

# FICHE

# FORMATION, SENSIBILISATION, COMMUNICATION



**CLIMAT PRATIC**  
L'outil de votre politique climat énergie

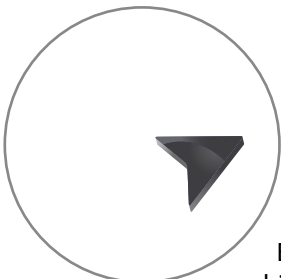


# SOMMAIRE

- **SENSIBILISER ET FORMER LES ÉLUS ET SERVICES**  
Ligne 1 tableur / page 4
- **COMMUNIQUER SUR LES ACTIONS MISES EN ŒUVRE**  
Ligne 2 tableur / page 7
- **UTILISER ET/OU RÉALISER DES OUTILS D'INFORMATION ET DE SENSIBILISATION**  
Ligne 3 tableur / page 9
- **SUSCITER LA PARTICIPATION : CONCOURS DE BONNES PRATIQUES, APPELS À PROJETS**  
Ligne 4 tableur / page 12



# INTRODUCTION



La réalisation d'un PCET doit permettre l'adhésion et l'engagement de l'ensemble des acteurs du territoire.

En tant que donneur d'ordre et mobilisateur du territoire autour de la lutte contre les changements climatiques, vous devez vous montrer exemplaire : aussi est-il nécessaire de commencer par un travail de sensibilisation et de formation des élus et services.

Tous les services doivent participer à cette dynamique afin de pouvoir proposer des mesures et des méthodes visant à intégrer le climat dans leurs actions quotidiennes : dans leurs projets, décisions et grandes orientations. En outre, il est nécessaire d'impliquer le maximum d'acteurs locaux afin qu'ils développent, eux aussi, une «culture climat-énergie».

Pour amener l'action, il est fondamental d'expliquer les enjeux, les pistes d'actions et de donner une perspective positive et l'envie d'agir.



## OUTILS ET RÉFÉRENCES

Site du Réseau Action Climat-France, informations essentielles sur le changement climatique, avec de nombreuses publications grand public et spécialisées, notamment « Changements climatiques : comprendre et réagir », téléchargeables sur : <http://www.rac-f.org/> rubrique « les publications du RAC-F ».

Sites de l'ADEME : <http://www.ademe.fr> et <http://ecocitoyens.ademe.fr/>

# SENSIBILISER ET FORMER LES ÉLUS ET SERVICES

La prise en charge du changement climatique est un sujet nouveau, à la fois pour les responsables politiques mais aussi pour chacun de leurs services, y compris techniques, ainsi que pour leurs interlocuteurs extérieurs. Un travail préalable de sensibilisation et de formation des élus et des services est nécessaire afin de favoriser la compréhension d'éléments scientifiques et de partager une « culture carbone » commune.



## OUTILS ET RÉFÉRENCES

Kit de communication interne « Clic'ADEME acteurs publics » sur l'éco-responsabilité. Ce DVD-rom propose une série d'outils prêts à l'emploi (fiches techniques, posters, diaporamas...), un studio graphique vous permettant de créer ou de personnaliser vos outils, une photothèque.

Renseignements sur :

<http://www2.ademe.fr/servlet/getDoc?sort=-1&cid=96&m=3&id=61467&ref=&nocache=yes&p1=111>

### Démarrer



**Sensibilisez aux enjeux du changement climatique et aux éco-gestes au travail l'équipe en charge du projet et les élus responsables**

### Explication de l'action

Avant même le lancement officiel d'une démarche de PCET, il importe de consacrer un temps non négligeable à la sensibilisation de l'équipe en charge du projet et des élus responsables. En effet, ceci permet de leur donner les moyens d'argumenter et de répondre à l'ensemble des interrogations des futures parties prenantes de l'élaboration du PCET (agents, élus, société civile etc.).

### Éléments de méthode

Concrètement, les acquisitions de connaissances doivent porter sur :

- Le mécanisme du changement climatique et l'évolution générale du climat : sur ce sujet, il n'est pas nécessaire de tout connaître dans le détail. De nombreux supports (brochures, livres, diaporamas, films etc.) existent et en posent les grands principes avec clarté.
- Les impacts du changement climatique, en étant attentif à ne pas générer une inquiétude excessive sur les vulnérabilités du territoire.

- L'importance des possibilités de réduction des émissions liées aux consommations d'énergie.
- La compréhension du déploiement dans le temps des actions possibles.

