suisseénergie

Le nudging dans les communes

Ces questions et réponses vous aident à situer le nudging dans le domaine de l'énergie et du climat et à évaluer son utilité pour votre commune. Elles en présentent les fondements, les possibilités et les limites, et donnent des repères sur les aspects juridiques et éthiques.

Fondements: notion, délimitation et diffusion

1. Que signifie «nudging» ou «coup de pouce»?

Le nudging consiste à organiser un choix de manière à ce que le comportement souhaité, par exemple un geste favorable à l'énergie et au climat, devienne plus simple et plus spontané. Il ne passe ni par des obligations, ni par des interdictions, ni par des incitations financières. Un «nudge» est un coup de pouce amical: une suggestion qui invite à adopter un comportement.

Quelques exemples:
- l'électricité verte proposée par défaut (opt-out plutôt qu'opt-in);
- les étiquettes énergétiques, qui aident à la décision;
- la comparaison de consommation sur la facture d'électricité: «Vous consommez 10 % de plus que la moyenne de votre quartier.»

2. En quoi le nudging se distingue-t-il d'autres mesures?

Les nudges s'appuient sur des réflexes de décision automatiques et intuitifs: les habitudes, les options par défaut et les «règles empiriques» simples qui guident nos choix au quotidien. Un nudge facilite un choix sans fermer les autres options et sans toucher aux incitations financières. Son objectif est annoncé ouvertement. Contrairement à une simple campagne d'information, il repose sur les enseignements de la psychologie comportementale, ce qui permet de lever de manière ciblée les freins à un changement de comportement.

3. Pourquoi le nudging est-il intéressant pour les communes suisses?

De nombreux nudges demandent peu d'efforts et ne nécessitent aucune modification légale. Les communes peuvent donc se lancer rapidement avec les moyens dont elles disposent. Ces mesures agissent au quotidien et complètent utilement ce qui existe déjà.

4. Le nudging fonctionne-t-il dans le domaine de l'énergie?

Oui, et pour certaines applications, son efficacité est bien démontrée:

- Les comparaisons de sa propre consommation d'électricité avec celle des ménages voisins («norme sociale») réduisent la consommation de quelques pour cent, comme l'ont montré des études. L'effet est modéré et peut s'estomper avec le temps.

- Dans le domaine du photovoltaïque, des études montrent que deux leviers accroissent nettement l'intérêt pour le solaire et le nombre d'installations: l'aversion à la perte (par exemple en signalant le potentiel inexploité de son toit) et les effets de pairs («effets de voisinage»).
- Pour la consommation d'eau chaude également, plusieurs études montrent que le nudging peut entraîner des économies mesurables.

5. Les administrations publiques d'autres pays recourent-elles au nudging?

Le nudging est utilisé par des administrations publiques dans le monde entier.

L'OCDE a recensé plus de 300 institutions réparties dans 63 pays qui intègrent les sciences du comportement à l'élaboration des politiques publiques, dont plus de 200 dépendent de gouvernements. Dans le domaine de l'environnement, elle a analysé une centaine d'applications dans 30 pays (OCDE, «Mind Shift, Green Lift», 2025).

En 2010, le Royaume-Uni a créé avec le «Behavioural Insights Team» la première «Nudge Unit» étatique. L'exemple britannique a notamment été suivi par l'Australie, le Canada, les États-Unis, les Pays-Bas et l'Allemagne.

En dehors de l'énergie, le nudging a notamment permis:

- d'améliorer la probité fiscale au Royaume-Uni et aux États-Unis;
- de réduire les déchets sauvages (littering) en Écosse;
- d'encourager des habitants de l'Oregon (États-Unis) à épargner pour leur retraite;
- de dissuader des piétons de Bogotá de traverser au feu rouge.

En Suisse, il n'existe pas encore, au niveau fédéral, de «Nudge Unit» sur le modèle britannique. Certains services fédéraux, cantons et communes recourent néanmoins à l'économie comportementale dans le cadre de projets ponctuels.

6. Le nudging remplace-t-il les réglementations, les soutiens ou les informations existantes?

Non. Le nudging complète les instruments existants, mais ne les remplace pas. En font partie:

- les prescriptions réglementaires (lois, ordonnances, interdictions)
- les programmes d'encouragement (subventions, soutiens)
- les mesures incitatives et les taxes
- les campagnes d'information

C'est la combinaison de ces instruments qui produit le plus grand effet.

