

003788946, Mai 2007

Marketing et Communication

Rapport annuel 2006

Auteurs:

Hans-Peter Nützi

Chantal Purro

Matthieu Buchs

SuisseEnergie

Office fédéral de l'énergie OFEN, Mühlestrasse 4, CH-3063 Ittigen · Adresse postale: CH-3003 Berne
Tél. 031 322 56 11, Fax 031 323 25 00 · contact@bfe.admin.ch · www.energie-schweiz.ch

Sommaire

1	Résumé	4
2	Evaluation des activités et réalisation des objectifs.....	4
2.1	Marketing	4
2.1.1	Stratégie-Marketing.....	4
2.1.2	Activités du label	5
2.1.3	Etude de marché	
2.2	Communication.....	5
2.2.1	Les produits majeurs de la communication faitière.....	5
2.3	Moyens	13
3	Perspectives	13
4	Adresses de contact.....	14
5	Littérature	14

1 Résumé

La stratégie de la deuxième étape 2006-2010 de SuisseEnergie a servi de base pour la définition des priorités dans le cadre de la communication du programme.

Un instrument d'importance, dans la mise en œuvre de cette stratégie, est la nouvelle plate-forme de communication « Trouvez la différence », également à disposition des partenaires.

La mise en place de cette stratégie et la recherche de nouveaux partenaires se retrouvent dans la plupart des activités de communication SuisseEnergie en 2007.

2 Evaluation des activités et réalisation des objectifs

2.1 Marketing

2.1.1 Stratégie-Marketing

Le thème central, du point de vue de SuisseEnergie, est l'efficacité énergétique pour la deuxième étape courant jusqu'en 2010. Ce thème a été développé, en priorité, lors de la conférence bilan et stratégie, à fin juin, et ses dix thèses ont servi de base de discussion dans les workshops. Les participants étaient unanimes pour souligner l'importance et l'urgence de ce thème. L'objectif d'une société à 2000 watts doit être défini et concrétisé par étapes. A cet effet, SuisseEnergie a proposé en fin d'année une stratégie de l'efficacité énergétique. Elle a été adaptée, en novembre, par le groupe stratégique SuisseEnergie sous la direction de M. Hans Werder, secrétaire général du DETEC et, ensuite, mise en consultation auprès des partenaires du programme.



Image 1: Au cours de la conférence bilan et stratégie à Montreux les 10 thèses de l'efficacité énergétique ont été discutées.

2.1.2 Etude de marché

Pour la cinquième fois de suite, la direction du programme a procédé à une étude Omnibus. Cette étude donne au fil des années l'évolution de la notoriété du programme ainsi que de ses différents produits.

Pour l'année 2006, les 1011 interviews se sont déroulés entre le 26 juin et le 5 juillet 2006. La notoriété du programme est très bonne, plus de 50 pourcent de la population le connaît, essentiellement chez les hommes, les propriétaires de maison et de voiture. C'est essentiellement la presse nationale ou régionale à travers des articles, publiereportages ou annonces qui a permis d'atteindre ce niveau de

notoriété. Pour la première fois, les expositions (11 %) ou Internet (19 %) participent également activement à l'atteinte de ces résultats.

2.1.3 Activités liées au label

Afin de répondre aux besoins du marché pour la distinction de certains produits, le remplacement du label „Energy, introduit pour les produits liés à l'eau chaude, a été renvoyé à plus tard. Différents labels SuisseEnergie ont subi un test de marché. Le label qui vient largement en tête est celui de „suisseénergie qualité“. Les premières discussions, pour l'introduction de ce label, sont en cours avec les producteurs et les grands distributeurs.

2.2 Communication

2.2.1 Nouvelle stratégie

Une des mesures concrètes, dans la mise en oeuvre de la nouvelle stratégie de SuisseEnergie, a été la mise en place d'un nouveau concept de communication 2006-2010 [1]. Ce concept a été présenté le 2 décembre à tous les partenaires du programme avec comme plat de résistance la présentation de la nouvelle plate-forme de communication „Trouvez la différence“.

Cette nouvelle plate-forme se décline avec des sujets drôles, des messages clairs et positifs. Sous la houlette de « Trouvez la différence », SuisseEnergie en collaboration avec ses partenaires veut promouvoir les solutions et les produits énergétiques intelligents. Tout en gardant ou en améliorant même son confort, on peut utiliser moins d'énergie et enrichir à la fois notre porte-monnaie et notre environnement.

