niveau inconscience - Apprentissage implicite – automatismes, réflexes quotidiens

Répétition, amorçage, prédispositions au comportement.



Nous sommes des êtres de routines...



3, 5, 10, 15, 20, 25, 30 ans et plus !



Nous sommes des êtres sociaux, des imitateurs ...

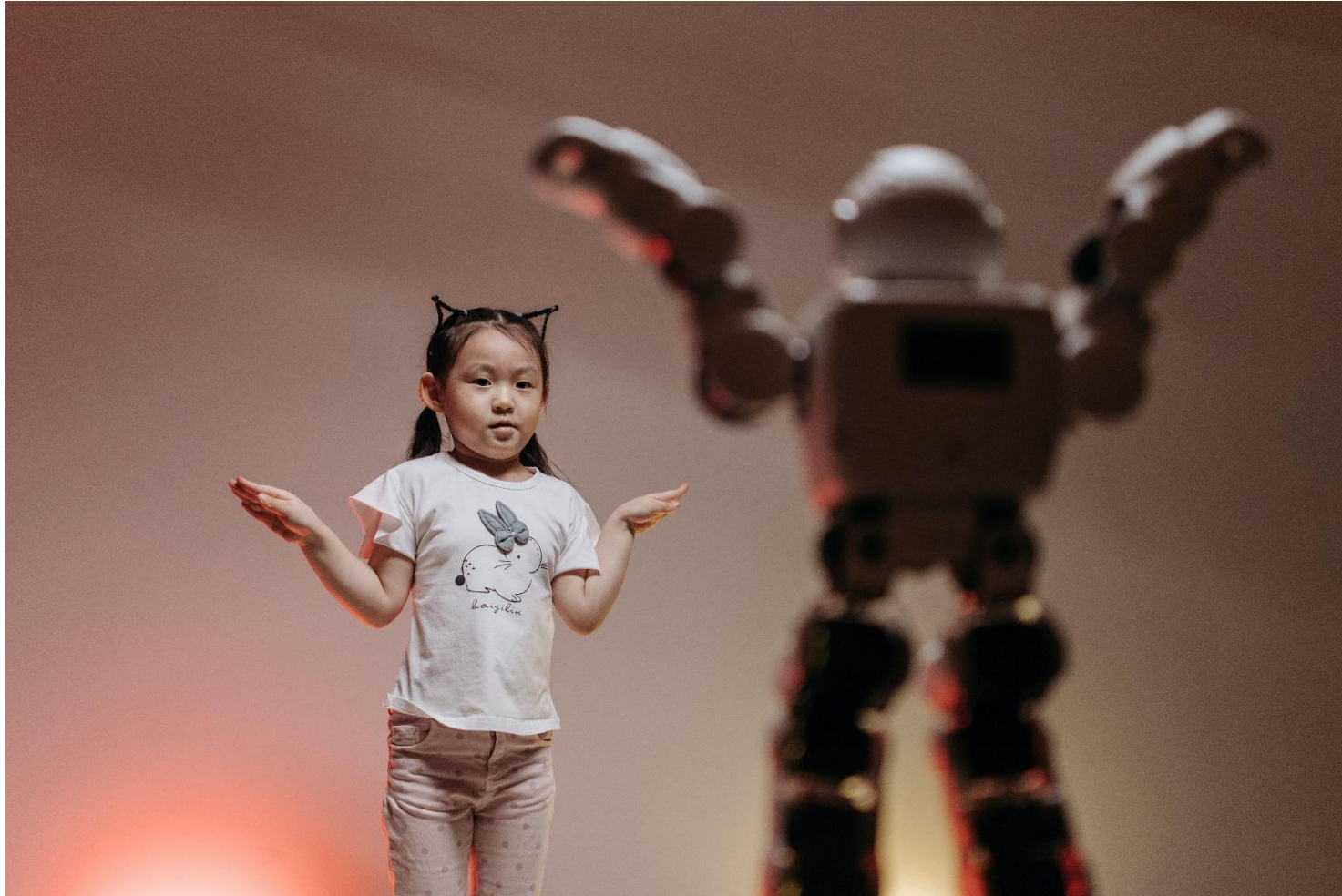


Photo de [Pavel Danilyuk](#) provenant de [Pexels](#)