Ce premier niveau d'appropriation permettra de poser les bases d'une véritable « culture-climat » au sein de la collectivité. Vous pouvez par exemple :

- Organiser une ou plusieurs sessions de sensibilisation des services et des élus ;
- Afficher des posters de sensibilisation dans vos locaux ;
- Diffuser un « conseil-climat de la semaine » (éteignez votre ordinateur lorsque vous vous absentez, etc.) ;
- Organiser une exposition ;
- Faire un quizz sur le changement climatique et l'énergie ;
- Faire intervenir une troupe de théâtre sur les sujets climat-énergie...



### EXEMPLES

La Ville d'Illkirch-Graffenstaden (Alsace, 25 000 hab.) a créé un journal interne « développement durable ». Lors de la semaine du développement durable, un message « éco-geste » par jour est envoyé aux services par e-mail.



### INDICATEURS

Nombre d'actions de sensibilisation effectuées.  
Nombre de participants aux sessions de sensibilisation.

**Effectuez des enquêtes adaptées auprès des services pour connaître leurs pratiques d'utilisation des bâtiments et véhicules, afin de répondre aux lacunes et d'approfondir le processus d'information-sensibilisation**

### Explication de l'action

La réalisation de cette enquête vous permettra de cibler au mieux les besoins de formation concernant les comportements ou les actions à faire évoluer ainsi que les métiers nécessitant une formation spécifique.

### Éléments de méthode

Les questions à se poser peuvent être les suivantes :

- Quel est l'état de ce qu'il faut changer ?
- Quelle est la nature du changement ?
- Quelles personnes sont concernées par le changement ?
- Quels sont les bénéfices attendus à la suite des formations ?

Cette enquête permettra également de mesurer le niveau de connaissance et de sensibilité des équipes sur ces thématiques.

Prenez en compte les réticences éventuelles des services face au changement de pratique.

Réalisez une enquête via des supports permettant de toucher le maximum d'agents (NB : tous les agents n'ont pas accès à un ordinateur). A ce titre, il peut être intéressant de joindre le questionnaire à la fiche de paie par exemple et de le rendre attractif pour capter l'attention des lecteurs.



### INDICATEURS

Quantitatif : pourcentage de réponses aux enquêtes effectuées.

Qualitatif : informations fournies par les réponses « ouvertes » des personnes sondées.

**Formez, en fonction des besoins identifiés, les agents sur des thématiques spécifiques**

### Explication de l'action

La mobilisation des agents au développement durable trouve un sens et une utilité lorsqu'elle s'inscrit dans un projet concret et engagé, dans le cadre d'objectifs fixés par les élus. La formation doit apparaître comme une réponse à un besoin concret des services sur un approfondissement des thématiques par exemple.

### Éléments de méthode

L'action de sensibilisation constitue un premier pas mais elle doit être complétée par des modules de formation afin de permettre l'acquisition de compétences professionnelles.

Ces nouvelles compétences professionnelles sont d'ordres différents : connaissances (nouveaux savoirs), savoir-faire (pratiques professionnelles) et comportements (savoir-être).

Modalités :

- E-learning (formation via Internet),
- Formation en salle (présentiel),
- Formation-action : [www.cedip.equipement.gouv.fr](http://www.cedip.equipement.gouv.fr),
- Coaching...

Les actions de formation doivent être conçues sur mesure, en fonction de la singularité de chaque cible : élus, services techniques, employés des espaces verts, services urbanisme, etc.

Les actions de formation sont souvent déployées par service pour répondre aux objectifs spécifiques liés à ces derniers, mais on peut également composer les groupes « par processus » ou par « projet », en décrochant les métiers.

Appuyez-vous sur les structures locales spécialisées dans les domaines traités : associations spécialisées sur l'énergie (Espace Info Energie, ...), les pratiques agricoles durables (éco-jardinage), l'éco-construction, l'urbanisme (Conseil d'Architecture d'Urbanisme et de l'Environnement,...) etc.



## EXEMPLES

La Communauté d'agglomération CAP Atlantique (Guérande-La Baule) a organisé une formation éco-conduite concernant les bennes à ordures ménagères en avril 2009 et avril 2010 sur les deux régies de collecte d'ordures ménagères. La communauté d'agglomération a fait appel au CNFPT de Nantes qui a missionné un expert motorisation lié à la CCI du Mans, dans le cadre du 1 % formation.

Les résultats de cette formation sont :

Coût total : 2 250 € pour 22 agents formés sur 6 jours au total.

