



PRÉFÈTE
DE LA RÉGION
AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES

*Liberté
Égalité
Fraternité*

CHAUFFAGE AU BOIS : COMMENT MOBILISER LES BÉNÉFICIAIRES ?

Webinaire Sciences comportementales et transition écologique – 16/10/2025
À partir d'un diagnostic, prototyper une intervention comportementale

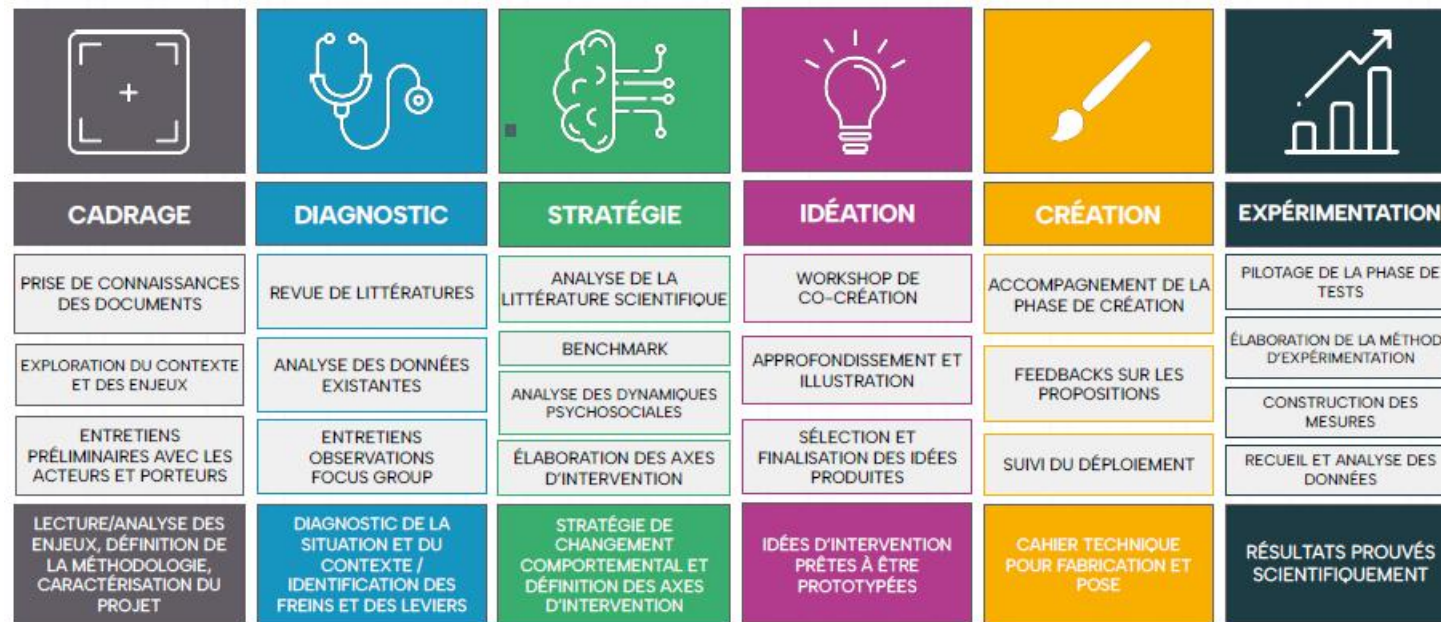
DREAL Auvergne-Rhône-Alpes

Direction régionale de l'environnement, de l'aménagement et du logement

Objectifs du projet

- 1 Accompagner la réduction des émissions polluantes du secteur résidentiel à travers la conversion vers des équipements de chauffage au bois performants
- 2 Toucher les publics non réceptifs à la communication institutionnelle en s'appuyant sur d'autres leviers
- 3 Changer le regard des usagers sur le chauffage au bois
- 4 Expérimenter les leviers des sciences comportementales dans les politiques publiques

