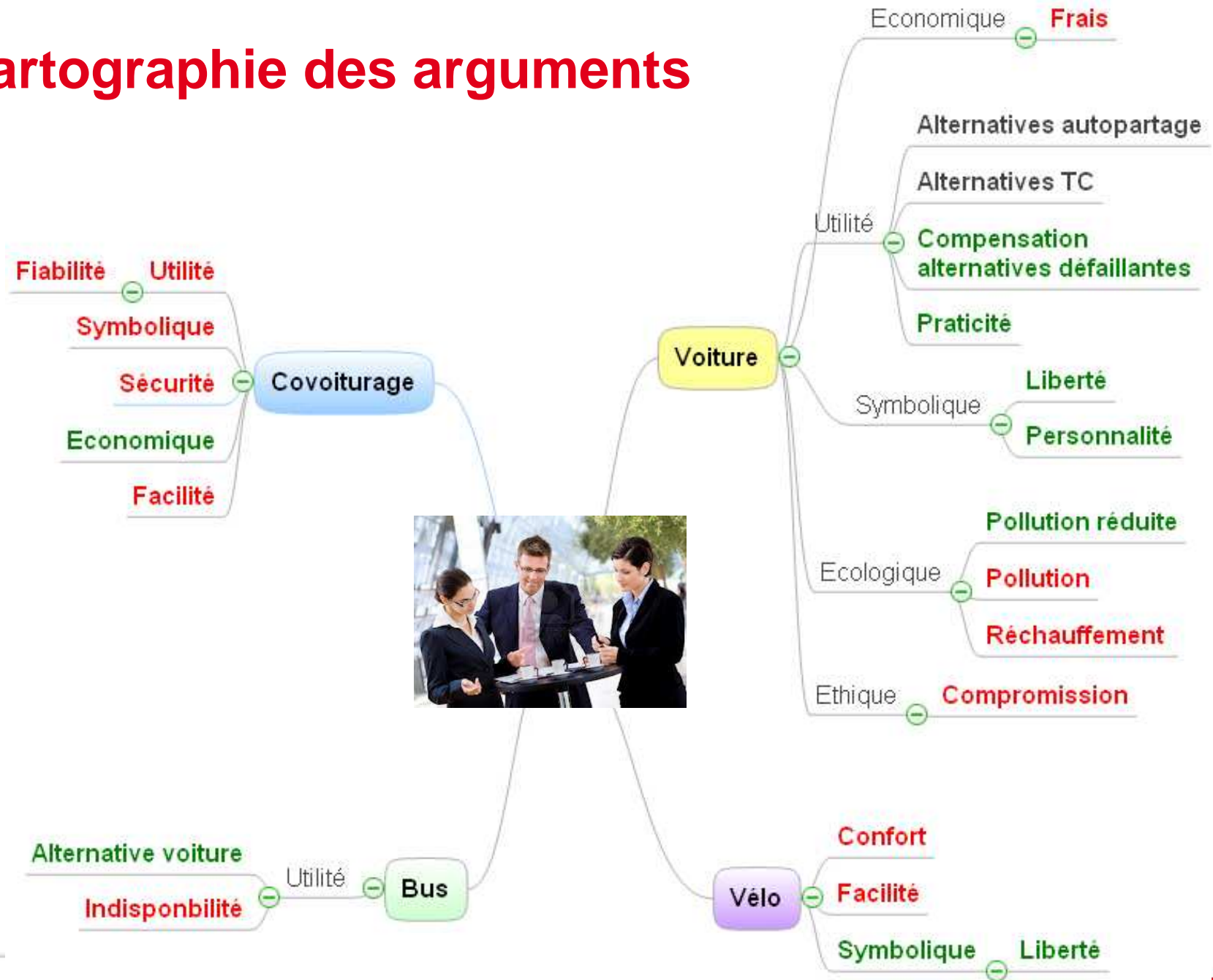


*Ces slides ont été présentés à l'ADEME le 21 septembre 2012 à l'ouverture du Forum GreenCode consacré à la Mobilité Durable.*

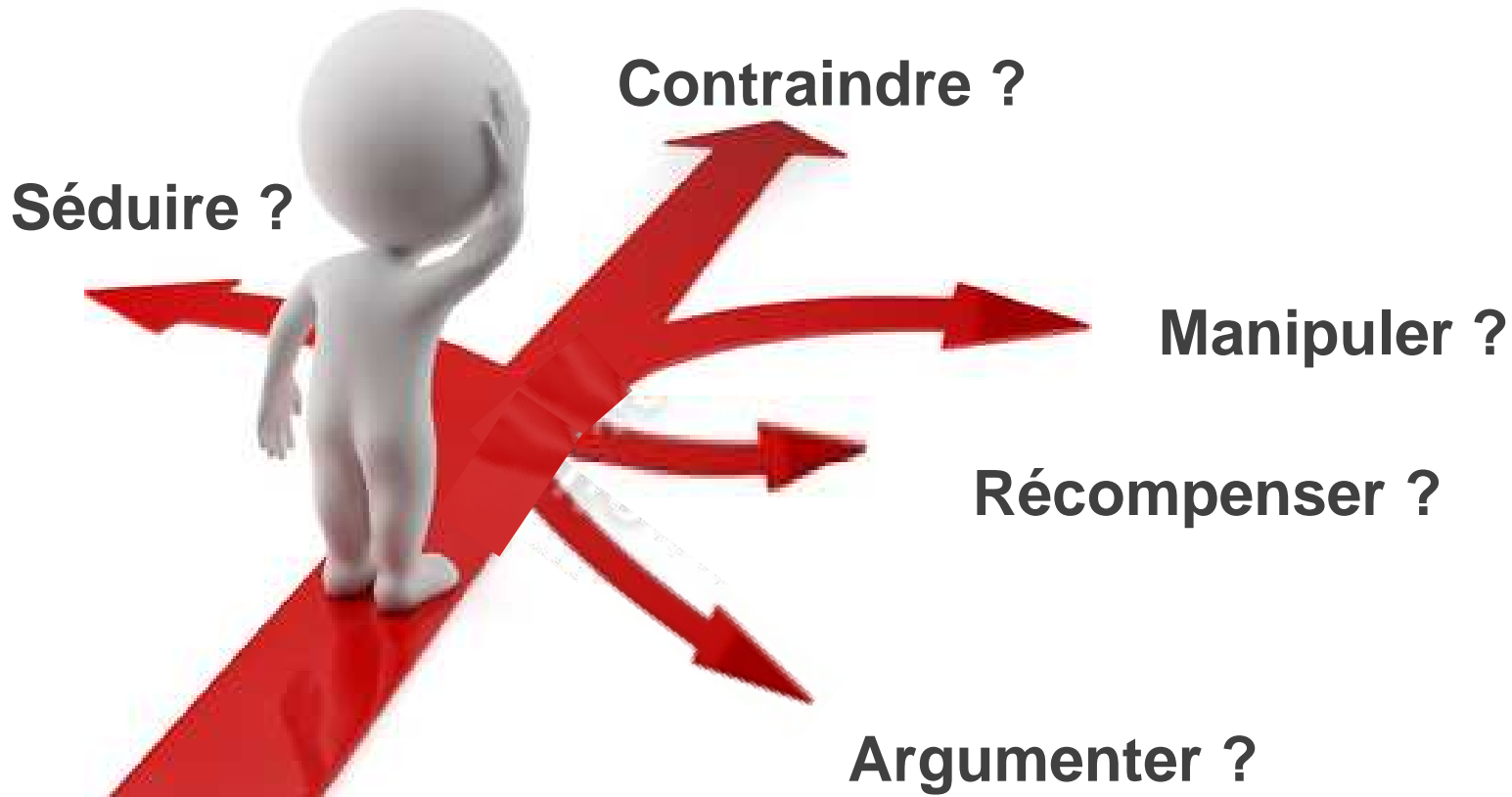
*La conférence a été introduite par la mise en scène d'un repas de famille au cours duquel des acteurs discutent des avantages et des inconvénients de diverses solutions de mobilité.*

*Le premier slide résume les arguments qui ont été évoqués, le second pose les questions auxquelles la présentation cherche à répondre.*

# Cartographie des arguments



# Comment convaincre ? Comment conduire à adopter des comportements différents ?





# Changer les comportements

Pistes et outils pour la mobilité durable

**Bernard SENACH & Anne-Laure NEGRI**

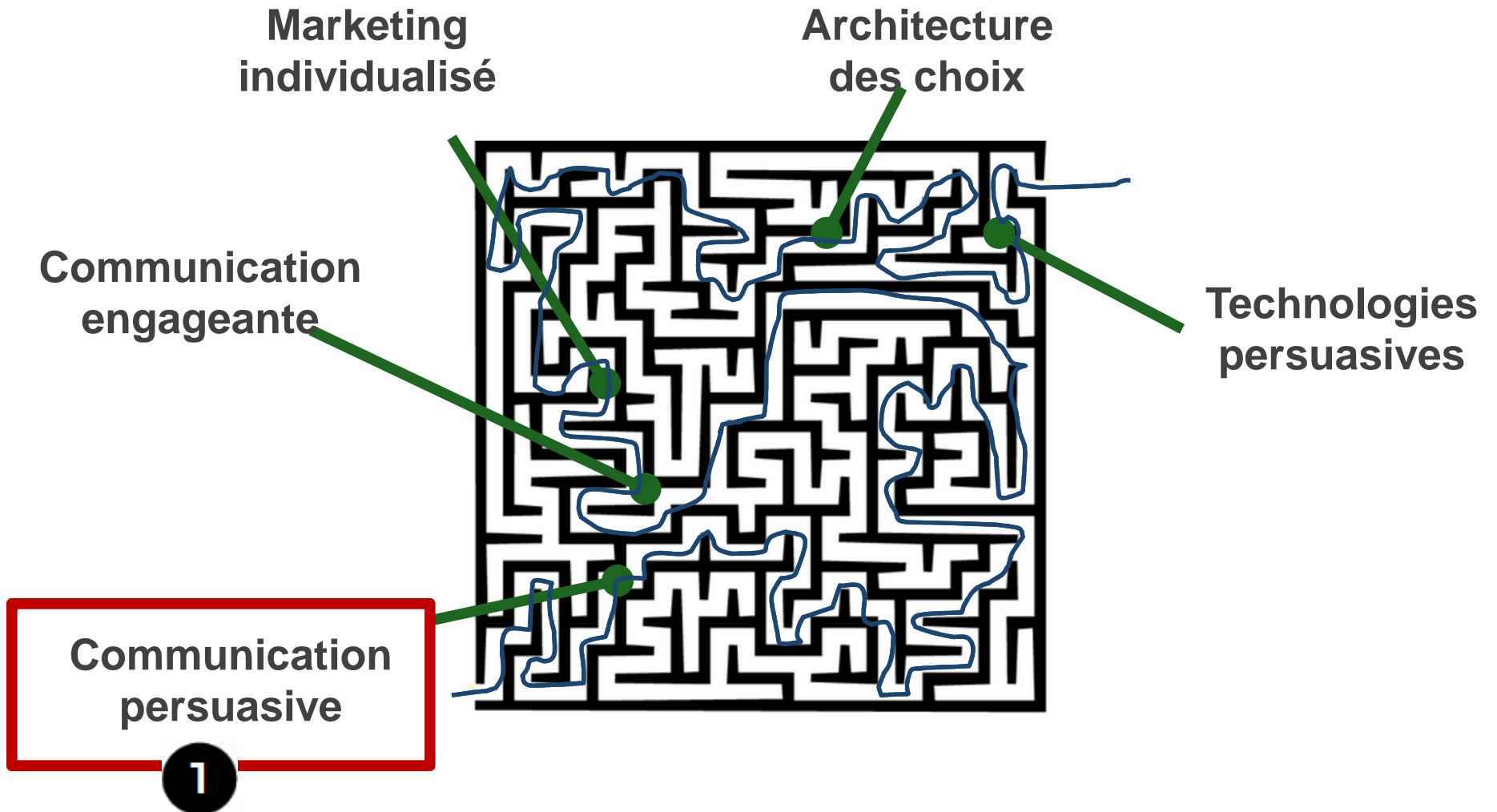
**Equipe-projet AxIS**  
Centre de Recherche INRIA  
Sophia Antipolis - Méditerranée