Economies générées : - 5 % de consommation d'énergie (3 300 litres de carburant) ; - 3,8 % d'émissions de GES soit 2,7 teq CO<sub>2</sub> évitées, - 3 500 € de carburant sur une première tranche.

Retour sur « investissement » de la formation : 5 mois

En Alsace, le Pays d'Alsace du Nord, le Pays Thur Doller et Le Pays Bruche Mossig Piémont ont sollicité le CNFPT qui a réalisé une formation de 2 heures sur la maîtrise de l'énergie à destination des services.



## INDICATEURS

% d'agents ayant réalisé une formation spécifique.

Economies financières (€) générées par les économies d'énergies (tep, kWh, litre de carburant...).

Emissions de GES (teq CO<sub>2</sub>) évitées (lorsque mesurable).

## Devenir exemplaire

A

### Mesurez l'efficacité des formations par le suivi d'indicateurs spécifiques

#### Explication de l'action

Évaluer l'efficacité et la pertinence de votre programme de formation par le suivi d'indicateurs. Ceci vous permettra de l'ajuster au mieux en fonction des besoins et de l'améliorer.

#### Éléments de méthode

Vous pouvez par exemple réaliser un questionnaire de satisfaction suite à la formation : pertinence de la formation, utilité dans le travail, pertinence des supports de formation et des documents fournis etc.



## INDICATEURS

% d'agents ayant réalisé une formation.

% d'agents mettant en œuvre les acquis de la formation.

Economies financières (€) générées par les économies d'énergies (tep, kWh, litre de carburant...).

Emissions de GES (teq CO<sub>2</sub>) évitées (lorsque mesurable).



## COMMUNIQUER SUR LES ACTIONS MISES EN ŒUVRE

La première marque de l'attention portée au changement climatique par la collectivité consistera à assurer la communication auprès de la population en passant par différents vecteurs de communication : journal de la collectivité, médias locaux, Internet, réseaux de la société civile, réunions publiques, campagne d'affichage etc.

Cette campagne de communication comportementale permettra d'accompagner les changements de pratique et d'attitude des différentes parties prenantes de la collectivité.

### Démarrer

D

#### Mettez de la documentation à disposition dans les lieux publics

##### Explication de l'action

Le premier pas en termes de communication auprès des habitants consiste à mettre à disposition des documents d'information dans les lieux publics : mairie, office de tourisme, maison des associations, MJC, bibliothèques, etc.

##### Éléments de méthode

Il existe de nombreux documents à diffuser à destination du grand public. Ces documents sont à choisir en fonction de la volonté de communiquer à un grand ou à un petit nombre de personnes, de façon formelle ou plutôt interactive. Il faut adapter toute diffusion en fonction du contexte et des besoins identifiés de la collectivité ou de la cible visée.

De nombreuses structures disposent de documentation « grand public » : les EIE, l'ADEME, les Agences régionales de l'environnement, les ONG de protection de l'environnement (RAC-F, CLERC, Greenpeace, WWF, les Amis de la Terre, FNE etc.) ainsi que leurs groupes locaux ou des associations locales spécialisées sur l'environnement, l'énergie et le climat...

Votre région et/ou votre département ont par ailleurs peut-être développé des publications de type, n'hésitez pas à les contacter.

Relayez également l'information sur les structures spécialisées sur l'information et le conseil auprès du grand public : EIE, ADIL, CAUE...



##### OUTILS ET RÉFÉRENCES

Les Espaces Info Energie sont le relais essentiel de l'information et de la sensibilisation auprès du grand public.

Contactez l'EIE de votre département : <http://www.infoenergie.org/>



##### INDICATEURS

Vitesse de diffusion des documents (x documents distribués en x semaines...).

### Consolider

C

#### Exploitez les moyens de communication existants

##### Explication de l'action

Afin de diffuser un discours plus adapté au contexte local et valorisant les actions mises en œuvre, utilisez les différents outils de communication dont vous disposez : journal de la collectivité, site Internet, réunions publiques, média locaux, affichage etc.

##### Éléments de méthode

La multiplication des supports de communication (site Internet spécifique ou pages dédiées de votre site, affichage, publication spécialisée) augmentera l'efficacité de la diffusion.

Publiez régulièrement dans votre journal un encart sur l'énergie : le conseil du mois / l'initiative du mois (mise en valeur d'une initiative exemplaire d'un citoyen, d'une entreprise, d'une association, d'une collectivité...).