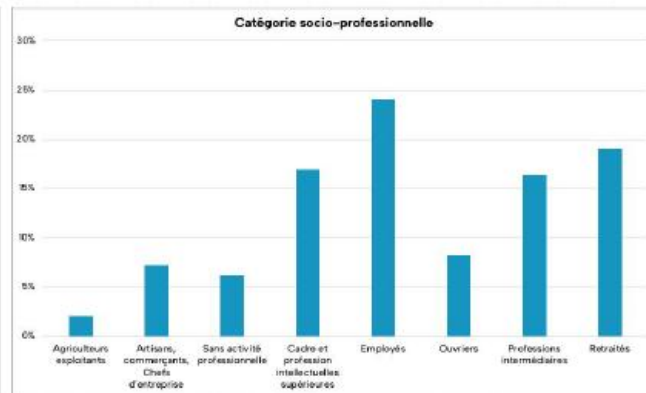
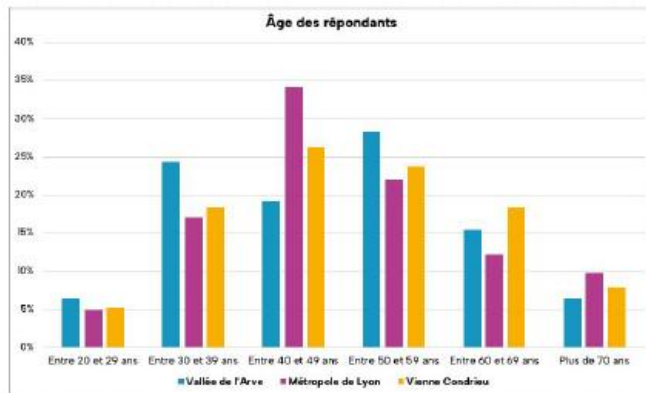
Méthodologie