Nous sommes des êtres émotionnels, instinctifs...(1/2)

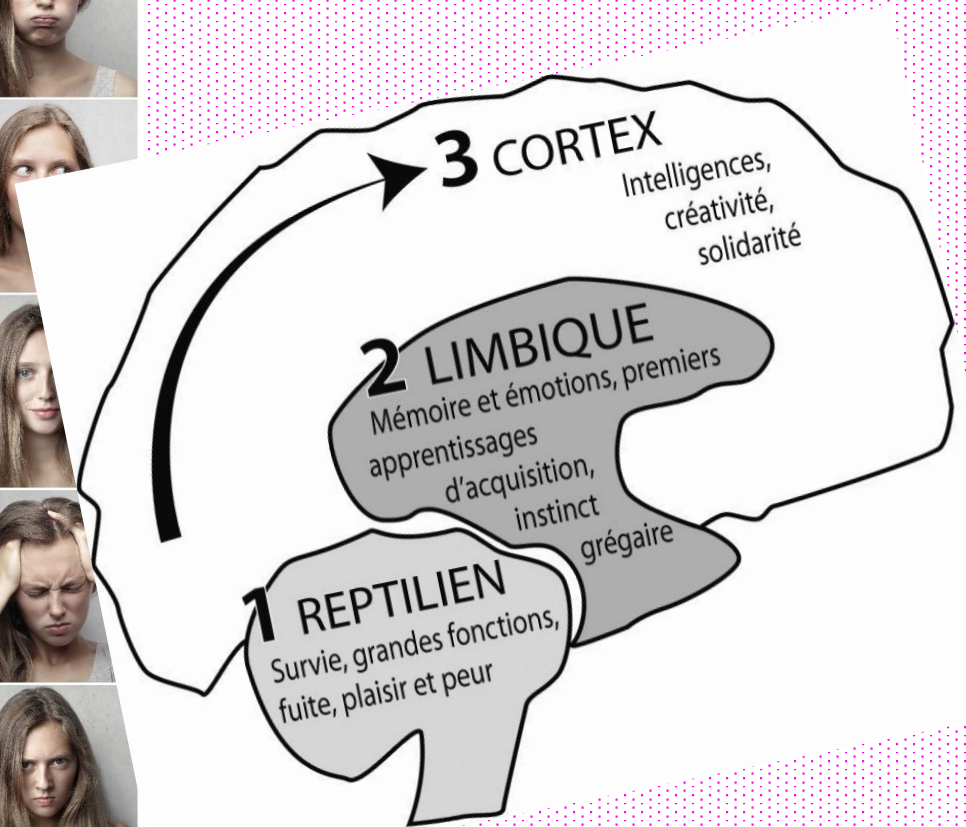


Photo de **Andrea Piacquadio** provenant de **Pexels**

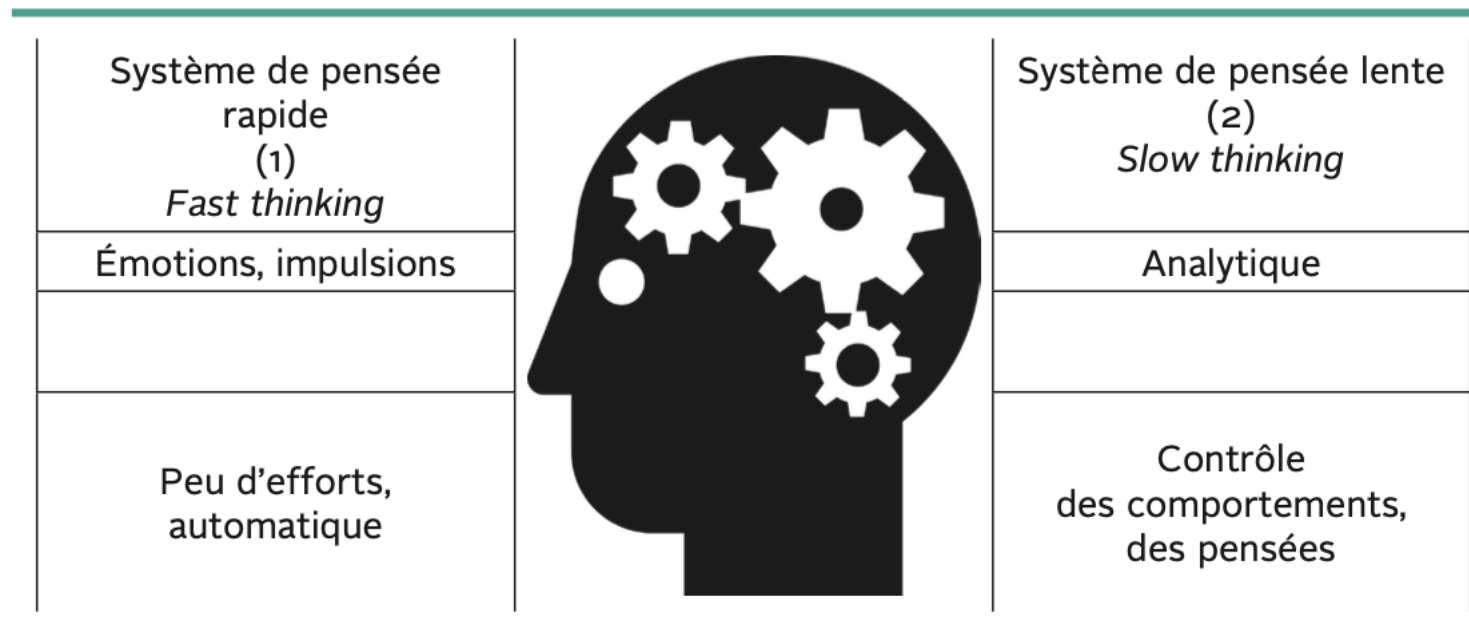


Nous sommes des êtres irrationnels... (2/2)



Photo de Thierry Fillieul provenant de Pexels

