



Wallonie

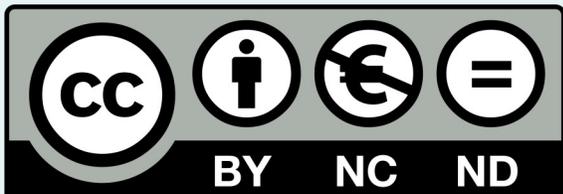
RENO 

Optimiser le processus de rénovation des habitations

Barrières et interventions

Licence

Ce rapport est disponible sous licence CC BY-NC-ND 4.0 – Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.



Plus d'information sur la licence CC BY-NC-ND 4.0 peut être obtenue ici : <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.fr>

Ce qui signifie que :

Vous êtes autorisé à :

- Partager – copier, distribuer et communiquer le matériel par tous moyens et sous tous formats.

Selon les conditions suivantes :

- **Attribution** – vous devez créditer l'œuvre, intégrer un lien vers la licence et indiquer si des modifications ont été effectuées à l'œuvre. Vous devez indiquer ces informations par tous les moyens raisonnables, sans toutefois suggérer que l'offrant vous soutient ou soutient la façon dont vous avez utilisé son œuvre.
- **Pas d'utilisation commerciale** – vous n'êtes pas autorisé à faire un usage commercial de cette œuvre, tout ou partie du matériel la composant.
- **Pas de modifications** – dans le cas où vous effectuez un remix, que vous transformez, ou créez à partir du matériel composant l'œuvre originale, vous n'êtes pas autorisé à distribuer ou mettre à disposition l'œuvre modifiée.
- **Pas de restrictions complémentaires** – vous n'êtes pas autorisé à appliquer des conditions légales ou des mesures techniques qui restreindraient légalement autrui à utiliser l'œuvre dans les conditions décrites par la licence.

Citation recommandée : **Behaven. (2024). Optimiser le processus RENO+ de rénovation des habitations – Barrières et interventions.**

Remerciements

Auteures

Ce guide a été rédigé par :

Dr Julia Terlet, Directrice Scientifique – julia@behaven.com

Dr Mira Toumi, Scientifique Comportementale – mira@behaven.com

Relecteur

Il a été relu par :

Fred Dorsimont, Directeur Général – fred@behaven.com

Behaven

23 Rue de Tenbosch, 1050 Bruxelles

www.behaven.com

Contributeurs

Nous tenons à remercier l'équipe RENO+ pour leur apport et soutien :

Arnaud Dawans

Benoît Poncelet

Cynthia Leveau

Damien De Bock

Florence Lepropre

Florence Siquet

Marie Guisset

Maxime Janssens

Noémie de Crombrugghe

Participants

Pour leur participation aux ateliers, nous tenons à remercier :

Arnaud Dawans, Buildwise

Arnaud Vierendeel, Isolution

Benoît Poncelet, Buildwise

Cynthia Leveau, Buildwise

Damien De Bock, Buildwise

Florence Lepropre, Buildwise

Florence Siquet, AJMP

Grégoire Thunis, Isolution

Julien Baudoux, SPW Wallonie

Lena Simon, Commune de Braine L'Alleud

Louis Debatty, DMF-Isolation

Marie Guisset, Buildwise

Martin Coppens, Archimio

Maxime Janssens, Buildwise

Nicolas Spies, Embuild Wallonie

Noémie de Crombrugghe, AJMP

Salim Chamcham, Embuild Wallonie

Victor Veyssière, Batigrade

Ainsi que deux candidats rénovateurs.

Résumé exécutif

Le programme RENO+

Le projet pilote RENO+ (« Braine Toiture ») propose aux habitants de Braine-l'Alleud un accompagnement personnalisé pour la rénovation de leur toiture. Deux options sont disponibles : rejoindre un 'train' de rénovation collective de 30 habitations, permettant de bénéficier d'économies d'échelle, ou opter pour un suivi individuel.

Pour optimiser la participation au programme, nous avons mis à profit notre expertise en sciences comportementales chez Behaven, afin d'identifier les barrières au passage à l'action et les leviers comportementaux nécessaires pour encourager la rénovation tout au long du parcours de rénovation de RENO+.

Barrières

Ce parcours se décompose en 8 phases essentielles, totalisant 22 étapes, et a servi de colonne vertébrale à ce travail. À partir d'une revue de la littérature scientifique, d'études antérieures de RENO+ et d'un atelier collaboratif, plus de 90 barrières ont été identifiées et se répartissent en trois catégories :

- **Contextuelles** : par exemple, le manque de ressources financières ou la complexité administrative.
- **Sociales** : par exemple, l'absence de témoignages positifs de rénovations réussies.
- **Individuelles** : par exemple, la perception d'un processus coûteux et compliqué ou les préjugés sur la qualité et la rapidité des travaux.

Interventions

Pour surmonter ces barrières, nous avons proposé des solutions comportementales éprouvées. Lors d'un atelier avec les principaux acteurs de la rénovation – pouvoirs publics, la commune partenaire, des entrepreneurs, des auditeurs, l'équipe de RENO+ et des candidats rénovateurs – nous avons défini des solutions adaptées, telles que :

- **Communication** : par exemple, présenter les ouvriers au candidat avant le début des travaux pour établir un lien de confiance.
- **Service** : par exemple, envoyer des packs de bienvenue aux nouveaux habitants et des colis de naissance aux nouveaux parents, contenant des capteurs d'humidité ou des caméras thermiques.

Le parcours de rénovation de RENO+ sert de colonne vertébrale à ce guide. Pour chaque étape, nous présentons les barrières ainsi que les interventions comportementales identifiées. Les interventions définies en atelier sont illustrées à l'aide d'exemples d'implémentation. Pour chaque intervention, nous proposons un acteur en charge ainsi que des contributeurs.

Bonne rénovation !

**Julia Terlet,
Mira Toumi,
Fred Dorsimont**

**1.
Objectif
et approche**
Page 6

**2.
Méthodologie
et outils**
Page 9

**3.
Le parcours
RENO+**
Page 12

**4.
Interventions
par acteur**
Page 69

**6.
Priorisation
des interventions**
Page 72

**5.
Bibliographie**
Page 75

**6.
À propos
de Behaven**
Page 78

1. Objectif et approche

Objectif et approche

Objectif

Le projet pilote RENO+ (« Braine Toiture ») vise à aider les habitants de Braine-l'Alleud à rénover leur toiture de manière efficace et économique. Dans ce contexte, nous avons été sollicités, en tant qu'experts en sciences comportementales, pour mener une analyse des comportements liés à la rénovation énergétique et proposer des solutions pour surmonter les barrières qui empêchent souvent les citoyens de s'engager dans de tels projets.

En intégrant ces solutions, RENO+ vise à :

1. **Augmenter la participation** en encourageant davantage de citoyens à s'engager dans des projets de rénovation.
2. **Rendre la rénovation plus accessible** en simplifiant les démarches et en réduisant les frictions.
3. **Garantir des résultats de haute qualité** en veillant à ce que chaque projet de rénovation atteigne les standards fixés.

Approche

Pour répondre efficacement aux enjeux de RENO+, notre approche s'appuie sur les outils suivants :

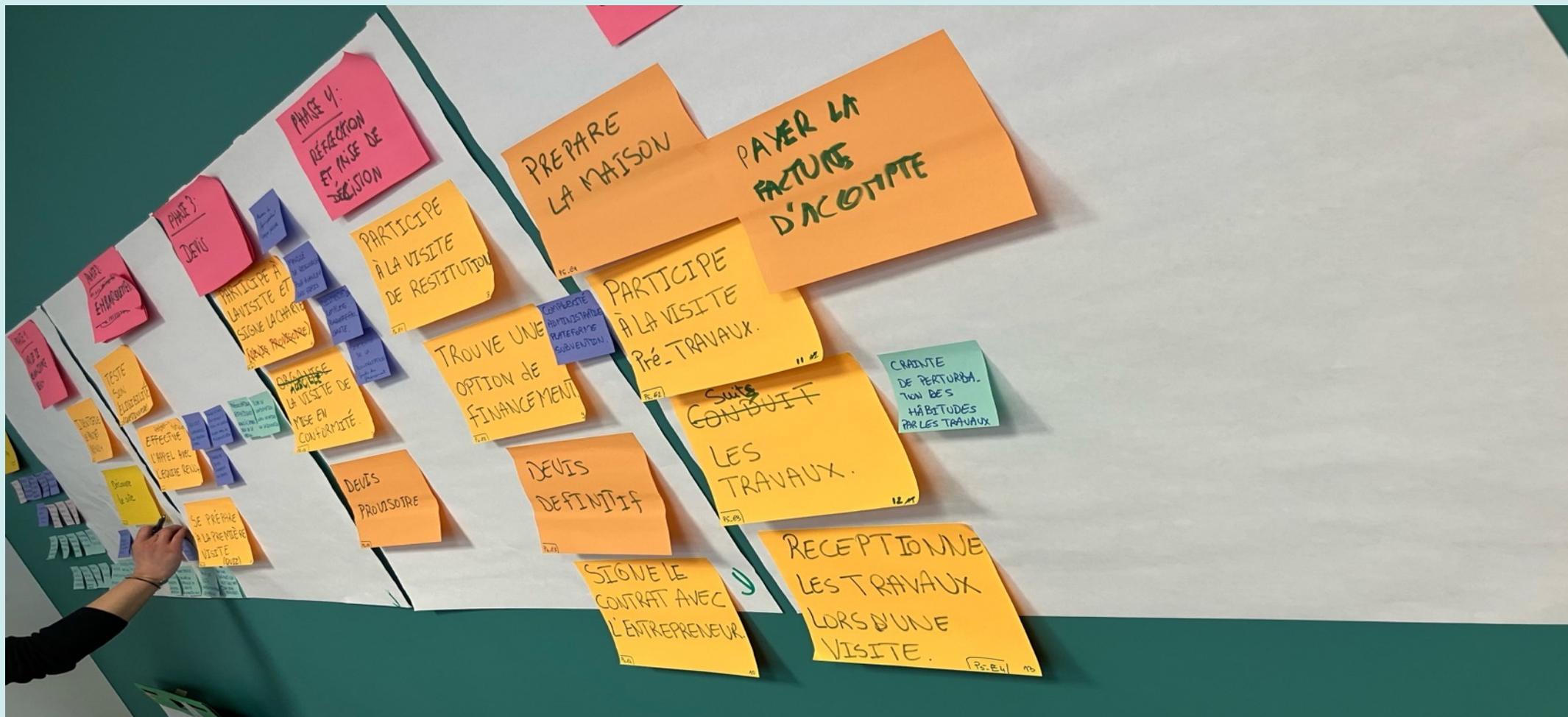
- **Revue de la littérature scientifique** (35 articles et rapports) afin d'identifier les barrières conscientes et inconscientes à la rénovation selon la science.
- **Atelier d'analyse** pour identifier le parcours client Reno+ et ses points de friction, puis positionner les barrières comportementales identifiées.
- **Atelier de cocréation de solutions** pour définir des solutions validées par la science et adaptées au contexte, en collaboration avec les acteurs clés de la rénovation.

