

# REALISER UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION

Concrètement, voici 4 étapes clé à respecter pour la réalisation d'une action de sensibilisation.

## ■ ETAPE 1 – S'INFORMER

Cette première phase est du ressort de la personne en charge de la campagne de sensibilisation (ou du groupe de travail énergie de l'entreprise). Elle doit s'informer et écouter à tous les niveaux de la hiérarchie.

C'est à ce stade que l'on réalisera un **diagnostic énergétique** de l'entreprise afin de bien connaître les consommations et les équipements présents sur le site.

A ce niveau, il est primordial d'être à l'écoute des acteurs de terrain car ils peuvent très souvent proposer des idées très intéressantes. En effet, qui mieux qu'un opérateur connaît l'équipement sur lequel il travaille et donc ses dérives et améliorations possibles? De plus, ce sont eux qui sont en "première ligne" et qui seront directement concernés par des changements de comportement. Cela aura également pour effet de les impliquer concrètement dans les actions et donc de les fédérer autour d'un même projet.

L'objectif de cette première étape est donc de **connaître le plus précisément possible les comportements mais aussi les consommations et coûts énergétiques** (globaux et par "département").

C'est ici que l'importance d'un suivi des consommations énergétiques se fait ressentir. Des graphiques des consommations et de répartition des consommations dans l'entreprise peuvent être élaborés afin d'être présentés lors de séances d'informations par exemple.

## ■ ETAPE 2 – CONSTRUIRE SON PROJET ET SE FIXER DES OBJECTIFS

On définit à ce stade ce que l'on va faire (réunions, affiches, concours...) et comment on va le faire (financement, planning...). **C'est ici que sont définis le pourquoi et le comment de la campagne de sensibilisation.**

Il est donc important de définir le public cible (direction, cadres, travailleurs/opérateurs, nouveaux, intérimaires, stagiaires, partenaires, sous-traitants...) et adapter le message si nécessaire.

C'est lors de cette étape qu'il faut prévoir une "publicité" de cette campagne énergie (pourquoi fait-on cela, quand cela aura lieu, qui interviendra...). Cela peut se faire via le journal d'information du personnel par exemple.

Le projet doit également être facilement identifiable par un nom /logo /slogan /mascotte. Si celui-ci n'est pas défini, il peut éventuellement faire l'objet d'un concours avec une récompense à la clé pour le membre du personnel dont la proposition aura été choisie.

Suite à l'état des lieux (étape 1), il faut maintenant **déterminer des actions concrètes à mener et des objectifs chiffrés et réalisables** par les actions envisagées.

Cela peut se faire par département, ou au niveau global de l'entreprise (réduction de xx% des consommations en électricité et xx% en gaz/mazout...).

### ■ ÉTAPE 3 – METTRE EN ŒUVRE SON PROJET, INFORMER, SENSIBILISER ET MOTIVER

La réussite d'une action de sensibilisation repose sur l'adhésion du personnel à de nouveaux gestes. Changer les habitudes et vaincre les résistances prévisibles du personnel est une action nécessaire pour obtenir leur adhésion au projet. La communication interne doit donc être claire, positive, dynamique et motivante et s'organiser autour d'un plan de sensibilisation :



Il ne faut pas croire qu'une seule séance d'information du personnel ou que la distribution d'un feuillet avec quelques consignes à réaliser sera suffisant. Une action de sensibilisation est un travail de longue haleine qui nécessite une **action continue** afin :

- De modifier durablement les comportements
- D'améliorer continuellement les résultats
- D'informer régulièrement des résultats des actions et ainsi maintenir la mobilisation.

La sensibilisation du personnel n'est pas un travail facile, et le mener de manière ludique peut parfois améliorer son acceptation.

Des opérations "chocolat" ont notamment démontré leur efficacité: le responsable énergie de l'entreprise fait le tour des locaux en fin de journée et distribue un petit chocolat sur les bureaux de ceux qui ont bien éteint leur matériel ...et une petite note expliquant ce qui peut être amélioré aux autres.

Les modes de communication les plus coûteux ne sont pas forcément les plus efficaces. L'affichage de consignes en matière d'utilisation rationnelle de l'énergie peut se faire dans des lieux traditionnels comme les valves d'information de l'entreprise, dans le local de la photocopieuse, près des thermostats... ou dans des lieux plus insolites tels que les toilettes, les vestiaires ou le réfectoire qui sont des lieux de passage régulier des travailleurs.

