

## Projet 031

# Le nudging pour prévenir les dommages éléments naturels sur les bâtiments

## Guide sur les solutions de nudging

---



### Objectif

Élaboration de mesures de nudging pour les établissements cantonaux d'assurance (ECA)

---



### Mandataire

- Université des sciences appliquées de Zurich ZHAW
  - econcept
- 



### Groupe d'accompagnement

- Andy Bertet, GVZ
  - Daniel Peter, SGV
  - Roger Welter, GVZ
  - Flavia Zumbühl, GVL
  - Martin Jordi, Fondation de prévention
  - Mirjam Kalbermatten, VKG
- 

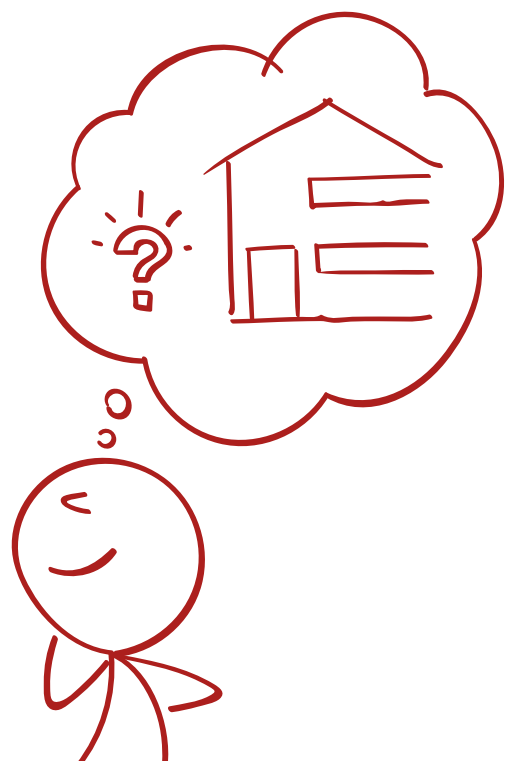


### Bénéfices / points clés

- Solutions concrètes pour l'application de mesures de nudging
  - Mobilisation des collaborateurs
  - Réduction des dommages à moyen terme
-

# Mesures de nudging pour améliorer la prévention des dommages éléments naturels sur les bâtiments existants

Guide pour inciter  
les propriétaires à prendre  
des mesures adaptées  
au climat



## Mentions légales

### Éditeur

Fondation de prévention des établissements cantonaux d'assurance, Berne

### Auteurs

Stephanie Bade, econcept AG, Zurich

Linda Miesler, groupe de recherche sur la communication durable et l'éducation à l'environnement, ZHAW, Wädenswil

Urs Müller, groupe de recherche sur la communication durable et l'éducation à l'environnement, ZHAW, Wädenswil

### Collaboration

Vanessa Bibic, econcept AG, Zürich

David Koch, groupe de recherche sur la communication durable et l'éducation à l'environnement, ZHAW, Wädenswil

### Groupe d'accompagnement

Cristina Aniceto, ECA BL

Miriam Kalbermatten, AECA

Andy Bertet, ECA ZH

Daniel Peter, ECA SG

Roger Welter, ECA ZH

Flavia Zumbühl, ECA LU

Martin Jordi, Fondation de prévention

### Conception

Erich Stutz, ZHAW, Wädenswil

### Citation

Bade S., Miesler L. et Müller U. 2022 : Mesures de nudging pour améliorer la prévention des dommages éléments naturels sur les bâtiments existants – Guide pour inciter les propriétaires à prendre des mesures adaptées au climat. Berne : Fondation de prévention des établissements cantonaux d'assurance.

# Contenu

4	Introduction
8	Nudge #1 <b>Carte postale</b>
11	Nudge #2 <b>Cadeau publicitaire</b>
14	Nudge #3 <b>Case à cocher Prévention</b>
16	Nudge #4 <b>Case à cocher Contrôle préalable</b>
18	Nudge #5 <b>Liste des éléments à contrôler sur place</b>
20	Nudge #6 <b>Case à cocher Contrôle proactif des dangers</b>
22	Nudge #7 <b>Rapport succinct après conseil PDEN</b>
24	Nudge #8 <b>Rappel pour la protection des ouvrages</b>
26	Nudge #9 <b>Redirection automatique après prise de contact</b>
28	Nudge #10 <b>Démonstration des probabilités</b>
31	Nudge #11 <b>Offre combinée : estimation des dommages + entretien-conseil PDEN</b>
33	Références
34	Annexe

# Introduction

Ce guide présente les possibilités de nudging que les établissements cantonaux d'assurance (ECA) peuvent utiliser pour « pousser » les propriétaires à améliorer la protection de leurs bâtiments.

## Pourquoi se servir du nudging dans la prévention des dommages éléments naturels ?

La propension des propriétaires à prendre des mesures pour protéger leurs bâtiments contre les dangers naturels dépend non seulement de facteurs concrets (hard facts), tels que le danger effectif ou le ratio coûts-bénéfice des mesures, mais aussi de facteurs plus abstraits (soft facts). Les propriétaires doivent être conscients des dangers existants et être en mesure d'évaluer correctement les probabilités et risques abstraits de leur survenance. En outre, ils doivent connaître les points faibles de leur bâtiment, entreprendre de réelles démarches d'investigation et de planification ainsi que se renseigner pour obtenir les informations pertinentes. Le nudging intervient au niveau des facteurs abstraits : De petits « coups de pouce », comme des rappels ou des informations ciblées, servent de leviers pour inciter les propriétaires à se pencher sur la question des dangers naturels.

## Qu'entend-on par « nudging » ?

La psychologie sociale et environnementale ainsi que l'économie s'intéressent depuis des décennies au thème du nudging. Le livre *Émotions, habitudes, comportements : comment inspirer les bonnes décisions* (Thaler & Sunstein 2008) a rendu le sujet accessible à un large public.

Par nudges, on entend des mesures qui conditionnent l'environnement de la décision de manière à favoriser les actions souhaitées. Il ne s'agit ni de limiter les possibilités d'action, ni d'apporter des modifications profondes au système d'incitation financière (Thaler & Sunstein, 2008). Les acteurs doivent prendre de meilleures décisions, si possible « intuitivement » et sans efforts, pour leur bien-être personnel et/ou le bien commun. C'est pourquoi le nudging est beaucoup employé à des fins telles que la protection de l'environnement, la promotion des comportements écologiques, la promotion de la santé ou la prévoyance vieillesse. Depuis déjà de nombreuses années, les mesures de nudging sont également utilisées par les entreprises dans le domaine du marketing afin d'influencer les décisions d'achat.

## Quels sont les effets du nudging ?

L'efficacité du nudging repose sur le fait que bon nombre de nos décisions quotidiennes sont prises spontanément et intuitivement, c'est-à-dire « à l'instinct ». Le nudging permet par exemple d'augmenter la probabilité que nous

cliquions sur un lien donné, par exemple un lien renvoyant sur la plate-forme « Protection contre les dangers naturels ». En effet, la décision de cliquer n'est pas une action réfléchie, mais est le résultat d'un intérêt spontané.

L'efficacité du nudging est moindre lorsqu'il s'agit de grandes décisions dont « l'enjeu est important » et pour lesquelles nous prenons le temps de réfléchir. Les mesures constructives de prévention des dommages éléments naturels font partie de ces décisions qui, en raison des coûts, ne sont pas prises spontanément sur un coup de tête. Les techniques de nudging ne peuvent donc pas directement entraîner une décision en faveur d'une meilleure protection des ouvrages. Mais elles peuvent ouvrir la voie en soutenant les « petites » actions et décisions prises individuellement pour conduire à la grande action cible, qui est de « mettre en œuvre les mesures de protection des ouvrages ». Le nudging peut inciter les propriétaires à prendre conscience d'un problème, à s'informer sur les dangers concrets et les possibilités de protection, à mieux les comprendre, à se faire conseiller si besoin, à manifester une intention, à demander des offres et, finalement, à mandater les travaux de mise en œuvre. Le nudging peut donc contribuer à susciter l'intérêt des propriétaires pour la protection des ouvrages afin qu'ils examinent les possibilités d'action. Sans les techniques de nudging, les mesures de protection seraient probablement ignorées ou rejetées « instinctivement » car peu attrayantes.

## Contexte et conditions générales

Les techniques de nudging peuvent être très efficaces, mais elles sont considérées comme des instruments « à faible impact », car elles n'ont par définition aucune influence sur la liberté de décision des individus, contrairement aux réglementations légales, par exemple. Les techniques de nudging doivent être considérées avant tout comme un complément à d'autres instruments et non comme une alternative. En d'autres termes, elles peuvent et doivent être combinées avec d'autres instruments et mesures.

De plus, le nudging ne peut réussir que si les conditions-cadres sont réunies. Les mesures de nudging peuvent alors conduire à ce qu'un plus grand nombre de propriétaires se montrent intéressés et disposés à se faire conseiller et accompagner par les ECA. Pour ces derniers, il peut s'avérer nécessaire d'élargir leurs offres de conseil afin de pouvoir effectivement améliorer la protection des ouvrages.

## Les techniques de nudging sont-elles éthiques ?

Le nudging cherche à influencer le comportement des gens. Mais est-ce légitime ? Les ECA doivent-ils s'inquiéter d'être accusés de vouloir manipuler leurs clients s'ils reprennent des idées de ce guide ? Du point de vue des auteurs de ce guide, la réponse est clairement non.