Droit et protection des données

1. Le nudging est-il compatible avec l'égalité de droit et l'égalité de traitement?

Oui, à condition que le nudge traite toutes les personnes de la même manière et n'en désavantage aucune sans motif objectif.

Les pouvoirs publics sont tenus de respecter l'égalité devant la loi (art. 8 Cst.) et l'interdiction de l'arbitraire, y compris pour les mesures qui visent à influencer les comportements.

Concrètement, cela signifie que:

- le nudge doit se rattacher à un objectif factuel et communiqué ouvertement (par exemple économies d'énergie, promotion des énergies renouvelables);
- la liberté de choix est préservée pour toutes et tous;
- aucun groupe ne doit être désavantagé ou exclu de manière ciblée.

2. À quoi faut-il veiller en matière de protection des données?

Pour les communes, c'est avant tout le droit cantonal de la protection des données qui s'applique. La loi fédérale révisée (nLPD, 2023) vise les particuliers et les organes fédéraux. Clarifiez donc votre projet suffisamment tôt avec l'autorité compétente, cantonale ou communale. Quatre principes sont essentiels:

- **Transparence:** les personnes concernées savent quelles données sont collectées et à quelle fin.
- **Finalité:** les données ne servent qu'à l'usage annoncé (par exemple la comparaison de consommation).
- **Minimisation des données:** seules les données nécessaires sont utilisées. Lorsque c'est possible, les données sont agrégées ou anonymisées (par exemple consommation moyenne par quartier plutôt que par ménage).
- **Base légale:** le traitement de données personnelles requiert une base légale (par exemple la loi cantonale sur l'énergie) ou un consentement.

3. Les nudges nécessitent-ils des données personnelles?

Pas forcément. De nombreux nudges fonctionnent sans données personnelles.

Les retours personnalisés, comme les comparaisons de consommation, en exigent en revanche. Il faut alors respecter les règles de protection des données en vigueur.

4. Les communes peuvent-elles utiliser des données de consommation d'électricité ou des données sur les bâtiments pour des nudges?

Oui, mais seulement sur la base d'une disposition légale claire ou avec le consentement des personnes concernées, et après un examen juridique approfondi au cas par cas (auprès de l'autorité cantonale de protection des données).

Éthique – où se situent les limites?

1. Le nudging n'est-il pas de la manipulation?	Non. Un nudge légitime est transparent et respecte la liberté de choix. La manipulation, elle, agit à l'insu des personnes, les trompe ou poursuit des intérêts qu'on leur cache.
2. Le nudging porte-t-il atteinte à l'autonomie des citoyennes et citoyens?	Non, mais il peut soulever des questions éthiques. Tout dépend donc de la façon dont il est conçu et utilisé. Critique: la commune traiterait la population comme si elle était incapable de décider seule. Contre-argument: on décide toujours dans un contexte qui a été façonné d'une manière ou d'une autre. La vraie question n'est pas de savoir s'il l'est, mais avec quel sens des responsabilités.
3. Comment répondre au reproche de «paternalisme» dans le débat politique?	Ce reproche peut être réfuté de manière factuelle: · Les nudges n'imposent ni n'interdisent rien: la liberté de choix reste entière. · Aucune situation de choix n'est parfaitement «neutre»: il y a toujours une option par défaut, un ordre, une présentation. Reste à savoir si ces éléments sont conçus de façon délibérée et transparente. · Une décision démocratique (par exemple du conseil communal) et une communication ouverte sur l'objectif renforcent la légitimité de la démarche. Pour désamorcer la critique, présentez tôt et en toute transparence le projet, son objectif et la possibilité de s'y soustraire.
4. Qui décide dans quelle direction le «coup de pouce» est donné?	Pour les communes et les villes, il faut une décision démocratique (par exemple décision du conseil communal) ainsi qu'un objectif communiqué ouvertement (par exemple objectifs de zéro net).
5. Qu'est-ce qui distingue un «bon» nudge d'un «mauvais»?	Un bon nudge est transparent, poursuit un objectif légitime, est facilement réversible et respecte la liberté de choix de chacun. Il devient en revanche problématique en cas d'intentions cachées (profit), d'intérêts unilatéraux, d'intentions trompeuses et lorsque les personnes ne peuvent pas se soustraire au nudge.
6. Faut-il dire à la population qu'elle reçoit un coup de pouce?	Oui. Des études montrent que la transparence n'atténue généralement pas l'effet, ou très peu. Sur le plan éthique, tout plaide pour l'ouverture, surtout lorsqu'il s'agit de projets des pouvoirs publics.
7. Que faire si le coup de pouce va à l'encontre des intérêts financiers des personnes?	Il faut alors être particulièrement prudent. · Dans le domaine de l'énergie et du climat, les nudges légitimes visent des situations gagnant-gagnant (économiser l'énergie, c'est aussi réduire ses coûts). · En cas de conflit d'objectifs, exposez-le ouvertement et proposez des alternatives.

