

# Incitation et information du public

# Schleswig-Holstein (DE)

## ASPECTS GENERAUX

Le Land du Schleswig-Holstein dont la capitale est Kiel se situe à l'extrême nord de l'Allemagne, à la frontière du Danemark. Le Land appartient à la plaine du Nord de l'Europe et s'ouvre sur la mer du nord à l'ouest et la Baltique à l'est. Il couvre 15 700 km<sup>2</sup> et compte 2 600 000 habitants.

La Energiestiftung Schleswig-Holstein est une fondation basée à Kiel dont le travail est dédié à la lutte contre le changement climatique. Son travail vient en complément de celui du Umweltbundesamt - l'agence fédérale de l'environnement, et des agences de l'énergie du Land et des autorités locales. Créée en 1993 avec un capital de 100 millions DM, son financement est assuré pour moitié par les autorités publiques du Land Schleswig-Holstein, et pour moitié par l'industrie énergétique.



## CONTEXTE

### Energiestiftung Schleswig-Holstein

Les domaines d'activité de la EnergieStiftung Schleswig-Holstein sont principalement la recherche, le développement et la diffusion d'informations et de données relatives :

- aux mesures contre le changement climatique,
- à l'utilisation rationnelle de l'énergie,
- à la réduction des émissions de CO<sub>2</sub>.

La fondation consacre une part importante de son budget au soutien de projets pilotes en matière de biomasse, de solaire thermique, de maisons passives et d'économies d'énergie. En 2000, ces investissements représentaient 47% du budget total de 3.165 millions d'Euros. Les activités de consultants mobilisent 23% de ce budget, le financement de bourses de recherche et de chaires d'Université 10% et 6% sont consacrés à la recherche et au développement, aux événements scientifiques, au travail dans une coopérative de la mer Baltique et à la communication grand public.

### La consommation énergétique en mode veille en Allemagne

Une étude réalisée pour l'agence fédérale de l'environnement, met en évidence l'importance de la consommation énergétique en mode veille en Allemagne. En 1995, la consommation des appareils en stand-by représente par an :

- 20,5 milliards de kWh, dont presque 70% sont dus aux "produits bruns" (télévision, HiFi, ordinateurs),
- 4% de la consommation énergétique de l'Allemagne,
- 1,5% des émissions de CO<sub>2</sub> de l'Allemagne,

- 14,4 millions de tonnes de CO<sub>2</sub>,
- 63,91 euros par ménage.

Ce constat a ranimé le débat sur la consommation en mode veille en Allemagne et le symbole GEA est introduit en 1998 pour indiquer les appareils consommant peu d'énergie. A l'échelle européenne, l'Allemagne saisie l'opportunité de sa présidence de l'Union au début 1999 pour faire avancer le débat sur l'étiquetage. Cependant, les effets de cet étiquetage sur les économies d'énergie restent très limités et le besoin d'une information solide des consommateurs devient nécessaire.

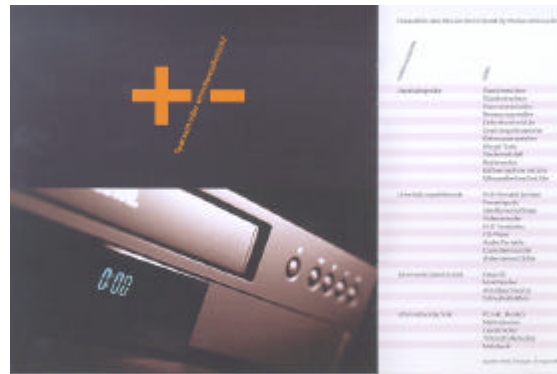
## REDUIRE LES CONSOMMATIONS D'ENERGIE EN MODE VEILLE

### Première campagne grand public "Kleiner Stand-by-Verbrauch"

En Schleswig-Holstein, la consommation d'énergie en stand-by représente :

- 1/7 des dépenses d'électricité d'une famille moyenne,
- une quantité d'énergie supérieure à la consommation totale d'énergie des deux plus grande villes, Kiel et Lübeck.