21 Septembre 2012

# SOMMAIRE

1. Communication persuasive
2. Communication engageante
3. Marketing individualisé
4. Architecture des choix : les "nudges"
5. Technologies persuasives et design de service
6. Conclusion

# Notre parcours de ce jour



# 1

## Communication persuasive

# Une influence basée sur la présentation d'un ensemble d'arguments

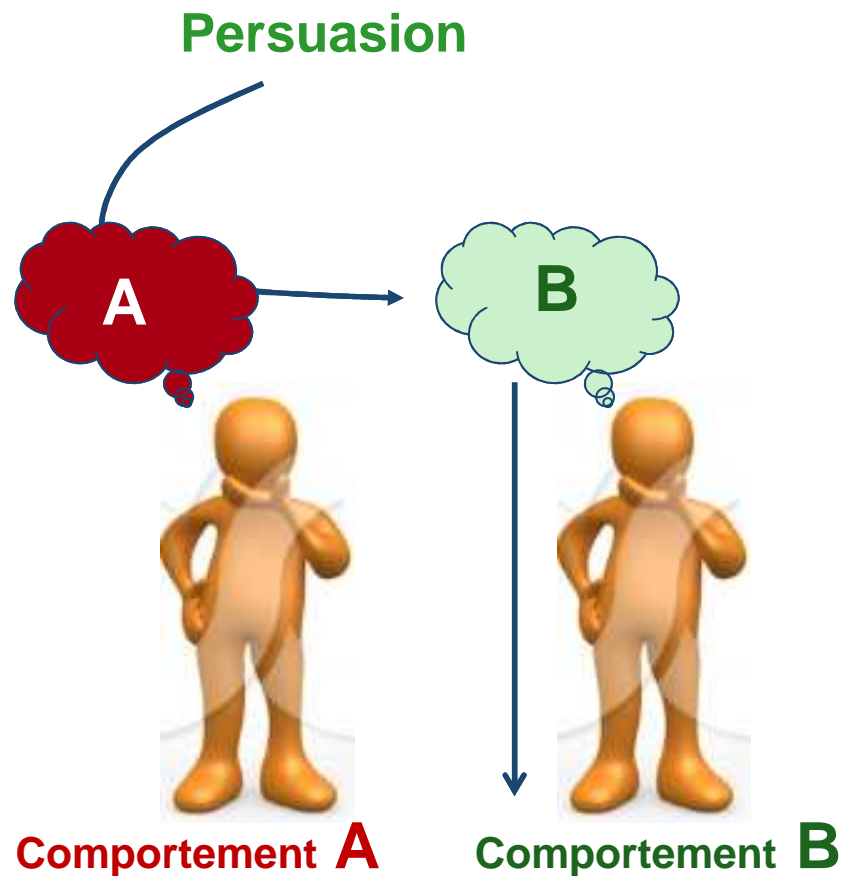


Action de mener  
quelqu'un à quelque  
chose : croire, faire,  
vouloir ...

Communication visant  
à modifier les attitudes  
des personnes



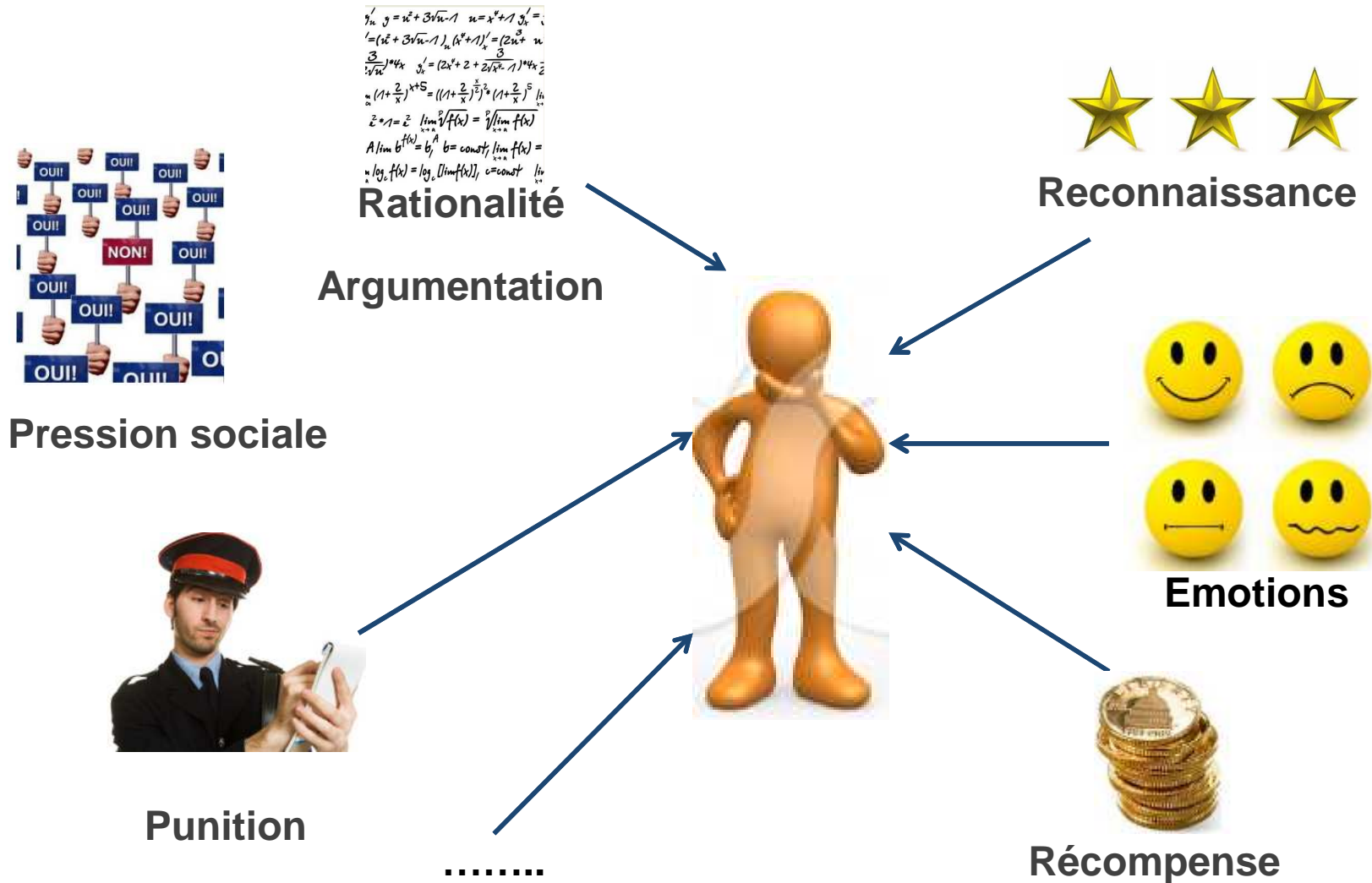
# Modèle: relation attitude-comportement



Les techniques de persuasion modifient les connaissances, les attitudes, les croyances ...

... le comportement est modifié en conséquence

# Leviers du changement d'attitude



# Levier : pression sociale + émotion négative

du 16 au 22 septembre 2009  SEMAINE EUROPÉENNE DE LA MOBILITÉ

**ce que mon père  
a de plus cher  
c'est sa voiture**

agir pour la planète  
**c'est maintenant**  
sur [www.cmaintenant.eu](http://www.cmaintenant.eu)

Nantes  Métropole  
> Copenhague 2009

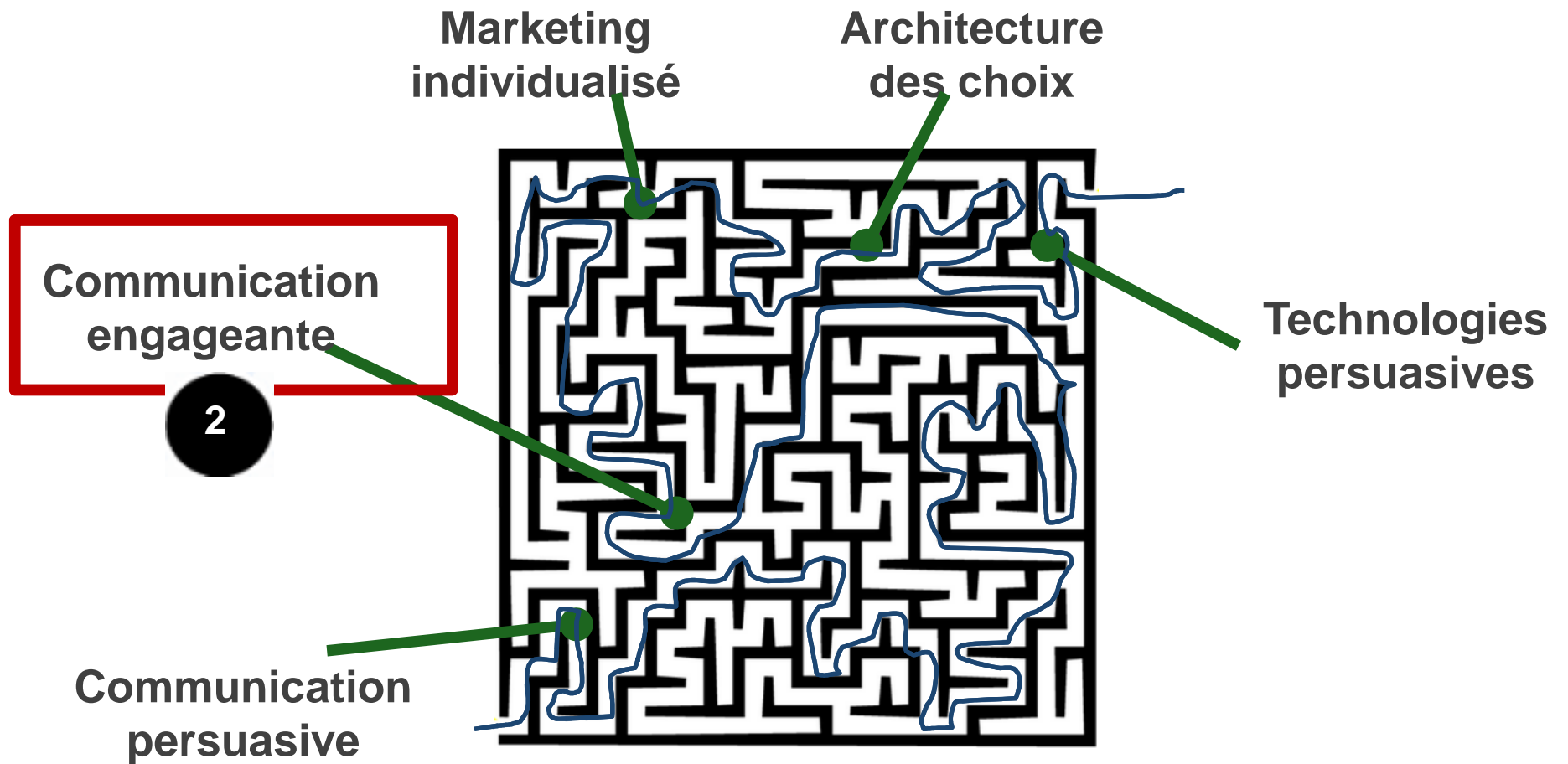
du 16 au 22 septembre 2009  SEMAINE EUROPÉENNE DE LA MOBILITÉ

**ma mère  
va chercher  
le pain en voiture**

agir pour la planète  
**c'est maintenant**  
sur [www.cmaintenant.eu](http://www.cmaintenant.eu)