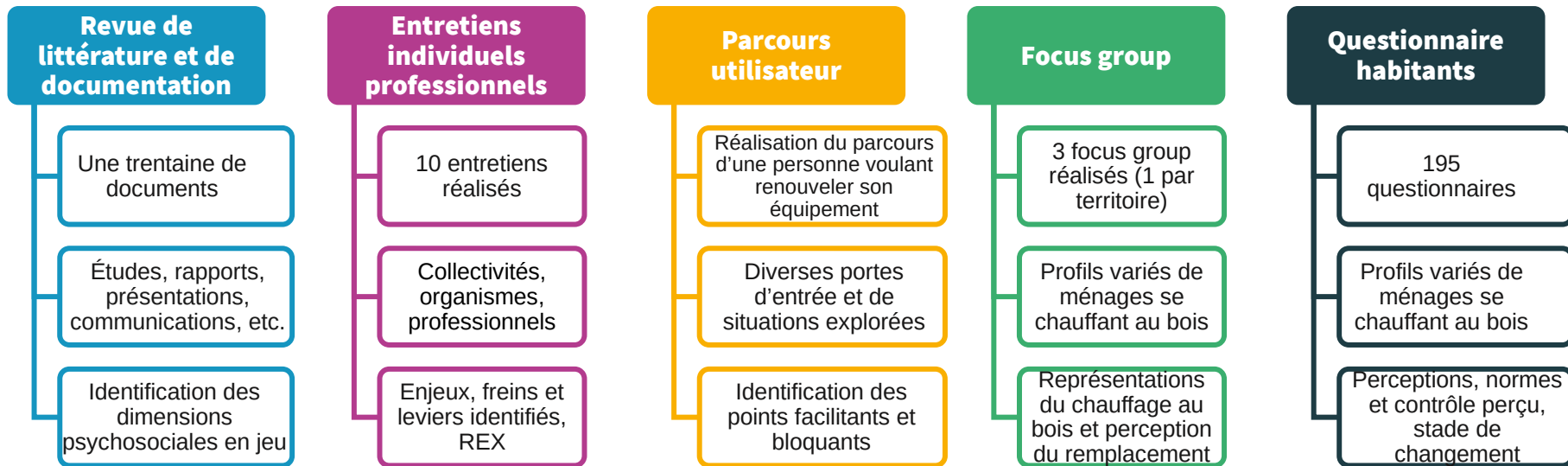
Zoom sur le diagnostic

- Trois territoires volontaires différents permettant un échantillonnage varié : Vienne Condrieu Agglomération, Vallée de l'Arve, Métropole de Lyon
- Méthodologie mise en place : bibliographie, 10 entretiens individuels professionnels, 3 focus groupes, 195 questionnaires, réalisation du parcours utilisateur de demande de FAB

L'échantillon :



Méthodologie du diagnostic



Principaux enjeux identifiés

**Alerter sur le lien
avec la qualité de l'air**

**Motiver à s'emparer
du sujet**

**Faciliter le passage à
l'action**

**Réduire le sentiment
d'attachement**

Proposer de nouvelles
perceptions de la
ressource en bois et
du lien avec la qualité
de l'air

Attitudes

Encourager la
mobilisation sociale
citoyenne en
amenant
progressivement à
lier chauffage au
bois / qualité de l'air

Engagement

Retravailler les
étapes du parcours
et faciliter
l'accessibilité
cognitive pour
enclencher le
comportement

Capacité

Motiver à renoncer à
l'ancien en réduisant
le sentiment de
perte et en rendant
le nouveau plus
attractif /
appropriable

Émotions

Stratégies identifiées

1 - Lever le frein affectif



Déplacer le centre
de l'attention



Donner une valeur
affective au neuf



Limitier le sentiment
de perte

2 - Jouer sur l'attachement



Questionner la perception
des ressources



Rendre visible le
risque collectif



Montrer des
modèles proches

3 - Rendre plus accessible



Favoriser la
projection



Activer l'option par
défaut



Donner un
sentiment de choix

Zoom diagnostic

- **Méthodologie mise en place par le prestataire**
bibliographie, 10 entretiens individuels professionnels, 3 focus groupe, 195 questionnaires, réalisation du parcours utilisateur de demande de FAB
- **Principaux enseignements**
 - une faible motivation à remplacer son ancien appareil de chauffage
 - un manque de capacité perçue au renouvellement : aides peu connues, processus de changement perçu comme complexe et contraignant, méconnaissance des gains, méfiance vis-à-vis des institutions et des professionnels
- **Enjeux et stratégies identifiés**

Transformer les représentations du bois

Réduire progressivement l'attachement

Donner de la valeur au mode performant

Accompagner le changement (réactance, justice sociale)

Favoriser le sentiment de contrôle et de facilité

Favoriser la perception du risque collectif

Favoriser les bons usages pour éviter les effets rebonds

Lever le frein affectif

Déplacer le centre de l'attention

Donner une valeur affective au neuf

Limiter le sentiment de perte

Jouer sur l'attachement

Questionner la perception des ressources

Rendre visible le risque collectif

Montrer des modèles proches

Rendre plus accessible

Favoriser la projection

Activer l'option par défaut

Donner un sentiment de choix

Un atelier d'idéation qui a fait émerger une variété d'idées

- Un travail autour de 3 stratégies identifiées lors du diagnostic
- Des idées co-construites pour correspondre aux besoins et opportunités
- L'expertise de chacun mobilisée pour se projeter dans la conception
- Avec facilitation graphique



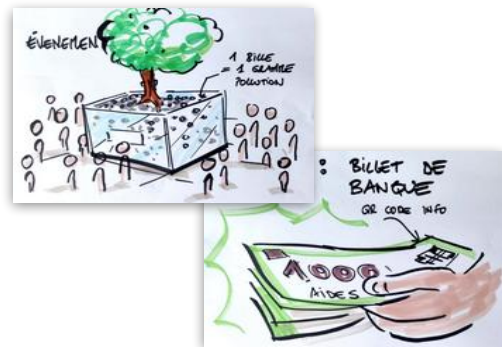
Des idées retravaillées par NFÉtudes pour :