## Organisez une réunion annuelle d'information sur les thématiques climat-énergie, l'avancement des actions et les perspectives du PCET

### Explication de l'action

Afin de mobiliser durablement l'ensemble des partenaires de la collectivité, une action de communication importante sera à réaliser à chaque grande étape de l'élaboration (après la délibération, après la rédaction du programme d'actions) et durant sa mise en œuvre.

### Éléments de méthode

A minima, une réunion annuelle d'information et d'échanges devra être organisée afin de pérenniser la mobilisation de toutes les parties prenantes du territoire.

Elle pourra prendre la forme d'une grande réunion publique de présentation des enjeux, de la méthode et des résultats au fil du temps.

Organisez cette réunion en fin d'après-midi ou le week-end afin de toucher le maximum d'habitants.

Donnez une place importante à l'organisation de temps pédagogiques (projection de films, tables rondes, quizz etc.).



#### INDICATEURS

Nombre de participants à la réunion annuelle d'information.

Retours et intérêt des participants face aux actions entreprises par votre collectivité.

## Construisez et mettez en œuvre un plan général de communication pour le PCET

### Explication de l'action

Afin d'avoir une unité et cohérence à l'ensemble des actions de communication, il convient de formaliser une stratégie globale de communication.

## Éléments de méthode

Cette stratégie devra vous permettre de disposer d'une vision claire des enjeux globaux de communication, des objectifs prioritaires de communication, des obstacles à surmonter et des différents messages et outils à mettre en œuvre.

Ce plan répondra notamment aux questions clés :

- Comment traduire les objectifs du PCET en priorité d'actions pour la communication ?
- Quels messages mettre en avant ?
- Quelles en sont les différentes cibles ? Et comment positionner le PCET vis-à-vis de chacune d'elles ?
- Quels sont les meilleurs outils de communication ? Qu'attendre de chacun d'eux et comment peuvent-ils s'articuler ? Comment positionner et faire évoluer les outils existants ? Quels nouveaux outils promouvoir et pour quelles raisons ?
- A quel rythme planifier la mise en œuvre de cette communication ?
- Comment organiser les retours d'information, le suivi et l'évaluation des actions de communication ?

N'hésitez pas à vous appuyer sur un prestataire pour élaborer cette stratégie de communication.



#### EXEMPLES

Le syndicat mixte du SCoT du Grand Douaisis s'est appuyé sur un cabinet de conseil en communication qui a élaboré un plan de communication en 3 étapes :

- 1<sup>ère</sup> étape : s'accorder sur la stratégie politique et trouver les élus ayant la force et une reconnaissance leur permettant d'assurer un vrai portage politique : définition de l'organisation pour l'animation et le portage du PCET, définition d'un cadre de cohérence pour la communication sur le PCET, élaboration d'une charte d'engagement.

- 2<sup>ème</sup> étape : concevoir des outils de base : site Internet / Extranet que toutes les parties prenantes peuvent alimenter, création d'un «kit de communication PCET» pour les partenaires, plan presse.

- 3<sup>ème</sup> étape : informer, communiquer, mobiliser : site Internet, newsletters, partenariats, opérations presse.



#### INDICATEURS

Pourcentage du plan de communication réalisé.

Retours des publics sensibilisés par les actions de communication.



## UTILISER ET/OU RÉALISER DES OUTILS D'INFORMATION ET DE SENSIBILISATION

Créer une dynamique collective en faveur du PCET constitue l'une des étapes cruciales de la démarche. Il convient de rappeler qu'il s'agit d'un sujet nouveau pour l'essentiel de la population, difficile à s'approprier et qui va transformer les modes de vie.

La conception et la mise en œuvre de nouveaux instruments de communication se feront sur la base des lacunes constatées des acteurs de la collectivité en matière d'énergie/climat. Les propositions seront fondées sur :

- la nécessité de cibler un public qui jusqu'alors est peu associé à la démarche. Par exemple : commerçants et entrepreneurs, jeunes actifs, étudiants et scolaires (enseignants et élèves)...
- la nécessité de changer l'échelle de la communication, par exemple pour obtenir des retours d'opinions à l'échelle de la population toute entière, ou de tous les quartiers de la ville...
- la nécessité de renouveler le support d'expression/participation : par exemple pour amener de nouvelles catégories d'acteurs à s'inscrire dans la démarche...

Démarrer

D

### Relayez l'information sur les événements nationaux et internationaux

#### Explication de l'action

Afin de donner plus d'écho à votre stratégie de sensibilisation, relayez l'information en même temps que les temps forts nationaux, européens voire internationaux, en matière d'environnement, d'énergie et de climat.