Un futur énergétiquement efficient, basé sur les énergies renouvelables, est possible tout en amenant des avantages économiques, de confort et de qualité de vie. Ce sont les messages que la plate-forme de communication « Trouvez la différence » veut faire passer entre 2006-2010.

Un des facteurs de succès de SuisseEnergie est le partenariat établi entre les cantons, les communes, les agences et l'économie. C'est également l'objectif principal de la communication de base qui offre à tous les partenaires une plate-forme pour présenter leurs solutions énergétiques dans le cadre de la palette offerte par SuisseEnergie.

Les messages prioritaires se déclinent à partir des cinq points forts de SuisseEnergie pour les années courant de 2006 à 2010 soit : l'assainissement du bâtiment, les énergies renouvelables, les appareils et moteurs efficients, l'utilisation rationnelle de l'énergie ainsi que la mobilité efficiente.

Les publics-cibles principaux sont les investisseurs, les acheteurs, les utilisateurs ainsi que les clients d'énergie et d'efficacité énergétique. Des messages positifs et des sujets drôles, non moralisateurs proposent des solutions intelligentes consommant moins d'énergie tout en améliorant son confort et en préservant l'environnement. C'est l'appel de « Trouvez la différence » à tous ces groupes-cibles.

Les forces de cette plate-forme de communication sont le fait :

- que chaque sujet se concentre sur un message-clé précis,
- que chaque sujet est reconnu comme une part de SuisseEnergie,
- que chaque sujet peut être utilisé de manières diverses par les partenaires,
- qu'une plate-forme permettant de maximiser les synergies entraîne également une grande efficacité au niveau des coûts pour SuisseEnergie et ses partenaires.

Un des objectifs de cette plate-forme est, parmi d'autres, la mise sur pied d'un partenariat avec des entreprises, des solutions efficaces au niveau énergétiques efficaces ainsi qu'avec les énergies renouvelables..

Les entreprises intéressées peuvent trouver, à partir du 1er mai 2006, une offre détaillée sous le site www.energycom.ch.

FINDE DEN UNTERSCHIED!

 <p>Herkömmliche Schweiz</p>	 <p>EnergieSchweiz Wer beim Kaufen und Investieren auf Energieeffizienz achtet, schont die Umwelt und spart Jahr für Jahr bei den Betriebskosten. Das gibt mit der Zeit eine schöne Stange Geld für die schönen Dinge des Lebens.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

FINDE DEN UNTERSCHIED!

 <p>Herkömmliches Geschenk</p>	 <p>Energieeffizientes Geschenk Langweilige Krawatten und aufdringliche Parfums haben keine Abschaltautomatik und keinen Energiesparmodus. Gute Kaffeemaschinen, Fernseher und Musikanlagen aber schon.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Das Programm für Energieeffizienz und erneuerbare Energien. www.energie-schweiz.ch

Image 2: Les sujets montrent avec humour que l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables sont bonnes à la fois pour l'environnement et le porte-monnaie.

2.2.2 Assainissement du bâtiment

Dans le cadre de la nouvelle campagne „Trouvez la différence“, la direction du programme a choisi comme thème prioritaire, la modernisation du bâtiment.

Dans ce cadre différentes mesures ont été développées :

Annonces

La première mesure adoptée dans le cadre de cette nouvelle campagne a été une campagne d'annonces tant au niveau national que régional.

FINDE DEN UNTERSCHIED!



Das Programm für Energieeffizienz und erneuerbare Energien. www.energie-schweiz.ch

Brochures

Deux nouvelles brochures ont été développées pour répondre aux besoins de ce groupe-cible particulier que sont les propriétaires de villas.



« Gebäude erneuern- Energieverbrauch halbieren »

Cette brochure est un véritable succès de librairie, puisqu'elle a déjà été imprimée à plus 800'000 exemplaires en 3 langues.

Elle a fait l'objet d'un mailing au niveau suisse puisqu'elle a été distribuée comme encart dans le «Panorama, journal de la Raiffeisen, distribué à plus de 500'000 exemplaires en 3 langues en septembre 2006.



« Neubauten mit tiefem Energieverbrauch »

Expositions

Habitat-Jardin du 11 au 19 mars 200

TROUVEZ LA DIFFÉRENCE!