Nous sommes *ultra rapides* dans nos pensées et nos décisions...





Nous sommes inexacts, commettons énormément d'erreurs à cause de nos biais cognitifs...

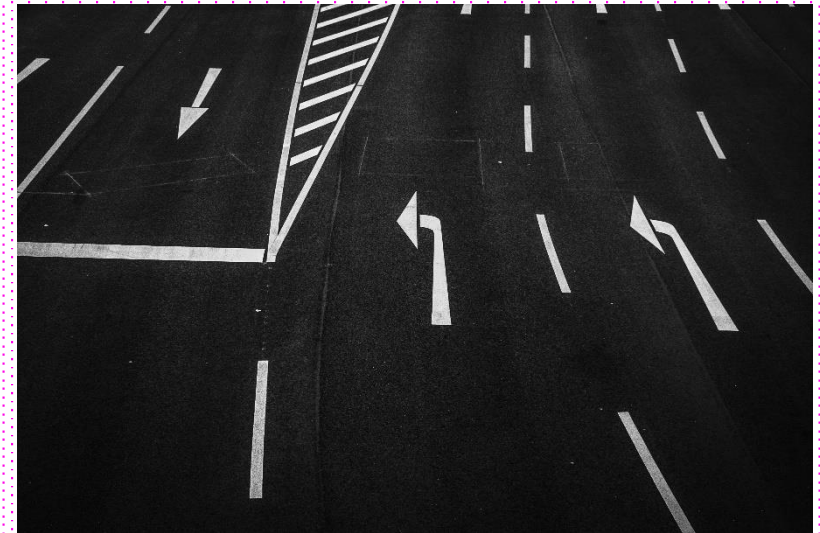


Photo de [Vie Studio](#) provenant de [Pexels](#)

Photo de [JoergK. Photography](#) provenant de [Pexels](#)

Maintenant, quoi faire dans la prévention ?