Contenu

Le présent guide présente une série de recommandations issues de notre travail. Il détaille également les conclusions de l'atelier de cocréation réalisé, offrant des solutions pratiques pour les acteurs impliqués.

Il est organisé autour de trois types de contenu :

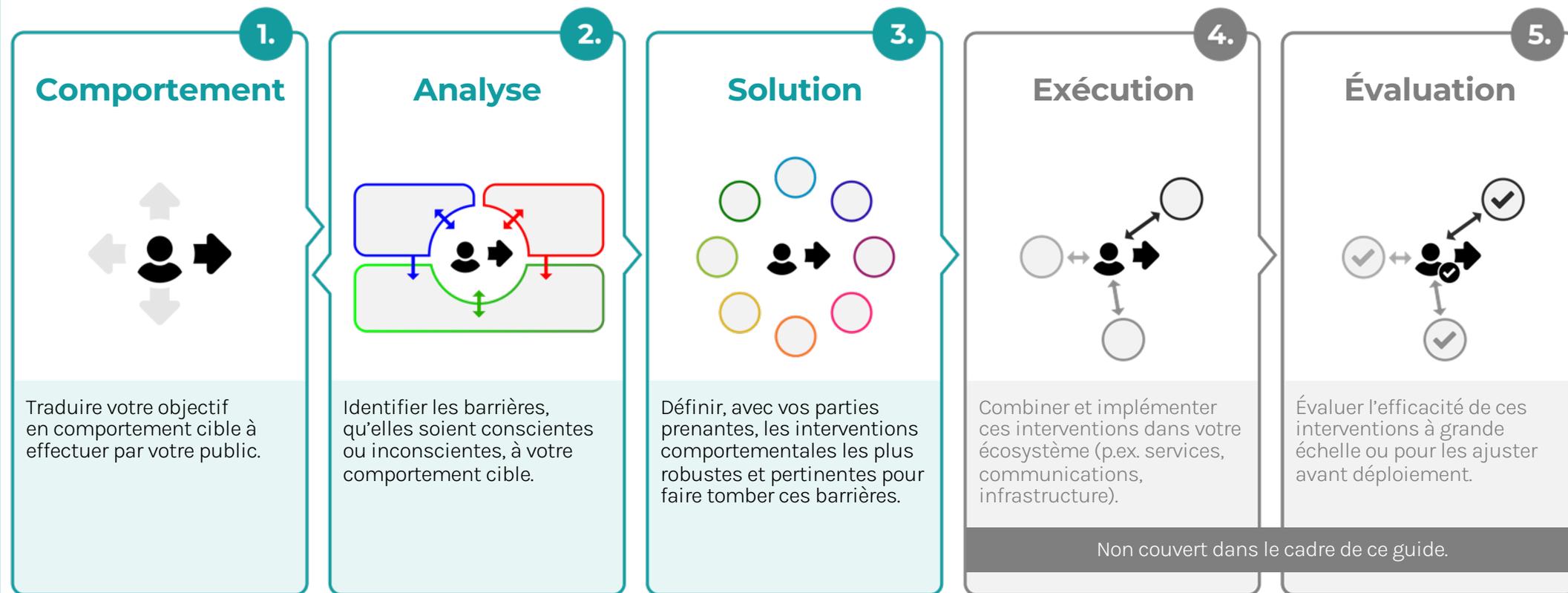
1. **La méthodologie utilisée**, de la traduction de l'objectif en un comportement cible, aux solutions à mettre en place.
2. **Une synthèse des barrières comportementales**, répertoriées selon les différentes phases du parcours client.
3. **Une liste de solutions comportementales**, pouvant réduire les barrières identifiées, avec des solutions pratiques classées par phase du parcours client et par acteurs impliqués, telles que suggérées lors de l'atelier de cocréation.



2. Méthodologie et outils

Méthodologie

Nous avons suivi la méthodologie Behaven résumée ci-dessous, nous permettant de passer de la science à la pratique :



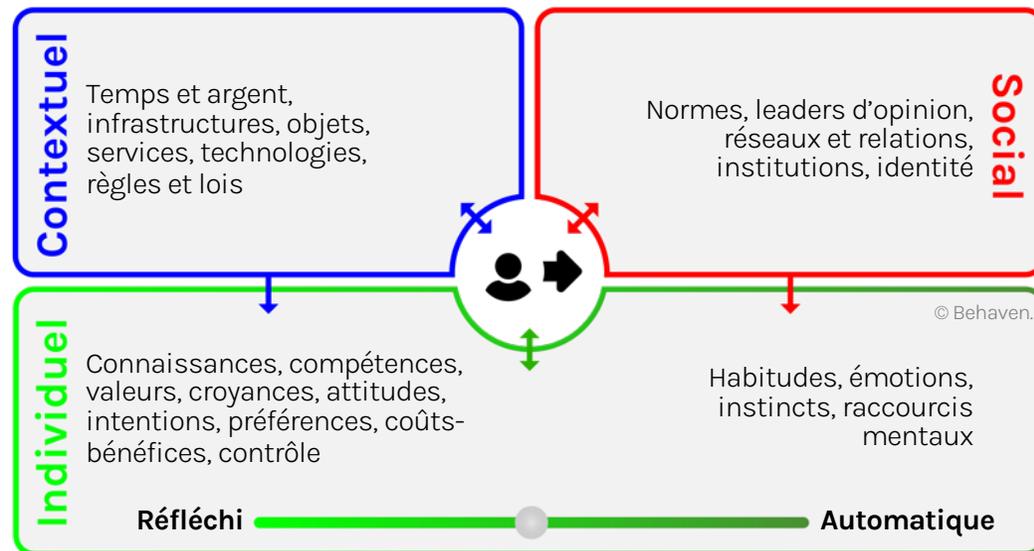
CC BY-NC-ND 4.0 Deed
Attribution-NonCommercial-NoDerivs 4.0 International
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.en>



Outils

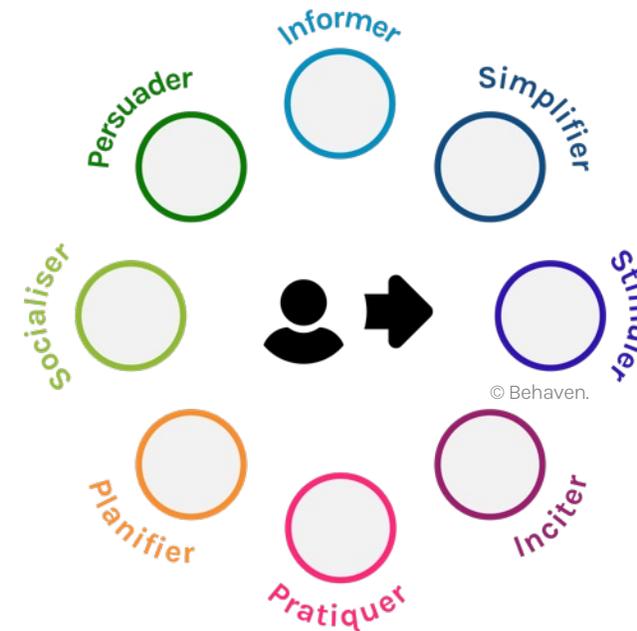
Pour comprendre : Landscape Model™

Notre modèle scientifique offre une vue d'ensemble de tous les facteurs affectant un comportement, y compris les influences conscientes et inconscientes. Pour ce projet, nous avons enrichi ce modèle avec des insights provenant de la littérature sur la rénovation énergétique, des études antérieures de RENO+ et des enseignements de Behaven.



Pour influencer : Rainbow Wheel™

Notre base de données de plus de 60 techniques comportementales organisées en 8 catégories, spécifiques aux comportements durables, et validées scientifiquement par University College London. Dans le cadre de ce projet, nous l'avons utilisée pour sélectionner les interventions les plus pertinentes pour adresser les barrières identifiées.



CC BY-NC-ND 4.0 Deed
Attribution-NonCommercial-NoDerivs 4.0 International
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.en>



3. Le parcours RENO+

Le parcours RENO+



Quoi ?

Le parcours RENO+ permet d'avoir une vue d'ensemble de l'expérience vécue par les citoyens tout au long de leur projet de rénovation de toiture. Il se compose de 8 phases et 22 étapes, allant de la sensibilisation à la rénovation, à la réception de primes de rénovation.

Pourquoi ?

L'objectif de ce parcours est d'identifier les points de friction potentiels et de positionner les barrières comportementales au moment où elles apparaissent. Cela permet de comprendre et de résoudre les obstacles qui pourraient décourager ou ralentir les citoyens dans leur démarche de rénovation. En intégrant des solutions adaptées à chaque étape, nous garantissons d'agir au bon endroit et au bon moment avec des interventions efficaces.

Comment ?

L'élaboration de ce parcours combine les insights et documents fournis par l'équipe RENO+ avec des phases complémentaires issues d'un modèle représentant les relations entre les propriétaires et les intermédiaires de la rénovation, élaboré par les chercheurs De Wilde et Spaargaren (2019). Cette combinaison offre une structure robuste et bien informée pour guider efficacement nos recommandations.

Le parcours RENO+

- . S'informe sur le processus de rénovation
- . S'informe sur les bénéfices de la rénovation
- . Réalise le besoin de rénover

0

Sensibilisation

- 1.1. Identifie la solution RENO+

1

Prise de connaissance de RENO+

- 2.1. Teste son éligibilité
2.2. Effectue l'appel avec RENO+
2.3. Se prépare à la 1^{ère} visite

2

Engagement

- 3.1. Participe à la 1^{ère} visite et signe la charte
3.2. Accueille la visite de mise en conformité
3.3. Signe le devis provisoire

3

Devis

Prise de décision

4

- 4.1. Participe à la visite de restitution
4.2. Trouve un financement
4.3. Signe le devis définitif
4.4. Signe le contrat avec l'entrepreneur

Exécution des travaux

5

- 5.1. Prépare son habitation
5.2. Participe à la visite pré-travaux
5.3. Suit les travaux
5.4. Réceptionne les travaux

Finalisation de l'accompagnement

6

- 6.1. Paie les factures
6.2. Dépose son dossier de primes
6.3. Partage son expérience sur l'accompagnement

Réception des primes

7

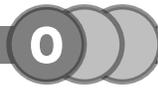
- . Reçoit les primes

0. Sensibilisation

- **S'informe sur le processus de rénovation**
- **S'informe sur les bénéfices de la rénovation**
- **Réalise le besoin de rénover**

0. Sensibilisation

Étape S'informer sur le processus de rénovation



Se renseigner sur la rénovation énergétique peut être difficile. Certains citoyens, notamment les personnes âgées ou celles ayant une famille en mutation, n'entreprennent même pas de recherches. D'autres sont découragés par des idées préconçues sur la rénovation, telles que la croyance que la rénovation est réservée aux personnes aisées, ou la peur de devoir demander un permis d'urbanisme. De plus, certains perçoivent les projets de rénovation comme imposés par les autorités et refusent de s'y

conformer pour affirmer leur liberté (effet de réactance). Beaucoup de ces croyances proviennent d'un manque de connaissances sur les aides financières disponibles, les économies potentielles et la législation en vigueur. Ce manque de connaissances est souvent directement lié à un déficit d'informations et de sources fiables.