#### Éléments de méthode

On peut notamment citer :

- La semaine du développement durable : [www.semainedudeveloppementdurable.gouv.fr](http://www.semainedudeveloppementdurable.gouv.fr)
- La semaine européenne de la mobilité : [www.bougezautrement.gouv.fr](http://www.bougezautrement.gouv.fr)
- Le jour de la Nuit : [www.jourdelanuit.fr](http://www.jourdelanuit.fr)
- La climate week : [www.climateweek.com](http://www.climateweek.com)
- Les Journées de l'énergie durable du CLER : [www.journees-energie.org](http://www.journees-energie.org)
- Les conférences internationales sur le climat : [www.rac-f.org/-Les-COP-MOP-.html](http://www.rac-f.org/-Les-COP-MOP-.html)

Organisez des actions de sensibilisation durant ces grands moments de l'année afin de profiter de leur notoriété pour toucher le plus de monde possible.



#### EXEMPLES

Semaine du développement durable co-organisée par la commune de Beaumont-lès-Valence : <http://www.beaumontlesvalence.fr/Semaine-du-developpement-durable,538.html>

Semaine de l'énergie organisée par la communauté de communes du Val-de-Vingeanne : [http://portail2.reseau-concept.net/Upload/siceco/fichiers/programme\\_semaine\\_de\\_lenergie\\_val\\_vingeanne.pdf](http://portail2.reseau-concept.net/Upload/siceco/fichiers/programme_semaine_de_lenergie_val_vingeanne.pdf)

Projection-débat à Chelles lors de la fête de l'énergie : <http://villevaudeassocs.typepad.fr/villevaude/2010/10/semaine-de-l%C3%A9nergie-.html>



#### OUTILS ET RÉFÉRENCES

Le site Internet de la semaine du développement durable référence et labellise les initiatives locales sur inscription : <http://www.semainedudeveloppementdurable.gouv.fr/>

Le site Internet de l'association 350.org référence les initiatives locales à l'occasion de la Journée Internationale du Climat le 10 octobre : <http://www.350.org/fr>

## Organisez ou concevez des expositions / animations sur les thématiques climat-énergie

### Explication de l'action

Afin de mobiliser le plus de monde possible, appuyez-vous sur les outils de communication innovants. L'exposition en est un par exemple.

### Éléments de méthode

Vous pouvez utiliser des expositions « prêtes à l'emploi » ou élaborer votre propre exposition. Dans ce cas, il s'agira de concevoir une exposition grand public, éventuellement itinérante, sur le thème de l'énergie et des changements climatiques.

L'enjeu de cette exposition devra être une invitation à agir positivement compte tenu de l'urgence à changer les comportements au quotidien, tant chez soi qu'au niveau collectif, à l'échelle de son quartier ou de sa collectivité.

Une attention particulière pourra être portée à la scénographie et au contenu de l'exposition afin que celle-ci soit adaptée aux scolaires et aux plus jeunes.

De nombreuses associations louent ou prêtent gratuitement des expositions grand public.

Contactez votre Espace Info Energie, l'Agence Régionale de l'Environnement, la Direction Régionale de l'ADEME, le Réseau Action Climat-France, le CLER etc. pour connaître les outils existants.



### EXEMPLES

La Climat Box de m2A (Mulhouse Alsace Agglomération). Dans le cadre de la sensibilisation et de la mobilisation des habitants sur la question de la réduction des émissions de GES, un outil ludique et pédagogique a été conçu fin 2007 : la Climat Box. Elle se présente sous la forme d'une boîte en carton recyclé et constitue une sorte de kit « premiers gestes » à la maison. Elle contient des documents explicatifs (un mode d'emploi et un livret « Tous Climat'cteurs ») et des petits objets simples pour la protection du climat :

- 3 ampoules basse consommation, classe A,
- 1 thermomètre à alcool,
- 2 réducteurs de débit d'eau,
- 1 échantillon de laine de chanvre,
- 1 sac de pré-tri pour les déchets.

Tous les postes d'économies d'énergie et d'eau dans le logement sont ainsi identifiés. L'objectif est de convaincre que les économies d'énergie et la réduction des émissions de GES ont un effet bénéfique à la fois pour la planète et pour le budget familial : en utilisant la Climat Box selon son mode d'emploi, chaque foyer peut, chaque année, éviter l'émission de 110 kg de carbone et réaliser jusqu'à 90 € d'économies.



### OUTILS ET RÉFÉRENCES

Exposition du Réseau Action Climat – France sur le changement climatique. Renseignements : [infos@rac-f.org](mailto:infos@rac-f.org) ou [www.rac-f.org](http://www.rac-f.org)

Exposition de l'ADEME sur le changement climatique. Contacter votre DR ADEME.