Nantes  Métropole  
> Copenhague 2009

# Notre parcours de ce jour



# 2

## Communication engageante



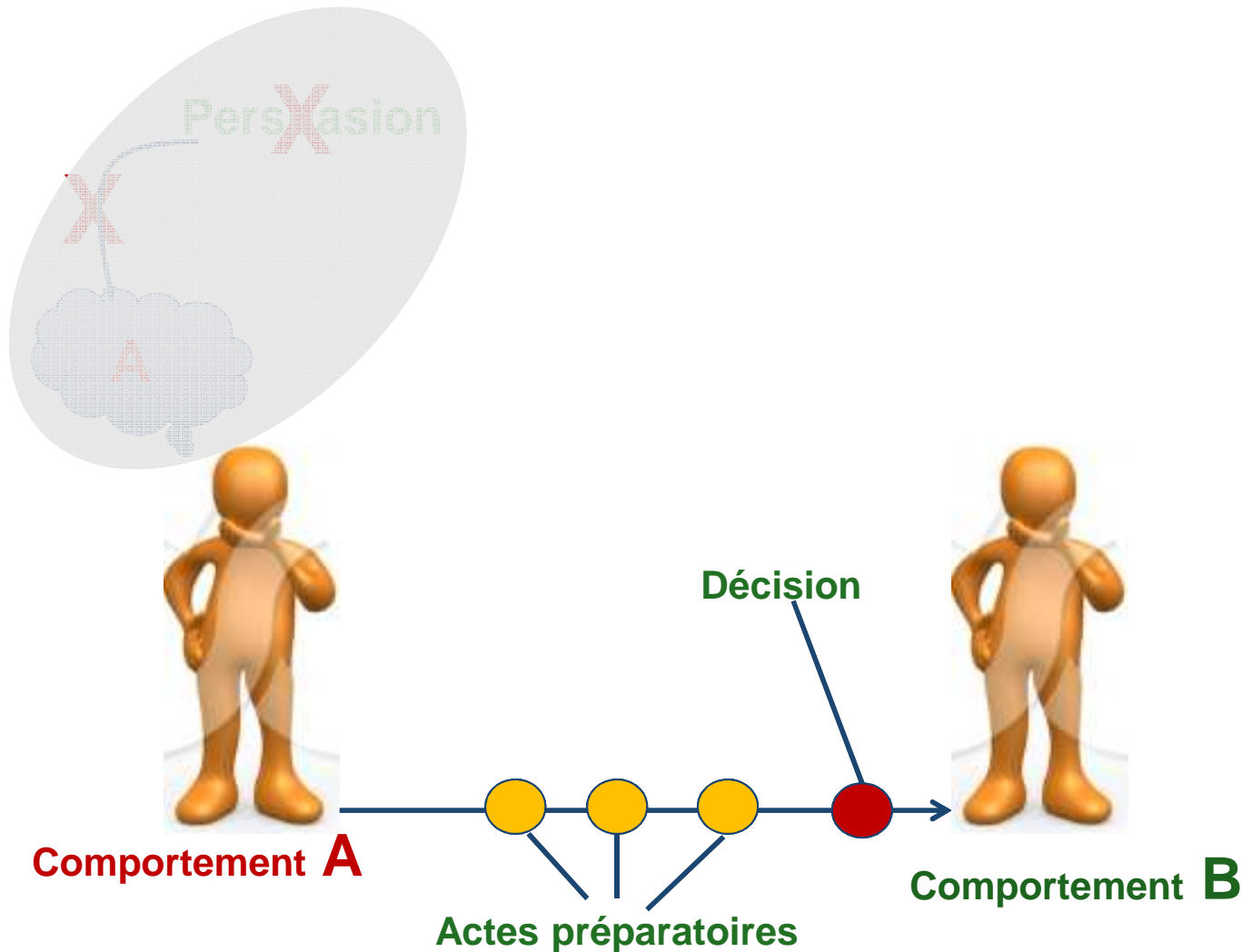
**L'information  
modifie la  
connaissance, pas  
les comportements**



**Les actes  
engagent,**

**pas les  
idées**

# Modèles : Théorie de l'engagement + Théorie de la dissonance cognitive



l'engagement résulte  
d'une série de micro  
actions qui dans  
certaines conditions  
conduisent à choisir  
"librement" le  
comportement  
souhaité



## En pratique



**Pousser les gens pour qu'ils passent à l'acte**

# Campagne Eco gestes Méditerranée

## Acte préparatoire 1 = accepter entretien

- Informations, conseil

## Acte préparatoire 2 = participer activement

- Avis demandé aux participants
- Questionnement , réflexion sur pratique



## Acte préparatoire 3 = accepter guide pratique

- Info faune et flore

## Engagement

- Signature bulletin d'engagement
- Choisir les comportements concrets mis en œuvre
  - ancrer dans le sable , pas dans l'herbier
  - Utiliser détergeant éco labellisés
- Visibilité publique : fanion de la campagne

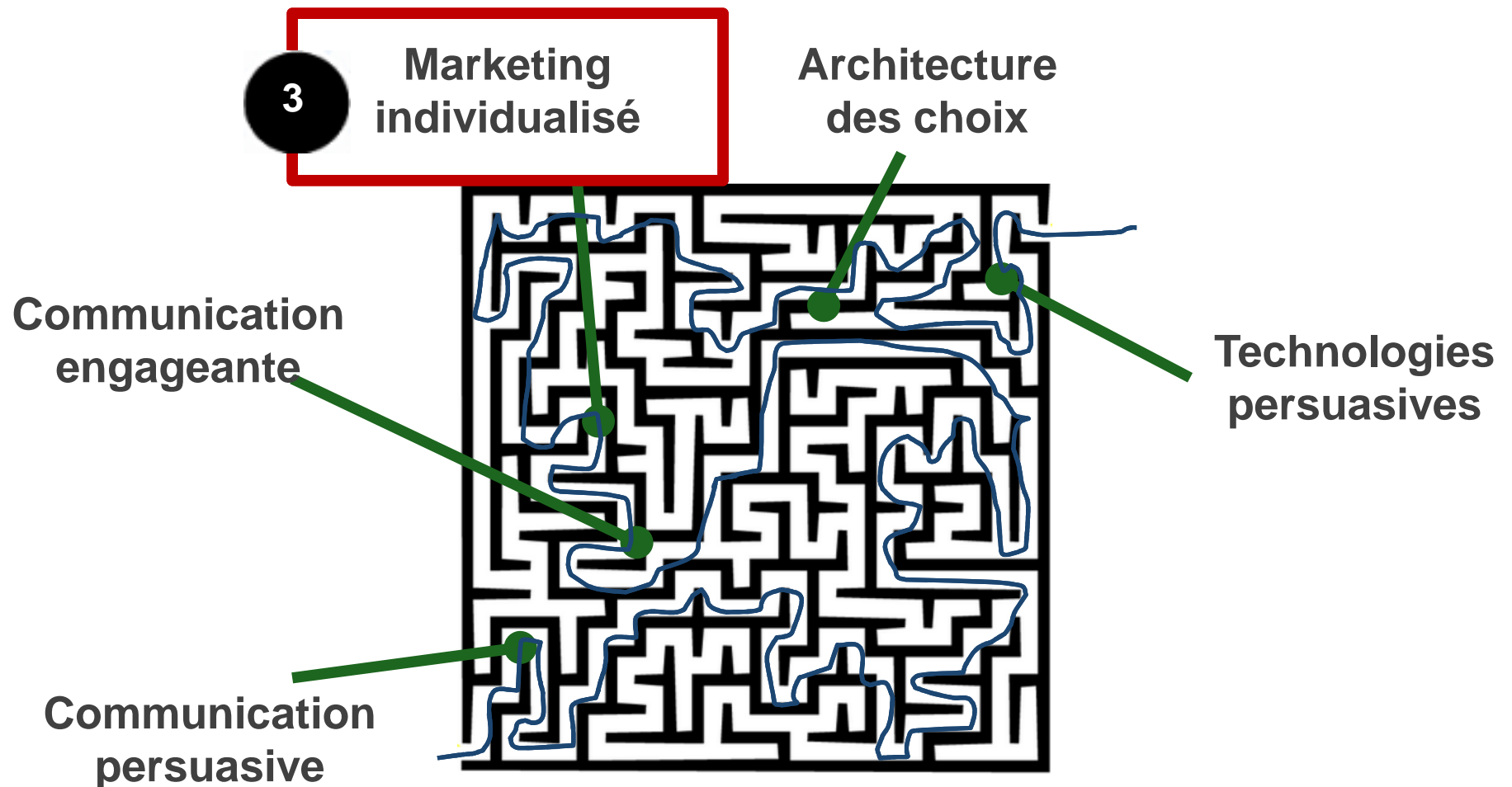
## Questions d'éthique



**J. Prévert**

**Qu'est ce que ça  
peut faire que je sois  
de mauvaise foi  
puisque je lutte pour  
la bonne cause ?**

# Notre parcours de ce jour



# 3

## Marketing individualisé

**IndiMark®**

Expérimentation en Australie, Allemagne ,  
Autriche, Suede (2003)