Barrières

Individuelles

- Méconnaissance des accompagnements et primes disponibles
- Préjugés sur les travaux de rénovation (délais trop longs, arnaques, etc.)
- Charge cognitive de recherche d'informations
- Peur de devoir introduire un permis d'urbanisme
- Penser que rénover est 'pour les riches'
- Difficulté à se projeter (divorce, décès, etc.)
- Manque de connaissance sur la législation (lois, labels, etc.)
- Peur de changements dans la législation
- Aversion pour les projets émanant des politiques (réactance)

Sociales

- Manque d'entrepreneurs fiables en raison de la forte demande sur le marché de la rénovation
- Manque de sources crédibles pour le choix des processus ou du matériel

Contextuelles

- Manque d'information sur le processus à suivre (démarches, prestataires à engager, etc.)
- Manque de ressources financières pour entreprendre la rénovation
- Manque de temps à consacrer aux travaux
- Manque d'information sur les opportunités de retours sur investissement liés à la rénovation

0. Sensibilisation



Interventions

Contre les préjugés

Une fois les préjugés identifiés, intégrez des informations pour les contrer dans vos communications et actions de terrain. Vous pouvez partager des témoignages de personnes à revenus modestes ayant rénové, démontrer que la rénovation peut être rentable à long terme, et expliquer que les travaux peuvent être réalisés rapidement.

Exemple cocréé en atelier

Certains préjugés soulevés lors de l'atelier incluent la durée des travaux, l'augmentation du précompte, la présence d'entrepreneurs incompetents, la lourdeur administrative et le faible retour sur investissement. Pour y remédier, proposez par exemple un service d'accompagnement via un partenariat public-privé. Ce service peut offrir des informations neutres (public) et des compétences spécialisées (privé) pour répondre aux questions des citoyens et renforcer leur confiance.

Acteurs principaux



Contributeurs



Anticiper les retours financiers

Les individus sont prêts à attendre plus longtemps pour des retours financiers qu'ils s'attendent à recevoir dans un avenir lointain, mais ils sont plus affectés par de petits retards dans les retours qu'ils espèrent recevoir bientôt. Les informer à l'avance des dépenses réelles, des avances nécessaires, et des délais pour recevoir les primes ou le retour sur investissement permet de les préparer et d'éviter la frustration. La temporalité peut être ajustée, p.ex. « Voici les retours financiers auxquels vous pouvez vous attendre dans 1 an, 5 ans et 10 ans. »

Acteurs principaux



Simplifier l'information

Un surplus d'informations peut surcharger la capacité mentale des citoyens. Les informations complexes ou difficiles à comprendre sont alors négligées. Il est donc important d'éviter d'accroître la complexité avec des messages longs ou des termes techniques, notamment en ce qui concerne la législation. Pour cela, simplifiez le langage et, dès que possible, résumez les informations essentielles en trois points au maximum.

Acteurs principaux



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

0. Sensibilisation

Étape

S'informer sur les bénéfices de la rénovation



S'informer sur les bénéfices de la rénovation énergétique peut être difficile. De nombreux citoyens sont confus à cause d'incertitudes sur la disponibilité future des sources et systèmes énergétiques. La méconnaissance des impacts écologiques et financiers, ainsi que des économies réalisables, freine leur motivation. Le manque d'intérêt environnemental, tant chez les propriétaires que chez les locataires, aggrave cette démotivation. Socialement, l'absence de soutien communautaire et de normes sociales

autour des travaux de rénovation décourage les initiatives. De plus, les mauvaises expériences passées, personnelles ou rapportées, dissuadent de rechercher les avantages potentiels de la rénovation.



Barrières

Individuelles

- Incertitude quant à la disponibilité d'énergie dans le futur (p.ex. électricité, bois, gaz)
- Peur de devoir changer de système
- Manque de connaissances des conséquences écologiques
- Manque de connaissances des conséquences financières
- Incertitudes quant aux économies d'énergies possibles
- Manque d'intérêt environnemental
- Manque d'intérêt pour la question en tant que locataire

Sociales

- Manque de partage d'expériences positives
- Manque de norme sociale autour des travaux de rénovation (p.ex. voisins)
- Mauvaises expériences de rénovation dans le passé

Contextuelles

- /

0. Sensibilisation



Interventions

Visualiser les bénéfices

La visualisation aide à convaincre certains citoyens en les incitant à imaginer un quotidien plus agréable. Les avantages de la rénovation en termes de qualité de vie et de confort sont nombreux. Soulignez ces bénéfices en encourageant les citoyens à envisager des améliorations concrètes, comme « une maison chaude où l'on n'a plus besoin de se couvrir en hiver » ou « un été frais et agréable ».

Exemple cocréé en atelier

Lancez un 'bus énergie' reproduisant l'intérieur d'une maison, et permettant de simuler différentes conditions avec des éléments sensoriels : une maison isolée (confort, bonnes odeurs, ...) et une maison non isolée (humidité, courants d'air, ...). Des informations supplémentaires sur la rénovation énergétique pourraient également être disponibles via un écran interactif et grâce à la présence d'un conseiller énergie de la commune, du guichet énergie ou d'un expert.

Acteurs principaux



Contributeurs



Mettre en avant la norme sociale

Les citoyens sont plus enclins à rénover lorsque la rénovation est perçue comme courante, socialement acceptée et encouragée dans leur ville ou quartier. Plus la norme sociale est locale, plus son impact est fort. Pour la mettre en avant, communiquez le nombre d'habitants de la commune ayant rénové. Les chiffres doivent être significatifs : dire que 20% ont rénové peut suggérer que 80% ne l'ont pas fait. Sans chiffres convaincants, utilisez la norme 'dynamique', en communiquant sur la progression des rénovations. P.ex. « De plus en plus d'habitants de notre ville rénovent, faites comme eux. »

Exemple cocréé en atelier

Mettez en avant les maisons rénovées en plaçant des panneaux sur le devant ou aux fenêtres : « J'ai rénové grâce à la région ». Affichez à l'entrée des communes le nombre de maisons rénovées pour créer une saine compétition. À l'échelle locale, communiquez sur le nombre de rénovations.

Acteurs principaux



Utiliser les réseaux sociaux

Les informations provenant du réseau personnel de l'individu peuvent quadrupler la probabilité de rénovation. Elles sont souvent plus influentes que celles provenant de professionnels en raison d'une relation de confiance plus forte. Nous parlons ici des réseaux au sens large : réseaux sociaux numériques, mais aussi les réunions de quartier, cercles d'amis, associations, etc. Utilisez les pour persuader, p.ex. via des « réunions de rénovation ».

Exemple cocréé en atelier

Créez un podcast pour démystifier les idées reçues et mettre en avant les avantages de la rénovation en termes de confort, de bien-être et d'impact financier. Animé par un influenceur, le podcast pourrait également inclure des personnalités ou citoyens ayant rénové. Diffusé via des canaux régionaux ou locaux, ce podcast pourrait s'inscrire dans une campagne de type 'Walloréno'.

Acteurs principaux



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

0. Sensibilisation

Étape Réalise le besoin de rénover



Prendre conscience du besoin de rénover son logement peut être difficile. Certains citoyens, en raison d'un manque d'information sur leur consommation d'énergie, pensent à tort que leur maison est déjà économe en énergie. D'autres croient, par simple habitude, que leur logement est confortable. Beaucoup sont freinés par leur méconnaissance des avantages, comme la plus-value immobilière potentielle. Cette ignorance, combinée au biais du présent qui les pousse à privilégier des bénéfices immédiats plutôt que

futurs, les incite à investir dans des travaux plus visibles qui ne risquent pas de détériorer l'esthétique de leur habitation.



Barrières

Individuelles

- Penser avoir une maison assez économe en énergie
- Percevoir l'habitation comme étant confortable à cause de l'habitude (biais du statu quo)
- Manque de connaissances de la plus-value immobilière potentielle
- Privilégier des bénéfices immédiats plutôt que futurs (biais du présent)
- Prioriser d'autres types de travaux dans la maison
- Préoccupations quant à l'esthétique de l'extérieur de la maison
- Préférer investir dans des travaux visibles

Sociales

- /

Contextuelles

- Manque d'information sur la consommation actuelle d'énergie des ménages

0. Sensibilisation



Interventions

Intervenir à des moments clés

Ciblez les citoyens déjà en pleine transformation de leurs habitudes, tels que ceux qui viennent d'emménager ou qui rénovent une partie de leur maison. L'achat est un moment idéal pour mettre en lumière les défauts d'une propriété et proposer des améliorations. Il est plus difficile de le faire après plusieurs années d'occupation, car les citoyens pourraient se sentir critiqués pour leurs choix. De plus, juste après l'achat, les affaires sont encore dans les cartons et le grenier est probablement vide !

Exemple cocréé en atelier

Différents moments clés peuvent être ciblés tels que l'achat d'une habitation, une naissance, le départ des enfants, la fin d'un crédit hypothécaire, un héritage, des chocs (hausse des prix de l'énergie, canicules, inondations, Covid, etc.), une panne de chauffage, des travaux, l'achat d'une voiture électrique ou la réception du précompte.

Acteurs principaux



Contributeurs



Pour cela, envoyez des packs de bienvenue aux nouveaux habitants, des colis de naissance avec des capteurs d'humidité, ou informez lors des drinks de bienvenue des nouveaux arrivants. Des instruments comme des capteurs d'humidité et des caméras thermiques peuvent être prêtés, et un conseiller peut réaliser un bilan thermique. D'autres informations (p.ex. conseils sur les prêts bancaires, informations sur le certificat PEB, gains financiers, réinjection d'argent à la fin d'un crédit hypothécaire, bénéfices de la rénovation en termes de confort et de santé) peuvent être diffusées via des brochures numériques, l'application 'Jerenovemamaison.be', par courriel (p.ex. courrier de paiement du précompte immobilier) ou via les médias locaux et communaux.

