

Incitation et information du public

ASEW (DE)

ASPECTS GENERAUX

L'ASEW a été créée en 1989 au sein de la fédération des entreprises communales (Stadtwerke) allemandes, VKU. Elle rassemble plus de 200 entreprises communales engagées dans la promotion de l'utilisation économe de l'énergie et de l'eau. Le secrétariat est basé à Cologne.

Son objectif est de capitaliser le savoir-faire des Stadtwerke, d'initier des solutions nouvelles et d'organiser l'échange entre elles par des publications, des événements, des groupes de travail et de réflexion dans le domaine de la maîtrise de l'énergie et de l'eau.

L'ASEW offre à ses Stadtwerke adhérentes toute une gamme de services et de produits pour les aider à mettre en place une offre de qualité en matière notamment de conseil et de sensibilisation du grand public, des entreprises, des professionnels etc.



CENTRE D'INFORMATION

Ouvrir un centre de conseils et d'information

L'ASEW offre à ses adhérents des conseils personnalisés, un guide d'installation et des supports de communication pour créer et ouvrir un centre de conseil et d'information au public.

L'installation : une brochure très complète présente toutes les étapes de l'installation du centre, en partant du choix du lieu d'implantation dans la localité, des partenaires à impliquer, de la disposition interne, de l'organisation et la décoration des lieux en passant par le recrutement du personnel, etc.

Les brochures et plaquettes : l'ASEW met à disposition de ses adhérents toute une série de plaquettes et brochures d'information destinées grand public sur les questions liées à la maîtrise de l'énergie et l'environnement que chaque Stadtwerke peut personnaliser en apposant son logo.

L'ASEW donne également des conseils sur la méthodologie à mettre en œuvre pour organiser le coin nouveau média et la médiathèque. Ou encore elle conseille aussi sur la façon de s'associer à des partenaires locaux et des entreprises pour financer la présentation de matériaux et d'appareils électroménagers par exemple.

La formation au conseil : L'ASEW offre la possibilité de former le personnel des Stadtwerke qui travailleront dans le centre de conseil grand public, par exemple sur les méthodes du conseil téléphonique ou encore comment organiser un conseil efficace, etc.

Enfin, l'ASEW donne aussi des idées sur les différentes façons de faire vivre un centre de conseils à travers le lancement d'animations, la création d'événements, etc.

Monter une exposition

L'ASEW loue à ses adhérents plusieurs expositions modulables sur différents thèmes à l'attention notamment du grand public. Les tableaux sont prévus pour que les Stadtwerke qui accueillent l'exposition puissent insérer leurs logos ainsi que ceux des partenaires locaux (collectivités locales, entreprises, etc.). Elles sont fournies avec des explications sur la façon de monter l'exposition dans les meilleurs conditions.

Les expositions grand public actuellement en circulation sont :

- Economiser l'énergie et protéger l'environnement,
- La ventilation, l'aération et l'humidité,
- Construire et rénover,
- Protéger et économiser l'eau,
- Economiser l'énergie, nous vous montrons comment - Les Stadtwerke actives pour la protection du climat : Cette exposition est composée de 44 tableaux dont certains sont interactifs qui présentent toutes les façons de maîtriser l'énergie et de protéger l'environnement. Elle a été inaugurée en 1999 au Bundesta et a circulé depuis dans une vingtaine de villes.

CAMPAGNE "STAND BY"

Début 1998, plusieurs Stadtwerke allemandes réunies sous la coordination de l'ASEW ont lancé un projet d'actions communes visant à réduire la consommation d'énergie en mode stand-by. ENCOM, AT, Inter-Regies, BE et Energie-Cités ont également participé à ce projet soutenu par l'Union européenne dans le cadre du programme SAVE. Simultanément, le BUND (ONG environnementale très connue en Allemagne) lançait une campagne à grande échelle contre la consommation d'énergie en mode stand-by grâce à une aide financière du Ministère fédéral de l'Environnement.