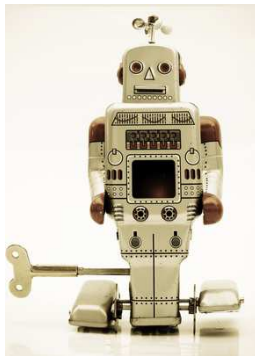


**Objectif : Installer  
l'usage PERENNE  
d'un mode de  
transport alternatif**

# Constat : changement modal, pas si facile



**Poids des habitudes**



**Comportement automatisé**



**Coût du changement**

# La mobilité est articulée aux activités



**Changer de mode !**

**... de mode de transport ou de mode de vie ?**

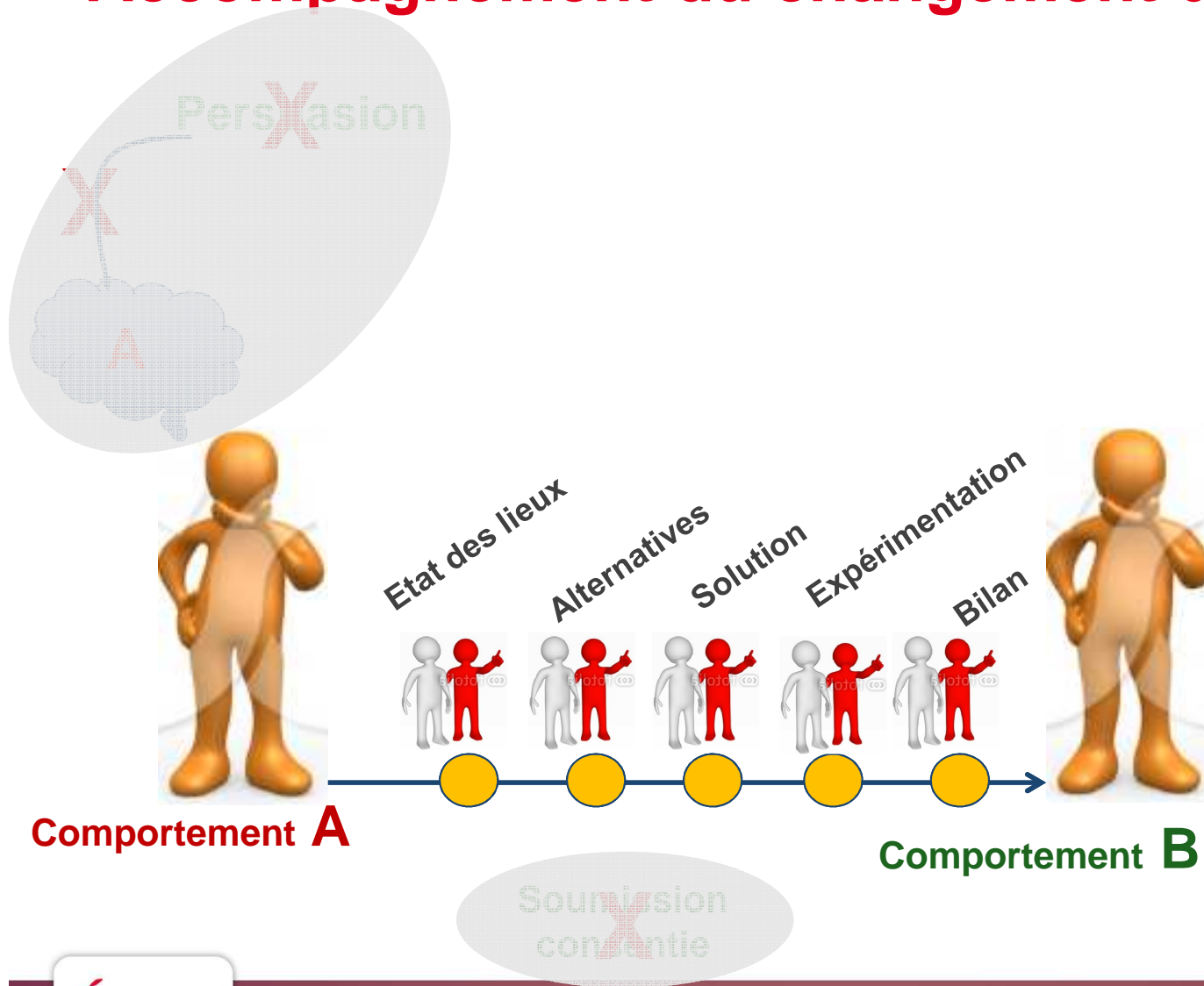


# Comprendre la vie des gens



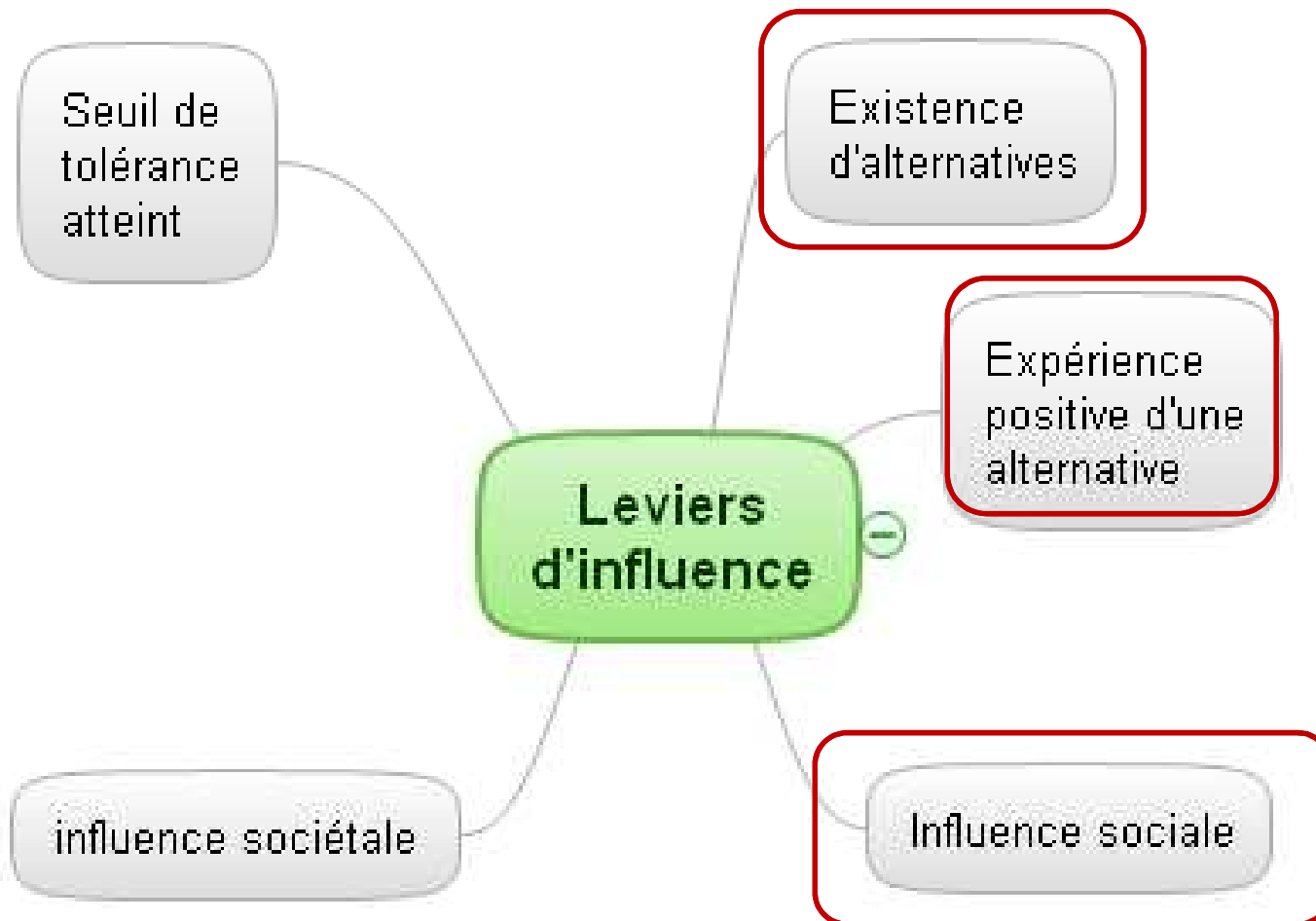
**Pour agir sur les choix  
modaux , il faut mieux les  
comprendre**

# Modèles : Ciblage population + Prospection + Accompagnement du changement dans la durée



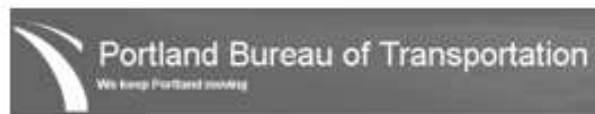
Il faut accompagner les volontaires pour faciliter la mise en œuvre d'une solution de mobilité bien adaptée

# Leviers pour le marketing individuel





## Voluntary Travel Behaviour Change Program (VTBC)



<http://www.portlandoregon.gov/transportation/32360>



<http://www.transport.vic.gov.au/projects/travelSMART>



<http://www.travelsmart.gov.au/index.html>



<http://www.tmr.qld.gov.au/travelSMART.aspx>

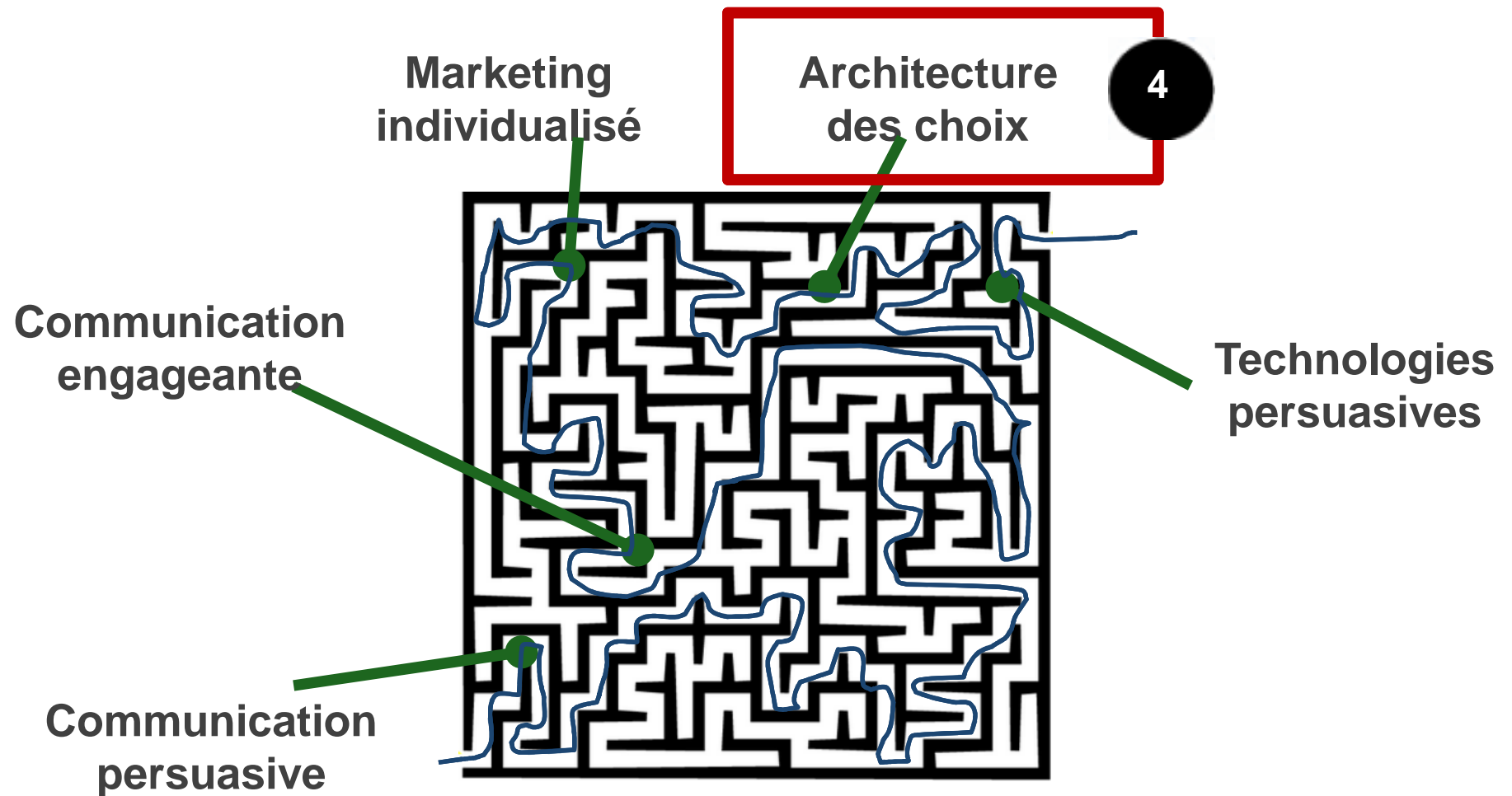


<http://www.transport.wa.gov.au/activetransport/24610.asp>



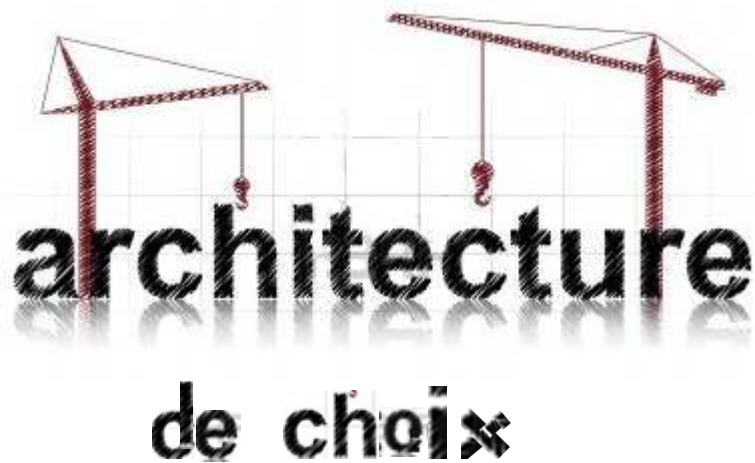
<http://www.sustrans.org.uk/what-we-do/travelSMART>