A l'automne 2000, Energiestiftung Schleswig-Holstein a donc lancé un projet pilote "Kleiner Stand-by-Verbrauch"- petite consommation en stand-by- au niveau du Land avec deux objectifs principaux: la sensibilisation du grand public à la consommation énergétique en mode veille, et la mise à disposition d'informations complètes, avec le concours des commerçants, afin de permettre des choix d'achat rationnels. C'est la première action grand public menée par la fondation, dont les activités avaient jusqu'alors visé des groupes plus ciblés au moyen de séminaires.



### Les partenaires : les détaillants et les producteurs

Les vendeurs au détail d'appareils électriques sont des acteurs-clé de la campagne pour assurer une sensibilisation ciblée et informée des acheteurs. Les commerçants ont donc été contactés dès octobre 2000. Une brochure intitulée "Ausblick" éditée à leur intention leur explique les objectifs du projet et les avantages qu'ils peuvent tirer de leur participation. Ainsi, les magasins partenaires sont présents sur le site web de la campagne et un lien vers leur site est établi. Des supports de communication pour les magasins sont également fournis : affiches reprenant les annonces humoristiques de la presse écrite, panneaux signalant les produits à faible consommation, porte-brochures et brochures d'information intitulées "Auszeit" (temps mort). Ces brochures destinées aux clients expliquent de façon attrayante l'utilité ou non du mode veille, donnent des conseils sur les produits, et proposent un tableau comparatif des économies d'énergie possibles.

Certains producteurs d'électroménager (Loewe, Lexmark, Sharp) se sont également associés au projet en sponsorisant des jeux de loterie, alors qu'auparavant la branche semblait ne pas s'intéresser au problème.

### Le symbole de la campagne : le petit "e"

Le petit "e", marque régionale d'efficacité énergétique dérivée du logo de Energiestiftung Schleswig-Holstein, assure une reconnaissance immédiate de la campagne sur tous les supports de communication. Il sert également de label de qualité pour les produits à faible consommation en mode veille et les consommateurs sont invités à prendre en compte ce signe de reconnaissance dans leurs décisions d'achat.

## Médiatisation de la campagne

Attirer l'attention du public sur la consommation d'énergie en mode veille présente quelques difficultés dans un contexte de baisse des prix de l'énergie engendrée par la libéralisation des marchés énergétiques. Si les chiffres de consommation sont édifiants, leur capacité à susciter l'intérêt du public demeure limitée. Pour mener à bien ce "travail de pionnier", Energiestiftung a eu recours aux services d'une agence de marketing.

Tous les médias ont diffusé le message de la campagne :

### Presse écrite

Dans la presse écrite, le message de la campagne "Aus. Wirklich aus?" (Fini/coupé. Vraiment fini/coupé?) est illustré de façon humoristique soit par un rouleau de papier toilette presque vide et soit par un couple enlacé sur un banc public dont la femme tient la main d'un troisième homme, vraisemblablement son nouveau fiancé. Ces annonces publicitaires et d'autres en lien avec l'actualité, sont diffusées une fois par semaine dans 24 quotidiens et revues des villes du Land.



### Cinéma

Un film publicitaire "Liebe im Stand-By-Betrieb" (amour en mode veille) est diffusé dans les cinémas des 45 villes du Land (1 553 fois en 6 mois).

### Radio

Deux spots radios sont émis par trois grandes stations radio du Land.

Selon les estimations de l'agence de marketing, chaque habitant du Schleswig-Holstein aurait été touché 17 fois en moyenne pendant les 6 mois de diffusion de la campagne média.

## Bases de données produits et commerçants sur Internet



Un site web créé pour le projet ([www.wirklich-aus.de](http://www.wirklich-aus.de)) contient de nombreuses informations sur la consommation énergétique en mode veille, ainsi qu'un descriptif de la campagne et tous les éléments de communication qui lui sont dédiés. Le site met également à la disposition du public une base de données des appareils à consommation réduite en mode veille classés par types de produits. Cette base de données a été élaborée à partir de la liste de produits et des critères de la Gemeinschaft Energielabel Deutschland - GED (Communauté du label énergie en Allemagne) disponibles sur le site [www.energielabel.de](http://www.energielabel.de) et harmonisés au niveau européen. Enfin, les coordonnées des commerçants partenaires sont répertoriées et un moteur de recherche permet de trouver le détaillant le plus proche. Sur les 700 magasins concernés en Schleswig-Holstein, plus de la moitié s'est engagée dans la campagne "Kleiner Stand-by-Verbrauch" et prend désormais une part active dans l'information et la sensibilisation du public.