Encourager l'appropriation

En s'adressant aux nouveaux acheteurs, insistez sur le fait que la rénovation leur permet de personnaliser leur nouvelle maison et de l'adapter à leurs attentes en matière de confort et de qualité de vie. Il s'agit de se détacher de l'image des anciens propriétaires et de s'approprier pleinement ce nouveau « chez-soi ».

Acteurs principaux



Contributeurs



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

1. Prise de connaissance de RENO+

1.1. Identifie la solution RENO+

1. Prise de connaissance de RENO+

Étape 1.1. Identifie la solution RENO+

1

Identifier la solution RENO+ présente plusieurs défis. L'accès aux outils numériques, notamment pour les personnes âgées, et la nécessité de créer un compte en ligne peuvent exclure certains. Sur le site de Braine Toiture, le manque d'informations concrètes, comme les conséquences financières d'une mauvaise isolation, empêche de comprendre les bénéfices de RENO+. Plus globalement, le manque d'informations génère des perceptions erronées, qui laissent certains penser que RENO+ est

payant ou trop long. Ces idées fausses alimentent également des craintes concernant les désagréments et les coûts imprévus d'un chantier. En outre, face à l'approche groupée, certains préfèrent une démarche individuelle. Cette approche, qui commence par un diagnostic énergétique du logement, requiert des conditions moins restrictives et génère presque autant d'économies financières. Cependant, cette option n'est pas suffisamment mise en avant sur le site.



Barrières

Individuelles

- Méconnaissance des économies d'énergie potentielles
- Perception que l'offre d'accompagnement est payante à cause d'autres offres existantes payantes (p.ex. Corenove)
- Penser que le processus de rénovation est trop long
- Peur des désagréments liés à l'installation d'un chantier
- Peur de coûts, notamment des coûts supplémentaires ou imprévus
- Privilégier les gains immédiats (biais du présent)
- Préférer une démarche individuelle

Sociales

- /

Contextuelles

- Nécessité d'avoir accès aux outils numériques et à Internet (p.ex. personnes âgées)
- Site nécessitant la création d'un compte en ligne
- Manque d'informations sur les conséquences financières d'une mauvaise isolation

1. Prise de connaissance de RENO+



Interventions

Informer sur les bénéfices non-financiers

Il est important d'expliquer comment l'accompagnement peut aider à alléger la surcharge mentale et émotionnelle associée à la rénovation. Pour cela, mettez en avant les avantages, tels que le gain de temps (p.ex., une durée de travaux réduite) et la simplification du processus (p.ex. un suivi détaillé). N'hésitez pas à présenter également l'accompagnement comme une occasion de se former à la rénovation, grâce à l'assistance d'experts dans le domaine.

Acteurs principaux



Contributeurs



Présenter le coût de l'accompagnement

L'accompagnement ne doit pas être 'bradé'. Il doit au contraire être présenté comme un service de valeur. Pour cela, estimez son coût à sa valeur réelle en tenant compte des compétences mobilisées, et du temps d'accompagnement. Le caractère gratuit de l'accompagnement aura alors plus d'impact et sera plus persuasif.

Acteurs principaux



Contributeur



Comparer les coûts de la rénovation

Présenter les coûts d'une rénovation avec et sans RENO+ permet aux citoyens de réaliser rapidement les avantages du programme. L'idéal est de combiner cette approche avec la technique de 'l'aversion à la perte', en mettant en lumière les pertes potentielles associées à une rénovation traditionnelle plutôt que les gains financiers apportés par RENO+. Par exemple, dire « RENO+ vous évite de perdre xxx euros en frais, par rapport à un processus traditionnel. » Si la comparaison financière est trop complexe, utilisez cette technique pour comparer d'autres types de bénéfices.

Acteur principal



Contributeurs



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

1. Prise de connaissance de RENO+



Interventions

Clarifier les bénéfices de l'approche individuelle

Bien que l'approche individuelle propose moins de remises financières, elle garantit néanmoins un accompagnement de qualité assuré par l'équipe RENO+, avec des conditions d'accès moins strictes. Présentez cette offre comme une alternative lorsque les conditions ne sont pas remplies, en soulignant que les citoyens motivés peuvent également bénéficier de cet accompagnement (p.ex. bénéfices non-financiers).

Acteur principal



Contributeur



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

2. Engagement

2.1. Teste son éligibilité

2.2. Effectue l'appel avec RENO+

2.3. Se prépare à la 1ère visite

2. Engagement

Étape 2.1. Teste son éligibilité

2

Les citoyens souhaitant vérifier leur éligibilité à l'accompagnement RENO+ doivent remplir un questionnaire en ligne. Cependant, certains, réticents à partager leurs informations personnelles par crainte qu'elles soient utilisées sans leur consentement, peuvent envisager d'abandonner leur démarche.



Barrières

Individuelles

- Manque de volonté de partager ses informations personnelles (p.ex. numéro de téléphone, email, cookies)

Sociales

- /

Contextuelles

- /

2. Engagement



Interventions

Informer sur l'utilisation des données

La meilleure façon de tranquilliser les individus concernant l'utilisation de leurs informations personnelles est de les informer sur 1) la raison pour laquelle ces données sont demandées et 2) sur la façon dont elles seront utilisées. N'hésitez pas, par exemple, à préciser sur le site que ces données seront utilisées pour recontacter les personnes intéressées. Dans la mesure du possible, rappelez également aux utilisateurs qu'ils gardent le contrôle sur leurs options de confidentialité.

Acteur principal



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

2. Engagement

Étape 2.2. Effectue l'appel avec RENO+

2

Les citoyens éligibles reçoivent un premier appel de RENO+ pour préciser les caractéristiques de leur grenier. Certains peuvent rencontrer des obstacles, comme la difficulté d'accès au grenier. D'autres manquent de temps pour réfléchir aux questions à poser afin d'atténuer leurs doutes et peurs potentiels. Pour beaucoup, ces doutes, s'ils ne sont pas levés, alimentent la peur de s'engager dans le programme.



Barrières

Individuelles

- Peur de l'engagement

Sociales

- /

Contextuelles

- Grenier inaccessible pour effectuer l'appel
- Manque de temps pour penser à toutes les questions à poser au conseiller RENO+
- Appel confirmant les craintes de base des citoyens

2. Engagement



Interventions

Envoyer des rappels

L'appel avec RENO+ marque l'un des premiers contacts directs avec le candidat rénovateur. Il doit non seulement servir à informer, mais aussi à répondre à ses craintes et attentes. Pour mieux préparer le candidat, il est important de lui rappeler plusieurs fois l'appel à mesure que la date approche, et de l'encourager à réfléchir à ses questions en amont. P.ex. envoyez des rappels une semaine puis un jour avant l'appel, en détaillant les sujets à discuter, et encouragez le candidat à prendre note des questions qu'il souhaite poser.

Acteur principal



Informer de façon personnalisée

Plus l'information est adaptée à chaque individu, plus elle est efficace et contribue à établir la confiance. Pour personnaliser l'information, il est essentiel de comprendre les motivations, attentes et besoins profonds des citoyens, sans jamais 'forcer' la rénovation. L'écoute active joue donc un rôle crucial. Présentez l'appel comme une occasion d'échange ouvert, au cours duquel le conseiller RENO+ sera au service du candidat rénovateur et répondra à ses questions. Ce moment est également une opportunité de positionner le conseiller comme un expert crédible et rassurant.

Acteur principal



Contributeur



Gamifier le processus

Le processus RENO+ comporte plusieurs étapes et peut paraître complexe, voire intimidant, pour les candidats potentiels à la rénovation. Pour rendre ce processus plus attrayant, présentez le tel un jeu, par exemple en regroupant certaines étapes en « niveaux », en informant de la progression via un tableau de bord interactif, ou offrez des badges au passage de chaque étape (p.ex. « apprenti planificateur », « maître préparateur », « rénovateur expert »).

Acteur principal



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

2. Engagement

Étape 2.3. Se prépare à la 1ère visite

Lors de la préparation de leur logement pour la première visite de l'équipe RENO+, les citoyens rencontrent des difficultés. Certains, par manque de temps, ne parviennent pas à organiser leur logement. Pour d'autres, l'absence de conseils clairs sur la documentation nécessaire peut causer confusion et stress.

2



Barrières

Individuelles

• /

Sociales

• /

Contextuelles

- Manque de temps pour préparer la maison
- Manque de conseils pour la préparation de la documentation nécessaire à la visite

2. Engagement



Interventions

Aider à planifier la visite

Afin de soutenir le candidat rénovateur dans la préparation de la visite, proposez lui une checklist des tâches à accomplir, incluant la documentation nécessaire. Assurez-vous de fournir cette liste suffisamment à l'avance. Idéalement, la checklist doit utiliser un langage simple et compréhensible par tous et se concentrer sur les tâches les plus importantes. N'hésitez pas à y inclure des conseils pratiques expliquant où et comment se procurer certains documents, et comment les remplir. La checklist ne devrait pas dépasser une page afin d'éviter la surcharge d'informations.

Acteur principal



Contributeur



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.



3. Devis

3.1. Participe à la 1ère visite et signe la charte

3.2. Accueille la visite de mise en conformité

3.3. Signe le devis provisoire

3. Devis

Étape 3.1. Participe à la 1ère visite et signe la charte

3

La première visite de l'équipe RENO+ peut poser des difficultés. Certains citoyens, en raison de longues absences de leur domicile, doivent organiser cette visite longtemps après l'appel téléphonique, ce qui peut les désintéresser du projet. La charte d'engagement, dense et intimidante, renforce souvent la peur de s'engager, de même que l'obligation d'avancer les frais des travaux.

De plus, les désaccords entre experts présents peuvent semer le doute dans l'esprit des citoyens, les incitant à craindre des travaux supplémentaires.



Barrières

Individuelles

- Manque de volonté de partager ses informations personnelles (p.ex. numéro de téléphone, email, cookies)

Sociales

- Discordance des discours entre experts présents lors de la visite

Contextuelles

- Absence du foyer pendant de longues périodes qui décale la première visite et cause une perte d'intérêt
- Complexité du document de la charte
- Manque de moyens financiers pour avancer les frais

3. Devis



Interventions

Autonomiser le candidat rénovateur

Bien que le suivi soit l'un des avantages du parcours RENO+, il est essentiel de placer le candidat rénovateur au centre du projet et de le responsabiliser. Le conseiller RENO+ est là pour guider et fournir les bons outils, mais il est crucial de rappeler au candidat qu'il a le contrôle du processus de rénovation. Pour ce faire, dès le départ, informez-le que la rapidité du processus dépend en partie de son implication et du temps qu'il peut y consacrer. Le candidat doit être conscient qu'une certaine dose d'engagement sera nécessaire.