# Notre parcours de ce jour



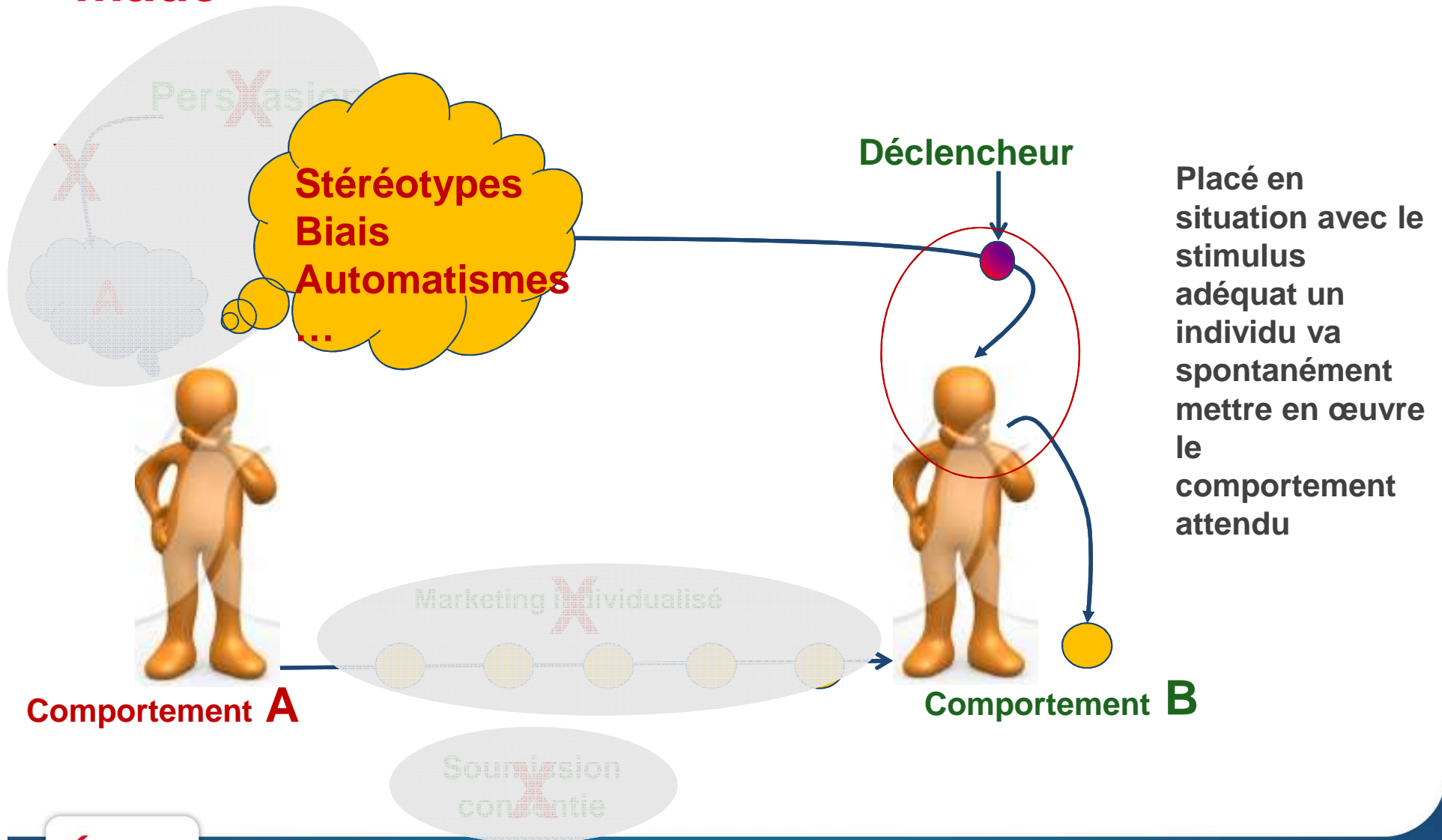
# 4

## Architecture des choix : les NUDGES



**Un changement  
sans coercition  
déclenché par un  
"coup de pouce"**

# Modèles : activation de comportements ready-made

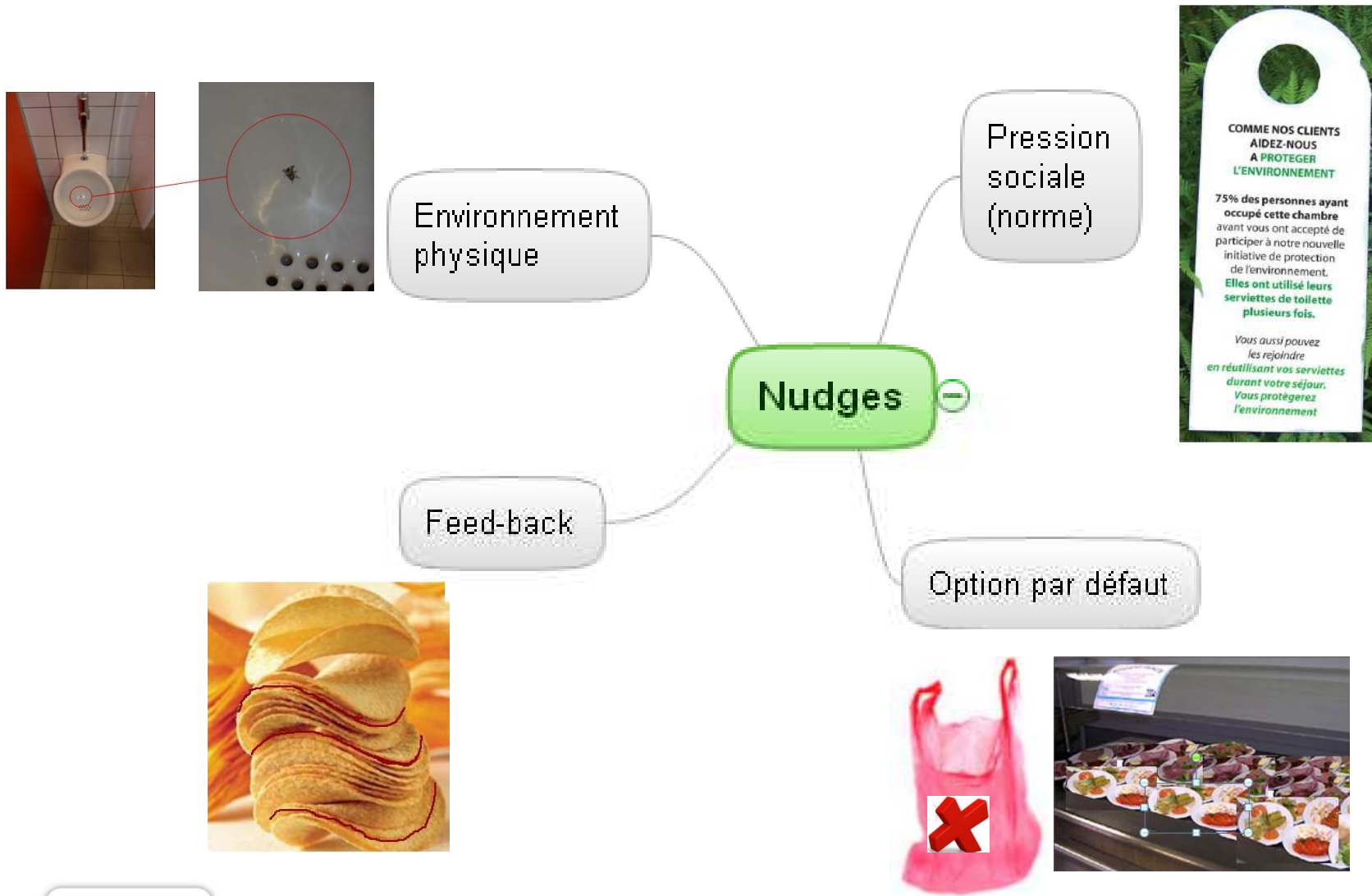




# Les nudges – déclencheurs



# Les nudges – déclencheurs



# Les nudges – architecture des choix



Environnement physique

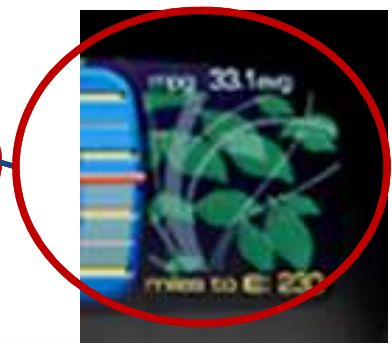
Feed-back

Nudges

Pression sociale (norme)



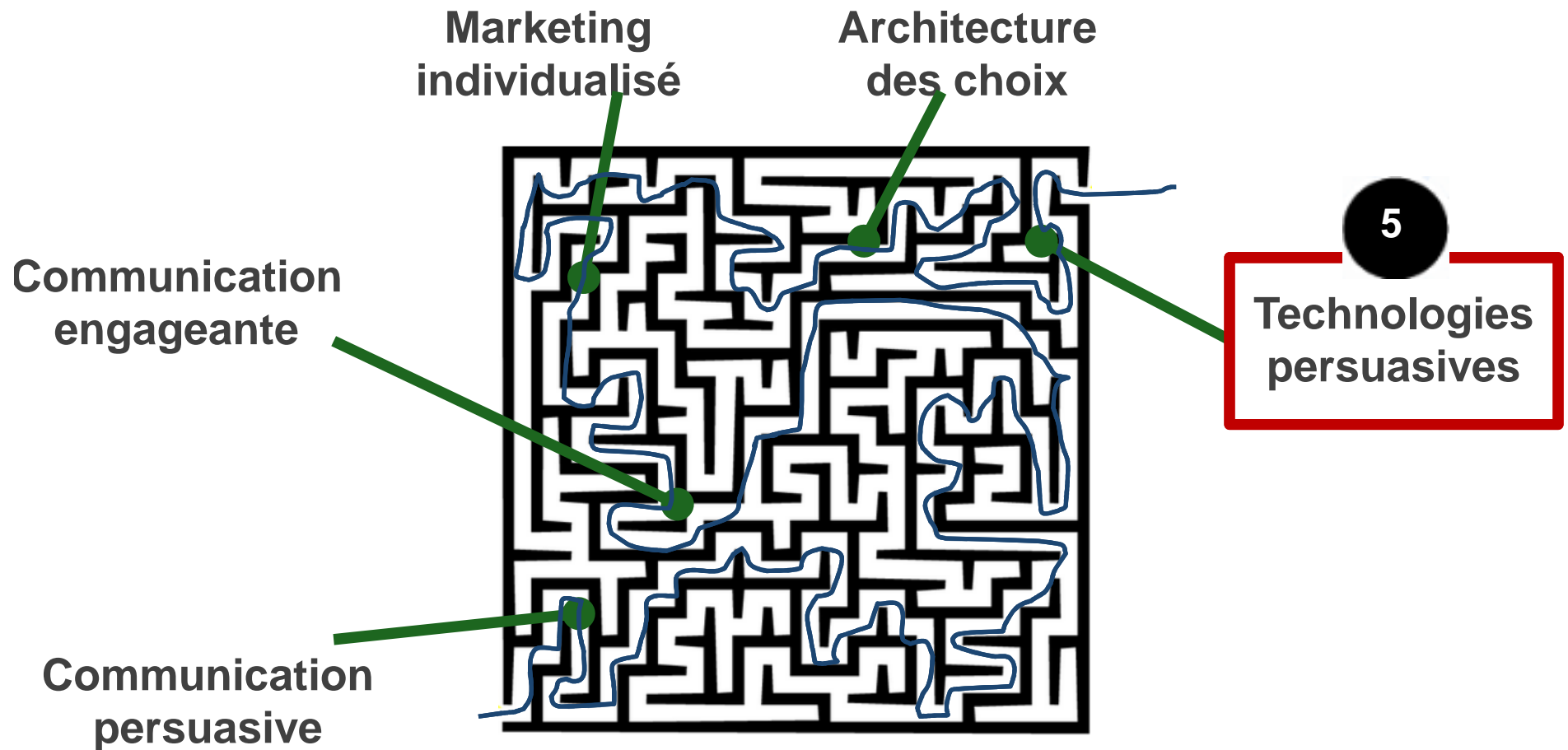
Option par défaut



# Les nudges – architecture des choix



# Notre parcours de ce jour



# 5

## Technologies persuasives



**Conduire l'individu à adopter un comportement à partir de son expérience avec une interface utilisateur**

# Technologie et communication persuasive - nudge...



**Information**

***personnelle / temps réel / design emotionel***



# Technologie et communication engageante...(1/5)

## Urban EcoMap AMSTERDAM

Home

Explore

Act

Resources

English

San Francisco »

### Working Together to Improve Amsterdam's Environment

Understand the challenge. Become part of the solution.