Les gens n'agissent pas exclusivement de manière rationnelle : leurs décisions sont influencées par le cadre dans lequel ils évoluent. Et il arrive vite qu'ils soient distraits, qu'ils oublient des informations, qu'ils remettent des choses à plus tard ou qu'ils prennent une décision spontanée et irréfléchie. Le nudging doit permettre de transformer les conditions-cadres et les situations de

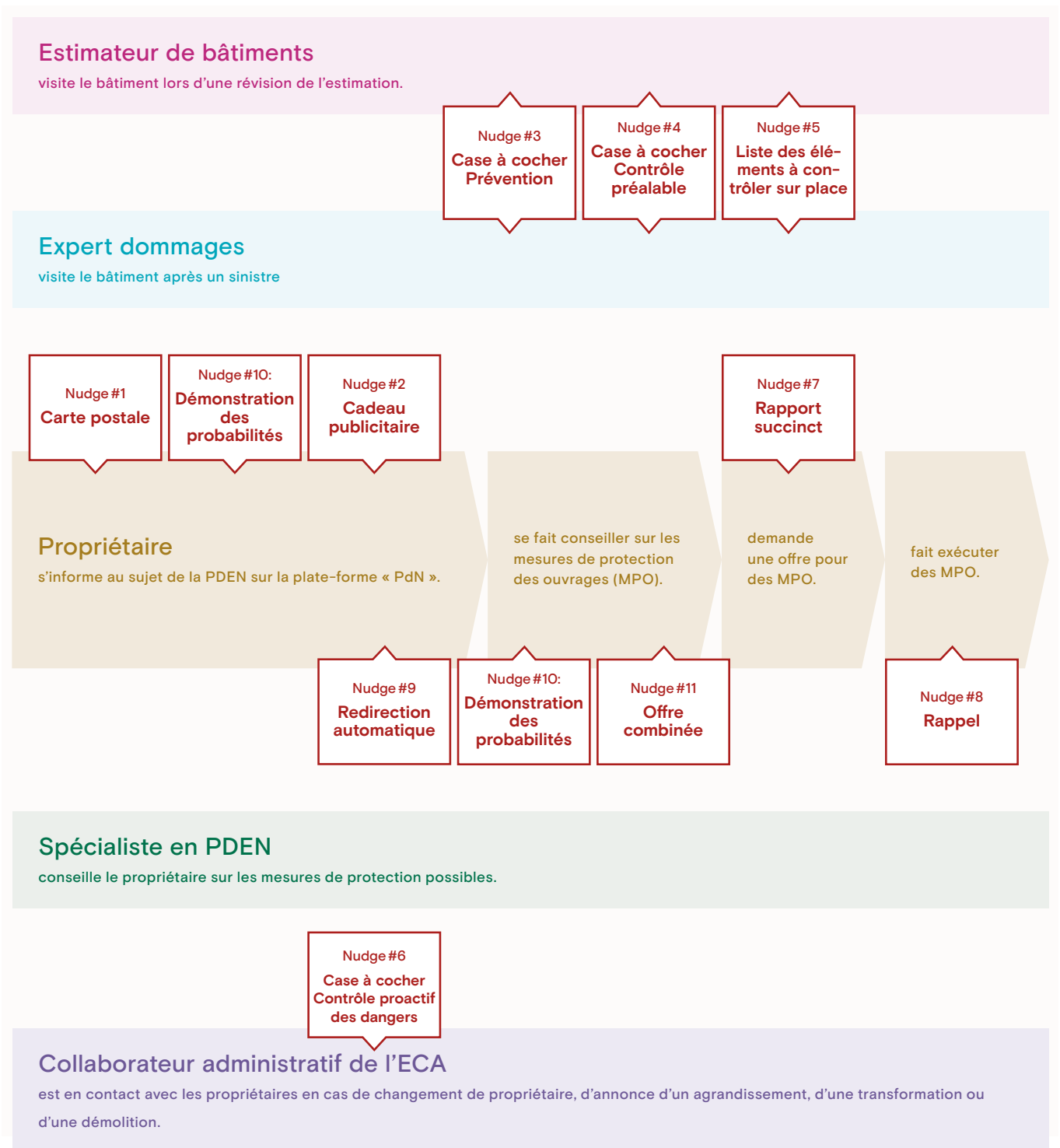
prise de décision de manière à atténuer nos « faiblesses comportementales ». Ainsi, nous pouvons plus facilement suivre nos intérêts et nos résolutions. Par exemple, la configuration intérieure d'un bâtiment peut inciter à prendre les escaliers au lieu de l'ascenseur ou la cantine peut travailler la présentation du menu le plus sain pour en faire le plat le plus appétissant. Pour garantir la légitimité du nudging, il est essentiel de ne pas limiter la liberté de choix des individus et de s'assurer que les actions ciblées par un nudge correspondent aux intérêts des individus et/ou de la collectivité. C'est pourquoi l'un des fondateurs du nudging, Richard Thaler, parle également de nudging for good dans son livre *Misbehaving – Les découvertes de l'économie comportementale* (Thaler, 2015).

## Genèse du guide

Ce guide est le fruit de discussions avec des représentants des ECA et des organisations communes. Lors d'un premier workshop, l'équipe de projet a identifié les points de contact les plus prometteurs pour inciter les propriétaires à améliorer la protection de leurs bâtiments (par exemple dans le cas d'une révision de l'estimation, d'un recensement des dommages ou de l'annonce à l'ECA d'un changement de propriétaire). Pour les points de contact identifiés, l'équipe de projet a développé une quarantaine d'idées de nudging. Leur faisabilité a été discutée lors d'un deuxième workshop avec les représentants des ECA et des organisations communes. Les nudges retenus sont repris dans le présent guide. Les idées considérées comme efficaces du point de vue de la psychologie comportementale, mais pas réalisables en l'état actuel, ont été rejetées.

## Comment utiliser ce guide

Ce guide contient 11 techniques de nudging pouvant être mises en œuvre par les ECA. Chaque technique a été illustrée, dans la mesure du possible, par des situations concrètes et adaptées aux ECA. Le guide permet ainsi aux ECA de sélectionner les idées qui leur conviennent et qui sont pertinentes dans leur cas, puis de les parachever et de les mettre en œuvre en fonction de leurs besoins et de leurs possibilités.



**Illustration 1** Vue d'ensemble des mesures de nudging présentées dans ce guide. Représentation simplifiée des acteurs et des comportements visés par les mesures : quels acteurs appliquent dans quelles situations en premier lieu une mesure.



# Nudge #1

## Carte postale

### Contexte

Les collaborateurs de l'ECA entrent en contact avec les propriétaires de bâtiments à différentes occasions. Les rencontres sur place chez les clients sont particulièrement intéressantes, par exemple lors d'une nouvelle estimation ou après un sinistre dû à des éléments naturels. À ces occasions, il peut s'avérer difficile de fournir un conseil ciblé sur la protection des ouvrages, par manque de temps et, dans certains cas, de connaissances. Les collaborateurs de l'ECA peuvent malgré tout inciter les propriétaires à se pencher eux-mêmes de manière plus approfondie sur les risques et les possibilités de protéger leurs bâtiments.



### Idée de nudging

Les collaborateurs de l'ECA doivent en tout cas profiter de leur présence sur place pour sensibiliser les propriétaires. Ils peuvent attirer l'attention et éveiller la curiosité des propriétaires au moyen d'une carte postale spécialement conçue à cet effet. Un code QR au verso permet d'accéder directement à des informations pertinentes sur la plate-forme « Protection contre les dangers naturels », où les propriétaires peuvent par exemple voir les dangers présents à l'emplacement de leurs bâtiments et s'informer sur les possibilités d'action adaptées à leur situation.

Nous proposons de créer une série de cartes postales pour chaque grande catégorie de dommages (inondation, grêle et tempête), avec éventuellement plusieurs sujets par catégorie de dommage. Les sujets et les textes peuvent être adaptés au style de communication et à l'identité visuelle de l'ECA.

Il faut concevoir les cartes de manière à attirer l'attention, à éveiller l'intérêt et à inciter les propriétaires à agir. L'humour et l'effet de surprise sont dans ce cas des éléments stylistiques efficaces. Une technique pour surprendre consiste à créer un décalage entre le texte et l'image. Le texte et son image sont combinés de manière inattendue et éveillent ainsi la curiosité des lecteurs pour le thème. De plus, les contenus humoristiques et surprenants suscitent des émotions positives, qui rendent le passage à l'action plus probable. Enfin, les cartes postales avec des significations métaphoriques (plutôt que littérales) ont le potentiel d'être utilisées et partagées par les clients, justement en raison de leur sens figuré.

Pour les cartes postales que les clients seront tentés d'envoyer, en raison justement de leur signification métaphorique (voir illustration 2), nous recommandons le format classique de carte postale A6. Si les cartes sont réalisées dans un style plus classique, réduisant le potentiel d'envoi par le client (illustration 4), il est envisageable de concevoir la « carte postale » dans un format de carte de visite afin d'augmenter fortement la probabilité que le client la conserve.

Les exemples suivants illustrent la mise en œuvre de cartes postales avec un ton plus ou moins décalé.



**Illustration 2** Exemple d'une carte avec un ton décalé. Le côté humoristique est fortement mis en avant. La série contiendrait au recto principalement des situations du quotidien, avec des expressions dont le sens figuré fait référence aux différents dangers naturels (p. ex. « contre vents et marées », « se la couler douce », « ça décoiffe »). Alors que les messages de PDEN ne seraient affichés qu'au verso. Grâce au côté humoristique, le client est plus enclin à envoyer la carte postale à une connaissance, contribuant par le même temps à la sensibilisation aux dangers naturels grâce au texte au verso.



**Illustration 3** Exemple d'une transposition métaphorique avec un ton un peu moins décalé. Cette variante consiste à reprendre des titres de livres classiques ayant un lien avec les dangers naturels, à les imaginer et à y ajouter une accroche à double sens. Le lien métaphorique entre l'image (ou le titre du livre), l'accroche et le message à proprement dit (« protégez votre maison ») confère à la carte postale une touche ludique et donc un impact positif sur le plan émotionnel. D'autres exemples de titres de livres seraient La Tempête (Shakespeare), Autant en emporte le vent (Mitchell) ou L'Odyssée (Homère).



**Illustration 4** Exemple de carte plutôt classique, sans décalage tonal entre le recto et le verso. Le lien entre l'image, l'accroche et le message (« protégez votre maison ») est explicite et visible déjà sur le recto de la carte postale. Pour un effet plus positif sur les clients, des objets qui prêtent à sourire pourraient être mis au premier plan (des lettres d'amour, des photos de famille drôles, des dessins d'enfants, etc.)

## Explications sur le fonctionnement et l'efficacité

La carte postale s'adresse en premier lieu aux personnes peu sensibilisées qui ne se préoccupent pas encore ou pas vraiment d'améliorer la protection de leurs bâtiments. Le nudge fonctionne selon le schéma suivant : attirer l'attention (au moyen d'une image/accroche surprenante), éveiller l'intérêt (par une communication humoristique et positive) et rediriger facilement vers des possibilités d'information aussi spécifiques que possible (code QR, lien court).

L'efficacité de la carte postale devrait résider principalement dans sa capacité à sensibiliser au thème de la « protection contre les dangers naturels » et à instaurer un climat de sympathie à l'égard de l'ECA (dans la mesure où celui-ci est mentionné comme étant l'auteur de la carte postale). Dans le meilleur des cas, il est possible de faire en sorte que les propriétaires scannent le code QR, consultent la plate-forme et commencent à s'intéresser au thème de la protection des ouvrages.

Utilisée à des fins de sensibilisation générale, les cartes postales peuvent aussi être remises par l'ECA à l'occasion d'autres rencontres ou jointes à des envois postaux (p. ex. lors de l'annonce d'un nouveau bâtiment). Il va de soi que les cartes postales peuvent également être distribuées par les partenaires de la plate-forme « Protection contre les dangers naturels » lors de leurs contacts avec les propriétaires de bâtiments (HEV/APF, banques cantonales, Association des Communes, etc.).