# EVALUATION ET PERSPECTIVES

## Aspects financiers

La Energiestiftung a investi environ 1 500 000 DM (environ 766 937 euros) pour toute l'action «Kleiner Stand-By-Verbrauch». Les sondages pour l'évaluation ont coûté environ 100.000 de DM (environ 51 129 euros), payés par la « Deutsche Bundesstiftung Umwelt » (fondation fédérale de l'environnement en Allemagne).

## Changement de comportement

L'institut de sondage renommé EMNID a réalisé deux sondages chez les consommateurs en Schleswig-Holstein pour mesurer l'évolution du comportement vis-à-vis la consommation de l'énergie (l'un avant l'action médiatique, le deuxième en été 2001, c'est-à-dire après l'action). Pour estimer l'effet de l'action même sur un changement éventuel du comportement, EMNID a entrepris en même temps deux sondages identiques en Basse-Saxe, Land non concerné par l'action.

D'après les résultats, l'action « Kleiner Stand-by-Verbrauch » a engendré une meilleure perception du problème de la consommation en mode veille auprès des habitants en Schleswig-Holstein ainsi qu'un changement de leur comportement par rapport à la consommation énergétique :

- les consommateurs achètent plus souvent des prises multiples avec interrupteur ce qui se reflète aussi dans les chiffres de commande des commerçants auprès des producteurs,
- ils éteignent plus souvent leurs produits électroménagers,
- ils sont plus intéressés par une information comparative sur les performances énergétiques des appareils avant l'achat,
- leur volonté de payer un prix plus élevé pour des appareils à faible consommation d'énergie a également augmenté.

## Economies d'énergie

La Energiestiftung a essayé de calculer l'économie totale d'énergie (en kWh). Pour cela elle a supposé que la durée de vie moyenne des appareils électroménagers était de cinq ans et que l'effet de l'action sur le changement de comportement serait de deux ans. Sur cette base, l'économie d'énergie est d'environ 30 millions de kWh. Si on tient compte de l'investissement de la Energiestiftung, le « coût » pour économiser un kWh se situe entre deux et trois centimes (Eurocent).

## Elargissement à d'autres types de consommation et à d'autres régions

Après la campagne "Kleiner Stand-by-Verbrauch" qui s'est terminée en juin 2001, Energiestiftung Schleswig-Holstein a mis en place en automne 2001 une autre action dans le cadre de la consommation "Stand by" : la promotion de l'utilisation d'ampoules basses consommation.

Une extension du programme "Kleiner Stand-by-Verbrauch" est discutée au niveau national en collaboration avec la "Deutsche Bundesstiftung Umwelt" (Fondation fédérale allemande pour l'environnement) et l'agence allemande de l'énergie (Deutsche Energieagentur dena) qui a été fondée récemment. Elle dépendra des résultats obtenus en Schleswig-Holstein, qui devraient être satisfaisant compte tenu du succès remporté par le lancement auprès des commerçants.

## POUR ALLER PLUS LOIN

### Energiestiftung Schleswig-Holstein

Dr. Werner MÖHRING-HÜSER

Dänische Straße 3-9

AT-24103 KIEL

Tel: +43 1 9805756

E-mail: [w.moehring-hueser@essh.de](mailto:w.moehring-hueser@essh.de)

[www.energiestiftung.de](http://www.energiestiftung.de)

Cette fiche de cas a été réalisée par Energie-Cités grâce à la collaboration des responsables de la Energiestiftung Schleswig-Holstein et le soutien technique et financier de l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME)



Agence de l'Environnement  
et de la Maîtrise de l'Energie