#### What's The Problem

We hear a lot about greenhouse gas emissions and the need to reduce them. The first step is to understand where they originate.



#### Sabine Rides Her Bike to Work

On average, transportation is responsible for 50% of green-house gas emissions. By using alternative forms of transportation, Sabine is part of the solution. [Are You?](#)



Transportation



Energy



Waste

#### Do It Now!

Want some quick suggestions for how you can reduce your environmental footprint? Tell us what's most important to you, and we'll show you the best option.

- Low Cost
- Low Effort
- High Impact

[Go](#)

#### See What's Happening in Your Neighborhood



Use our interactive map to better understand the environmental impact of your neighborhood, relative to others. Compare two districts, or compare your district to the current City average and the future City goal.

[Compare Neighborhoods »](#)

#### Are You Part of the Solution?



Use the interactive Action Advisor to build an environmental action plan that's just right for you. Or use it to explore a useful library of environmental resources, based on your personal preferences.

[Take Action »](#)

# Technologie et communication engageante...(2/5)

Urban EcoMap AMSTERDAM

Home Explore Act Resources English San Francisco »

### Learn More About What You Can Do

Transportation Energy Waste

- + Walk to work once per week
- + Walk to work daily
- + Car share to work 2-3 times per week
- + Drive according to the new standards - 'het nieuwe rijden'
- + Plan ahead and combine trips
- Travel outside of the rush hour

By adjusting your departure time to occur before or after peak travel times you will save on fuel consumption, travel time and cut down on CO2 production.

- Travelling outside of the rush hour is quicker and saves on fuel consumption. Use the CO2 checker to determine your carbon footprint  
[milieucentraal travel tips](#)

**life is a cycle**  
amsterdam cycling to sustainability

Amsterdam Cycling to Sustainability is the initiative of a broad coalition to promote sustainable transportation. Using the bicycle as icon of sustainable transportation.

# Technologie et communication engageante...(3/5)

## Urban EcoMap AMSTERDAM

Home

Explore

Act

Resources

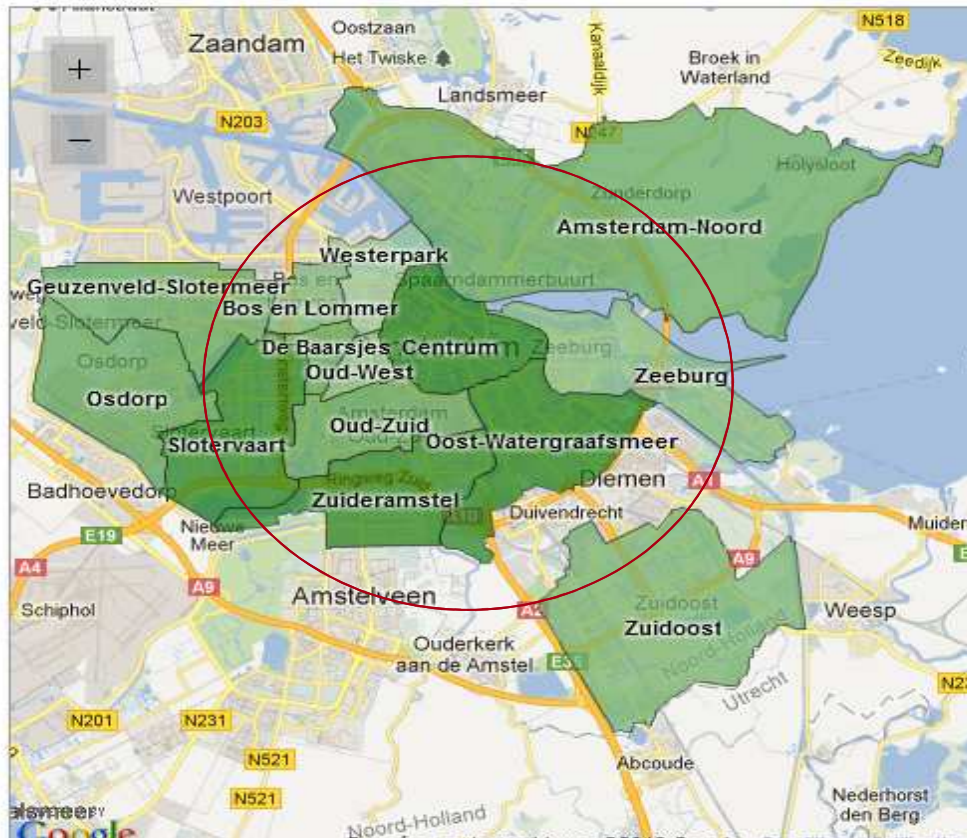
English

San Francisco »

### Explore Amsterdam's Greenhouse Gas Emissions by District

Toggle Units

Click on a district for details. Use the icons to the right to see emissions by source:



View All



Transportation



Energy



Waste

#### Emissions Ranking by District

Annual emissions per household. [Learn More](#)

	DISTRICT	KG CO2	TRANS.	ENERGY	WASTE
1	Westerpark	6,867	51.7%	43.3%	4.9%
2	Zeeburg	7,208	55.1%	39.6%	5.2%
3	Oud-West	7,365	45.7%	49.0%	5.2%
4	Bos en Lommer	7,430	52.7%	42.6%	4.6%
5	Zuidoost	7,559	45.7%	49.4%	4.9%

Expanded View

#### Current Emissions

tonnes of CO2 per household



Facts

# Technologie et communication engageante...(4/5)

## Urban EcoMap AMSTERDAM

Home

Explore

Act

Resources

English

San Francisco »

### Reduce Your Carbon Emissions

1

#### Set Your Goals

Move the sliders to adjust your starting point

##### By Effort



##### By Cost



##### By Impact



2

#### Plan Your Actions

Identify actions that you will take in each of the following areas



##### Transportation

- Commute to work daily by public transit
- Commute to work via public transport once a week



##### Energy

- Turn off electronic devices
- Turn down heating and cooling
- Wait for a full laundry load
- Radiator and heating vents should be unobstructed
- Lower the heat 1-2 degrees



##### Waste

- Place a notification sticker on your door to deter pamphlets
- Reuse paper

3

#### See Your Results

Chart your contribution



- Commute to work daily by public transit
- Commute to work via public transport once a week

Take Action

# Technologie et communication engageante...(5/5)

The screenshot shows the 'Urban EcoMap AMSTERDAM' website. At the top, there is a navigation bar with 'Home', 'Explore', 'Act', and 'Resources' buttons. To the right, there are language and location options: 'English' and 'San Francisco »'. Below the navigation bar, the main heading is 'My Actions to Reduce Carbon Emissions'. A sub-heading reads: 'Share the actions that you are planning to take with your friends and neighbors by posting them to your Facebook wall.' Below this, there are three icons: 'Save a PDF' (with a PDF icon), 'Add to Facebook' (with a Facebook 'f' icon, circled in red), and 'Edit My Actions' (with a pencil icon). The main content area is divided into two sections. The left section is titled 'Transportation' (with a car icon) and contains two items: 'Commute to work daily by public transit' with the text 'Utilize the public transport system to commute to work on a daily basis and you will greatly cut down on carbon emissions.', and 'Commute to work via public transport once a week' with the text 'Commit to taking the public transport once or twice a week to help reduce your carbon emissions.'. The right section features a large green tree icon.

# Comment concevoir des services basés sur les technologies persuasives?



Utiliser des technologies pour

- Déclencher le passage à l'acte
- Motiver/Influencer/informer
- Faciliter l'action