- Une **cohérence** entre les idées,
- Une **complémentarité** des solutions,
- Une prise en compte les **leviers psychosociaux** les plus pertinents

Une diversité d'idées et de formats imaginés

ALERTER

- Campagne de communication / d'alerte sur la qualité de l'air
- Élément marquant dans l'espace public
- Campagne de communication innovante sur les aides



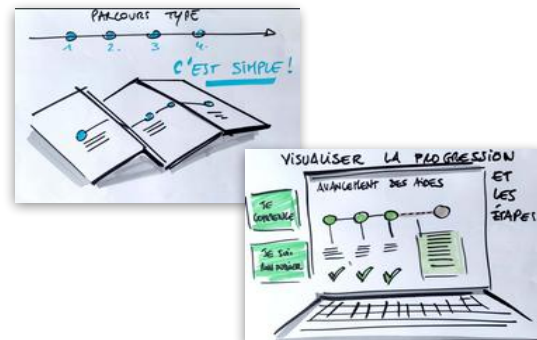
MOBILISER

- Encourager la mobilisation sociale (stickers ou autre élément visible)
- Mobiliser et faire parler des enjeux de bien commun / qualité de l'air
- Communauté d'entraide pour s'entraider aux moments clés



FACILITER

- Recherche d'équipement personnalisée
- Flyer pour projeter dans les étapes du parcours
- Site internet donnant à voir les étapes du parcours



Création - Expérimentation



étape 1

Alerter sur les enjeux
de pollution de l'air

Dispositif Signal



étape 2

Mobiliser autour des
enjeux de qualité de
l'air
Porteurs de Parole



étape 3

Faciliter l'accessibilité
cognitive du parcours

Communication



1- Alerter sur les enjeux de qualité de l'air : les drapeaux

Les objectifs

Créer une alerte dans l'espace public sous une forme expérientielle qui fait le lien entre la ressource en bois et la qualité de l'air

Les leviers

- Créer une alerte visuelle saillante dans l'espace qui interroge de façon intrigante
- Montrer le risque de l'inaction en incarnant visuellement la dégradation progressive
- Créer un état d'esprit favorable à la prise en compte des enjeux de qualité de l'air par l'aspect expérientiel



La réalisation

- 5 mâts de 4 m avec drapeaux représentant la dégradation progressive de la qualité de l'air, avec des éléments de nature pour renforcer l'aspect d'alerte et faire le lien avec les ressources naturelles
- D'autres formats avaient été évoqués (parapluies suspendus, fanions en hauteur, etc.) mais les drapeaux ont été retenus pour des raisons techniques

2- Mobiliser sur la qualité de l'air : les porteurs de parole

Les objectifs

Mobiliser et susciter le débat autour de la qualité de l'air (plus mobilisateur que le seul chauffage au bois) pour permettre de s'emparer du sujet, notamment en modifiant ses comportements (dont chauffage au bois)

Les leviers

- Faciliter le changement collectif et la création de liens sociaux (émergence de collectifs éventuels)
- Accompagner le développement des capacités à s'emparer du sujet
- Changer les perceptions sur la qualité de l'air pour que le chauffage au bois devienne une solution
- Amorcer une dynamique positive sur le territoire



La réalisation

- 4 stands animés par l'Ageden (2 animateurs formés)
- Avec recueil de verbatims affichés, éléments au sol et petite banderole pour susciter le débat
- Sur des marchés, en sortie d'école et sur une braderie
- Des échanges avec un total de 61 personnes