## Facteurs de réussite et conditions préalables

Les conditions les plus importantes pour le succès de cette mesure sont les suivantes :

- Il faut parvenir à concevoir des cartes postales qui interpellent positivement les propriétaires de bâtiments et les incitent à scanner le code QR.
- Le code QR doit mener directement, et si possible sans détour, à des informations qui sont pertinentes et compréhensibles pour les personnes concernées. Il faut éventuellement adapter les pages auxquelles mènent les codes QR. Il faut répondre aux principales questions que peuvent se poser les personnes concernées, à savoir :
  - Quels sont les dangers et quelles sont les conséquences possibles pour moi ?
  - Quelle est la probabilité que je sois touché ?
  - Quelles sont les possibilités de prévention et que m'apportent-elles par rapport aux efforts à fournir et aux coûts à payer ?
- Il faut prendre des mesures logistiques pour faire en sorte que les collaborateurs de l'ECA qui entrent en contact avec les propriétaires disposent des cartes postales.
- Il faut s'assurer que les collaborateurs de l'ECA remettent bien les cartes postales aux propriétaires (voir nudge 3 « Case à cocher Prévention »).

- Les collaborateurs de l'ECA doivent être motivés à remettre les cartes postales et à contribuer de manière générale à la prévention des dommages éléments naturels. Il convient donc de les sensibiliser lors de formations, de colloques et par des informations données en interne.
- Il faut parvenir à utiliser d'autres canaux de distribution, par exemple via les partenaires de la plate-forme « Protection contre les dangers naturels ».

# Nudge #2

## Cadeau publicitaire

### Contexte

La plupart des gens sont heureux de recevoir un petit cadeau. Tous les collaborateurs de l'ECA peuvent se servir de cette réalité au profit de la prévention des dangers naturels dans les différentes situations où ils sont en contact avec les propriétaires de bâtiments.



### Idée de nudging

Les cadeaux publicitaires sont des instruments de marketing éprouvés pour mieux fidéliser la clientèle. Ils suscitent de la sympathie et augmentent l'estime envers l'entreprise. L'idée de ce nudge est que les collaborateurs de l'ECA offrent un petit cadeau lors de leurs contacts avec les clients, ce qui, en plus de produire un effet de sympathie, incite les propriétaires à adopter de petites actions de protection.

Un cadeau bien choisi reflète l'activité de l'entreprise qui l'offre. Par exemple, un cadeau utilisé par l'ECA à des fins de prévention des dangers devrait donc avoir un lien avec le thème des « dangers naturels ». Pour que ce « thème grave » soit tout de même associé à des sentiments agréables, il est possible de combiner un objet surprenant avec une accroche humoristique. En outre, un cadeau publicitaire bien choisi présente une utilité pratique pour les bénéficiaires, qui vont alors le conserver (ou le transmettre) et de ce fait l'avoir régulièrement « sous les yeux ». Les cadeaux publicitaires ont surtout un effet positif lorsqu'ils sont de qualité. En effet, les bénéficiaires associent la qualité du cadeau reçu à la qualité de l'entreprise.

À titre d'inspiration, nous vous présentons deux idées de cadeaux publicitaires pouvant être utilisés de différentes manières : des dés à jouer (avec gobelet) et un porte-clés ange gardien.

### « Dés à jouer (avec gobelet) »

Dans les situations où des collaborateurs de l'ECA sont en contact avec les propriétaires (p. ex. lors d'un recensement des dommages, d'une nouvelle estimation ou d'un entretien-conseil sur la protection des ouvrages), ils se servent des dés à jouer pour illustrer la probabilité d'un aléa naturel (voir nudge 10 « Démonstration des probabilités »). Ensuite, ils remettent le cadeau publicitaire aux propriétaires.

Si les dés sont assortis d'un gobelet à dés, ce dernier peut être personnalisé avec le logo de l'ECA et/ou d'un slogan adapté. L'emballage ou une notice de jeu contient des informations sur les dangers naturels et un code QR pour la plate-forme « Protection contre les dangers naturels », mais aussi des idées originales pour passer le temps (voir <https://jeuxetcompagnie.fr/jeux-de-des.html>).

En raison de leur utilité pratique, les règles de jeu originales seront conservées, et ainsi les informations sur les dangers naturels également.



**Illustration 5** Exemple pour le cadeau « dés à jouer avec gobelet »

Les dés à jouer doivent inciter les clients à s'informer sur la situation de danger et les possibilités de protection des ouvrages et/ou les inciter à solliciter un entretien-conseil. Si l'objectif premier est de pousser la personne à solliciter un entretien-conseil, le code QR peut ouvrir une page où il est possible de s'inscrire pour prendre rendez-vous. Dans ce cas, les dés ne sont remis qu'aux propriétaires dont le potentiel de dommages a été jugé élevé et pour lesquels un entretien s'avère judicieux.

### Porte-clés « ange gardien »

Ce cadeau convient comme support publicitaire général pour la plate-forme « Protection contre les dangers naturels ». Il peut être remis ou envoyé dans toutes les situations, y compris en cas de changement de propriétaire ou de souscription d'une assurance pour un bâtiment en cours de construction.

L'emballage comporte les informations nécessaires à l'exécution de l'action souhaitée (lien ou code QR).



**Illustration 6** Exemple pour le cadeau « ange gardien »

## Explications sur le fonctionnement et l'efficacité

« Dés à jouer (avec gobelet) » : Grâce à la démonstration de la probabilité de l'aléa au moyen des dés, il y a de fortes chances que le propriétaire se souvienne du lien entre les dés et la thématique des dangers naturels. L'effet de sensibilisation sera ainsi durable.

Porte-clés « ange gardien » : Les anges gardiens inspirent de la sympathie et les porte-clés sont des objets utiles du quotidien. Toutefois, comme il est tout au plus possible d'apposer le logo de l'ECA sur le porte-clés, mais pas d'informations liées à la prévention des dangers naturels, il y a de fortes chances que l'effet incitatif disparaisse une fois l'emballage retiré. L'ajout d'une plaquette sur le porte-clés, avec une référence à la thématique, réduirait l'attractivité du cadeau. Ce problème général des cadeaux publicitaires sans signature ne peut être pallié que si l'ECA fait connaître le cadeau par des actions de communication coordonnées et le présente comme « l'ange gardien de l'ECA ».

## Facteurs de réussite et conditions préalables

Les conditions les plus importantes pour le succès de cette mesure sont les suivantes :

- Il faut parvenir à faire en sorte que le cadeau conduise le bénéficiaire vers des informations pertinentes qui rendent les actions souhaitées probables.
- Il faut prendre des mesures logistiques pour faire en sorte que les collaborateurs de l'ECA qui entrent en contact avec les propriétaires disposent des cadeaux publicitaires.
- Il faut s'assurer que les collaborateurs de l'ECA remettent bien les cadeaux publicitaires aux propriétaires (voir nudge 3 « Case à cocher Prévention »).
- Les collaborateurs de l'ECA doivent être motivés à remettre les cadeaux publicitaires et à contribuer de manière générale à la prévention des dommages éléments naturels. Il convient donc de les sensibiliser lors de formations, de colloques et par des informations données en interne.

## Nudge #3

# Case à cocher Prévention

## Dans les formulaires d'estimation et/ou de sinistre

### Contexte

Lors de leurs visites à domicile, les estimateurs de bâtiments et les experts dommages sont en contact direct avec les propriétaires. Leur mission première est respectivement l'estimation des bâtiments et le recensement des dommages. Or, ces rencontres avec les propriétaires constituent de bonnes opportunités pour informer et sensibiliser en utilisant des moyens simples.



### Idée de nudging

Les estimateurs de bâtiments et/ou les experts dommages sont incités, au moyen d'une case à cocher dans leurs formulaires électroniques d'estimation ou de déclaration de sinistre, à attirer l'attention des propriétaires de bâtiments sur les possibilités d'information et/ou de conseil. La case à cocher est ajoutée sur les formulaires utilisés pour les nouvelles estimations et/ou le recensement des dommages.

Le nudge 3 « Case à cocher Prévention » peut être combiné avec le nudge 1 « Carte postale » et/ou avec le nudge 4 « Case à cocher Contrôle préalable ». En cochant la case, les estimateurs de bâtiments et/ou les experts dommages confirment avoir mis en œuvre l'une des actions suivantes :

- En combinaison avec le nudge 1 « Carte postale », cette case pourrait aussi rappeler de donner la carte postale. On pourrait donc imaginer des cases à cocher du type : « La carte postale "Protection contre les dangers naturels" a-t-elle été remise ? La carte postale a-t-elle été acceptée par le propriétaire ? »
- En combinaison avec le nudge 4 « Case à cocher Contrôle préalable » et en cas de risque élevé, les estimateurs de bâtiments et/ou les experts dommages pourraient recommander au client de se faire conseiller en la matière ou ils pourraient l'informer des possibilités de conseil.

### Explications sur le fonctionnement et l'efficacité

Du point de vue de la psychologie comportementale, la case à cocher augmente la probabilité que le sujet de la prévention soit abordé, car elle sert de rappel aux collaborateurs de l'ECA lors de leurs rencontres avec les clients. En outre, l'action peut être rendue encore plus probable si la case à cocher est



programmée comme un champ obligatoire, c'est-à-dire qu'il faut obligatoirement cocher « oui » ou « non » (la case ne peut pas être ignorée). D'un point de vue psychologique, les gens évitent d'ignorer une action demandée, car cela suscite des émotions négatives.

## **Facteurs de réussite et conditions préalables**

Les conditions les plus importantes pour le succès de cette mesure sont les suivantes :

- Si la case à cocher est ajoutée sur les formulaires utilisés par les estimateurs de bâtiments et/ou les experts dommages, le but et l'utilité de l'action devraient leur être expliqués de manière transparente afin de garantir l'acceptation de la part des utilisateurs.
- Il faudrait d'abord s'assurer que les estimateurs et les experts dommages peuvent bien effectuer l'action demandée par la case à cocher avant de l'ajouter sur les formulaires. Ils doivent donc également disposer des informations et du matériel nécessaires.

La technique de nudging « case à cocher » pourrait en principe être étendue à d'autres actions (par exemple, les estimateurs et les experts dommages doivent informer les propriétaires de bâtiments des possibilités de subventions). Toutefois, plus le nombre de cases à cocher est élevé, plus le risque de voir apparaître des attitudes de rejet de la part des utilisateurs augmente.

## Nudge #4

# Case à cocher Contrôle préalable

Dans les formulaires d'estimation et/ou  
de sinistre

### Contexte

Lorsque les estimateurs de bâtiments et les experts dommages visitent un ouvrage, ils ont l'occasion d'attirer l'attention des propriétaires sur la situation de danger existante à l'emplacement du bâtiment et de les motiver à améliorer la protection de l'ouvrage. Pour cela, il faut que les estimateurs et les experts dommages se soient préalablement informés de la situation de danger à l'emplacement du bâtiment à visiter.