Le BUND et l'ASEW partageaient l'idée que le thème du stand-by intéressait certes les médias mais que la communication n'avait jusqu'à présent pas été assez percutante pour atteindre le consommateur et susciter une prise de conscience. Une tournée événementielle de grande envergure devait donc faire appel aux émotions du consommateur et provoquer une prise de conscience en faveur des économies d'électricité. En 1998, le BUND et l'ASEW ont donc conjointement organisé une tournée du stand-by ayant pour emblème une prise géante accessible au public. En raison du coût élevé de cette tournée, l'ASEW a choisi en 1999 une "variante plus discrète" et a transformé un bus en "Infomobile Stop au stand-by".

"Stop au stand by"

A travers la tournée d'économie d'énergie intitulée "Stop au stand-by", la Fédération allemande pour l'environnement et la protection de la nature (BUND), le Ministère de l'environnement et les Stadtwerke membres de l'ASEW voulaient informer de manière amusante les citoyens de 10 villes allemandes sur les pertes d'énergie inutiles liées au mode de veille des appareils électriques.



L'élément principal de cette action, la tournée qui a eu lieu du 13 mai au 5 juin 1998, était une prise jaune géante de 10 mètres de haut et de 20 mètres de long accessible au public, à l'intérieur de laquelle la famille fictive "Econowatt" montrait à travers des scènes amusantes comment économiser l'électricité. La prise abritait trois conteneurs correspondant à une cuisine entièrement équipée, une salle de séjour et une chambre d'enfant. Lors du passage des visiteurs, des diodes rouges s'allumaient sur tous les appareils électriques et attiraient l'attention sur le mode stand-by.

Elles mettaient en évidence son ampleur insoupçonnée dans les appareils électriques de la maison et du bureau. A la fin de la visite à travers "l'appartement" de la famille Econowatt, le visiteur était attendu à un guichet d'information par l'équipe d'économie d'énergie qui effectuait gratuitement son bilan stand-by. Elle lui indiquait également combien son ménage pourrait économiser - la consommation en mode de veille se chiffre rapidement en centaines de marks par an - et calculait la quantité de dioxyde de carbone qui pourrait ne pas être émise grâce à la suppression et à la réduction du gaspillage en mode de veille. Les visiteurs pouvaient également participer à une loterie dont le premier prix était un téléviseur d'une valeur de 1 500 euros.



En 1999, le BUND a répété cette tournée entre le 26 août et le 17 septembre. La tournée a sillonné l'Allemagne et fait des haltes d'une journée dans dix villes. Les groupes régionaux du BUND ont fait de la publicité la veille de chaque passage. Ils se sont créé un "look" spécial et sont allés à la rencontre des passants. L'impact a été en général positif, les passants se sont montrés intéressés et ont discuté avec les promoteurs de l'action.



L'Infomobile

Le véhicule du type MAN LO2 a une longueur de neuf mètres et peut être conduit avec un permis de classe 3. L'ASEW peut louer l'Infomobile avec un chauffeur et une équipe de conseillers. L'exposition installée de manière professionnelle à l'intérieur se répartit sur trois zones. L'une des longueurs regroupe principalement des appareils électroniques "grand public", le côté opposé montre un ensemble d'équipements de bureau. La partie arrière accueille quant à elle un espace de conseil équipé de deux tables et de quatre bancs.

Le bus offre également de nombreuses possibilités de reprendre des éléments du design d'entreprise de l'utilisateur local. A l'intérieur, deux surfaces d'affichage lui sont réservées pour lui permettre de se présenter. L'espace de conseil est également un endroit idéal pour s'informer sur d'autres thèmes. Des présentoirs de prospectus offrent suffisamment de place pour exposer d'autres matériels d'information. Il revient à l'utilisateur local d'aménager entièrement l'extérieur du bus. Un chauffage rend le stand plus confortable.