Acteur principal



Aligner les messages entre experts

Pour éviter les discours contradictoires, planifiez à l'avance avec les experts la manière de gérer les désaccords. Par exemple, décidez de discuter des désaccords en privé après la visite et de revenir ensuite vers le candidat, ou bien concentrez-vous sur les points de convergence pendant la visite. Présentez également les points de désaccord comme des "points de discussion" ou "différentes options". Le plus important étant d'éviter les désaccords en présence du candidat afin de ne pas compromettre la crédibilité des experts.

Exemple cocréé en atelier

Coordonnez les avis des différents experts lors d'une réunion, d'un appel d'alignement ou par échange d'emails avant de transmettre l'information au citoyen. Cela permettra de préserver la confiance du citoyen et de maintenir la crédibilité des différents acteurs.

Acteurs principaux



Informez de façon personnalisée

Proposez un devis détaillé indiquant clairement ce qui est inclus ou exclu dans le cadre du programme RENO+ et pour le candidat, avec un code de couleurs (p.ex. feux de signalisation). Pour plus de transparence, il est également important d'informer sur ce que les entrepreneurs ne couvrent pas, et montrer qu'ils sont conscients de leurs compétences et de leurs limites. Si un entrepreneur inclut un élément dans le devis, cela témoigne de sa compétence et de sa capacité à le réaliser. Le devis pourrait également inclure une estimation du coût de potentiels imprévus, et informer d'un prix maximum. Il serait bon de discuter de communiquer ce devis personnalisé par écrit et à l'oral lors de la visite.

Acteur principal



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

3. Devis

Étape 3.2. Accueille la visite de mise en conformité

3

Si nécessaire, une seconde visite de mise en conformité est organisée pour s'assurer que le logement respecte les critères d'éligibilité des institutions de financement. Certains citoyens rencontrent des difficultés avec les critères techniques exigés, comme l'ajout de poignées spécifiques aux fenêtres ou une certaine hauteur de mur, ainsi qu'avec la documentation de financement complexe. Cette complexité pousse les citoyens à remettre en question la poursuite de leur engagement.



Barrières

Individuelles

• /

Sociales

• /

Contextuelles

- Contraintes légales non directement liées aux travaux engendrant des frais supplémentaires
- Complexité des critères de salubrité émis par l'organisme financeur
- Complexité de la documentation du guide de financement

3. Devis



Interventions

Étant donné que ces barrières sont toutes liées au contexte, elles n'exigent pas de solutions comportementales centrées spécifiquement sur le candidat rénovateur. Cependant, les organismes impliqués peuvent néanmoins œuvrer à atténuer ces obstacles.

Acteurs principaux



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

3. Devis

Étape 3.3. Signe le devis provisoire

3

Signer le devis provisoire, qui fournit une estimation des coûts et des primes possibles, peut être difficile. Pour certains citoyens, recevoir un seul devis pose problème car il ne permet pas de comparer et évaluer la valeur de l'offre. Ce manque de points de comparaison crée de la méfiance quant à la validité des prix proposés par les entrepreneurs.



Barrières

Individuelles

- Méfiance face à l'offre des architectes ou entrepreneurs qui fixent leur prix aux pourcentage

Sociales

- /

Contextuelles

- Impossibilité de comparer plusieurs devis

3. Devis



Interventions

Offrir des repères de comparaison

Dans les cas où la présentation de plusieurs devis n'est pas possible, il demeure utile de fournir au candidat rénovateur des points de référence. Par exemple, informez-le du prix moyen d'un devis pour une habitation similaire, ou donnez une fourchette de prix pour lui permettre d'évaluer la compétitivité de l'offre.

Acteurs principaux



Contributeur



Utiliser des sources crédibles

Une fois la décision de rénover prise, les professionnels deviennent l'autorité vers laquelle les citoyens se tournent pour faire des choix, surtout si un lien de confiance a été créé en amont. Il est donc important de booster la crédibilité des experts, tel que l'auditeur, le conseiller RENO+ ou les entrepreneurs, et de rappeler leur expertise. Pour cela, informez par exemple du parcours suivi par l'expert et des différents projets sur lesquels il a travaillé, et expliquez comment et pourquoi ces entrepreneurs ont été choisis pour travailler sur le parcours RENO+.

Exemple cocréé en atelier

Désignez un interlocuteur principal, en lien avec les autorités publiques, pour accroître la confiance des candidats. Cet interlocuteur doit être le point de contact unique tout au long du projet. Son rôle est de fournir une communication claire sur les compétences

Acteurs principaux



techniques et l'expertise des différents acteurs, et d'expliquer le processus de manière transparente. Il est donc aussi important de mettre en avant son expérience, son expertise et son indépendance.

Exemple cocréé en atelier

Créez un certificat RENO+ pour renforcer la confiance dans certaines entreprises et informer que ces entreprises, ainsi que les matériaux utilisés, ont été sélectionnés selon des critères spécifiques. Cela permettra de maintenir la crédibilité tout au long du processus, pour tous les aspects de la rénovation (techniques, énergétiques, etc.) et tous les partenaires.

AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

4. Prise de décision

4.1. Participe à la visite de restitution

4.2. Trouve un financement

4.3. Signe le devis définitif

4.4. Signe le contrat avec l'entrepreneur

4. Prise de décision

Étape 4.1. Participe à la visite de restitution

4

Les citoyens reçoivent un rapport détaillé sur les travaux à réaliser et leur durée, puis doivent prendre une décision. Ils doivent envisager le financement malgré des incitations financières changeantes. Cette instabilité économique provoque de l'anxiété chez les citoyens, qui craignent que les avantages financiers promis ne soient plus garantis au moment des travaux.



Barrières

Individuelles

• /

Sociales

• /

Contextuelles

- Incertitude et instabilité des leviers incitatifs: taux à 0%, primes, conditions

4. Prise de décision



Interventions

Réduire l'incertitude sur les primes et délais

Les individus, en particulier les Belges, ont une aversion pour l'incertitude et l'imprévisibilité. Fournissez aux candidats rénovateurs des informations claires sur les primes disponibles, leurs conditions d'octroi et les délais moyens d'attente. Cette transparence leur permettra d'anticiper d'éventuels changements, de prévenir les déceptions, de réduire leur stress et de renforcer leur confiance dans le processus.

Exemple cocréé en atelier

Proposez un accompagnateur virtuel (p.ex. un chatbot) qui informe sur les normes, les primes auxquelles le candidat peut prétendre, et leurs périodes de validité, et qui détaille les étapes que le candidat doit suivre. Celui-ci pourrait également estimer le coût de travaux imprévus (p.ex. amiante) afin de préparer le candidat à cette éventualité. Cet accompagnateur pourrait en soi fournir des réponses simples aux questions typiques et transmettre des données aux pouvoirs publics.

Acteurs principaux



(Cette solution peut être éventuellement combinée à 'soutenir l'usage de la plateforme', voir phase 6).

Exemple cocréé en atelier

Communiquez sur la durée de validité de la loi, de l'arrêté ou de la réglementation concernant les primes dès le démarrage et en adéquation avec la durée du processus de rénovation. Cela permettra aux candidats de se préparer à certains délais et événements (p.ex. en cas d'entrée en vigueur de nouvelles règles ou de changements de la réglementation en cours de chantier).

AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

4. Prise de décision

Étape 4.2. Trouve un financement

Trouver une solution de financement peut s'avérer difficile pour les citoyens. Ils explorent diverses options comme l'organisme financeur, les banques, les subventions et les incitatifs fiscaux. La complexité de ces plateformes de financement et les nombreux formulaires à remplir créent une surcharge cognitive.

4



Barrières

Individuelles

• /

Sociales

• /

Contextuelles

- Complexité administrative de la plateforme de subvention

4. Prise de décision



Interventions

Étant donné que cette barrière est purement contextuelle, elle n'exige pas de solutions comportementales centrées spécifiquement sur le candidat rénovateur. Cependant, les organismes impliqués peuvent néanmoins œuvrer à réduire la complexité de la plateforme, notamment en simplifiant les termes utilisés et en regroupant les informations par thématique.

Acteurs principaux



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financier – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

4. Prise de décision

Étape 4.3. Signe le devis définitif

4

Une fois le devis ajusté et le financement trouvé, les citoyens doivent finaliser et signer le devis définitif. Signer plusieurs documents au lieu d'un seul peut provoquer frustration et confusion, augmentant leur charge cognitive après un long processus administratif. Pour certains, la signature rend le projet concret et suscite des peurs quant aux désagréments potentiels des travaux, comme les problèmes d'humidité ou de chantier inachevé.



Barrières

Individuelles

- Confusion causée par une trop grande quantité d'informations reçues
- Peur des conséquences de l'isolation (p.ex. problèmes de condensation ou d'humidité)
- Peur des désagréments en cas de chantier inachevé

Sociales

- /

Contextuelles

- Devoir signer plusieurs documents au lieu d'un seul

4. Prise de décision



Interventions

Contrer les préjugés

Identifiez les préjugés et les appréhensions du candidat rénovateur propre à cette étape, puis incorporez des informations pour les contrecarrer dans vos communications. Par exemple, pour rassurer sur les conséquences de l'isolation, partagez des témoignages positifs ou intégrez des statistiques démontrant la rareté de ces problèmes ou la probabilité de chantiers inachevés, mais uniquement si les chiffres sont favorables.

Acteurs principaux



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

4. Prise de décision

Étape 4.4. Signe le contrat avec l'entrepreneur

La signature du contrat officialisant l'accord avec l'entrepreneur et le lancement des travaux peut être frustrante. Les citoyens doivent encore une fois signer plusieurs documents au lieu d'un seul, ajoutant une couche supplémentaire aux nombreuses démarches administratives précédentes.

4



Barrières

Individuelles

• /

Sociales

• /

Contextuelles

- Devoir signer plusieurs documents au lieu d'un seul

4. Prise de décision



Interventions

Étant donné que cette barrière est purement contextuelle, elle n'exige pas de solutions comportementales centrées spécifiquement sur le candidat rénovateur. Cependant, les organismes impliqués peuvent néanmoins œuvrer à réduire cet obstacle, par exemple en ne proposant qu'un seul document.

Acteurs principaux



Contributeur



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

5. Exécution des travaux

5.1. Prépare son habitation

5.2. Participe à la visite pré-travaux

5.3. Suit les travaux

5.4. Réceptionne les travaux

5. Exécution des travaux

Étape 5.1. Prépare son habitation

La préparation de la maison pour l'arrivée des entrepreneurs peut être problématique. Certains citoyens, par manque de temps, ont des difficultés à vider le grenier, déplacer les meubles et protéger les zones concernées.