### Idée de nudging

Une case à cocher (champ obligatoire) dans les formulaires électroniques d'estimation ou de déclaration de sinistre des estimateurs et des experts dommages les incite à se faire une idée des dangers qui menacent le bâtiment avant une visite à domicile. Ils peuvent ensuite aborder sur place, lors d'un entretien personnel avec les propriétaires, l'urgence de mesures de protection des ouvrages sur le bâtiment et indiquer les possibilités d'information et de conseil. Au-delà du contact direct avec le client, ils peuvent transmettre les résultats du contrôle préalable des dangers aux conseillers en PDEN. Ceux-ci peuvent alors prendre contact avec les propriétaires.

Afin de simplifier le petit contrôle préalable que doivent effectuer les estimateurs et/ou les experts dommages, des liens vers les cartes des dangers peuvent être inclus dans les différents formulaires (p. ex. un lien vers le « check-up des dangers naturels » de Protection contre les dangers naturels, dont les résultats peuvent être téléchargés au format PDF et ajoutés aux documents emportés pour la visite). L'évaluation de la situation de danger peut ainsi se faire en quelques clics.

Selon les possibilités techniques et les besoins de l'ECA, en plus d'une simple case à cocher, le contrôle préalable peut inclure des champs supplémentaires dans lesquels les résultats du contrôle peuvent/doivent être consignés. Par exemple, les informations suivantes pourraient être demandées (voir la liste de contrôle PDEN utilisée pour l'estimation par l'ECA Lucerne et illustrée dans le nudge 5 « Liste des éléments à contrôler sur place ») :

- « D'après les cartes des dangers, le bâtiment est-il exposé à l'un des aléas suivants ? » Crue, ruissellement de surface, glissement de terrain, etc.

- « Des dommages dus aux dangers naturels ont-ils déjà été recensés pour l'ouvrage ? »
- « L'ouvrage a-t-il déjà fait l'objet d'un avis sur les dangers naturels et/ou d'une note de prévention ? »

## Explications sur le fonctionnement et l'efficacité

Le nudge incite les collaborateurs de l'ECA à examiner au préalable la situation de danger. Ils rencontrent ainsi les clients en étant déjà informés de la situation en matière de PDEN, peuvent aborder le sujet en se référant concrètement à l'ouvrage et, si nécessaire, peuvent orienter les clients vers un entretien-conseil en PDEN, y compris pour un examen plus détaillé de la situation sur place.



## Facteurs de réussite et conditions préalables

- La charge de travail à fournir pour le contrôle préalable des dangers doit être limitée. Le contrôle ne devrait être qu'une étape préliminaire permettant de se faire une idée plus précise des dangers à l'emplacement du bâtiment à visiter (voir mesure suivante).
- S'il n'est pas réaliste d'imposer aux estimateurs et/ou aux experts dommages la tâche de réaliser le contrôle préalable, on pourrait envisager qu'une autre personne au sein de l'ECA leur fasse parvenir les informations avant leur visite à domicile.
- Une courte formation des collaborateurs est éventuellement nécessaire pour interpréter correctement les cartes des dangers et les autres banques de données.

## Nudge #5

# Liste des éléments à contrôler sur place

### Contexte

Les points faibles concrets dans la protection du bâtiment ne peuvent être constatés que sur place. Les collaborateurs de l'ECA (notamment les estimateurs de bâtiments et les experts dommages) doivent donc profiter de leurs visites chez les clients pour effectuer – dans la mesure du possible – un bref contrôle sur place.

### Idée de nudging

La mesure « Liste des éléments à contrôler sur place » a été pensée comme un prolongement du nudge « Case à cocher Contrôle préalable des dangers ». Au-delà du contrôle préalable des dangers, les estimateurs et/ou les experts dommages vérifient, en plus de leurs autres tâches, l'exposition du bâtiment et la protection contre les dangers naturels. En cas de lacunes évidentes, ils collectent des informations et prennent des photos pour les transmettre aux collaborateurs du service PDEN. Ceux-ci prennent alors contact avec le propriétaire si cela s'avère nécessaire. On peut aussi envisager que les estimateurs et/ou les experts dommages puissent fournir de premiers conseils, pour autant qu'ils se sentent en mesure de le faire.

L'ECA Lucerne a notamment développé une liste de contrôle PDEN pour les estimateurs de bâtiments, qui comprend aussi bien un contrôle préalable qu'un contrôle sur place. Selon les possibilités de chaque ECA, un tel contrôle pourrait être facilement mis en œuvre numériquement sous forme d'une application mobile ou d'une application web. Le contrôle préalable comprend la consultation des cartes des dangers, de l'historique des dommages et des éventuelles notes de prévention consignées pour l'ouvrage. Si les investigations préliminaires révèlent un danger potentiel, les estimateurs et/ou les experts dommages se renseignent de manière plus détaillée dans le cadre de leur visite sur place et, en cas de lacunes constatées, ils les documentent en prenant des photos.

### Explications sur le fonctionnement et l'efficacité

Cette mesure permet de profiter de la rencontre lors d'un recensement des dommages ou d'une estimation du bâtiment à des fins de prévention des dommages éléments naturels. Qu'importe que les estimateurs de bâtiments et/ou les experts dommages se sentent compétents pour discuter directement sur place des mesures de protection possibles sur la base des informations tirées

du contrôle ou qu'ils « se contentent » de collecter les informations et de les transmettre aux spécialistes de la prévention : les informations spécifiques à l'ouvrage collectées lors du contrôle permettent de toute façon de proposer des solutions d'amélioration concrètes.

gebäude versicherung<sup>1</sup> luzern  
wir sichern und versichern

**ESP-CHECKLISTE SCHATZUNG**

Police-Nr.: \_\_\_\_\_

Kontakt  
(Name, Tel./Mail): \_\_\_\_\_

**Teil A: Vorbereitung**

*Die Fragen 1 bis 4 sind zwingend zu beantworten.*

1. Liegt das Gebäude in einem Gefahren(hinweis)gebiet gemäss Gefahrenkarte?  
Gefahrenkarte prüfen: <https://www.geo.lu.ch/map/gefahrenkarte/>

Nein → direkt weiter zu Frage 2

Ja → Welche Gefährdung liegt vor?

Wasser       Rutschung       Sturz       Lawine

Gefahrenstufe:       Hinweisbereich       gering       mittel       erheblich

Bezeichnung: \_\_\_\_\_  
(z.B. HF3 → Auf Karte unter «Prozess wählen» massgebende Gefährdung anwählen, anschliessend Gebäude anklicken → Bezeichnung ablesen, vgl. auch Schätzerhandbuch S. 17)

→ Situation vor Ort bzgl. Gefährdung prüfen, vgl. Teil B

2. Ist das Gebäude bei Starkniederschlägen durch Oberflächenabfluss gefährdet?  
Oberflächenabflusskarte prüfen: <https://www.geo.lu.ch/map/oberflaechenabfluss/>

Illustration 7 Extrait de la liste de contrôle des dangers de l'ECA Lucerne

## Facteurs de réussite et conditions préalables

- L'étendue du contrôle sur place et le contenu de la liste de contrôle doivent être définis de manière à trouver un équilibre entre le temps investi par client et le résultat obtenu (évaluation pertinente de la situation de danger). Il est possible de prendre exemple sur la liste de l'ECA Lucerne et sur les expériences faites avec celle-ci.
- Par exemple, si les lacunes en protection des ouvrages doivent être documentées par des photos, les collaborateurs de l'ECA doivent obtenir l'accord des propriétaires sur place.
- Une solution technique, idéalement simple à mettre en œuvre, serait d'ajouter des champs aux formulaires dans lesquels les informations et les photos peuvent être consignées.
- L'ECA ne devrait appliquer une telle mesure que si les collaborateurs concernés sont motivés, disposent du savoir-faire et ont suffisamment de temps pour collecter et traiter les informations. Les supérieurs doivent être prêts à accorder aux estimateurs et/ou aux experts dommages le temps nécessaire pour effectuer les contrôles sur place. La charge de travail supplémentaire prévue pour la visite à domicile doit faire l'objet de discussions afin d'être adaptée en conséquence.

## Nudge #6

# Case à cocher Contrôle proactif des dangers

### Contexte

Les propriétaires prennent contact avec l'ECA par écrit via le site Internet ou par téléphone en cas de changement de propriétaire, de travaux d'agrandissement ou de transformation, et quand ils s'annoncent ou annoncent un nouveau bâtiment à l'ECA. Actuellement, ces prises de contact sont encore peu exploitées pour la prévention des dommages éléments naturels.

Les annonces de changement de propriétaire méritent une attention particulière, car le bâtiment pourrait être laissé vacant quelque temps et/ou des mesures constructives pourraient être prises. Il s'agit donc d'un moment propice pour procéder à des améliorations de la protection des ouvrages.



### Idée de nudging

Des cases à cocher ajoutées sur les formulaires utilisés en interne incitent les collaborateurs concernés de l'ECA à vérifier la situation de danger du bâtiment lors d'annonces de nouveaux bâtiments, de changements de propriétaire et d'autodéclarations. Ainsi, l'exposition aux dangers est contrôlée de manière standardisée et proactive. Il appartient à l'ECA de définir, en fonction de ses possibilités, l'étendue du contrôle et la personne responsable du contrôle.

Le nombre de spécialistes en PDEN étant généralement « un peu juste », un premier contrôle pourrait être effectué par les collaborateurs administratifs chargés de traiter les demandes. Ceux-ci vérifient l'exposition aux dangers en saisissant l'adresse du bâtiment sur « Protection contre les dangers naturels », consultent l'historique des dommages et des informations telles que l'année de construction ou le type de bâtiment (voir case à cocher « Contrôle préalable »). Les dossiers des ouvrages à risque sont transmis par les collaborateurs administratifs aux spécialistes en PDEN qui, après vérification, prennent contact avec les propriétaires, les informent de manière documentée sur les faiblesses identifiées et leur proposent un conseil ciblé. Dans les cas moins urgents, du matériel d'information serait envoyé (voir nudge 1 « Carte postale »).

Selon les processus définis en interne, les cases à cocher portant sur des points différents doivent être placées à différents endroits dans les processus de l'ECA. Elles servent de rappel soit pour vérifier la situation de danger, soit pour transmettre le dossier aux spécialistes en PDEN. L'idéal est de compléter la case à cocher par d'autres champs dans lesquels les principaux résultats du contrôle peuvent être consignés. Voir nudge 4 « Case à cocher Contrôle préalable des dangers »

## Explications sur le fonctionnement et l'efficacité

Le contrôle spécifique à un ouvrage permet une prise de contact individualisée et basée sur une situation concrète. En cas de changement de propriétaire, il est possible de montrer comment la protection des ouvrages peut être intégrée aux éventuels projets de transformation ou de construction. Dans le cas de transformations, il est possible d'intervenir à un niveau plus concret, et même toucher à l'émotionnel. Si par exemple un propriétaire annonce l'aménagement d'un bureau au sous-sol, il est possible d'attirer son attention sur le risque de perte, parfois irremplaçable, de dossiers et de documents en cas d'inondation. Cette intervention permet une communication plus efficace et pourrait être le déclencheur d'une discussion plus approfondie sur les mesures, leurs coûts et leur bénéfice, aussi bien sur le plan financier qu'émotionnel.