Exposition de l'association « Mountain Riders » sur le changement climatique : « Sauvons Robert ! » : [http://www.mountain-riders.org/\\_outils/sauvonsrobert.php](http://www.mountain-riders.org/_outils/sauvonsrobert.php)  
Exposition téléchargeable en pdf : [http://www.mountain-riders.org/\\_changementClimatique/docs/Expo\\_Sauvons\\_ROBERT.pdf](http://www.mountain-riders.org/_changementClimatique/docs/Expo_Sauvons_ROBERT.pdf)

Maquette pédagogique « Territoire à énergie positive » du CLER. Renseignements : [info@cler.org](mailto:info@cler.org)



### INDICATEURS

Nombre de visiteurs de l'exposition.

## Lancez au moins une campagne de sensibilisation sur une thématique différente chaque année

### Explication de l'action

Afin de renouveler régulièrement les messages à destination de la population, lancez au moins une campagne sur une thématique différente chaque année. Cela permettra de ne pas laisser les habitants et de les inscrire dans une progression de leurs connaissances sur les thématiques énergie-climat.



## Éléments de méthode

Cette campagne pourra prendre différentes formes : réunions publiques, expositions, articles sur le site Internet de la collectivité ou dans le journal etc.

Exemples de campagnes :

- Partenariat avec des magasins spécialisés de votre territoire et votre syndicat d'énergie et/ou votre régie pour organiser une campagne de promotion des équipements électroniques performants : lampes basse consommation, électroménager A++... ;
- Campagne sur le logement économe en énergie, en partenariat avec les structures spécialisées (EIE, ADIL, ANAH...);
- Campagne sur les transports ;
- Campagne sur la consommation durable ;
- Campagne sur l'éco-jardinage ;
- ...

Afin de toucher le plus de monde possible, créez des partenariats avec les structures spécialisées sur ces thématiques et avec les entreprises du territoire.

Devenir exemplaire ➔ A

**Financez ou contribuez au financement d'un EIE pour assurer des permanences décentralisées**

## Explication de l'action

Afin d'impliquer les habitants et de les aider à prendre en compte les enjeux énergétiques, il est nécessaire d'apporter à chacun des informations et conseils personnalisés, dans le cadre d'un service gratuit et indépendant.

Les Espaces INFO ENERGIE (EIE) ont pour mission de proposer un conseil gratuit, neutre et indépendant, sur les économies d'énergie et les énergies renouvelables. Les structures porteuses d'EIE sont des associations et organismes à but non lucratif ancrés dans la vie locale ou organisés en réseau : associations spécialisées sur les thématiques énergétiques comme Hespul, l'ASDER, Agences Locales de l'Energie, CAUE, H&D, ADIL, CLCV, PACT... Certains EIE sont également portés par des collectivités. Les EIE sont financés par les Directions Régionales de l'ADEME et les collectivités locales (Conseil Régional et/ou Général, communes et intercommunalités).

## Éléments de méthode

L'accès à l'information doit être non seulement gratuit mais simple. Ainsi, différents modes sont développés : contacts possibles par téléphone, courrier, messagerie électronique, permanences dans un local dédié, présence lors d'événements adéquats (stands), organisation de soirées d'information, mais aussi pour les zones rurales, moins denses en population, par des permanences délocalisées pour se rapprocher du public. La communication et la régularité sont deux éléments de réussite d'une permanence décentralisée en zone rurale.



### EXEMPLES

La communauté de communes de l'Argonne Ardennaise (100 communes) et la communauté de communes des Trois Cantons (51 communes) ont choisi d'organiser des permanences de l'EIE dans chacun des bourgs principaux de leur territoire pour faciliter la rencontre avec les conseillers spécialisés.



### OUTILS ET RÉFÉRENCES

Depuis 2002, dans le cadre du Plan National pour l'Amélioration de l'Efficacité Energétique, l'ADEME soutient la création d'EIE. Un réseau de conseillers spécialisés en maîtrise de l'énergie s'est ainsi développé. Les Régions en général contribuent maintenant au financement de ce réseau. Les collectivités locales peuvent solliciter des permanences décentralisées en apportant une contribution au financement des postes de conseillers info-énergie, voire en créant elles-mêmes un poste.