5



Barrières

Individuelles

• /

Sociales

• /

Contextuelles

- Manque de temps pour préparer la maison à l'arrivée des entrepreneurs

5. Exécution des travaux



Interventions

Soutenir socialement

Une fois que le candidat rénovateur est officiellement engagé dans le processus, intégrez-le à une communauté, telle qu'un forum ou un groupe de discussion dédié aux candidats rénovateurs. Le partage d'expériences et d'astuces entre eux peut les aider à se sentir soutenus, réduisant ainsi leurs appréhensions et leur stress. De cette manière, ils seront moins dépendants du soutien du SPOC et bénéficieront d'un soutien constant tout au long du processus.

Exemple cocréé en atelier

Établissez un forum où chaque candidat partage son expérience, ses témoignages et ses retours. Celui-ci pourrait intégrer une fiche détaillée sur chaque candidat rénovateur, mettant en avant l'avancement de sa rénovation, les solutions qui lui ont été proposées, le montant de ses travaux, ses ambitions et ses envies. Le forum pourrait être créé à l'échelle de la commune, avec un modérateur pour superviser les interactions et rassurer les candidats.

Acteur principal



Contributeur



Aider à préparer l'habitation

Pour aider le candidat rénovateur à préparer sa maison, proposez-lui une checklist des tâches à réaliser, organisée dans un ordre logique avec des délais appropriés. Assurez-vous de fournir cette liste bien à l'avance. Idéalement, la checklist doit être rédigée dans un langage simple et accessible à tous, en mettant l'accent sur les tâches les plus importantes. Incluez également des conseils pratiques sur la manière de se débarrasser ou de vendre certains meubles (p.ex. déchetteries ou ressourceries à proximité et leurs horaires), de protéger les meubles existants et de les déplacer sans risque de blessure.

Acteur principal



Contributeur



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

5. Exécution des travaux

Étape 5.2. Participe à la visite pré-travaux

5

Les citoyens participent à une visite pré-travaux avec l'équipe de rénovation pour confirmer les plans et vérifier les préparations nécessaires. Cette visite permet de clarifier les dernières questions, ajuster les détails et s'assurer que tout est en ordre avant le début des travaux. Cette étape est cruciale pour éviter les malentendus et garantir que les travaux se déroulent sans accroc dès le jour J.



Barrières

Individuelles

• /

Sociales

• /

Contextuelles

• /

5. Exécution des travaux

Étape 5.3. Suit les travaux

5

Suivre les travaux peut comporter plusieurs obstacles. Le partage des sanitaires avec les ouvriers peut être inconfortable et intrusif. Les désagréments et nuisances liés aux travaux, comme la poussière et le bruit, perturbent le quotidien et les habitudes, créant une atmosphère stressante. Ces désagréments peuvent également causer des problèmes de voisinage, ajoutant une dimension sociale aux complications.

Un autre obstacle est le changement de la personne responsable de la coordination (SPOC), qui peut rompre le lien de confiance établi avec le citoyen.



Barrières

Individuelles

- Manque de confiance dans les ouvriers (p.ex. peur des vols, partage de clés)
- Crainte de perturbation des habitudes et de son espace intime

Sociales

- Problèmes avec le voisinage causés par les travaux
- Changement de la personne de contact RENO+ et rupture du lien de confiance

Contextuelles

- Devoir partager ses sanitaires avec les ouvriers
- Désagréments et nuisances liés aux travaux (p.ex. poussière, bruit)

5. Exécution des travaux



Interventions

Contrer les éventuels préjugés sur les ouvriers

Certaines personnes craignent les perturbations causées par les travaux et la présence des ouvriers. Il est essentiel de créer une relation de confiance et de faire des ouvriers des partenaires dans le processus de rénovation. Pour ce faire, présentez les ouvriers avant qu'ils n'arrivent dans la maison, en soulignant leurs expériences passées. Par exemple, informez le candidat rénovateur des chantiers précédents réalisés par l'équipe et de leurs années d'expérience. L'objectif est d'humaniser les ouvriers et de mettre en valeur leurs compétences pour établir un lien de confiance.

Exemple cocréé en atelier

Créez un court film ou une brève description écrite présentant les membres de l'équipe et leurs expériences, à envoyer par email au candidat rénovateur. Cette information pourrait être envoyée en même temps que des conseils pratiques pour l'aider à préparer sa maison.

Acteurs principaux



Aider à planifier l'arrivée des ouvriers

Le contact avec les ouvriers n'est pas naturel pour tout le monde. Pour établir une meilleure relation entre les ouvriers et le candidat rénovateur pendant les travaux, conseillez au candidat de mettre en place certaines mesures. Par exemple, si plusieurs toilettes sont disponibles, suggérez d'en réserver une pour les ouvriers. Encouragez également à prévoir un coin déjeuner abrité et confortable, ainsi que de mettre à disposition une bouilloire et des tasses pour le thé et le café. En prenant ces initiatives, le candidat encouragera les ouvriers à la réciprocité et renforcera leur motivation à faire du bon travail.

Exemple cocréé en atelier

Incitez l'entrepreneur à détailler à l'oral les travaux prévus et leur mise en place (p.ex. installation d'un échafaudage, besoin d'un espace de stationnement et d'un point d'eau, besoin de prévenir les voisins). Cette explication peut être adaptée en fonction des besoins

Acteurs principaux



et sensibilités spécifiques des candidats, telles que la préférence pour le calme ou la peur des imprévus. Il est donc essentiel de discuter avec le candidat et de prêter attention à ses sensibilités dès le départ. Une visite préalable sur le site ne serait donc pas indispensable, car cet échange technique pourrait suffire. Cette communication peut également être formalisée par écrit via un court e-mail, permettant ainsi au client de conserver l'information pour référence future.

AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

5. Exécution des travaux

Étape 5.4. Réceptionne les travaux

5

Les citoyens, accompagnés de membres de l'équipe RENO+, inspectent et acceptent les travaux une fois terminés, s'assurant que tout a été réalisé conformément au devis et aux standards de qualité attendus. Cette étape est cruciale car elle marque la fin du processus de rénovation et le début de l'utilisation du nouvel espace rénové. C'est également le moment de soulever d'éventuels problèmes ou imperfections et de demander des corrections si nécessaire.



Barrières

Individuelles

• /

Sociales

• /

Contextuelles

• /



6. Finalisation de l'accompagnement

6.1. Paie les factures

6.2. Dépose son dossier de primes

6.3. Partage son expérience sur l'accompagnement

6. Finalisation de l'accompagnement

Étape 6.1. Paie les factures

Les citoyens reçoivent les factures des travaux réalisés et doivent les régler pour finaliser le projet. Avancer les frais constitue une barrière comportementale majeure qui génère un stress financier important, surtout pour ceux qui ne disposent pas de liquidités suffisantes.

6



Barrières

Individuelles

• /

Sociales

• /

Contextuelles

- Nécessité d'avancer les frais

6. Finalisation de l'accompagnement



Interventions

Étant donné que cette barrière est purement contextuelle, elle n'exige pas de solutions comportementales centrées spécifiquement sur le candidat rénovateur. Cependant, les organismes impliqués peuvent néanmoins œuvrer à réduire cet obstacle, notamment en informant des frais potentiels à avancer dès le début du processus (cf. Phase 4, Réduire l'incertitude).

Acteurs principaux



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

6. Finalisation de l'accompagnement

Étape 6.2. Dépose son dossier de primes

6

La soumission d'une demande de prime peut s'avérer complexe. Que ce soit auprès de l'organisme financeur ou de la région Wallonne, les citoyens doivent eux-mêmes soumettre les documents nécessaires pour obtenir les primes de rénovation.

Bien que RENO+ fournisse une assistance pour la plateforme de financement, celle-ci est jugée peu pratique, compliquant la soumission des documents. Il en est de même des autres plateformes financement pour lesquelles la charge administrative liée à l'envoi en ligne ou par courrier, reste contraignante.



Barrières

Individuelles

• /

Sociales

• /

Contextuelles

- Plateforme de financement peu pratique

6. Finalisation de l'accompagnement



Interventions

Soutenir l'usage de la plateforme de l'organisme financeur

Pour garantir que l'expérience de rénovation reste positive jusqu'à la fin, il est crucial d'aider les candidats rénovateurs ayant opté pour un financement par l'organisme financeur avec le dépôt de leur dossier de primes. La solution principale est d'améliorer la plateforme pour la rendre plus intuitive. En attendant, n'hésitez pas à fournir des instructions claires sur son utilisation, accompagnées d'une estimation du temps nécessaire pour chaque étape. Ces instructions peuvent être présentées sous différents formats, comme un guide succinct ou une vidéo tutorielle.

l'encodage. Complétez cela par une barre de progression qui montre l'avancement de l'encodage. Pour améliorer la plateforme de manière plus globale, ajoutez une barre de progression pour visualiser l'avancement sur le parcours RENO+, accompagnée d'un chatbot pouvant répondre à certaines questions et d'une notification signalant l'avancée à différentes étapes du processus. La plateforme pourrait également intégrer une option de 'pré-remplissage' automatique des informations, un glossaire récapitulant les critères d'attribution des primes, et indiquer la durée estimée d'obtention des primes (sur base d'une moyenne au sein de la commune). Le tout pourrait être présenté avec un ton humoristique.

Exemple cocréé en atelier

Commencez par créer une checklist des documents pour que le candidat sache exactement quoi préparer. Cette checklist devrait être uniformisée entre tous les acteurs impliqués. Ensuite, offrez un guide step-by-step simple et vulgarisé et une vidéo tutorielle sur

Acteur principal



Contributeur



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

6. Finalisation de l'accompagnement

Étape 6.3.

Partage son expérience de parcours RENO+

6

Les citoyens sont encouragés à partager leur expérience avec RENO+ pour améliorer le programme et le faire connaître. Cependant, le manque de plateformes dédiées ou d'événements spécifiques pour recueillir ces témoignages constitue une barrière. Sans ces structures, les propriétaires manquent d'incitation à partager leur parcours de rénovation.



Barrières

Individuelles

• /

Sociales

• /

Contextuelles

- Manque d'opportunités de partager son parcours de rénovation

6. Finalisation de l'accompagnement



Interventions

Faciliter le partage d'expérience

La fin du processus RENO+ est une opportunité de récolter les témoignages des candidats rénovateurs et de s'en servir comme outils de sensibilisation. Cela peut se faire par téléphone ou via un formulaire dédié. N'hésitez pas à collecter des données quantitatives (par exemple, des scores de satisfaction) et qualitatives (comme des citations spécifiques). Il est préférable d'envoyer ce questionnaire après la réalisation des travaux ou le dépôt des primes, dès que l'accompagnement RENO+ se termine.