*Pour qu'une campagne de sensibilisation soit réellement efficace, il convient de diffuser les messages :*

- *Par un vecteur approprié (valves d'information, e-mail, journal d'entreprise...)*
- *A des endroits stratégiques (si affichage "papier")*
- *A des moments opportuns (périodes de l'année)*

*Et, dans la mesure du possible, il est important de les accompagner d'une information précisant l'objectif et le contexte de l'action de sensibilisation.*

### **1. Le vecteur approprié**

*Les messages peuvent être :*

- **Affichés** à des endroits stratégiques (valves d'information, à proximité de l'équipement concerné,...)
- Envoyés **par email** (si judicieux)
- Publiés dans le **journal de l'entreprise** ou sur le **site internet de l'entreprise** (vecteurs plus généraux pour atteindre l'ensemble du personnel)

*Si on procède à un envoi par email, il est important de ne toucher que les personnes pour lesquelles le message a du sens et que l'information accompagnant l'envoi soit la plus personnalisée possible. Gardez à l'esprit qu'un mail est vite envoyé, mais également vite effacé.*

*Ce n'est pas parce que vous avez diffusé une information par mail ou par un affichage que vous avez systématiquement sensibilisé vos interlocuteurs. Il faudra peut-être recourir à **plusieurs vecteurs de diffusion** pour s'assurer que le message a été bien compris et que la sensibilisation porte réellement ses fruits.*

## 2. Les endroits stratégiques

L'information doit être **disponible à l'endroit où elle est utile** et où le personnel a la possibilité d'en prendre connaissance.

L'affichage de consignes en matière d'utilisation rationnelle de l'énergie peut se faire dans des lieux traditionnels comme les valves d'information de l'entreprise, dans le local de la photocopieuse, près des thermostats... ou dans des endroits plus insolites tels que les toilettes, les vestiaires ou le réfectoire qui sont des lieux de passage régulier des travailleurs.

Les messages de sensibilisation n'ont de sens que si les personnes visées ont la possibilité de mettre en pratique le réflexe préconisé. Inutile de donner de conseils sur l'utilisation des vannes thermostatiques s'il n'y en a pas ou de parler d'air comprimé à des employés de bureau.

## 3. Les moments opportuns

Il est déconseillé de diffuser de trop nombreux messages simultanément. En effet, il est plus efficace d'**insister sur un message** pendant quelques semaines **jusqu'à ce que le geste soit bien ancré dans les habitudes** des utilisateurs avant de passer à une autre consigne.

Pour certaines thématiques (chauffage, air conditionné...) il est également opportun d'**adapter la diffusion de l'information avec la période de l'année**. Inutile d'afficher un message sur l'utilisation des vannes thermostatiques en été ou sur l'utilisation des climatiseurs en plein hiver...

Les facteurs de succès d'une campagne de sensibilisation efficace sont les suivants :

- informer, expliquer
- impliquer pour motiver (= démarche participative)
- consulter et adapter au public cible
- ne pas chercher des "coupables"
- mesurer et communiquer les résultats (indicateurs)
- rester positif

Voici également quelques idées pouvant susciter les comportements URE:

- Rétrocéder une partie des bénéfices générés par les économies d'énergie réalisées aux Services concernés.
- Instaurer un Prix / Award / Récompense en cas d'objectifs atteints ou de réduction des consommations
- Installer dans les lieux de passage, des compteurs affichant la consommation du bâtiment.
- Créer une émulation entre Services en présentant graphiquement l'évolution des consommations par bâtiment.
- Mettre en place un concours d'idées / boîte à suggestions

## ■ ÉTAPE 4 – EVALUER LES RESULTATS ET FAIRE DURER LES NOUVELLES HABITUDES :

A ce stade, le responsable de la campagne de sensibilisation doit évaluer les résultats, qu'ils soient positifs ou négatifs et en informer tout le personnel. Cela permet de sensibiliser les plus réfractaires et d'impliquer tout le monde dans la correction des erreurs.

Lors de la communication des résultats à la direction ou aux travailleurs, il faudra veiller à utiliser des unités courantes compréhensibles par tous. Exemple : exprimer la consommation de chauffage en litres de mazout, m<sup>3</sup> de gaz, kWh, €... voire en tonnes de CO<sub>2</sub> émises.

Un affichage de l'évolution des consommations de l'entreprise (par trimestre ou par mois) sera nécessaire afin de montrer les effets des efforts consentis par le personnel. Cela peut se faire via les valves d'informations sur lesquelles on trouve déjà des informations sécurité/qualité, via l'intranet ou le journal d'entreprise, avec la fiche de paie...

Pour pérenniser l'action, il faudra "taper sur le clou" afin de ne pas perdre tous les efforts consentis et le travail effectué. D'où l'importance du logo/slogan et d'une campagne d'affichage pour continuer à faire passer le message.