Maison traditionnelle



Maison énergétiquement efficace
Thomas s'en fiche que la rénovation complète de la maison a augmenté sa valeur et qu'elle consomme 53 % d'énergie en moins. Le principal: des spaghettis et ce cher escalier!

Le programme pour l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables. www.suisse-energie.ch



Vous construisez ?... Vous rénovez ?...
 Les conseils neutres de nos spécialistes vous permettront d'améliorer le bilan énergétique de votre bâtiment, de réduire vos dépenses de fonctionnement, de parfaire la qualité de votre habitat et d'en augmenter la valeur, tout en veillant à la protection de l'environnement!

HABITAT JARDIN
 Habiter comme on rêve...
 Beaulieu Lausanne
 du 10 au 18 mars 2007

Passer donc nous voir à la halle 1!
 Lu - Ve: 10h - 18h
 Sa - Di: 10h - 18h

suisse énergie
 Halle 1, stand N° 110

Le Salon Habitat-jardin à Beaulieu Lausanne du 11 au 19 mars 2006 s'est imposé comme la vitrine fleuron du marché ultapporteur de la Maison et du son cadre de verdure. Habitat et Jardin a accueilli 103'915 visiteurs de toute la Suisse romande dont 83 % de propriétaires et futurs propriétaires.

SuisseEnergie accueillait sur son stand de 196 m2 quelques-uns de ses partenaires : MINERGIE, GSP, Energie-bois Suisse, energho. Pour le GSP cinq à sept spécialistes ont conseillé et informé un public toujours plus averti, près de trois mille contacts ont été établis et plus de treize mille brochures ont été distribuées. Pour MINERGIE, on note environ 5500 contacts et environ 8'500 brochures distribuées. Pour Energie-bois Suisse les résultats sont également très satisfaisants.

Journée professionnelle du 16 mars 2006

Cette journée est le fruit d'une étroite collaboration entre SuisseEnergie et la direction d'Habitat-Jardin. En 2006, elle a remporté un vif succès puisque 280 personnes se sont inscrites et se sont réparties dans les quatre ateliers liés à la rénovation. Une telle participation démontre que les thèmes traités collaient à l'intérêt des participants et répondaient à un réel besoin.

Bauen & Modernisieren, 31.08 – 04.09.2006, Messezentrum Zürich

Nouveau record d'affluence au 37e salon «Construire & Moderniser»: 37 000 visiteurs ont franchi les portes de la foire de Zurich entre le 31 août et le 4 septembre 2006. Le programme SuisseEnergie était présent dans la halle 4 sur une surface de 200 m2.

Pour l'occasion, SuisseEnergie inaugurerait un tout nouveau concept de stand. L'élément architectural



principal avait la forme d'un grand comptoir en arc de cercle surmonté d'un écran géant de 3,5 x 4,0 mètres. Le comptoir, sur lequel était inscrit le message «Rénover les bâtiments et diminuer de moitié leur consommation» («Gebäude erneuern – Energieverbrauch halbieren»), a servi pour déposer diverses publications ainsi que 4 ordinateurs

en fonction et reliés à Internet. L'écran géant évoquait un écran d'ordinateur, instrument moderne indispensable aux architectes et autres professionnels du bâtiment. Il a en outre permis de faire passer, à travers une série de séquences et de spots, les messages de SuisseEnergie et de ses partenaires.

La communication de base de SuisseEnergie «Trouvez la différence!» n'a pas été oubliée. Un jeu de memory («EnergyMemory») a été développé pour l'occasion. Ce jeu s'est décliné en deux versions: l'une papier sous la forme de cartes à jouer, l'autre électronique sous la forme d'un programme pour ordinateur. Le jeu était installé sur les quatre ordinateurs disponibles sur le comptoir du stand. Plus de 600 visiteurs y ont joué.

Une série de petites tables hautes ont été réparties autour du comptoir principal et mises à disposition des partenaires de SuisseEnergie lors de la foire – infomaison, Swissolar, Energie-bois Suisse, le groupement promotionnel suisse pour les pompes à chaleur, les cantons de Suisse orientale ainsi que Energiestadt Zürich. Ces tables ont été occupées en permanence par des conseillers à disposition des visiteurs. La participation de SuisseEnergie à la foire a été un succès. Tant les professionnels de la construction que les propriétaires se sont montrés très intéressés par une «information neutre» en matière de rénovation efficace au niveau énergétique.