## Facteurs de réussite et conditions préalables

- L'analyse des dangers devrait être automatisée au maximum, les sources d'information existantes devraient être réunies en un même endroit ou être facilement accessibles. Idéalement, il suffirait de saisir l'adresse d'un bâtiment pour obtenir toutes les informations pertinentes sur les dangers ainsi que les données historiques sur les dommages.
- Selon le service compétent au sein de l'ECA, une courte formation peut être nécessaire pour interpréter correctement les cartes des dangers et les autres bases de données.





prises en évidence en rouge. Différentes couleurs peuvent être utilisées pour distinguer les potentiels dommages dus aux éléments naturels (inondations, grêle, etc.). Pour renforcer le lien avec l'ouvrage en question, des photos des éléments exposés peuvent être ajoutées au schéma.

La volonté d'agir des propriétaires peut être renforcée si le rapport est complété par les points suivants :

- Proposer des actions concrètes pour éliminer les points faibles avec des recommandations de mesures de protection des ouvrages.
- Distinguer les mesures « absolument/impérativement recommandées » de celles « souhaitables » afin d'éviter que le propriétaire ne se sente dépassé.
- Fournir des informations supplémentaires sur la manière de suivre les recommandations, afin de réduire au maximum les recherches d'informations par le propriétaire. Par exemple : « contactez un couvreur et demandez-lui une offre pour les mesures de protection des ouvrages recommandées. Transmettez à l'artisan les documents que vous avez reçus de notre part. Vous trouverez des couvreurs dans votre région sur Internet. »

## Explications sur le fonctionnement et l'efficacité

Pour que les informations contenues dans le rapport succinct soient efficaces, les principes suivants peuvent être considérés :

- Les informations sont simples et compréhensibles intuitivement (p. ex. images au lieu de texte, décrire les dangers par des notions familières telles que « jusqu'aux genoux »).
- Les informations sont personnalisées afin que les propriétaires se sentent personnellement concernés (p. ex. rapport succinct pour la famille XXX résidant à l'adresse XYZ).
- Les informations sont présentées dans le bon « cadre » (framing), par exemple parler de la peur de perdre des biens qui nous sont chers en montrant comment ces pertes peuvent être évitées.

## Facteurs de réussite et conditions préalables

- Pour la création du rapport succinct personnalisé, des modèles déjà existants peuvent être utilisés selon les indications ci-dessus.
- La rédaction du rapport succinct doit être aussi peu contraignante que possible pour les spécialistes en PDEN. Il faudrait automatiser tout ce qui peut l'être.
- Le rapport est envoyé au propriétaire le plus tôt possible et au plus tard quatre semaines après l'entretien-conseil, idéalement aussi par voie électronique.
- Les principes comportementaux mentionnés ci-dessus (compréhension intuitive, personnalisation, bon cadre) augmentent les chances de succès et devraient donc être appliqués.

## Nudge #8

# Rappel pour la protection des ouvrages

### Contexte

Dans le cadre de leurs entretiens-conseil sur place, les spécialistes en PDEN peuvent conseiller les propriétaires de manière compétente et les motiver à prendre des mesures de protection des ouvrages. Mais cela prend en général un certain temps avant que les propriétaires ne se mobilisent, par exemple en demandant des offres, et le sujet peut entretemps leur sortir de la tête. C'est pourquoi les spécialistes en PDEN doivent recontacter les propriétaires après un certain temps. Ce rappel doit être convenu au préalable lors de l'entretien-conseil.



### Idée de nudging

Quelque temps après avoir visité un bâtiment pour un entretien-conseil, les spécialistes en PDEN reprennent contact avec le propriétaire par téléphone ou par e-mail, dans le sens d'un rappel « en douceur ». Afin de ne pas paraître intrusif, ce rappel doit être convenu au préalable lors de l'entretien-conseil en prévention. Si le rappel se fait par téléphone, le spécialiste se renseigne pour savoir si les mesures préventives recommandées ont été suivies ou si le propriétaire a besoin d'un plus grand soutien de l'ECA.

Le rappel peut être effectué par e-mail ou par téléphone. Les rappels écrits ont un effet moins intrusif qu'un appel téléphonique. Si le spécialiste n'a pas le temps, la tâche de recontacter le propriétaire peut être confiée à un autre collaborateur, qui fera un point de situation « au nom du spécialiste ».

### Explications sur le fonctionnement et l'efficacité

Les rappels personnalisés (reminders) font partie des nudges classiques. Dans la vie quotidienne, les gens sont souvent confrontés à tant d'influences et d'informations qu'ils oublient ou remettent à plus tard certaines choses. Les nudges de rappel les aident à se recentrer sur leurs intentions (initiales). Par conséquent, les rappels sont plus efficaces lorsque les propriétaires ont, lors de l'entretien-conseil, déjà une certaine intention de mettre en œuvre des mesures de protection des ouvrages et sont intéressés par un rappel correspondant. Les personnes qui ne réagissent pas au contenu des conseils ou qui ne montrent aucune volonté d'agir ne sont guère influencées par les rappels, mais sont plutôt agacées.

Choisir le bon moment pour le rappel est crucial pour que celui-ci soit efficace. Il ne doit pas être effectué trop tôt après l'entretien-conseil, car le pro-

propriétaire a besoin d'un certain temps pour se familiariser avec les mesures. Le rappel ne doit pas non plus être entrepris trop tard, car le sujet devient moins pertinent au fil du temps et il sera difficile de remotiver le propriétaire. Nous partons du principe que l'ECA est le mieux placé pour estimer le moment approprié en se basant sur son expérience.

## Facteurs de réussite et conditions préalables

- Le rappel doit être convenu avec le propriétaire.
- Pour un timing optimal du rappel, il faut se référer à l'expérience des spécialistes en PDEN. Sinon, il serait possible de varier le timing dans le cadre d'un petit projet pilote et de déterminer ainsi le moment le plus approprié pour le rappel.
- Les rappels écrits risquent davantage d'être « ignorés » que les rappels oraux par téléphone. Pour que les rappels écrits soient plus accrocheurs, ils doivent être aussi personnels que possible (par exemple, l'expéditeur de l'e-mail de rappel pourrait être le spécialiste en PDEN qui a mené l'entretien-conseil). Les expéditeurs génériques tels que « Votre ECA » doivent être évités.

## Nudge #9

# Redirection automatique après prise de contact

### Contexte

Les clients utilisent des formulaires en ligne pour prendre contact avec l'ECA, par exemple lorsqu'ils remplissent des autodéclarations pour des travaux entrepris sur le bâtiment, qu'ils annoncent un changement de propriétaire ou une démolition ou s'ils concluent une assurance des travaux en cours.



### Idée de nudging

Chaque fois que les clients saisissent l'adresse de leur bâtiment dans un formulaire de l'ECA, on peut envisager de les rediriger automatiquement vers la plate-forme « Protection contre les dangers naturels », en affichant les dangers spécifiques sur la parcelle à l'adresse saisie. Le fait d'afficher la parcelle exacte du propriétaire suscite chez lui le sentiment qu'il est concerné. Par conséquent, le propriétaire sera davantage susceptible d'entamer une réflexion plus approfondie sur les mesures de prévention, contrairement à des conseils de prévention généraux.

Pour que les clients ne soient pas effrayés par les scénarios de danger présentés sur « Protection contre les dangers naturels », il faut inscrire ces informations dans un cadre positif (positive framing). La redirection automatique peut être précédée d'un message qui introduit le thème, par exemple : « Votre sécurité nous tient à cœur ! Prenez encore 3 minutes de votre temps pour vous informer sur la protection contre les dangers naturels. » Les informations sur les dangers spécifiques à la parcelle sont accompagnées d'actions simples et rapides, comme la prise d'un rendez-vous pour un entretien-conseil (si l'ECA le souhaite) ou la commande d'un dossier envoyé par e-mail et indiquant les « bonnes solutions ». Les clients doivent avoir le sentiment que des mesures de prévention sont possibles et qu'ils sont accompagnés par l'ECA dans la réalisation de ces mesures.

Au lieu d'une redirection automatisée, il est également possible d'intégrer un lien vers la page Internet « Protection contre les dangers naturels » dans les e-mails de confirmation pour les formulaires soumis en ligne (autodéclarations, annonce d'une démolition, assurance des travaux en cours, etc.). Toutefois, le « taux de clics » sur un tel lien risque d'être très faible. Une alternative est d'intégrer un widget sur le site Internet de l'ECA (et d'autres partenaires) qui permet de consulter directement la situation de danger à un emplacement précis.

## Explications sur le fonctionnement et l'efficacité

Le nudge doit inciter les propriétaires à se pencher sur les thèmes des dangers naturels et de la protection des ouvrages, en mettant l'accent sur leur propre bâtiment. Les informations sont mises à disposition au moment où les propriétaires s'occupent de questions liées à leur bâtiment, par exemple lorsqu'ils annoncent une transformation ou un changement de propriétaire. Le nudge vise en particulier les propriétaires encore peu sensibilisés, qui ne se sont encore guère préoccupés de la protection des ouvrages et ne consulteraient pas spontanément la plate-forme « Protection contre les dangers naturels ».

Le succès de la mesure dépend d'une part de la référence directe au bâtiment en question et d'autre part de la simplicité des actions proposées aux propriétaires. S'ils peuvent s'inscrire sans trop d'efforts pour un entretien-conseil gratuit, les chances sont relativement élevées qu'ils sautent le pas. En revanche, s'ils doivent rechercher eux-mêmes les mesures de protection des ouvrages possibles sur la plate-forme « Protection contre les dangers naturels », il est fort probable que peu d'entre eux se décident. Une alternative est de donner la possibilité aux propriétaires de recevoir un dossier comprenant un résumé des mesures typiques de protection pour les dangers retenus.

## Facteurs de réussite et conditions préalables

La redirection doit mener directement à des informations pertinentes et compréhensibles. Il faut répondre aux principales questions que peuvent se poser les personnes concernées, à savoir :

- Quels sont les dangers et quelles sont les conséquences possibles pour moi ?
- Quelle est la probabilité que je sois touché ?
- Quelles sont les possibilités de prévention et que m'apportent-elles par rapport aux efforts à fournir et aux coûts à payer ?
- La thématique doit être abordée sous un angle positif et incitatif. Il est recommandé de tester différentes approches.
- Des actions simples à entreprendre et permettant d'aller plus loin doivent être proposées, comme la prise d'un rendez-vous pour un entretien-conseil ou la commande d'un dossier de « bonnes solutions ».