Pour éviter et réduire le gaspillage en mode de veille, l'Infomobile offre trois solutions :

- inciter l'utilisateur à modifier son comportement,
- remplacer les anciens appareils par des appareils plus efficaces,
- utiliser des blocs d'alimentation.

La didactique de l'exposition repose sur l'utilisation d'un ancien et d'un nouvel appareil équivalent, les nouveaux appareils exposés étant certifiés par un label énergétique et pouvant donc faire preuve d'une consommation particulièrement réduite en mode stand-by.

Des affiches regroupées thématiquement par appareil dans le bus donnent des informations sur la consommation en mode stand-by et des astuces d'utilisation.

Depuis fin août 1999, l'Infomobile doit faire face à une forte demande. Elle a été utilisée 54 jours au total et a été louée par huit Stadtwerke. Voici quelques exemples caractéristiques de son utilisation :

- fête de l'environnement de la ville de Leverkusen, en collaboration avec l'Office de l'environnement,
- utilisation lors de journées régionales ou de journées portes ouvertes,
- utilisation à l'approche du marché de Noël et information des clients sur les cadeaux écologiques,
- semaine d'action sur la place du marché et offre de séminaire pour les gros clients ou les clients liés par des contrats spéciaux, présentation en tant que prestataire de services énergétiques auprès des principaux groupes cibles.

EVALUATION ET PERSPECTIVES

Les centres d'information

Les Stadtwerke des villes les plus importantes d'Allemagne ont toutes des centres d'information sur la maîtrise de l'énergie. La majorité des Stadtwerke qui ont adhéré à l'ASEW également. L'assistance qu'apporte l'ASEW pour la mise en place de ces centres est professionnalisée. Depuis l'ouverture des marchés de l'énergie, l'ASEW veille à proposer des services aux Stadtwerke qui leur permettent de valoriser la maîtrise de l'énergie dans un marché libéralisé (formation sur les nouveaux services énergétiques, sur la vente d'électricité verte, etc.).

Stop au stand-by

Le bilan de la tournée Stop au stand-by qui a traversé vingt villes allemandes au cours des deux dernières années est globalement très positif. La plus grande prise du monde a attiré l'attention du public et a donné envie de visiter l'exposition, surtout dans les petites villes où le retentissement de l'opération a été le plus grand. La prise géante y constituait un véritable événement local.

Au final, les emplacements choisis dans les villes étaient en général bien étudiés et situés dans le centre fréquenté par le public local, c'est-à-dire au cœur de la ville. La pré-promotion des événements la veille s'est également avérée importante. L'action était ainsi déjà présente dans l'esprit des personnes intéressées. Environ 10 000 personnes ont visité la prise géante au cours de ces deux années, la plupart ont été étonnées de l'ampleur du gaspillage d'électricité et sous-estimaient le potentiel d'économie.

L'Infomobile

Finalement, l'Infomobile peut être employée de manière très flexible et est très simple à utiliser. Elle convient donc aussi à des actions à court terme et de moins grande envergure. Le bus ne demande qu'une surface de 30 m² et une prise de 230 volts. Bien que l'Infomobile ne soit pas conçue comme instrument d'action unique, elle attire les regards dans chaque zone piétonne grâce à son aménagement extérieur. Le concept a convaincu de nombreuses Stadtwerke, mais aussi Deutsche Telekom et Siemens Berlin qui l'ont utilisée lors de la Journée de l'environnement à Bonn ou pour informer leurs employés de manière ciblée.

POUR ALLER PLUS LOIN

ASEW

Peter Jörg Heinzelmann
Volksgartenstr. 22
D 50677 Köln
Tel.: +49 221 93 18 19 15
Fax: +49 221 93 18 19 9
E-mail : info@asew.de
<http://www.asew.de>

Cette fiche de cas a été réalisée par Energie-Cités grâce à la collaboration des responsables de l'ASEW