Identifier **la mauvaise habitude** (sa valence) / les facteurs à la source du comportement à changer (**peur, angoisse, incertitude** etc.)

Déterminer si il y a un **mécanisme de preuve sociale** dans votre comportement à faire changer.?

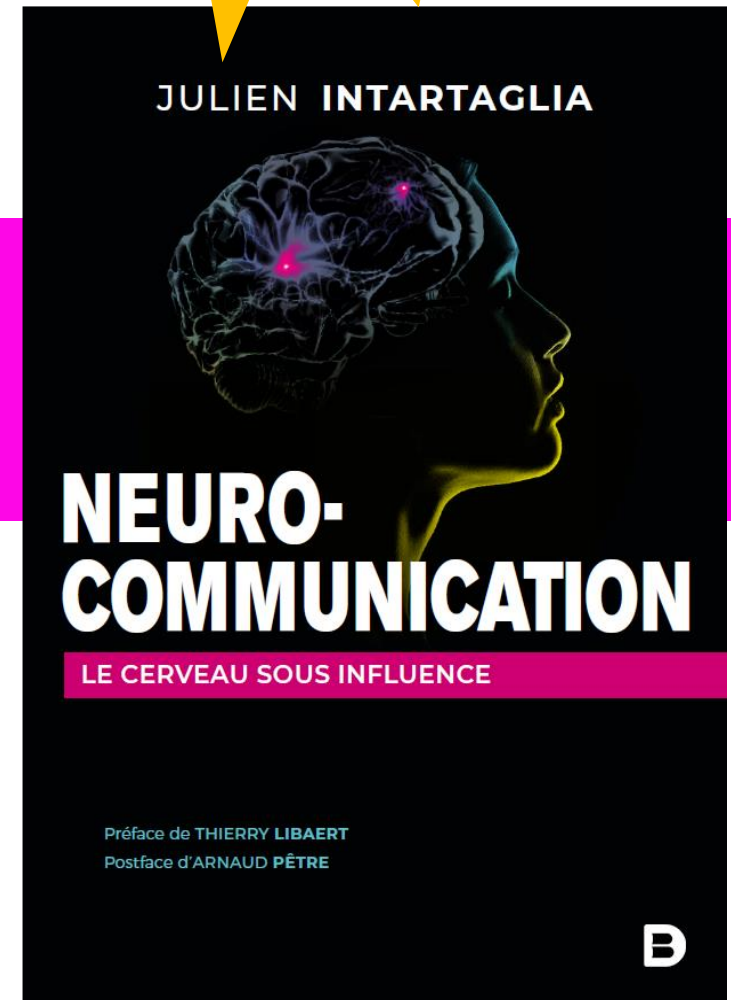
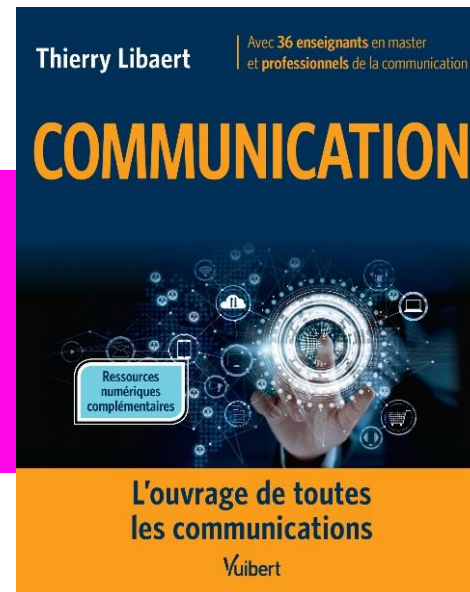
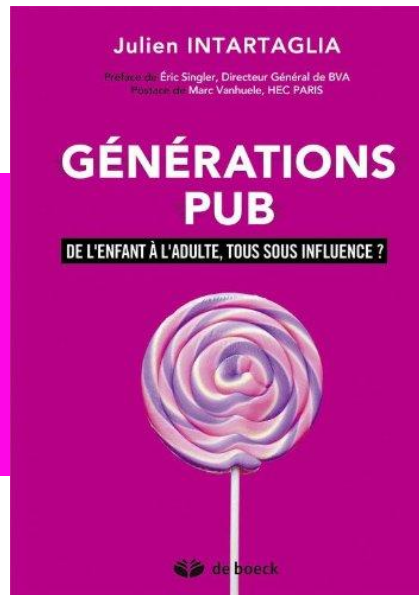
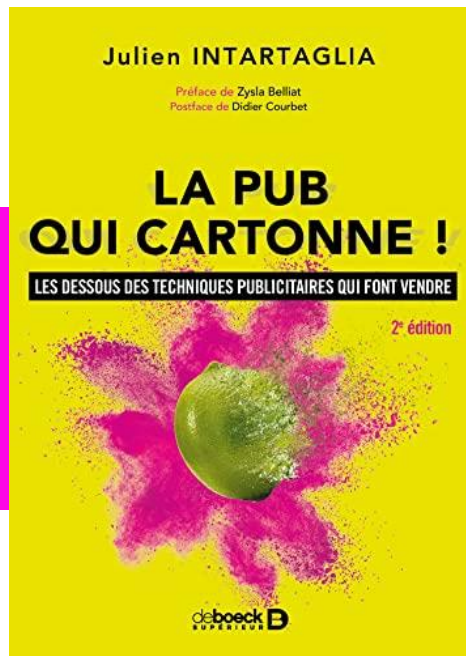
Stopper toute approche faisant appel au registre rationnel (contenu mais également le support) et miser sur le registre émotionnel (expérience mettant en balance des affects, jeu etc.).