Salon de l'auto Genève, Stand EcoCar



En 2006, des véhicules équipés de motorisations alternatives ont été exposés sur plus de vingt stands au Salon de l'Auto. Lors de cette édition, le stand EcoCar dans la salle 5 (stand no 5143) a été encore plus grand, mieux placé que les années précédentes et

l'éventail des véhicules exposés encore plus représentatifs. Deux modèles tessinois équipés d'une motorisation purement électrique ont été exposés sur le stand EcoCar : la Panda Elettrica, présentée en première mondiale et la Twingo quickshift Elettrica. Le programme SuisseEnergie a également présenté l'étiquetteAuto.

Les fortes chutes de neige, essentiellement en Suisse alémanique, ont eu une influence sur le recul des visiteurs qui se chiffrent tout de même à 670'000 personnes. Les visiteurs s'intéressant aux motorisations modernes et porteuses d'avenir et veulent parallèlement conduire une voiture écologique et financièrement avantageuse ont obtenu sur le stand EcoCar des informations complètes et neutres sur toutes sortes de questions.

Extrablatt



SuisseEnergie a préparé pendant l'automne un „Tout ménage“ en format journal qui sera distribué par La Poste, à plus de 1,2 million d'exemplaires à tous les propriétaires de villas et de maisons à deux appartements, dans le courant du mois de mars 2007. Ce journal informe de manière générale sur les nouvelles technologies, les matériaux d'isolation et d'assainissement, le chauffage, ainsi que les possibilités de financement et promotions des différents cantons en passant par le Centime climatique. Six différents splits permettront d'approcher les propriétaires d'une façon plus régionale.



Régionalisation : mesures dans les quatre régions

Nordwestschweiz

- Motivation Handwerksbetriebe : 10 Veranstaltungen
- Infoveranstaltung für Hauseigentümer
- Gewerbeausstellungen
- Mailing an Hauseigentümer

Zentralschweiz

- Ausstellung Lurenova
- Veranstaltungen für Gewerbe
- Hausinterne Kurse für Architekten

Ostschweiz

- Ausstellungen (OFFA St. Gallen, WEGA Weifelden, Herbstmesse Schaffhausen, REGI Messe Cazis, Messe Bau und Energie, MINERGIE, Bau-Seminare)
- Gebäude Thermographie

Suisse romande

- 13 manifestations « Rénovez vos bâtiments et économisez de l'énergie » destinées aux propriétaires immobiliers.

EnergieSchweiz für Gemeinden

- 30 Anlässe für lokales Gewerbe und HauseigentümerInnen

Le portal d'informations www.bien-construire.ch donne des conseils pratiques aussi bien pour l'optimisation, la construction et l'assainissement.



Des partenaires forts.

Un certain nombre de partenaires se sont engagés activement dans le cadre de la nouvelle plateforme de communication SuisseEnergie. Voici quelques exemples :

erdgas  **PRÄSENTIERT DEN UNTERSCHIED:**



Dreamteam Erdgas und Sonne
Wärme für Heizung und Warmwasser
Klimafreundlich, effizient, logisch
www.erdgas.ch
www.swissolar.ch

 **energieschweiz**

Das Programm für Energieeffizienz und erneuerbare Energien. www.energie-schweiz.ch



Herkömmliches Warmwasser



Warmwasser von der Sonne

Trotz 4,5 m² Sonnenkollektoren auf dem Dach singt Sonja Meister unter der Dusche immer noch falsch. Aber sie braucht fürs Warmwasser 70 % weniger Energie.

TAG DER SONNE
5./6. Mai 2006
Veranstaltungen und Tage der offenen Tür
www.swissolar.ch

 **energieschweiz**

Das Programm für Energieeffizienz und erneuerbare Energien. www.energie-schweiz.ch

bank coop



Herkömmliche Hypothek



Ökohypothek der Bank Coop

Jack sieht auch durch die neuen Wärmeschutzfenster, wo Hubers Dogge ihren Knochen vergräbt. Aber seine Leute verheizen jetzt 50 % weniger Energie zum Fenster hinaus.

Ob Einfamilienhaus, Stockwerkeigentum, Ferienhaus oder gewerbliches Objekt – mit der Ökohypothek der Bank Coop sparen Sie bei Renovationen 0,5 % Hypothekarzins. Und ganz viel Energie. www.bankcoop.ch

 **energieschweiz**

Das Programm für Energieeffizienz und erneuerbare Energien. www.energie-schweiz.ch



WWF PRÄSENTIERT DEN UNTERSCHIED:



Herkömmliche Lampe



Sparlampe

Sie braucht fünfmal weniger Strom und leuchtet zehnmal länger.