8. Quels garde-fous éthiques s'appliquent et qui les contrôle?

Les principes suivants servent de repères:
- **Transparence:** l'objectif et la démarche sont rendus publics.
- **Objectif légitime:** le projet sert l'intérêt public et bénéficie d'une assise démocratique.
- **Liberté de choix:** le nudge peut être facilement contourné ou annulé.
- **Proportionnalité:** choisissez la mesure la plus douce qui soit adaptée et renoncez à toute tromperie.

Le contrôle est assuré par l'autorité politique compétente (décision et surveillance), par l'autorité de protection des données pour l'utilisation des données (cantonale), ainsi que par la surveillance démocratique et juridique habituelle. Une évaluation d'accompagnement permet de vérifier les effets et les effets secondaires. Des institutions de formation peuvent aussi vous aider dans cette démarche.

Efficacité et risques: qu'apporte le nudging?

1. Quelle est l'ampleur réelle de l'effet?

Les nudges ont souvent des effets modestes mais mesurables, en particulier dans le domaine de l'énergie. Certains produisent toutefois un effet très marqué, d'autres aucun. Il est donc important d'adapter le nudge à la situation et, si possible, de s'appuyer sur l'expérience d'autres communes ou sur des résultats scientifiques, car le type de nudge joue aussi un rôle. Même de petits changements comptent: une baisse de quelques pour cent de la consommation d'électricité représente, à l'échelle de toute une commune, une économie considérable.

2. L'effet des nudges est-il durable?

Cela dépend du nudge. Certains effets s'estompent dès que l'intervention prend fin (par exemple la consommation remonte quand la comparaison n'est plus fournie) et l'accoutumance peut aussi les émousser. Pour les décisions d'investissement, en revanche, un seul moment bien choisi peut suffire (par exemple remplacer un chauffage au mazout ou au gaz par un système à énergies renouvelables).

Pour obtenir des changements durables, il est souvent judicieux de combiner plusieurs instruments, par exemple:
- nudges (comparaisons)
- incitations (subventions)
- infrastructures (bornes de recharge)

3. Le nudging peut-il remplacer la politique climatique?

Non.
Les nudges sont un instrument complémentaire. Les grands leviers nécessitent des mesures structurelles et une volonté politique.

4. Y a-t-il des risques?

Oui. Les risques possibles sont les suivants:
- «Effets rebond»: les gains d'efficacité sont compensés par une consommation plus élevée.
- «Licence morale»: une bonne action justifie subjectivement une mauvaise.
- Absence d'effet: le nudge ne produit aucun effet mesurable.

5. De quelles ressources a-t-on besoin – en particulier dans les petites communes?

L'effort dépend fortement de la mesure:
- **Accessible:** les formulaires, options par défaut ou textes de communication peuvent souvent être adaptés avec le personnel existant et un budget modeste.
- **Effort moyen:** les comparaisons de consommation sur les factures supposent un accès aux données, une coordination avec le fournisseur d'énergie et un examen sous l'angle de la protection des données.
- **Effort plus important:** les mesures comprenant une évaluation propre ou une infrastructure (par exemple affichages) nécessitent un budget de projet et un accompagnement spécialisé.

Pour les petites communes, il est recommandé de commencer par une mesure simple et bien documentée, d'utiliser les canaux existants et de profiter de l'expérience d'autres communes (voir les exemples). Des projets d'étudiantes et d'étudiants peuvent aussi constituer une bonne option.