Favoriser le développement des automatismes avec des «portes de sortie» comportementales faciles à comprendre et à utiliser.. Parier sur le système 1 et ses décisions ultra rapides..

Garder à l'esprit les biais cognitifs (par exemple - ancrage avec la première information à donner et qui sera retenue).



**NEW – Guide sur la
manipulation des
foules - sortie prévue
le 12 avril 2022**



Contact : Pr. Dr Julien Intartaglia
julien.intartaglia@he-arc.ch
+41 78 913 14 81

Pour approfondir ces thèmes...une chaine YouTube lancée cette semaine du 5 avril 2022 😊

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Cerveau & Conso' by Dr. Julien Intartaglia. The channel banner features a lightbulb, the channel name, and three book covers: 'LA PUB QUI CARTONNE !', 'GÉNÉRATIONS PUB', and 'NEURO-COMMUNICATION'. The channel has 18 subscribers and offers options to 'PERSONNALISER LA CHAÎNE' and 'GÉRER LES VIDÉOS'. The navigation menu includes 'ACCUEIL', 'VIDÉOS', 'PLAYLISTS', 'CHAÎNES', and 'À PROPOS'. The 'ABONNEMENTS' section lists several channels. The main content area is empty, displaying the message 'Importez une vidéo pour commencer'.

YouTube

Rechercher

Accueil

Explorer

Shorts

Abonnements

Bibliothèque

Historique

Vos vidéos

À regarder plus tard

Vidéos "J'aime"

ABONNEMENTS

- Relaxing White Noi...
- WorldSupercars
- 2CELLOS
- Sadhguru Français
- Sud Radio
- FLORIAN PHILIPP...

Cerveau & conso

Dr. Julien Intartaglia

LA PUB QUI CARTONNE !

GÉNÉRATIONS PUB

NEURO-COMMUNICATION

PERSONNALISER LA CHAÎNE

GÉRER LES VIDÉOS

ACCUEIL

VIDÉOS

PLAYLISTS

CHAÎNES

À PROPOS

Importez une vidéo pour commencer

Taper ici pour rechercher

11:05 05.04.2022