# Nudge #10

## Démonstration des probabilités

### Contexte

Des études ont mis en évidence que les propriétaires sous-estiment la probabilité d'être touchés par un événement naturel. De surcroît, s'ils ont récemment subi un sinistre, ils pensent être à l'abri d'autres événements pendant de nombreuses années. Les couvertures médiatiques ont tendance à soutenir cette fausse idée de sécurité (p. ex. en parlant de « crue du siècle »).



### Idée de nudging

L'idée de ce nudge est que les experts dommages (et éventuellement aussi les estimateurs et les spécialistes en PDEN), qui sont en contact avec les propriétaires, rendent « tangibles » les probabilités abstraites de survenance. À l'aide de moyens simples comme un dé à jouer ou une pièce de monnaie, l'expert dommages peut faire comprendre clairement aux propriétaires ce que signifient les valeurs de probabilité abstraites qui se cachent derrière un aléa naturel.

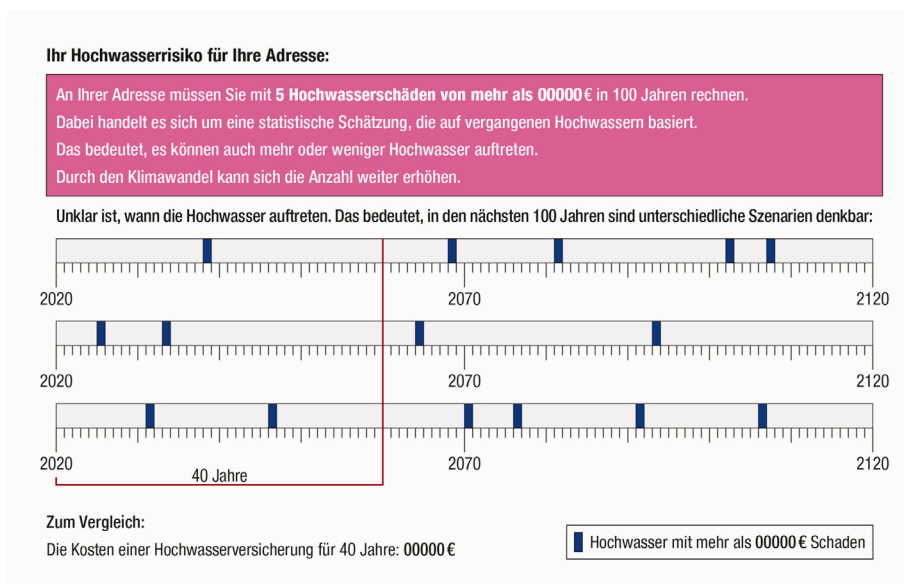
La période sur laquelle les probabilités de survenance sont illustrées doit être choisie de manière à ce que propriétaires se sentent personnellement concernés. Selon Fleischhut & Jenny (2019), une période de 40 à 50 ans est indiquée, car c'est la période pendant laquelle une génération habite dans un bâtiment. Lorsqu'il est question d'occurrences répétées d'événements naturels de grande intensité, il convient d'illustrer comment les espérances mathématiques doivent être interprétées. Un événement peut très bien se produire plus souvent ou moins souvent que ne le prévoit l'espérance mathématique au cours de la (courte) période retenue. En se servant d'événements historiques, il est possible de montrer que des événements centennaux, voire tricentennaux, se produisent également à intervalles rapprochés, même si la probabilité est faible. Les crues de 2005 et 2007 sont des exemples frappants.

La probabilité de survenance peut être facilement illustrée à l'aide d'un dé à jouer ou d'une pièce de monnaie. Le guide de protection des bâtiments contre les crues du canton de Zurich (Office de gestion des déchets, de l'eau, de l'énergie et de l'air, canton de Zurich, 2017) contient des exemples chiffrés simples pouvant servir de base à de telles illustrations :

- Quelle est la probabilité d'être touché par une crue centennale (avec probabilité de survenance annuelle de 1%) ? Ceux qui pensent que la probabilité est faible se trompent : la probabilité qu'un bâtiment soit touché par au moins une crue de ce type sur une période de 50 ans est supérieure à 40 %. Ce taux correspond à peu près à la chance d'obtenir « pile » ou « face » en lançant une pièce. Après lui avoir expliqué comment l'expérience fonctionne (par exemple, pile = crue), on pourrait demander au propriétaire de lancer la pièce.

- Quelle est la probabilité d'être touché par une crue tricentennale (avec probabilité de survenance annuelle de 0,3 %) ? La probabilité qu'un bâtiment soit touché par au moins une crue de ce type sur une période de 50 ans est de 17 %. Cela correspond à la probabilité d'obtenir un six à un jet de dé.

Les représentations schématiques sont une autre manière d'illustrer les probabilités de survenance. L'étude de Fleischhut & Jenny (2019) contient un exemple dans lequel les aléas naturels (surtout les crues) sont représentés dans différentes séries temporelles hypothétiques (hypothetical outcome plots, voir illustration 9).



**Illustration 9** Représentation de la probabilité de survenance des dangers naturels au fil du temps (tiré de Fleischhut & Jenny, 2019)

## Explications sur le fonctionnement et l'efficacité

Dans les communications sur les risques, il faut garder à l'esprit que les gens ne sont pas statisticiens. Ils ont en effet du mal à tirer les bonnes conclusions à partir de probabilités abstraites. C'est surtout le cas lorsque les probabilités de survenance sont très faibles (événements rares). C'est pourquoi les propriétaires tendent à sous-estimer le risque d'être touché par des dangers naturels ou ils pensent être « en sécurité » justement parce qu'ils ont déjà été victimes d'un événement naturel rare. Ce raisonnement erroné (« cela ne se reproduira pas de mon vivant ») est également connu en économie comportementale sous le nom de « l'erreur du parieur ». Rendre concrets les probabilités et les risques en transformant les chiffres abstraits en expériences personnelles (« effet eureka ») permet de mieux aborder la thématique abstraite des probabilités (Kaufmann et al., 2013).

## Facteurs de réussite et conditions préalables

- L'expert dommages doit être motivé pour expérimenter cette approche ludique. En outre, il doit se sentir suffisamment à l'aise dans le domaine des probabilités.
- Une version animée du nudge (par exemple dans une application pour tablette) aurait deux avantages par rapport aux pièces de monnaie ou aux dés. On pourrait ainsi mieux contrôler l'issue de la simulation, contrairement à l'aléatoire du jet de dé, et les connaissances requises en calcul des probabilités seraient moins élevées pour l'expert dommages. Par exemple, il serait possible de prédéfinir dans l'animation le nombre de fois où l'événement naturel se produirait sur une période donnée. Il faut toutefois déterminer si de telles applications existent déjà ou s'il serait facile d'en développer une.
- Les chiffres utilisés pour illustrer la probabilité de survenance à l'adresse du bâtiment sont plus efficaces que des statistiques générales, car le propriétaire se sent davantage concerné.



## Nudge #11

# Offre combinée : estimation des dommages + entretien-conseil PDEN

### Contexte

Les propriétaires sont en principe plus enclins à améliorer la protection de leurs bâtiments contre les dangers naturels après avoir été victimes d'un sinistre, avec tout ce que cela implique en termes de désagréments et de pertes irremplaçables. Or, dans de telles situations, la volonté d'agir du propriétaire peut se heurter à la charge (présumée) de devoir s'occuper à la fois des travaux de réparation de dommages et de la prévention des dommages éléments naturels.



### Idée de nudging

Après un sinistre, l'ECA propose aux propriétaires une offre combinée incluant un entretien-conseil en prévention, en plus de l'estimation des dommages. Ainsi, les propriétaires ne sont plus freinés par le fait qu'ils doivent solliciter eux-mêmes un entretien-conseil. Grâce à cette offre combinée, l'ECA permet aux propriétaires de gagner du temps : ils ne doivent prendre rendez-vous qu'une seule fois et ne doivent être disponibles qu'une seule fois chez eux pour recevoir les experts. Parallèlement, la combinaison avec l'estimation des dommages facilite l'organisation d'un entretien-conseil chez les propriétaires. Les propriétaires sont de toute façon intéressés par le rendez-vous avec l'estimateur des dommages, car ils veulent que les dommages subis soient pris en charge. L'entretien-conseil peut alors « se greffer » à la visite de l'estimateur. En outre, les propriétaires sont probablement encore affectés par les récents événements et ne veulent pas revivre une telle situation à l'avenir.

Lorsque l'expert dommages prend contact avec le propriétaire pour convenir d'un rendez-vous en vue d'une estimation des dommages sur place, il peut proposer au propriétaire de se faire accompagner d'un spécialiste en PDEN. Si le propriétaire accepte la proposition et qu'une date convenant à toutes les parties est trouvée, l'estimation des dommages et l'entretien-conseil ont lieu lors de la même visite. Compte tenu du chevauchement, les propriétaires doivent être clairement informés que l'entretien-conseil en PDEN et l'estimation des dommages sont deux processus distincts qu'il ne faut pas mélanger.

L'offre combinée « estimation des dommages + entretien-conseil de prévention

» s'adresse avant tout aux propriétaires dont le bâtiment présente un certain degré de risque (p. ex. emplacement exposé, sinistres répétés). L'entretien-conseil de prévention doit cependant rester facultatif pour les propriétaires. Concernant la mise en œuvre, on peut se baser sur les expériences faites par l'ECA ZH, qui a déjà testé une telle offre combinée.

## Explications sur le fonctionnement et l'efficacité

Une raison fréquente de ne pas entreprendre quelque chose alors qu'on le juge utile et qu'on est prêt à le faire est ce qu'on appelle les coûts de friction (friction costs). Une action est jugée trop compliquée, par exemple parce qu'elle comporte trop d'étapes ou qu'elle prend trop de temps. Plus les interactions avec l'ECA et les étapes nécessaires pour convenir d'un entretien-conseil sont nombreuses, plus les coûts de friction augmentent pour les propriétaires et moins ils seront enclins à solliciter un tel entretien. Il convient donc de simplifier au maximum les interactions avec les propriétaires et de réduire les coûts de friction.

## Facteurs de réussite et conditions préalables

- Lors de la prise de rendez-vous pour l'estimation des dommages, l'ECA fait la promotion de l'offre en présentant les avantages d'un entretien-conseil global de prévention, en plus de l'estimation des dommages.
- L'ECA met en évidence les rôles distincts de ses deux collaborateurs : l'estimateur des dommages et le spécialiste en PDEN. Il doit indiquer clairement qu'en principe les conseils de prévention ne se limitent pas aux éléments qui viennent d'être endommagés, mais qu'ils visent une protection globale de l'ouvrage.
- La coordination des rendez-vous doit idéalement être automatisée pour gagner du temps.