Exemple cocréé en atelier

Mettez en place un système de parrainage où les candidats rénovateurs partagent leurs expériences et encouragent d'autres habitants à suivre le parcours RENO+. Cela leur permettrait de soutenir de nouveaux candidats dans leur démarche et de leur apporter des conseils rassurants.

Acteur principal



Contributeurs



Remercier et féliciter

Les gens évaluent et se souviennent d'une expérience en se basant principalement sur la façon dont l'expérience s'est terminée ('peak end rule'). La fin du processus de rénovation est le bon moment pour maximiser la satisfaction et les souvenirs positifs des participants. Pour cela, remerciez et félicitez les candidats rénovateurs pour leur implication et leurs efforts.

Exemple cocréé en atelier

Remerciez personnellement d'avoir rénové via un appel ou un message personnalisé. Il est ensuite possible de diffuser plus largement ce remerciement via la presse locale, afin de montrer comment, ensemble, les candidats rénovateurs ont contribué à réduire l'impact environnemental de la commune.

Acteur principal



Contributeurs



Exemple cocréé en atelier

Attribuez un label distinctif aux maisons rénovées (p.ex. à mettre sur la boîte aux lettres ou sur une fenêtre) et communiquez son importance via une bande dessinée mettant en scène un personnage qui reçoit le label, l'explique et encourage les autres à faire de même.

AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

7. Réception des primes

- Reçoit les primes

7. Réception des primes

Étape Reçoit les primes

7

Après l'approbation du dossier, les citoyens attendent la réception des primes de rénovation. Plusieurs barrières comportementales peuvent surgir. D'abord, le long délai d'attente peut générer de la frustration, surtout si le montant des primes reçues diffère de celui estimé. Ensuite, le manque d'interlocuteurs crée un sentiment de solitude et renforce les doutes sur l'obtention des primes.

Ces éléments négatifs peuvent nuire à l'ensemble du processus RENO+, bien que ce dernier n'ait pas de contrôle sur cette phase de financement



Barrières

Individuelles

- Incertitude quant à l'obtention des primes et manque de suivi

Sociales

- Manque d'interlocuteurs

Contextuelles

- Temps d'attente pour la réception d'une réponse d'obtention de la prime (1 an en moyenne)
- Différence entre montant des primes estimées lors de la demande et le montant de la prime reçue

7. Réception des primes



Interventions

Réduire l'incertitude

Pour réduire l'incertitude concernant l'obtention des primes, informez les candidats rénovateurs des éventuels changements dans leur attribution. Cela leur permettra de se préparer mentalement et d'éviter toute déception. Ces informations devraient idéalement être fournies avant cette étape, dès la Phase 4 de prise de décision.

Exemple cocréé en atelier

Voir les exemples en phases 4 et 6 qui fournissent des mesures pratiques pour réduire l'incertitude concernant l'obtention des primes. Cela inclut l'intégration sur la plateforme d'une estimation du délai d'obtention des primes, de la validité des primes et des normes proposées, ainsi que la communication de toute modification de la législation ou des primes.

Acteurs principaux



Soutenir socialement

Le soutien social instauré durant le processus permettra aux candidats rénovateurs de partager leurs expériences sur l'obtention de primes et de se soutenir mutuellement pendant la période d'attente.

Exemple cocréé en atelier

Voir l'exemple en phase 5.

Acteur principal



AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financier – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.



4. Interventions par acteur

Interventions par acteur*

Phase	Intervention	AU	AR	CO	EN	OF	R+	SP
0	Contrer les préjugés sur la rénovation							
	Anticiper les retours financiers							
	Simplifier l'information							
	Visualiser les bénéfices de la rénovation							
	Mettre en avant la norme sociale							
	Utiliser les réseaux sociaux							
	Intervenir à des moments clés							
	Encourager l'appropriation							
1	Informar sur les bénéfices non-financiers							
	Présenter le coût de l'accompagnement							
	Comparer les coûts de la rénovation							
	Clarifier les bénéfices de l'approche individuelle							
2	Informar sur l'utilisation des données							
	Envoyer des rappels							
	Informar de façon personnalisée							
	Gamifier le processus							
	Aider à planifier la visite							

* Sur base du rôle en tant qu'acteur principal.

AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

Interventions par acteur*

Phase	Intervention	AU	AR	CO	EN	OF	R+	SP
3	Autonomiser le candidat rénovateur							
	Planifier la communication entre experts							
	Informar de façon personnalisée							
	Offrir des repères de comparaison							
	Utiliser des sources crédibles							
4	Réduire l'incertitude sur les primes et délais							
	Contrer les préjugés sur les problèmes liés travaux							
5	Soutenir socialement							
	Aider à préparer l'habitation							
	Contrer les préjugés sur les ouvriers							
6	Aider à planifier l'arrivée des ouvriers							
	Soutenir l'usage de la plateforme							
	Faciliter le partage d'expérience							
	Remercier et féliciter							

* Sur base du rôle en tant qu'acteur principal.

AU : Auditeur – AR : Architecte – CO : Commune partenaire – EN : Entrepreneur – OF : Organisme financeur – PP : Pouvoirs publics – R+ : RENO+.

5. Priorisation des interventions

Priorisation des interventions

En raison de contraintes budgétaires ou temporelles, il est rarement possible de mettre en œuvre toutes les solutions proposées simultanément. Il devient alors nécessaire de déterminer celles à prioriser. La priorisation se base sur deux critères : **l'impact et la faisabilité**.

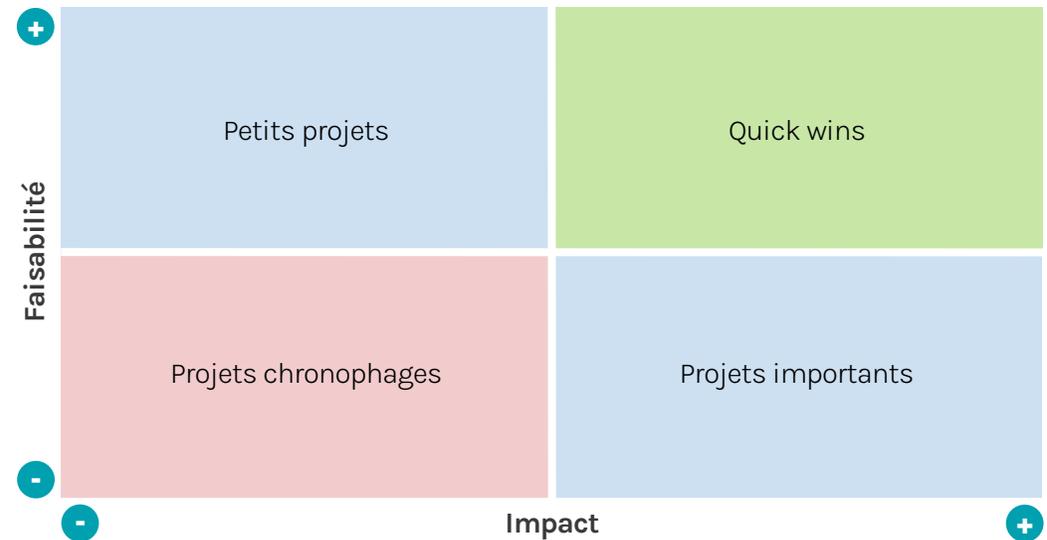
L'impact se réfère aux conséquences de la solution, et plus précisément, à :

- **L'efficacité** : la solution aidera-t-elle à atteindre les objectifs visés ? Ciblera-t-elle le groupe prévu ?
- **Les effets secondaires potentiels** : la solution entraînera-t-elle des résultats négatifs ou bénéfiques inattendus ?
- **L'acceptabilité** : la solution est-elle acceptable pour les parties prenantes ou risque-t-elle de générer des mécontentements et controverses ?
- **L'équité** : la solution est-elle équitable pour le public cible ou risque-t-elle de créer plus d'inégalités ?

La faisabilité concerne la mise en œuvre de la solution, en examinant :

- **Le coût** : dans quelle mesure est-il possible d'appliquer la solution à l'échelle prévue ? Le budget nécessaire est-il disponible ? Le retour sur investissement sera-t-il satisfaisant ?
- **La praticabilité** : la solution peut-elle être mise en œuvre à grande échelle dans le contexte prévu, avec les ressources matérielles et humaines nécessaires ? Quelles mesures doivent être prises pour garantir que les ressources et le personnel sont disponibles ?

L'impact et la faisabilité de chaque solution peuvent ensuite être positionnés sur la matrice ci-dessous pour obtenir une vue d'ensemble des solutions à mettre en œuvre, en fonction de leur impact potentiel et des efforts requis pour les déployer.



La matrice comprend quatre catégories :

1. **Fort impact, forte faisabilité** : ce sont les 'quick wins' ou gains rapides. Ces solutions ont un impact significatif sur les objectifs visés et sont relativement faciles à mettre en place.
2. **Fort impact, faible faisabilité** : ce sont des solutions stratégiques à long terme, des projets majeurs. Ces solutions sont importantes pour les objectifs visés mais peuvent nécessiter des efforts substantiels pour être déployées.
3. **Faible impact, faible faisabilité** : ce sont de petits projets avec un impact minimal sur les objectifs visés et ne nécessitent pas beaucoup d'efforts pour être mis en place. Ils peuvent ne pas être des priorités immédiates.
4. **Faible impact, faible faisabilité** : ces solutions ont peu d'impact sur les objectifs visés et leur déploiement nécessiterait un effort considérable. Ils sont généralement dépriorisés.