Contactez votre EIE :  
<http://www.infoenergie.org/>



### INDICATEURS

Nombre de permanences tenues sur le territoire.  
Nombre de contacts personnalisés.  
Nombre de jours de présence sur des événements du territoire.  
Nombre d'événements organisés.  
Taux de passage à l'acte, nature et montant des travaux effectués

## SUSCITER LA PARTICIPATION : CONCOURS DE BONNES PRATIQUES, APPELS À PROJETS

Un bon moyen pour assurer la sensibilisation et l'information, faciliter l'émergence d'idées innovantes et de projets intéressants et permettre une meilleure appropriation de la thématique climat-énergie, est de susciter la participation de l'ensemble des acteurs et habitants de votre territoire.

Démarrer

D

### Mettez en valeur les bonnes pratiques locales

#### Explication de l'action

Valoriser les bonnes pratiques locales des habitants, entreprises, associations, collectivités, etc. permettra de montrer que des choses se font déjà en matière de lutte contre le changement climatique sur le territoire et que l'action est possible.

Par ailleurs, montrer des exemples locaux permet une meilleure identification des publics cibles. En effet, lorsqu'une expérience d'une autre région ou d'un autre pays est présentée, le risque est que les habitants, entreprises ou collectivités considèrent qu'elle n'est pas reproductible sur leur territoire car le contexte, la culture, etc. sont différents. La valorisation des bonnes pratiques locales permet ainsi de dédramatiser la lutte contre le changement climatique – l'action est possible, ici aussi !

#### Éléments de méthode

Réalisez une enquête visant à repérer et valoriser les expériences positives conduites à l'initiative des habitants et acteurs du territoire. Chacune de ces bonnes pratiques témoignera de l'engagement volontaire et personnel d'un individu, d'une entreprise, d'une association, d'une collectivité membre vers un comportement/une activité plus sobre en carbone.

Les citoyens gagneront à être issus d'horizons très divers : retraités, quartiers aisés ou populaires, professionnels, habitants du centre ville ou de la périphérie... afin que cela parle à l'ensemble de la population.

#### Méthodologie :

- Entretiens avec les quelques personnes identifiées afin de déterminer :
  - Quelles ont été les raisons d'agir ?
  - Quels freins ont été rencontrés ?
  - Quels sont les bénéfices retirés sur le plan personnel et collectif ?
  - Quelles sont les valeurs que l'on peut rattacher à cette démarche sobre en carbone ?

Ces témoignages pourront faire l'objet d'une valorisation et d'une diffusion afin de susciter le débat, de donner envie et de témoigner de la faisabilité de certaines actions.

N'hésitez pas à contacter les structures relais, au courant des bonnes pratiques de leurs interlocuteurs, pour recueillir des informations : EIE pour les particuliers, Chambres consulaires pour les entreprises...

Veillez à ne pas mettre en valeur uniquement des habitants que la majorité pourrait considérer comme « marginaux » - le risque serait un manque d'identification des habitants.



#### EXEMPLES

Les 5 pays tarnais et le CAUE du Tarn ont réalisé ensemble, avec le soutien de l'ADEME et de la Région Midi-Pyrénées, un « Guide des initiatives écoresponsables pour l'avenir des collectivités tarnaises » qui reprend uniquement des initiatives exemplaires de collectivités tarnaises ou, s'il n'existait pas d'initiatives dans les domaines souhaités dans le département ou dans les départements proches. L'objectif était de montrer que l'action est possible sur le territoire en sortant des initiatives les plus exemplaires en France et en Europe. Le but était également de favoriser le contact d'élus à élus. Ainsi, chaque « fiche-action » comprend un témoignage d'élus : <http://www.pays-albigeois-bastides.org/site/fr/compteur.php?doc=161>

**Consolider****C**

**Relayez l'information sur les appels à projets organisés par les autres échelons territoriaux, les associations, etc.**

**Explication de l'action**

Dans le cadre de votre campagne d'information et de sensibilisation, relayez les informations visant à promouvoir les appels à projets organisés par les autres échelons territoriaux : Etat, région, département, pays, PNR...

**Éléments de méthode**

Il existe de nombreux appels à projets à destination de différents publics (entreprises, associations, habitants, collectivités...) visant à promouvoir des projets exemplaires en matière de climat et d'énergie.

Relayer l'information permettra à chaque acteur de bénéficier de sources de financement ou d'outils d'accompagnement supplémentaires dans la réalisation de leur projet sobre en carbone.

Contactez votre Direction Régionale de l'ADEME afin de connaître les principaux appels à projets existants.