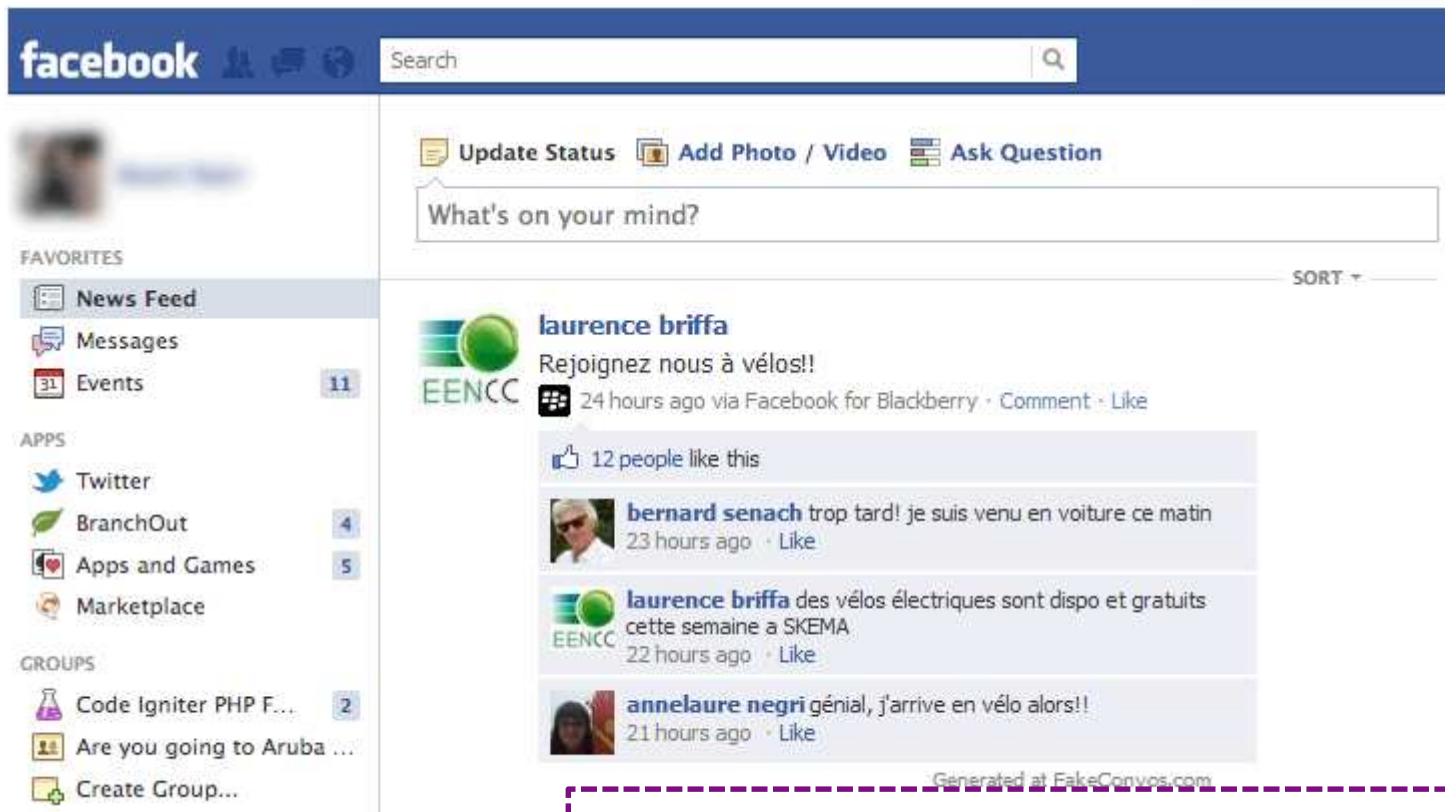


Commencer par un petit pas pour une cible étudiée



Utiliser les outils et le savoir faire disponible

# Déclencher le passage à l'acte



## Étincelle Alerte Facilitateur

### parking

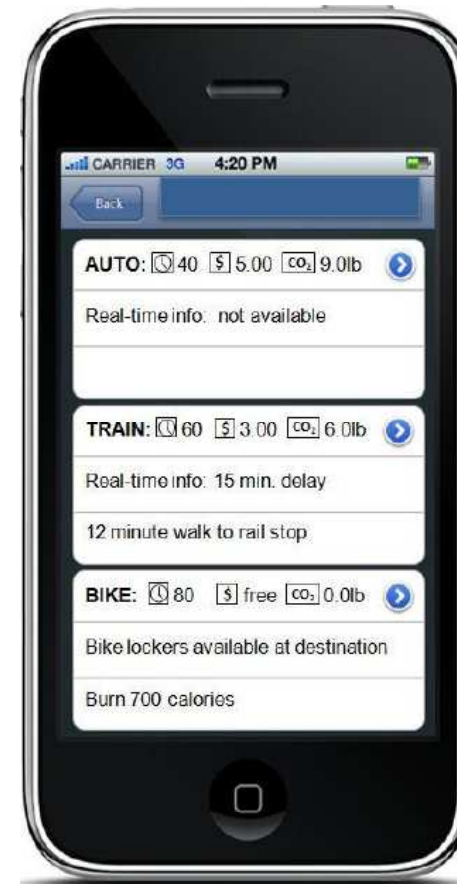
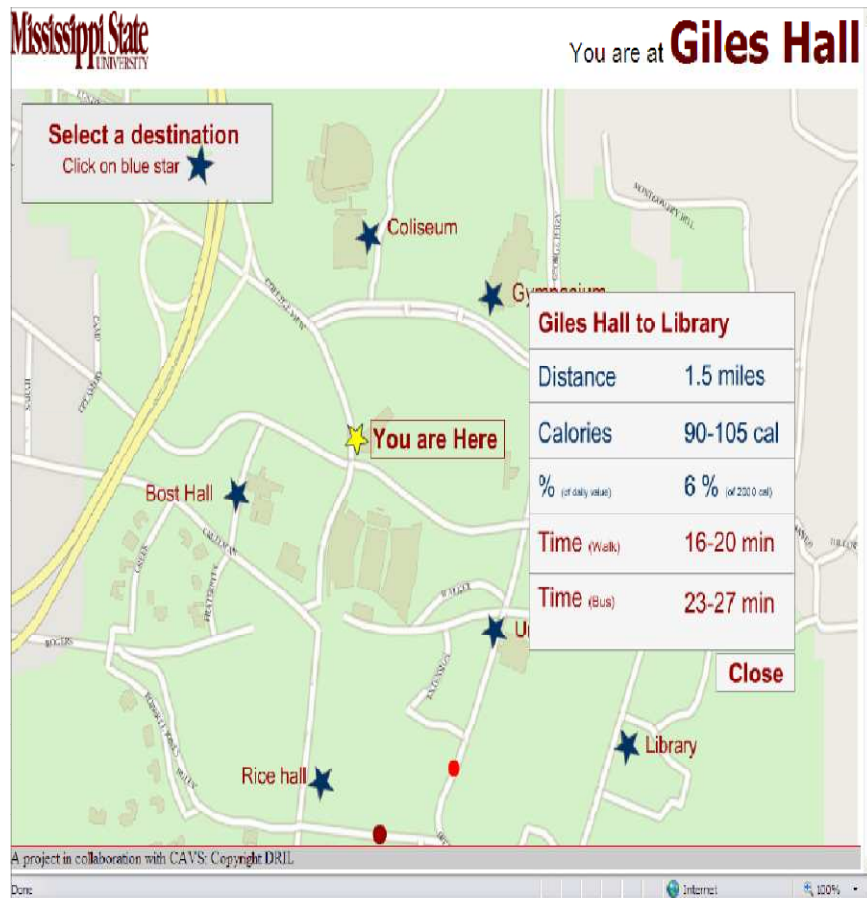
parking 2€ parking Notre-Dame-des-Fleurs et Martelly à 50 m du théâtre (tarif forfaitaire appliqué en soirée de 19h à 8h).

### covoiturage

Inscrivez-vous sur le site du théâtre de Grasse > Choisissez un spectacle > Proposez ou recherchez un véhicule > Postez votre annonce

Accueil | La saison | Jeune public | Abonnez-vous | Espace Presse | Contactez-nous

# Motiver/Influencer/informer



***Géolocalisation | Temps réel | Comparaison multimodale***



# Motiver/Influencer/informer & “self quantification” (1/2)

## Trips



## Missing a trip? Add it here.

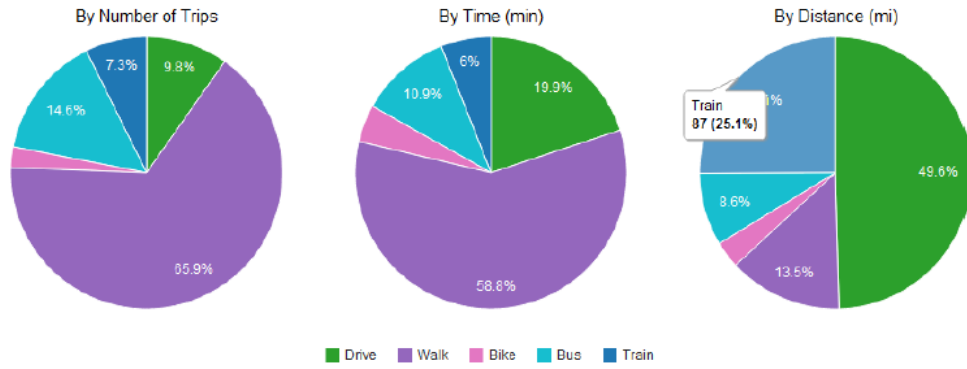


9 trips recorded for September 23, 2011.

Origin Address	Destination Address	Mode	Start Time	Duration (min)	Miles
1304-1306 Solano Ave, Albany, CA 94708, USA	2100-2148 Hearst Ave, Berkeley, CA 94704, USA	Bus	08:52 AM	10	2.3
1797 Shattuck Ave, Berkeley, CA 94708, USA	2451-2483 Hearst Ave, Berkeley, CA 94708, USA	Walk	09:04 AM	7	0.5
2451-2483 Hearst Ave, Berkeley, CA 94708, USA	1810 Shattuck Ave, Berkeley, CA 94709, USA	Walk	12:29 PM	20	0.5
1810 Shattuck Ave, Berkeley, CA 94709, USA	Haviland Rd, Berkeley, CA 94708, USA	Walk	01:00 PM	33	0.8
Haviland Rd, Berkeley, CA 94709, USA	9 Hall Rd, Berkeley, CA 94720, USA	Walk	01:50 PM	11	0.4
Frank Schlessinger Way, Berkeley, CA 94709, USA	1820-1834 Euclid Ave, Berkeley, CA 94709, USA	Walk	03:15 PM	8	0.4
1820-1834 Euclid Ave, Berkeley, CA 94709, USA	2091-2099 Addison St, Berkeley, CA 94704, USA	Walk	05:28 PM	19	0.7
2091-2099 Addison St, Berkeley, CA 94704, USA	1810 Shattuck Ave, Berkeley, CA 94709, USA	Walk	06:07 PM	20	6.2
1810 Shattuck Ave, Berkeley, CA 94709, USA	831-836 Stannage Ave, Albany, CA 94708, USA	Walk	08:58 PM	62	2.5

# Motiver/Influencer/informer & "self quantification" (2/2)

How You Get Around



summary | breakdowns | timelines | trips | about | log out



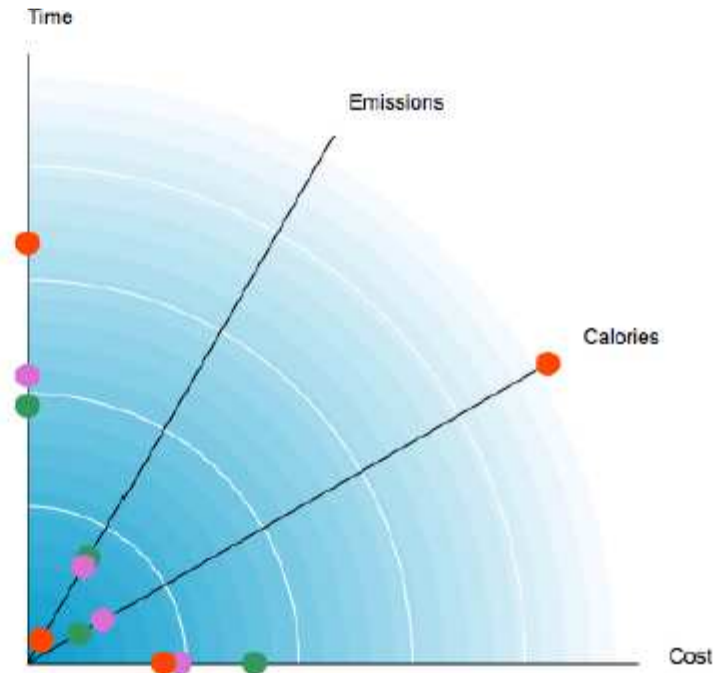
## dvizzini

Total Trips Logged 82  
 Total Miles Logged 347  
 Total Time Logged 1736 minutes

### Average Travel Statistics



More statistics (such as those for other cities and for the study group) will be added as the study progresses.



# Motivation « tangentielle » : par exemple le jeu



# Procéder par petit pas



# Une démarche très pragmatique capitalisant sur plusieurs outils

## Portrait de Stéphanie

Stéphanie G. - 28 ans - Galeries - Passagers - Projet Nantes-Quimper

Stéphanie, 28 ans, travaille dans une maison d'édition à Nantes. Elle découvre toutes les semaines, soit seule pour aller retrouver son compagnon à Quimper, soit en couple pour rendre visite à sa famille en Picardie. Quand elle en a l'occasion, elle découvre également pour sa famille le travail.



Stéphanie G, 28 ans

"Quand on rentre en Picardie en covoiturage, le trajet passe beaucoup plus vite !"

Racontez-nous votre premier covoiturage.

C'est en 2010, à l'époque où j'étais à l'université, que j'ai découvert le covoiturage. C'était un étudiant de mon université qui m'a proposé de me laisser à Nantes et de venir à Quimper avec lui. C'était un étudiant de mon université qui m'a proposé de me laisser à Nantes et de venir à Quimper avec lui. C'était un étudiant de mon université qui m'a proposé de me laisser à Nantes et de venir à Quimper avec lui.

## Persona

Qu'aimez-vous dans le covoiturage ?

J'aime rencontrer des gens. Avec mon ami, nous discutons environ une fois tous les deux mois pour rentrer voir la famille ou rendre visite à des amis. Quand on rentre en Picardie en covoiturage, le trajet passe beaucoup plus vite ! Son genre on ne fait que faire un covoiturage par an mais ça nous permet de rendre visite à nos familles plus facilement. C'est donc un moyen d'organiser un covoiturage pour le retour.

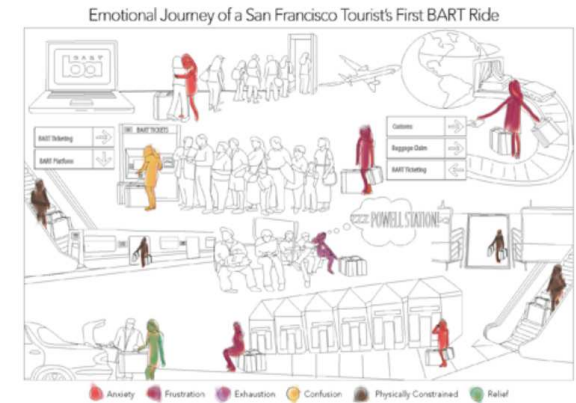


Comment choisissez-vous vos covoiturages ?

Je me base sur l'heure de départ. Le prix varie 17h le vendredi dans le cadre des offres en fonction de la date.