Impact estimé des interventions

Phase	Intervention	Score	Phase	Intervention	Score
0	Contrer les préjugés sur la rénovation	Moyen	3	Autonomiser le candidat rénovateur	Moyen
	Anticiper les retours financier	Élevé		Planifier la communication entre experts	Élevé
	Simplifier l'information	Élevé		Informer de façon personnalisée	Moyen
	Visualiser les bénéfices de la rénovation	Moyen		Offrir des repères de comparaison	Élevé
	Mettre en avant la norme sociale	Élevé		Utiliser des sources crédibles	Élevé
	Utiliser les réseaux sociaux	Élevé	4	Réduire l'incertitude sur les primes et les délais	Élevé
	Intervenir à des moments clés	Élevé		Contrer les préjugés sur les problèmes liés travaux	Élevé
	Encourager l'appropriation	Faible	5	Soutenir socialement	Élevé
1	Informé sur les bénéfices non-financiers	Moyen		Aider à préparer l'habitation	Moyen
	Présenter le coût de l'accompagnement	Moyen		Contrer les préjugés sur les ouvriers	Élevé
	Comparer les coûts de la rénovation	Élevé		Aider à planifier l'arrivée des ouvriers	Moyen
	Clarifier les bénéfices de l'approche individuelle	Moyen	6	Soutenir l'usage de la plateforme	Élevé
2	Informé sur l'utilisation des données	Faible		Faciliter le partage d'expérience	Élevé
	Envoyer des rappels	Élevé		Remercier et féliciter	Moyen
	Informé de façon personnalisée	Élevé			
	Gamifier le processus	Moyen			
	Aider à planifier la visite	Moyen			

6. Bibliographie

Bibliographie

1. Abrahamse W., Steg L., Vlek C., et Rothengatter J.A. (2005). A review of intervention studies aimed at household energy conservation. *Journal of Environmental Psychology* vol. 25, pp 273-291.
2. Abreu, M.I., Oliveira, R.A., & Lopes, J. (2020). Younger vs. older homeowners in building energy-related renovations: Learning from the Portuguese case. *Energy Reports*, 6, 159-164.
3. Azizi, S., Nair, G., & Olofsson, T. (2019). Analysing the house-owners' perceptions on benefits and barriers of energy renovation in Swedish single-family houses. *Energy and Buildings*.
4. Behaven. (2023). European roundtable on the role of behaviour for net zero.
5. Bobrova, Y., Papachristos, G., & Cooper, A. (2022). Process perspective on homeowner energy retrofits: A qualitative metasynthesis. *Energy Policy*.
6. Boulanger, P. M. (2007). Les barrières à l'efficacité énergétique. *Reflets et perspectives de la vie économique* Tome XLVI : 49-62.
7. BrisePierre G., Chevrier S., Hamon V., Le Fur B., Le Marec A. (2019). *Accompagnement des ménages dans la rénovation de leur logement, état des lieux et pistes pour l'action*. ADEME.
8. Broers, W. M. H., Vasseur, V., Kemp, R., Abujidi, N., & Vroon, Z. A. E. P. (2019). Decided or divided? An empirical analysis of the decision-making process of Dutch homeowners for energy renovation measures. *Energy Research & Social Science*, 58, 101284. doi:10.1016/j.erss.2019.101284.
9. Charlier, D. (2015). Comportement des ménages et investissements en efficacité énergétique: une revue de la littérature. *La Revue du CGDD*, 11, 150.
10. Della Valle, N. and Bertoldi, P. (2021). *Mobilizing citizens to invest in energy efficiency*, EUR 30675 EN, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2021, ISBN 978-92-76-36152-7, doi:10.2760/137315, JRC124667.
11. de Wilde, M., Spaargaren, G. (2019). Designing trust: how strategic intermediaries choreograph homeowners' low-carbon retrofit experience. *Building Research & Information*, 47, 362 - 374.
12. Do, A. M., Rupert, A. V., & Wolford, G. (2008). Evaluations of pleasurable experiences: The peak-end rule. *Psychonomic bulletin & review*, 15, 96-98.
13. Dolšak, J. (2023). Determinants of energy efficient retrofits in the residential sector: a comprehensive analysis. *Energy and Buildings*.
14. Ebrahim Gharebaghi, S., Qian, Q.K., Meijer, F.M., & Visscher, H.J. (2019). *Homeowners' Decisions Towards Energy renovations - Critical Stages and Sources of Information*. E3S Web of Conferences.
15. European Energy Network. (2012). Factsheets related to behavioural insights into energy use and implementation of energy policy. *EnR catalogue of best practices related to behavioural insights*.
16. Fyhn, H., Søråa, R.A., & Solli, J. (2019). Why energy retrofitting in private dwellings is difficult in Norway: Coordinating the framing practices of government, craftspeople and homeowners. *Energy Research & Social Science*.
17. Frederiks, E. R., Stenner, K., and Hobman, E. V. (2015). Household energy use: Applying behavioural economics to understand consumer decision-making and behaviour. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 41, 1385-1394.
18. Hamon, V. (2020). *Explorer le temps du chantier*. Les Chantiers Leroy Merlin et ADEME.
19. He, S., & Qian, Q. K. (2023). Planning home energy retrofit in a social environment: The role of perceived descriptive and injunctive social norms. *Sustainable Cities and Society*, 99, 104954.
20. Hrovatin, N., & Zorić, J. (2018). Determinants of energy-efficient home retrofits in Slovenia: The role of information sources. *Energy and Buildings*, 180, 42-50.
21. Jager, W. (2006). Stimulating the diffusion of photovoltaic systems: A behavioural perspective. *Energy Policy*, 34(14), 1935-1943.
22. Klöckner, C. A., & Nayum, A. (2017). Psychological and structural facilitators and barriers to energy upgrades of the privately owned building stock. *Energy*, 140, 1005-1017.

Bibliographie

23. Abrahamse W., Steg L., Vlek C., et Rothengatter J.A. (2005). A review of intervention studies aimed at household energy conservation. *Journal of Environmental Psychology* vol. 25, pp 273-291.
24. Abreu, M.I., Oliveira, R.A., & Lopes, J. (2020). Younger vs. older homeowners in building energy-related renovations: Learning from the Portuguese case. *Energy Reports*, 6, 159-164.
25. Kastner, I., & Stern, P.C. (2015). Examining the decision-making processes behind household energy investments: A review. *Energy research and social science*, 10, 72-89.
26. Liu, G., Tan, Y., & Huang, Z. (2021). Knowledge Mapping of Homeowners' Retrofit Behaviors: An Integrative Exploration. *Buildings*.
27. McMichael, M., & Shipworth, D. (2013). The value of social networks in the diffusion of energy-efficiency innovations in UK households. *Energy Policy*, 53, 159-168.
28. Moloney S., Maller C. et Horne R. (2008). Housing and sustainability: bridging the gap between technical solutions and householder behaviour, presentation at the 3rd AHRC Conference: Housing Research for a Sustainable Affordable Future. 18-20 June 2008, RMIT University, Melbourne.
29. Newell, R. G., & Siikamäki, J. (2014). Nudging energy efficiency behavior: The role of information labels. *Journal of the Association of Environmental and Resource Economists*, 1(4), 555-598.
30. Pettifor, H., Wilson, C., & Chryssochoidis, G.M. (2015). The appeal of the green deal: Empirical evidence for the influence of energy efficiency policy on renovating homeowners. *Energy Policy*, 79, 161-176.
31. Ramboll. (2022). Behavioural factors influencing the uptake of energy efficiency in residential buildings. Report for the European Environment Agency.
32. Stolyarova, E. (2016). Rénovation énergétique de l'habitat en France: analyse microéconomique du choix des ménages (Doctoral dissertation, Université Paris sciences et lettres).
33. Trotta, G. (2018). Factors affecting energy-saving behaviours and energy efficiency investments in British households. *Energy policy*, 114, 529-539.
34. Wilde, M.D. (2019). The sustainable housing question: On the role of interpersonal, impersonal and professional trust in low-carbon retrofit decisions by homeowners. *Energy Research & Social Science*.
35. Wilson, C., Crane, L., & Chryssochoidis, G.M. (2015). Why do homeowners renovate energy efficiently? : Contrasting perspectives and implications for policy. *Energy research and social science*, 7, 12-22.
36. Wilson, C., Pettifor, H., & Chryssochoidis, G. (2018). Quantitative modelling of why and how homeowners decide to renovate energy efficiently. *Applied energy*, 212, 1333-1344.

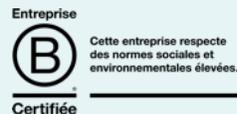
7. À propos de Behaven

À propos de Behaven

Notre expertise

62 % des réductions d'émissions dépendent de changements de comportement. Cela inclut 9 % de comportements de réduction, comme baisser le chauffage, et 53 % de comportements d'investissement, tels que l'adoption d'une pompe à chaleur. Les 38 % restants sont dus à des changements structurels qui ne nécessitent pas d'action individuelle. **Cela signifie que la majeure partie du potentiel de réduction des émissions repose entre les mains des individus.** Mais ils ne peuvent pas y parvenir seuls.

C'est pourquoi chez Behaven, nous combinons les sciences comportementales, le marketing et une approche systémique pour cocréer des solutions innovantes et actionnables qui favorisent des choix durables, pour les personnes, la planète et la prospérité.



Nos services

Recherche et insights

Identifiez les barrières au changement et les motivations de votre public. Allez au-delà des données déclaratives et capturez les influences inconscientes grâce à notre Landscape Model™ et à nos méthodes de recherche innovantes.

Campagnes de changement de comportement

Concevez des campagnes qui incitent à l'action. Grâce à notre Rainbow Wheel™ et ses plus de 60 techniques de changement de comportement, dépassez les intentions et la sensibilisation pour créer des stratégies qui encouragent des choix durables.

Produits et services

Augmentez l'adoption et l'usage de vos produits et services durables. En intégrant des techniques de changement de comportement dans votre expérience client, facilitez les décisions d'achat et d'utilisation, rendant les choix durables plus naturels et attrayants pour vos consommateurs.

Nos forces

Notre équipe

Nous sommes une équipe passionnée, composée de **docteurs en sciences comportementales et d'experts marketing** avec plus de 15 ans d'expérience.

Nos outils

Nous utilisons des outils spécialement conçus pour appliquer les sciences comportementales aux défis de durabilité : rénovation énergétique, alimentation durable, mobilité partagée et active, et bien plus encore.

Notre expérience

C'est pourquoi des clients de renom nous font confiance, tels que **le gouvernement britannique, la Région de Bruxelles-Capitale, Bruxelles Environnement, Bruxelles-Propreté, WWF Royaume-Uni, B Lab Europe, EDHEC Business School, Boston Consulting Group, et d'autres.**

Qu'en disent nos clients ?

Notre Net Promoter Score : **8,68/10**

« J'ai hâte d'utiliser les recommandations de Behaven dans nos campagnes à venir. Ce fut un plaisir de travailler avec une équipe d'experts aussi compétents et flexibles. »

Gonzalo Taylor, WWF Royaume-Uni

« Notre stratégie pour ce segment particulier bénéficie clairement de l'expertise et des recommandations de Behaven. » **Joke Beel, STIB-MIVB**

« Nous avons été très impressionnés par l'excellent réseau de Behaven dans l'industrie et le milieu universitaire, qui a joué un rôle déterminant dans la réussite de ce projet. » **Dr Mikael Mikaelsson, Gouvernement britannique**

« Nous avons particulièrement apprécié l'analyse de fond et la construction innovante d'une stratégie basée sur une approche scientifique du changement de comportement. » **Corentin Tassignon, Bruxelles Environnement**

* Committee on Climate Change (2019) : <https://www.theccc.org.uk/publication/net-zero-the-uks-contribution-to-stopping-global-warming>

Carbone 4 a mené une étude similaire en France qui, bien que structurée différemment, a abouti à une conclusion similaire : <https://www.carbone4.com/publication-faire-sa-part>

Contactez-nous

Fred Dorsimont
Cofondateur et
Directeur Général

0476 01 01 05

fred@behaven.com

www.behaven.com