**EXEMPLES**

La Ligue EnR France, organisée par le CLER (Comité de Liaison Energies Renouvelables) en partenariat avec l'ADEME, le le Ministère de l'Environnement, l'AMF et la FNH, est une compétition énergies renouvelables entre collectivités locales. Un classement est établi en fonction du nombre de points obtenus par la collectivité, dont le calcul est essentiellement basé sur le ratio puissance (ou surface) des installations énergies renouvelables par nombre d'habitants : [www.ligue-enr.fr](http://www.ligue-enr.fr)

Pour aider les familles à modifier leurs comportements, la Fédération nationale Familles Rurales expérimente un « Agenda 21 des familles » auprès d'une cinquantaine de familles dans

les départements de l'Aube, du Morbihan, de l'Indre, du Pas-de-Calais et du Doubs. L'objectif est d'évaluer l'efficacité de l'outil et de la méthodologie associée, avant de le diffuser à l'ensemble du territoire national dans le courant de l'année 2011. Cet outil est organisé en 10 thématiques abordant l'ensemble des domaines du développement durable et permettant l'élaboration d'un programme d'actions à l'échelle d'un foyer : [http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Agenda\\_21\\_Familles\\_Mecenat.pdf](http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Agenda_21_Familles_Mecenat.pdf)

**Décoller****B**

**Lancez des concours incluant les 3 objectifs principaux (économies d'énergie et de GES, développement des EnR) avec plusieurs cibles : jeunes, PME, associations...**

**Explication de l'action**

Afin d'associer différents acteurs à la démarche Plan Climat du territoire, vous pouvez organiser un concours visant à traiter simultanément et de façon croisée les trois principaux objectifs : réduction de la consommation énergétique, réduction des émissions de GES et développement des énergies renouvelables.

**Éléments de méthode**

Des concours pourront être organisés à destination de plusieurs cibles : les jeunes, les PME, les associations...

Les concours pourront par exemple porter sur les sujets suivants :

- Réaliser une affiche sur le thème « ma collectivité et le changement climatique » ;
- Proposer et mettre en œuvre une action concrète permettant de réaliser des économies d'énergie ;
- Réaliser un film, une pièce de théâtre ;
- Réaliser une auto-réhabilitation exemplaire (isolation, éco-matériaux, etc.) d'un bâtiment (logement ou bâtiment accueillant la structure concernée).

**EXEMPLES**

"Familles à Energie Positive" est un concours d'économies d'énergie dont l'objectif est de démontrer que, tous ensemble, il est possible de lutter efficacement contre les changements climatiques en participant à une action concrète, mesurable et conviviale. Il est coordonné par l'association Prioriterre, en partenariat avec les Régions Rhône-Alpes et Centre et l'ADEME, ainsi que de nombreuses collectivités et associations.

Le principe est simple : les participants se regroupent en équipes et se mettent au défi d'atteindre au moins 8 % d'économies d'énergie par rapport à l'année précédente. Les capitaines d'équipe sont formés et accompagnés par des animateurs locaux de l'opération : <http://www.familles-a-energie-positive.fr/>

**INDICATEURS**

Nombre de participants aux concours.

**Devenir exemplaire** ➔ A

**Impliquez la population en évaluant et en contrôlant la perception et l'efficacité des mesures prises par des enquêtes auprès des habitants**

**Explication de l'action**

Afin de vous assurer de l'appropriation du PCET par la population, il est conseillé de suivre la perception et l'efficacité des mesures prises sur les comportements ou les actions à faire évoluer.

- Comment estimez-vous l'action de votre ville / intercommunalité / pays / PNR en matière de lutte contre le changement climatique ?
- Comment considérez-vous la prise en compte de l'avis des habitants dans l'élaboration du Plan Climat-Energie Territorial ?
- ...
- Remarques et suggestions

**Éléments de méthode**

Elaborez un questionnaire que vous diffusez dans les lieux publics, que vous proposez de remplir sur votre site Internet, etc.

Vous pouvez également effectuer enquête rapide dans les lieux publics fortement fréquentés.

**INDICATEURS**

% de la population ayant été interrogée.  
Perception des actions mises en œuvre par les habitants et par la collectivité.



Exemple de questions pouvant être posées :

	Très négatif	Négatif	Positif	Très Positif	Sans Avis
■ Comment estimez-vous l'action de votre ville / intercommunalité / pays / PNR en matière de lutte contre le changement climatique ?					
■ Comment considérez-vous la prise en compte de l'avis des habitants dans l'élaboration du Plan Climat-Energie Territorial ?					
■ ...					
■ Remarques et suggestions					