## Customer journey



## Carte émotionnelle

## Matrice du comportement cible

	behavior	behavior	intensity	intensity	STOP
<b>DOT</b> One time	<b>GREEN DOT</b> Do a new behavior one time	<b>BLUE DOT</b> Do familiar behavior one time	<b>PURPLE DOT</b> Increase behavior one time	<b>GRAY DOT</b> Decrease behavior one time	<b>BLACK DOT</b> Stop behavior one time
<b>SPAN</b> Period of time	<b>GREEN SPAN</b> Do a new behavior for a period of time	<b>BLUE SPAN</b> Maintain familiar behavior for a period of time	<b>PURPLE SPAN</b> Increase behavior for a period of time	<b>GRAY SPAN</b> Decrease behavior for a period of time	<b>BLACK SPAN</b> Stop behavior for a period of time
<b>PATH</b> From now on	<b>GREEN PATH</b> Do new behavior from now on	<b>BLUE PATH</b> Maintain familiar behavior from now on	<b>PURPLE PATH</b> Increase behavior from now on	<b>GRAY PATH</b> Decrease behavior from now on	<b>BLACK PATH</b> Stop behavior from now on



## Patterns et Kits de conception



## Meilleures pratiques d'usage des canaux

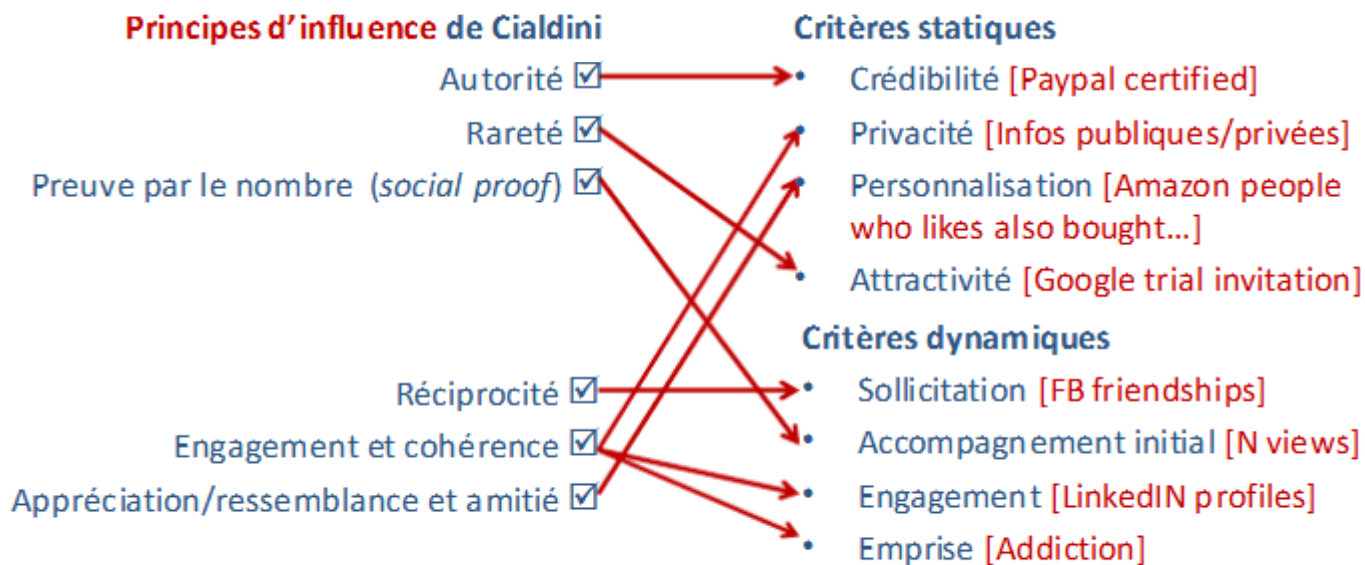


# N'oublions pas l'évaluation....

Sélection naturelle

Les outils sont là également : “ergonomie persuasive”

**\*Critères d'évaluation: le degré de persuasion d'une interface**



\*Nemery, A., & Brangier, E. (2010 soumis). Criteria grid for persuasive interfaces: definition and validation. International Journal of Human Computer Studies.

# 6

## Conclusion

# **Le changement de comportement de mobilité est l'affaire de tous**



# Engagement des agents - Aubagne

## 1<sup>er</sup> clip



[http://www.dailymotion.com/video/xdazy3\\_lip-dub-bus-de-l-agglo\\_travel](http://www.dailymotion.com/video/xdazy3_lip-dub-bus-de-l-agglo_travel)

# Engagement citoyens



Proportion de parents accompagnant leurs enfants à l'école en voiture =  
**10 % en 1983 / 50 % aujourd'hui**

Trajets domicile-école (pour les classes élémentaires) en moyenne **<1 km !**

# Ouverture des données publiques



# Participation des usagers à l'information voyageur

*Le matin*

**starbusmetro** @starbusmetro La. Retard de la ligne 90 ce matin commence à être pénible

**starbusmetro** @starbusmetro quelques précisions. Combien de retard, quel arrêt dans quel sens et l'heure de passage prévu. Merci d'avance

**starbusmetro** @starbusmetro Effectivement, le bus N° 4011 à eu 11 minutes de retard ce matin. Nous en cherchons les raisons. Merci de votre patience.

**Bart escalators as a metaphor: sometimes they're all either broken or going the wrong way.**

10:56 PM October 13, 2007 from [text](#)

 **Coda**

**twitter** Home Find & Invite Public

 **tubemetro**

Follow

**Suspended between Wembley Park and Harrow-on-the-Hill northbound due to a signal failure at Harrow-on-the-Hill.**

about 3 hours ago from web

With Others Previous

Suspended between Croxley and Watford due to a police investigation at Watford. 06:30 AM October 24, 2007 from web

Suspended between Moorgate and Aldgate due to a security alert at Aldgate. 10:30 AM October 23, 2007 from web

# Donner du sens via d'autres intervenants



[http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=Wq40n9BtpRk](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=Wq40n9BtpRk)

# Donner du sens via d'autres intervenants



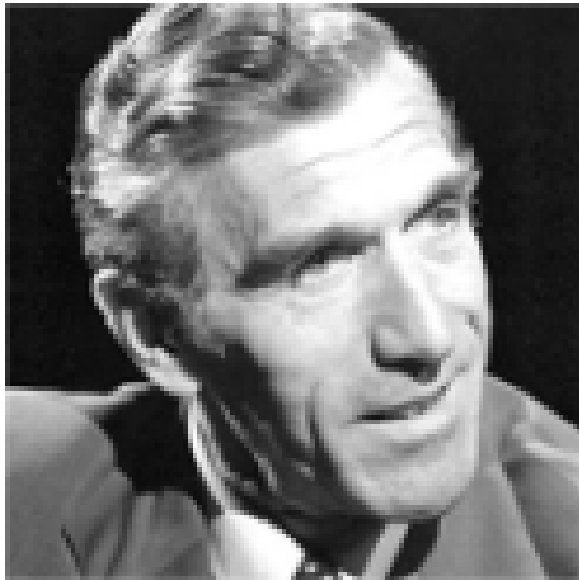
# Donner du sens via d'autres intervenants







# **La mobilité urbaine est un cauchemar ?**



**La seule façon de  
terminer un cauchemar  
c'est de se réveiller**

**P. Watzlawick**

**Merci pour votre attention**



CRI- SAM  
SOPHIA-ANTIPOLIS  
[www.inria.fr](http://www.inria.fr)

# Bibliographie / Webographie

## Communication persuasive

De nombreux modèles sont proposés dans la littérature. Les liens ci-dessous concernent le "modèle transthéorique" de Prochaska et DiClemente élaboré pour le traitement des addictions et illustré ici par une application dans le contexte de la sensibilisation à l'écologie.

<http://www.millenaire3.com/Ecologie-de-la-sensibilisation-aux-changements-d.122+M56483d9e892.0.html>

Illustration de campagnes de pub originales et créatives pour inciter aux modes doux.

<http://www.sircome.fr/Agir-pour-la-planete-c-est>

<http://www.sircome.fr/>

<http://www.sircome.fr/Prenez-le-bus-et-respirez-mieux>

<http://www.sircome.fr/Stop-aux-trajets-ridicules-en>

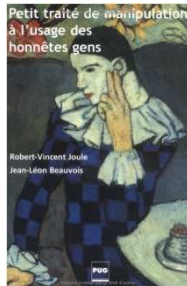
<http://www.sircome.fr/Motives-pour-moins-conduire>

<http://www.seattle.gov/waytogo/onelesscar.htm>

# Bibliographie / Webographie

## Communication engageante

Ouvrage de référence



[http://fr.wikipedia.org/wiki/Petit\\_trait%C3%A9\\_de\\_manipulation\\_%C3%A0\\_l%27usage\\_des\\_honn%C3%AAtes\\_gens](http://fr.wikipedia.org/wiki/Petit_trait%C3%A9_de_manipulation_%C3%A0_l%27usage_des_honn%C3%AAtes_gens)

Campagne Ecogeste méditerranée

<http://www.ecogestes.com/accueil.php>

# Bibliographie / Webographie

## Marketing Individualisé (1/2)

Source :

[http://lara.inist.fr/bitstream/handle/2332/1097/CERTU\\_markind.pdf?sequence=4](http://lara.inist.fr/bitstream/handle/2332/1097/CERTU_markind.pdf?sequence=4)

<http://www.cete-mediterranee.fr/tt13/www/IMG/pdf/mktg-mob-certu08-4.pdf>

Programmes de changement volontaire de comportement de transport

Revue dans :

[http://hal.inria.fr/docs/00/54/44/19/PDF/2009\\_dest\\_rocci\\_changer\\_les\\_comportements\\_mobilite\\_P.pdf](http://hal.inria.fr/docs/00/54/44/19/PDF/2009_dest_rocci_changer_les_comportements_mobilite_P.pdf)

Analyse dans :

[http://www.doi.vic.gov.au/doi/doiect.nsf/2a6bd98dee287482ca256915001cff0c/dc3cec6953c3cf004a256dc000813e7c/\\$FILE/Understanding%20voluntary%20travel%20behaviour%20change.pdf](http://www.doi.vic.gov.au/doi/doiect.nsf/2a6bd98dee287482ca256915001cff0c/dc3cec6953c3cf004a256dc000813e7c/$FILE/Understanding%20voluntary%20travel%20behaviour%20change.pdf)

# Bibliographie / Webographie

## Marketing Individualisé (2/2)



<http://www.portlandoregon.gov/transportation/32360>



<http://www.transport.vic.gov.au/projects/travelsmart>



<http://www.travelsmart.gov.au/index.html>



<http://www.tmr.qld.gov.au/travelsmart.aspx>



<http://www.transport.wa.gov.au/activetransport/24610.asp>



<http://www.sustrans.org.uk/what-we-do/travelmart>

# Bibliographie / Webographie

## Architecture des choix : Nudges



<http://nudges.org/>



# Bibliographie / Webographie

## Technologies persuasives (1/2)

<http://captology.stanford.edu/about/what-is-captology.html>

<http://thisisservicedesignthinking.com/>

<http://architectures.danlockton.co.uk/>

<http://www.ford.com/cars/fusion/>

<http://urbanecomap.org/>

<http://www.behaviormodel.org/>

<http://dub.washington.edu/djangosite/media/papers/tmpGf>

# Bibliographie / Webographie

## Partie Technologies persuasives (2/2)

<http://www.uctc.net/research/papers/UCTC-FR-2011-10.pdf>

<http://www.soleillos.com/>

<http://www.covoiturage.fr/>

<http://www.univ-metz.fr/ufr/sha/2lp->

[etic/ANEBSK\\_SELF\\_Toulouse2009\\_V3x.pdf](http://www.univ-metz.fr/ufr/sha/2lp-etic/ANEBSK_SELF_Toulouse2009_V3x.pdf)

<http://fr.slideshare.net/spromtep/infopresse-29fev2012-internet>

<http://fr.slideshare.net/dings/the-mao-model-research-for->

[behavior-change](http://fr.slideshare.net/dings/the-mao-model-research-for-behavior-change)

# Bibliographie / Webographie

## Conclusion

Vidéo : engagement des agents pour la promotion de la gratuité des transports à

Aubagne :

[http://www.dailymotion.com/video/xdazy3\\_lip-dub-bus-de-l-agglo\\_travel](http://www.dailymotion.com/video/xdazy3_lip-dub-bus-de-l-agglo_travel)

Open Data



<http://blog.asso-bug.org/vie-de-lassociation/open-data-innover-avec-louverture-des-donnees-de-simon-chignard/>

Vidéo : Action "Marcher sur la planète = marcher pour la planète"

[http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=Wq40n9BtpRk](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=Wq40n9BtpRk)