6. Comment mesurer l'effet des nudges?

Pour une mesure fiable, il faut comparer un groupe qui reçoit le nudge à un groupe qui ne le reçoit pas. Trois approches ont fait leurs preuves:
- **Groupe de comparaison:** un groupe reçoit le nudge, un groupe comparable non. L'écart entre les deux révèle l'effet réel.
- **Avant-après avec valeur de référence:** mesurer la consommation avant et après la mesure et la comparer avec la tendance générale (par exemple moyenne communale).
- **Correction des effets du climat et des prix:** ajustez les données de consommation en fonction des degrés-jours de chauffage et de l'évolution des prix.

Un simple groupe de contrôle suffit déjà à renforcer nettement la fiabilité des résultats. Au besoin, vous pouvez vous faire accompagner par une haute école spécialisée ou une université.

7. Que faire si un nudge déclenche des effets indésirables ou contraires?

Des effets indésirables sont possibles et devraient être pris en compte:
- **Effet boomerang:** les personnes qui consomment moins que la moyenne risquent d'augmenter leur consommation. Un retour positif pour leur comportement économe (par exemple un signe de reconnaissance) peut contrer cet effet.
- **Réactance:** certaines personnes réagissent par le rejet si elles se sentent infantilisées. Communiquez donc ouvertement et insistez sur la liberté de choix.

8. Le nudging peut-il renforcer les inégalités sociales?

Oui, le risque existe.

Tous les groupes ne sont pas aussi faciles à atteindre: les barrières linguistiques ou numériques peuvent limiter les bénéfices pour certains. De même, les mesures qui demandent des moyens financiers (par exemple un investissement) ne sont pas à la portée de tous les ménages.

Variez donc les canaux, rédigez vos messages le plus simplement possible et, autant que possible, vérifiez comment le nudge agit sur différents groupes. Concevez la mesure de façon à ne désavantager personne.

9. Que faire si l'effet souhaité ne se produit pas?

Cela fait aussi partie du jeu: tous les nudges n'atteignent pas l'effet souhaité. Sans mesure, il est cependant difficile de le savoir. Communiquer les résultats en toute transparence fait donc partie d'une démarche sérieuse et évite de reproduire inutilement des approches inefficaces.

Si l'effet souhaité ne se produit pas:

- Vérifiez si la mesure a été mise en œuvre comme prévu et si elle a atteint le groupe cible.
- Adaptez la conception (formulation, moment, canal) et testez à nouveau.
- Combinez au besoin le nudge avec d'autres instruments (incitations, infrastructures).
- Mettez fin à la mesure si aucun effet n'est perceptible, et documentez ce que vous avez appris.

10. Dans quelle mesure cette boîte à outils est-elle indépendante et scientifiquement fondée?

La boîte à outils de SuisseEnergie a été élaborée en collaboration avec des spécialistes de l'Université de Lausanne. Elle s'appuie sur des recherches reconnues en économie comportementale et sur des expériences internationales (notamment de l'OCDE).

La boîte à outils est une aide orientée vers la pratique et non une étude scientifique.

Pour l'utiliser, gardez à l'esprit les points suivants:

- Le message central: dans le domaine de l'énergie, les effets sont modestes mais bien démontrés.
- Si l'ampleur de l'effet est déterminante dans votre cas, il est recommandé de la vérifier vous-même.
- Les sources et la littérature complémentaire figurent ci-dessous.

Exemples pratiques

1. Quels nudges ont fait leurs preuves dans le domaine de l'énergie?	· Électricité verte en opt-out (proposée par défaut) · Comparaisons de consommation sur la facture d'électricité · Demandes de subvention simplifiées (formulaires en ligne avec vérification préalable) · Affichage en temps réel de la consommation d'électricité (écran de compteur intelligent) · Étiquettes énergétiques (bâtiments, lampes, voitures de tourisme, installations techniques du bâtiment et autres)
2. Quels exemples de nudging existe-t-il dans le domaine de l'énergie en Suisse?	· Vous trouverez des exemples concrets en Suisse dans les fiches de la boîte à outils Nudging.

Informations complémentaires

- Fiches sur des exemples concrets en Suisse et liste de contrôle
- OCDE Behavioural Insights
- Wikipédia sur le thème du nudging
- Articles de SuisseEnergie sur ce thème consacrés à des communes
- **Office fédéral de l'énergie (OFEN):** bfe.admin.ch (conditions-cadres juridiques)
- **Conférence des préposé(e)s suisses à la protection des données:** privatim.ch (protection des données dans les cantons et les communes)