Instaurer un "geste URE du mois" :

- Premier mois: "éteindre les lumières dès qu'on s'absente du bureau plus de 15 minutes". Une fiche synthétique est envoyée à chaque membre du personnel le 1er jour du mois en expliquant en quelques lignes ce que représente l'éclairage en termes de consommation et combien on peut économiser par ce geste.
- Deuxième mois : "éteindre l'alimentation des PC au moyen des blocs multiprises"
- ...

## QUELQUES EXEMPLES CONCRETS DE GESTES PROFITABLES EN MATIERE D'ENERGIE

### ■ ETEINDRE L'ECLAIRAGE 1H PAR JOUR (PENDANT LA PAUSE DE MIDI), C'EST ECONOMISER 10% D'ELECTRICITE

Pour une journée de travail de 9h comprenant 1h de temps de midi, si on éteint son PC et l'éclairage du bureau pendant la pause de midi, cela représente environ 10% d'économies sur la journée (1h par rapport à 9h). En cas d'absence prolongée du bureau (réunion,...) cela aura d'autant plus d'impact.

Il faut aussi tenir à l'esprit que cela permettra à chaque travailleur d'acquérir de bons réflexes qui lui seront profitables à son domicile. Une heure d'éclairage en moins par jour au bureau c'est 50 à 100 kWh économisés en 1 an.

### ■ BAISSER LA TEMPERATURE DE 1°C DANS LES LOCAUX, C'EST ECONOMISER 7 A 8% DE COMBUSTIBLE

Modérer la température dans les bureaux. Une température de 20°C est normalement suffisante dans des bureaux administratifs mais dépend bien entendu de la configuration du local (bureaux paysagers par exemple) et du ressenti des occupants. On considère qu'un **degré en plus au thermostat correspond à une augmentation de la consommation de 7 à 8%**.

De même, il faut veiller à ne pas utiliser le chauffage lorsque les fenêtres sont ouvertes ou à faire fonctionner la climatisation simultanément.

A titre d'exemple, retenez que pour aérer un local, il est toujours préférable d'ouvrir toutes les fenêtres pendant 3 minutes (en ayant au préalable coupé les vannes thermostatiques) plutôt que de laisser une fenêtre entre-ouverte pendant toute l'heure de cours. Cela peut faire l'objet d'une note d'information auprès des différents travailleurs ou d'un affichage au sein même des bureaux, à proximité des fenêtres.

### ■ UTILISER UN BLOC MULTIPRISE, C'EST DIMINUER LA CONSOMMATION DES ORDINATEURS DE L'ORDRE DE 25%

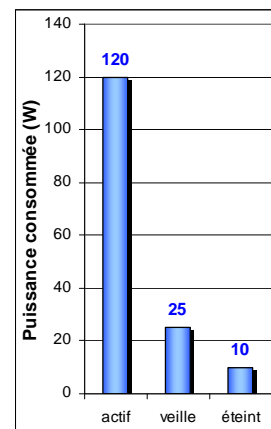
Il est bon de savoir qu'un ordinateur éteint mais dont la prise électrique est branchée au réseau d'électricité consomme toujours de l'ordre de 10W. Cela peut paraître négligeable mais le nombre d'heures par an où il est éteint est conséquent (> 6000 heures).

#### **Cas de figure :**

*Pendant 5 jours par semaine et 52 semaines par an, le PC est:*

- 8 h/j en mode actif
- 1h/j en mode veille (pause de midi)
- Le reste du temps en mode éteint

*Tarif électrique: 0,10 €/kWh*



Au final, **la consommation annuelle pour un PC éteint mais dont la prise est toujours branchée est donc de l'ordre de 64 kWh, ce qui représente un coût d'environ 6,5 € /an.**

En multipliant cela par le nombre de PC du parc informatique de l'entreprise, on arrive rapidement à des chiffres conséquents!

A titre de comparaison, sa consommation en fonctionnement est de 250 kWh/an, soit un coût d'environ 25 € par an.

Le recours à un minuteur coupant cet équipement lors des périodes d'inutilisation peut donc s'avérer rentable en quelques mois.

Vous trouverez d'autres exemples pratiques dans les **affichettes de sensibilisation** des travailleurs que les conseillers de l'UWE ont élaborées et qu'ils mettent gratuitement à votre disposition sur le site [www.environnement-entreprise.be](http://www.environnement-entreprise.be).

#### **POUR EN SAVOIR PLUS :**

[www.energieplus-lesite.be](http://www.energieplus-lesite.be)  
[www.energie-entreprise.be](http://www.energie-entreprise.be)



Dernière révision : avril 2011

Document réalisé par :