# Références

- Bichard, E., & Thurairajah, N. (2011). Timperley Green Home Final whole report. University of Salford. [http://usir.salford.ac.uk/id/eprint/18381/1/Timperley\\_Green\\_Home\\_Final\\_whole\\_report\\_06.10.2011.pdf](http://usir.salford.ac.uk/id/eprint/18381/1/Timperley_Green_Home_Final_whole_report_06.10.2011.pdf)
- Fleischhut, N., & Jenny, M.A. (2019). Kommunikationsproblem Naturgefahren: Wie lassen sich Hochwasserrisiken transparent und verständlich darstellen? Studien und Gutachten im Auftrag des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen. Berlin: Sachverständigenrat für Verbraucherfragen.
- Hallsworth, M., Snijders, V., Burd, H., Prestt, J., Judah, G., Huf, S., & Halpern, D. (2016). Simple Ways to Improve Health Outcomes. Doha, Qatar: World Innovation Summit for Health.
- Kaufmann, C., Weber, M., & Haisley, E. (2013). The Role of Experience Sampling and Graphical Displays on One's Investment Risk Appetite. *Management Science*, 59(2), 323–340. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1120.1607>

# Annexe

## Vue d'ensemble des approches de nudging

Lors de l'élaboration de ce guide, l'équipe de projet a développé 39 approches de nudging et en a discuté la faisabilité lors d'échanges avec les représentants des ECA et des organisations communes. Les approches sont résumées dans le tableau ci-dessous. La liste est structurée en fonction des situations dans lesquelles les collaborateurs de l'ECA entrent en contact avec les propriétaires et ont donc la possibilité d'exercer une influence (points de contact). Une estimation de l'efficacité visée est aussi indiquée pour chaque approche. Nous distinguons les objectifs d'efficacité suivants :

1. **Le propriétaire s'informe sur la PDEN en visitant la plate-forme « Protection dangers naturels ».**
2. **Le propriétaire se fait conseiller (entretien-conseil) sur les mesures de protection des ouvrages (MPO).**
3. **Le propriétaire demande une offre pour des MPO.**
4. **Le propriétaire fait exécuter des MPO.**

Dans ce guide, 11 approches (sur fond vert dans le tableau) ont été développées avec des exemples concrets pour leur mise en œuvre. Certaines approches ont été combinées ou adaptées.

Point de contact	Approche de nudging	Objectif d'efficacité				
		1	2	3	4	
Lors d'une révision de l'estimation, les estimateurs de bâtiments (EB) se rendent sur les lieux	EB 1 développé (nudge 1)	Les propriétaires sont encouragés par un <u>dépliant</u> ou autre support similaire à <u>s'informer</u> sur les possibilités de protection des ouvrages en consultant la plate-forme PdN.  Remarque : Dans la mesure du possible, les EB ne se « contentent » pas de renvoyer les propriétaires à la plate-forme PdN, mais leur donnent des informations concrètes ou des pistes pour agir. Le dépliant doit être conçu de manière à faciliter l'accès aux informations (p. ex. codes QR avec liens directs).				
	EB 2 développé (nudge 3)	Dans leur <u>formulaire d'estimation</u> ou leur guide, les EB sont incités (p. ex. en cochant une case) à informer les propriétaires des possibilités d'information et/ou de conseil.  Remarque : La case à cocher exige une réponse active des EB : s'ils n'ont pas mentionné les MPO, ils doivent cocher « non ». Un champ obligatoire réduit la probabilité que les EB « ignorent » la case à cocher (le fait de devoir cocher « non » suscite des émotions négatives, ce qui motive les EB à aborder la thématique).				
	EB 3 développé (nudge 5)	Avant leur visite, les EB sont incités à s'informer <u>sur la situation de danger du bâtiment à estimer</u> et à y faire référence lors de leur visite. Champ obligatoire « Situation de danger » dans le formulaire d'estimation afin d'exiger une réponse active (aussi en cas de réponse négative), même justification que pour la case à cocher dans le formulaire d'estimation (voir ci-dessus).				
	EB 4 rejeté, car trop intrusif	Pendant leur visite, les EB placent des <u>autocollants</u> de couleur indiquant les éléments du bâtiment qui sont exposés à un danger.  Remarque : Les autocollants sont destinés à faciliter la discussion entre les EB et les propriétaires sur les éléments exposés. Parallèlement, les autocollants créent pour les propriétaires des incitations (prompts) à agir et à chercher conseil. Les autocollants doivent être de couleur vive (p. ex. couleurs de panneaux de signalisation) afin qu'ils restent bien visibles et présents à l'esprit du propriétaire (fais quelque chose !).				
	EB 5 développé (nudge 5)	Les EB <u>recueillent des informations/prennent des photos pendant la visite</u> et signalent les cas urgents et importants aux conseillers PDEN, qui prennent alors contact avec les propriétaires pour les conseiller (triage des entretiens).  Remarque : Simplification du processus « prise de photos -> transmission des photos -> prise de contact par les spécialistes en PDEN »				
	EB 6 développé (nudge 5)	Pendant leur visite, les EB donnent des <u>informations sur les mesures constructives possibles</u> .  Remarque : Actuellement, il est plutôt improbable que les EB puissent déjà donner des informations sur la protection des ouvrages dans le cadre de leur visite. La force de ce nudge réside dans le fait que les EB donnent des informations spécifiques à la situation du bâtiment visité.				

Point de contact	Approche de nudging		Objectif d'efficacité			
			1	2	3	4
Lors d'une révision de l'estimation, les estimateurs de bâtiments (EB) se rendent sur les lieux	EB 7 développé (nudge 1)	<p>Les EB remettent, en fonction des faiblesses identifiées et de manière ciblée, des <u>cartes postales avec les mesures de protection pertinentes pour l'ouvrage en question</u> (code QR renvoyant sur PdN).</p> <p>Remarque : Une carte postale par faiblesse (parmi les plus fréquentes), avec les mesures et améliorations possibles les plus courantes. Conception originale de la carte et tonalité choisie pour susciter l'envie de s'informer. Une information dans le bon cadre sur le dépliant.</p>				
Les experts dommages (ED) se rendent sur les lieux après un sinistre	ED 1 développé (nudge 4)	<p>Avant leur visite, les ED sont incités à s'informer <u>sur la situation de danger du bâtiment à estimer</u> et à y faire référence lors de leur visite.</p> <p>Remarque : Champ obligatoire « Situation de danger » dans le formulaire, voir explications plus haut.</p>				
	ED 2 développé (nudge 5)	<p>Pendant leur visite, les ED effectuent un <u>contrôle sommaire</u> de l'exposition du bâtiment et de son niveau de protection.</p> <p>Remarque : Formulaire facile à remplir pour les principaux points faibles de l'ouvrage (évaluation sommaire). En combinaison avec ED1. Le résultat du contrôle sommaire peut être communiqué directement au propriétaire à la fin du rendez-vous ou au service PDEN, qui se charge alors de contacter le propriétaire.</p>				
	ED 3 développé (nudge 5)	<p>Les ED <u>recueillent des informations/prennent des photos pendant la visite</u> et signalent les cas urgents et importants aux conseillers PDEN, qui prennent alors contact avec les propriétaires pour les conseiller (triage des entretiens).</p>				
	ED 4 Rejeté, car les entretiens ne sont souhaités qu'en fonction des priorités et sont en outre gratuits.	<p>À la fin de l'estimation, les ED remettent aux propriétaires un <u>bon</u> pour un entretien-conseil en prévention.</p> <p>Remarque : Afin d'augmenter l'efficacité du bon, la date de validité du bon peut être limitée à 3 mois (deadline).</p>				
	ED 5 rejeté, car trop intrusif	<p>Pendant leur visite, les ED placent des <u>autocollants</u> de couleur indiquant les éléments du bâtiment qui sont exposés à un danger.</p> <p>Remarque : Les autocollants sont destinés à faciliter la discussion entre les ED et les propriétaires sur les éléments exposés. Parallèlement, les autocollants créent pour les propriétaires des incitations (prompts) à agir et à chercher conseil. Les autocollants doivent être de couleur vive (p. ex. couleurs de panneaux de signalisation) afin qu'ils restent bien visibles et présents à l'esprit du propriétaire (fais quelque chose !).</p>				
Les experts dommages (ED) appellent le propriétaire par téléphone avant la visite	ED 6 développé (nudge 11)	<p>Les ED proposent une <u>offre combinée</u> « estimation des dommages/indemnisation + entretien-conseil en prévention ».</p> <p>Les ED proposent d'organiser un rendez-vous supplémentaire pour un entretien PDEN.</p> <p>Remarque : Visite à domicile simplifiée pour le propriétaire (il ne doit prendre le temps qu'une seule fois) ; l'entretien-conseil en PDEN devient plus intéressant s'il est combiné avec l'estimation des dommages (bundling).</p>				

Point de contact	Approche de nudging		Objectif d'efficacité			
			1	2	3	4
Les experts dommages (ED) se rendent sur les lieux après un sinistre	ED 7 développé (nudge 1)	<p>Les ED remettent, en fonction des faiblesses identifiées et de manière ciblée, des <u>cartes postales avec les mesures de protection pertinentes pour l'ouvrage en question</u> (code QR renvoyant sur PdN).</p> <p>Remarque : Une carte postale par faiblesse (parmi les plus fréquentes), avec les mesures et améliorations possibles les plus courantes. Conception originale de la carte et tonalité choisie pour susciter l'envie de s'informer. Une information dans le bon cadre sur le dépliant.</p>				
	ED 8 développé (nudge 10)	<p>En guise d'introduction à la discussion, les ED <u>illustrent la probabilité</u> qu'un sinistre puisse se reproduire.</p> <p>Remarque : contrer le raisonnement erroné « cela ne se reproduira pas de mon vivant » que peuvent avoir les propriétaires (biais cognitif appelé « erreur du parieur ») en utilisant un dé, une pièce de monnaie ou d'autres moyens simples pour illustrer la probabilité.</p>				
Les spécialistes en PDEN (SP) conseillent les propriétaires sur les possibilités de protection	SP 1 Intégré en partie dans un autre nudge	<p>Les ED, SP et EB informent les propriétaires des possibilités de <u>subventions pour les MPO</u> contre les eaux de ruissellement.</p> <p>Remarque : Lors de la présentation des coûts sur la tablette, mettre en évidence, le cas échéant, les « gains » réalisés grâce aux subventions par rapport aux coûts entiers. Dépenser de l'argent pour des MPO fait ainsi « moins mal », car le propriétaire a l'impression d'économiser de l'argent.</p>				
	SP 2 Rejeté, car les formulaires types ne répondaient pas aux objectifs.	<p>Lors de l'entretien-conseil, les SP remettent aux propriétaires des <u>formulaires types</u> à l'attention des paysagistes ou des monteurs de fenêtres, par exemple.</p> <p>Remarque : Les modèles de formulaire doivent simplifier la prise de contact avec les artisans, car les propriétaires ne savent pas clairement quels travaux demander aux artisans (simplification de l'établissement de l'offre). Les modèles contiennent des formules comme : « Vos fenêtres doivent répondre aux exigences suivantes... ».</p>				
	SP 3 rejeté, car trop intrusif	<p>Pendant leur visite, les SP placent des <u>autocollants</u> de couleur indiquant les éléments du bâtiment qui sont exposés à un danger.</p> <p>Remarque : Les autocollants sont destinés à faciliter la discussion entre les EB et les propriétaires sur les éléments exposés. Parallèlement, les autocollants créent pour les propriétaires des incitations (prompts) à agir et à chercher conseil. (voir EB4 et ED5).</p>				
	SP 4 développé (nudge 7)	<p>Les SP prennent une photo du bâtiment en marquant les zones à risque, puis l'envoient au propriétaire avec un <u>rapport</u> succinct indiquant les mesures recommandées et leurs coûts.</p> <p>Remarque : Rapport de synthèse spécifique à l'ouvrage, avec des instructions simples pour agir. Si les coûts sont présentés, mettre en avant les éventuels « gains » réalisés grâce aux subventions.</p>				
	SP 5 développé (nudge 8)	<p>Les SP <u>reprennent contact</u> (par téléphone ou e-mail) avec les propriétaires quelque temps après leur visite pour savoir si les recommandations ont été mises en œuvre.</p> <p>Remarque : Ce rappel personnel vise à empêcher que les propriétaires repoussent le sujet indéfiniment.</p>				