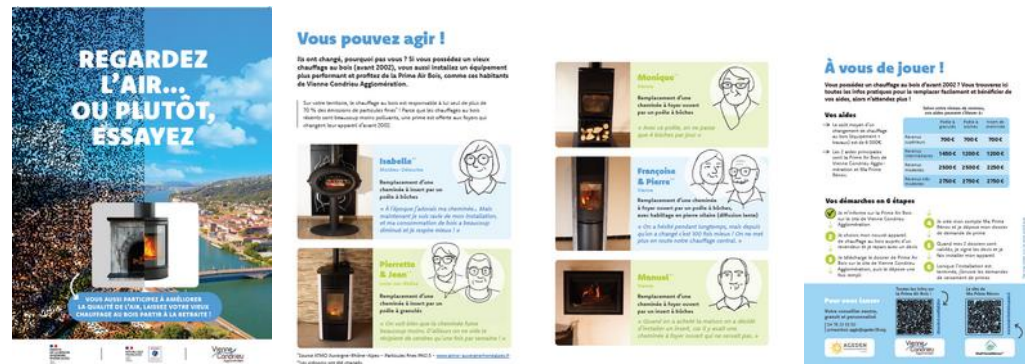
3- Faciliter l'accessibilité du parcours : le flyer

Les objectifs

Permettre à ceux qui se posent des questions de s'emparer concrètement de la possibilité d'agir, en retravaillant les étapes du parcours et en facilitant la projection

Les leviers

- Réduire la charge mentale des démarches en simplifiant l'accès à l'essentiel
- Donner un sentiment de facilité (étapes simples)
- Donner un sentiment de capacité en inscrivant dans une continuité (vous faites déjà)
- Recréer du lien chauffage au bois / pollution et appuyer sur l'aspect collectif / partagé de l'air



La réalisation

- Un flyer format A5 incluant :
 - une photo du territoire pour activer l'attachement et le collectif
 - des témoignages pour projeter dans les avantages
 - les étapes simplifiées facilitant la projection dans le parcours
 - des informations simplifiées pour réduire la charge mentale
 - un visuel de la pollution de l'air pour recréer le lien

Méthode d'évaluation et communes participantes

Évaluation par questionnaire

Auprès des habitants des 4 communes, après les dispositifs :

- Indicateurs psychosociaux : norme, sentiment de contrôle, perception du risque (qualité de l'air, chauffage au bois), stades de changement, attachement à la commune
- Exposition aux dispositifs
- Données socio-démographiques

Retours qualitatifs

- Format retour d'expérience :
 - Communes participantes avec dispositifs (modalités de déploiement et participation)
 - Ageden (animation)
 - DREAL et VCA (général)
 - Pratico Pratiques (installation)
- Mots issus des porteurs de parole (verbatim)

	Groupe	Nb habitant s	Zone	Précarité énergétique logements	Pollution PM / hab.	Nb d'appareil résidence principale	Nb d'appareils anciens (foyers ouverts)
Jardin	Avec dispositifs	2250	Péri-urbain	Faible	Modérée	359	101 (4,49%)
Longes	Avec dispositifs	1000	Rural	Forte	Très élevée	198	53 (5,3%)
Seyssuel	Sans dispositifs	2050	Péri-urbain	Faible	Modérée	296	87 (4,24%)
Echalas	Sans dispositifs	1860	Rural	Forte	Élevée	370	103 (5,54%)

Kit de déploiement : en cours

- Préparation du kit de déploiement en tenant compte de l'évaluation : en cours
 - Identification des communes/territoires cibles du déploiement (objectif : 2 communes sur chacun des 5 PPA de la région Auvergne-Rhône-Alpes)
- — — — — — ●
- Présentation du kit de déploiement aux territoires volontaires : début novembre
 - Hiver 2025-2026 : déploiement du dispositif sur les territoires volontaires
 - 2ème trimestre 2026 : REX des territoires volontaires et ajustements du kit de déploiement
 - Saison de chauffe 2026-2027 : déploiement à plus grande échelle