Point de contact	Approche de nudging		Objectif d'efficacité			
			1	2	3	4
Les spécialistes en PDEN (SP) conseillent les propriétaires sur les possibilités de protection	SP 6 Rejeté, car soit déjà réalisé, soit difficile à mettre en œuvre	Proposer des « <u>journées/soirées d'information</u> » dans un quartier, au lieu d'entretiens-conseil individuels.  Remarque : Générer une pression sociale, surtout après un événement de grande envergure : Quels sont les dangers typiques et les dommages potentiels dans ce quartier ?				
Après un sinistre, les propriétaires de bâtiments (PB) utilisent un formulaire en ligne pour remplir leur déclaration	PB 1 Rejeté, car le moment est mal choisi	Un lien dans l'e-mail de confirmation redirige le propriétaire sur la plate-forme « Protection contre les dangers naturels ».  Remarque : Il s'agit de susciter une première réflexion sur les MPO. Il faut avant tout faire passer le message que le propriétaire pourrait à nouveau être victime à l'avenir de dommages éléments naturels (maintenir la conscience du risque) et que des « pertes » (émotionnelles, financières) pourraient être subies en cas de nouveaux dommages. Pour la rédaction du texte de l'e-mail, différents angles sont possibles (p. ex. mettre l'accent sur les pertes).				
	PB 2 Rejeté, car les données sont trop imprécises pour établir des priorités	Proposer par défaut un entretien-conseil dans le formulaire de déclaration selon le montant des dommages  Remarque : À partir d'un certain montant de dommages, la case « Je souhaite me faire conseiller sur les MPO » dans le formulaire est cochée par défaut et doit être décochée activement.  Les propriétaires qui ont fait part de leur intérêt pour un entretien-conseil via le formulaire de déclaration de sinistre sont alors automatiquement contactés quelques jours plus tard pour convenir d'un rendez-vous.				
Les propriétaires de bâtiments (PB) reçoivent la décision sur les indemnités accordées	PB 3 Rejeté, car les décisions ne sont pas le bon support.	Indication générale écrite dans la décision pour une meilleure protection du bâtiment et/ou un entretien-conseil.  Remarque : Exemples d'indications : « Profitez des travaux de réparation pour améliorer la protection de votre bâtiment », « Demandez à l'artisan comment empêcher les dommages », « Un tel événement ne se reproduira-t-il vraiment plus ? ». Informer sur les risques futurs et les pertes potentielles ainsi que sur la manière de les éviter. Le cas échéant, renseigner sur les soutiens financiers pour la mise en œuvre de mesures.				
	PB 4 Rejeté, car les décisions ne sont pas le bon support.	Indication concrète dans la décision (surtout en cas de montants de dommages élevés) d'améliorer la protection du bâtiment.  Remarque : motiver les propriétaires à demander des offres aux artisans. Messages : « Profitez des travaux de réparation pour améliorer la protection de votre bâtiment », « Demandez à l'artisan comment empêcher les dommages ». En combinaison avec les renseignements sur les aides financières (subventions) pour la mise en œuvre de mesures.				
	PB 5 Rejeté, car il n'est pas possible d'obtenir des chiffres concrets	Développement/communication d'un « <u>plan de financement</u> » qui met en évidence le fait que les coûts des MPO ne sont au final pas si onéreux (p. ex. la franchise est supprimée si des MPO sont mises en œuvre directement).  Remarque : Ce nudge est basé sur l'hypothèse que les propriétaires ne considèrent pas les coûts des MPO comme des investissements pour l'avenir. Il s'agit de convaincre les propriétaires du contraire.				



Point de contact	Approche de nudging		Objectif d'efficacité			
			1	2	3	4
Les propriétaires de bâtiments (PB) demandent auprès d'entreprises <u>une offre/un devis</u> pour la réparation de dommages importants	<b>PB 6</b> Rejeté, car les entreprises n'ont pas les compétences requises	Les offres des entreprises incluent un <u>aperçu de ce que coûteraient des MPO typiques</u> ou indiquent les possibilités de se faire conseiller individuellement par l'ECA en matière protection contre les dangers naturels.  Remarque : Comparaison directe des coûts entre la réparation des dommages à court terme et la protection du bâtiment à long terme. Il faut faire passer le message que la protection des ouvrages est payante sur le long terme. Autre message possible : Si des artisans sont déjà présents sur les lieux, les propriétaires peuvent en profiter pour directement faire améliorer la protection de leur bâtiment.				
Les propriétaires soumettent pour examen par l'ECA (ED ou collaborateur administratif) <u>les offres de réparation des dommages</u>	<b>PB 7</b> Rejeté, car les offres ne sont pas toujours contrôlées.	Après l'examen de <u>l'offre</u> , l'ECA répond au propriétaire en lui conseillant d'intégrer des MPO dans les travaux mandatés.  Remarque : Une approche personnelle peut être plus efficace qu'un message formulé de manière générale sur un site Internet ou autre.				
Le propriétaire de bâtiments (PB) a demandé des <u>offres</u> à différents fournisseurs pour la réparation des dommages	<b>PB 8</b> Rejeté, car ce n'est pas la mission de l'ECA	<u>Offrir</u> de faire débarrasser gratuitement la cave ou de fournir gratuitement une benne (maisons individuelles) si des MPO contre les inondations ont été prises pour le bâtiment  Remarque : Réduire les « coûts de friction ». Parfois, les personnes ont la volonté (de mettre en œuvre des MPO), mais n'agissent pas, car les étapes pour atteindre le but semblent trop nombreuses et compliquées. Par exemple, le fait d'avoir une cave très encombrée constitue un obstacle à la prise de mesures ; c'est pourquoi il faut offrir de débarrasser la cave pour inciter la réalisation de mesures de protection par des artisans.				
Le nouveau ou l'ancien propriétaire de bâtiments (PB) annonce à l'ECA un <u>changement de propriétaire</u>	<b>PB 9</b> Développé en partie (nudge 2)	Pour les bâtiments concernés, l'ECA remet un <u>bon pour un entretien-conseil</u> : « Nous vous offrons un entretien-conseil sur les MPO, d'une valeur de... »				
	<b>PB 10</b> développé (nudge 6)	Le SP <u>vérifie</u> la zone de danger, l'historique des dommages, l'année de construction, le type de bâtiment (p. ex. via Google Maps) et informe le nouveau propriétaire sur les éventuelles faiblesses et sur les points auxquels il doit prêter attention.				
	<b>PB 11</b> Rejeté, car les artisans n'ont pas les compétences requises.	Dans le cadre de travaux réalisés sur le bâtiment, l'ECA <u>demande aux artisans</u> si le bâtiment est bien protégé.				
Le propriétaire de bâtiment (PB) annonce des <u>agrandissements</u> ou des <u>transformations</u>	<b>PB 12</b> développé (nudge 9)	Après avoir soumis le formulaire d'autodéclaration (annonce à l'ECA de travaux sur le bâtiment), le propriétaire est <u>redirigé sur la plate-forme PdN</u> afin de susciter une première réflexion sur les MPO.				
Le propriétaire de bâtiment (PB) annonce une <u>réaffectation</u> du sous-sol	<b>PB 13</b> développé (nudge 3)	Le SP <u>vérifie</u> la zone de danger, l'historique des dommages, l'année de construction, le type de bâtiment (p. ex. via Google Maps) et informe sur les éventuelles faiblesses et sur la situation de danger.  Remarque : Exemples de cadre pour l'information : La salle de musique inondée au sous-sol, le bureau inondé au sous-sol...				

Point de contact	Approche de nudging		Objectif d'efficacité			
			1	2	3	4
Le propriétaire de bâtiments (PB) <u>annonce une démolition</u>	PB 14 développé (nudge 9)	L'e-mail de confirmation contient un <u>lien</u> qui renvoie à la plate-forme « Protection contre les dangers naturels ».  Remarque : Cadre approprié pour l'information : par exemple avec une image d'un bâtiment endommagé peu de temps après sa construction. « De tels problèmes peuvent être évités en prenant des mesures en amont – informez-vous »				
Solutions informatiques (SI) : Le propriétaire reçoit une <u>alerte intempéries</u> via une application mobile	SI 1 Rejeté, car existe déjà	Intégrer dans l'application des indications sur les MPO, avec un <u>lien</u> renvoyant directement sur la plate-forme « Protection contre les dangers naturels ».  Remarque : Interpeller le propriétaire dans une situation où il est déjà sensibilisé au thème des dommages éléments naturels et où il est ouvert à la réflexion.				
	SI 2 Rejeté, car existe déjà	L'alerte contient des <u>recommandations d'actions concrètes</u> en cas d'intempéries.  Remarque : Concerne des recommandations de comportement, pas de MPO à proprement parler.				
Solutions informatiques (SI) : Le propriétaire consulte la plate-forme <u>PdN</u>	SI 3 Rejeté, car difficile à mettre en œuvre	Après avoir consulté la carte des dangers personnalisée, une <u>fenêtre pop-up</u> s'ouvre automatiquement pour convenir d'un entretien-conseil.  Remarque : Incitation simple (prompt) à se faire conseiller pour des personnes déjà sensibilisées dans une certaine mesure.				
	SI 4 Rejeté, car il n'est pas possible de fournir des informations sur les coûts-bénéfice et de lister des artisans	Apporter des <u>simplifications</u> à la plate-forme : Filtrer les fournisseurs par code postal ; présentation du ratio coûts-bénéfice  Remarque : Possibilité de filtrer par code postal pour trouver plus facilement des artisans. Simplifier l'établissement des offres.				