Die besten Birnen auf
www.topten.ch

 **energieschweiz**

Das Programm für Energieeffizienz und erneuerbare Energien. www.energie-schweiz.ch

Rapport annuel SuisseEnergie

Sous le titre „Ein Programm mit Wirkung“, le 5ème rapport annuel SuisseEnergie 2005/2006 est paru à la fin novembre [1]. Sous la forme d'un petit livret présentant les principaux faits et chiffres ainsi qu'un CD-ROM inclus présentant tous les résultats SuisseEnergie ainsi que les rapports des partenaires a été publié en allemand, français, italien et anglais.

Newsletter

La Newsletter paraît toutes les 6-8 semaines sous forme électronique. Cet instrument s'adresse à tous les partenaires du programme SuisseEnergie.

Energie-Infoline

La Hotline (0848 444 444) se présente sous la forme d'un Call-Center où l'on répond en trois langues aux diverses campagnes d'informations de SuisseEnergie.

2.3 Moyens

Pour les diverses activités du marketing et de la communication faïtière, un budget de 2,33 millions de francs a été réservé en 2006. Campagne-bâtiment «bien-construire» Sfr 600'000.--, Expositions Sfr 380'000.--, EtiquetteAuto Sfr 150'000.--, Annonces et publiereportages Sfr 800'000.--, Internet Sfr 150'000.--, Autres Sfr 250'000.--. Le personnel interne s'élève à 2 postes à 100%.

Dans le cadre de partenariat, il ne s'agit pas de versement financier mais de contre-parties en nature comme des annonces gratuites, articles, distribution de brochures qui représente un montant de Sfr 1'000'000.—environ.

3 Perspectives

Marketing

La proposition de stratégie d'efficacité énergétique devra aller en consultation auprès des partenaires de SuisseEnergie au début 2007. Sur la base du résultat de cette consultation la stratégie sera acceptée par le groupe stratégique de SuisseEnergie. L'objectif est de la publier dans le courant du mois de juin 2007 à la conférence bilan et stratégie.

Activités liées au label

Les points forts en 2007 seront :

- La définition du label „suisseénergie qualité“ avec l'Institut de la propriété intellectuelle.
- L'étude de l'introduction de ce label avec les producteurs et gros distributeurs.
- Coordination avec d'autres labels dans le domaine de l'énergie comme par exemple MINERGIE
- Conseils aux partenaires, réseaux pour les questions de label.

Communication

Contrairement aux années précédentes, l'année 2007, n'aura pas uniquement un point fort, mais trois thèmes principaux : l'assainissement du bâtiment au printemps 2007, la mobilité ainsi que l'efficacité énergétique en automne de cette même année. Ces thèmes seront mis en scène dans trois „Tout ménage“ ou « Extrablatt », publiés au niveau suisse en trois langues. Cette mesure phare sera l'occasion comme par le passé de motiver de nombreux partenaires à participer au programme SuisseEnergie. L'année 2007 sera également l'année de la femme pour SuisseEnergie, en effet, un projet –

pilote sera développé afin de présenter les thèmes prioritaires sous un angle plus spécifiquement féminin

Pour les acteurs internes, les mandataires et les partenaires, les mesures spécifiques de communication resteront à l'ordre du jour comme par exemple le rapport annuel, la conférence bilan et stratégie ou la newsletter.

Adresses de contact

SuisseEnergie, Office fédéral de l'énergie OFEN, Worblentalstrasse 32, CH-3063 Ittigen · Adresse postale: CH-3003 Berne, Tél. 031 322 56 11, Fax 031 323 25 00 · office@bfe.admin.ch · www.energie-schweiz.ch

Etat-major SuisseEnergie, Marketing: Hans-Peter Nützi, 031 322 56 49, hanspeter.nuetzi@bfe.admin.ch

Communication et expositions SuisseEnergie: Chantal Purro, 031 322 55 96, chantal.purro@bfe.admin.ch

4 Littérature

- [[1] EnergieSchweiz (2004). Kommunikationskonzept EnergieSchweiz 2006 -2010. Bern: Bundesamt für Energie BFE.
- [2] EnergieSchweiz (2005). 4. Jahresbericht 2004/05. Bern: Bundesamt für Energie BFE.

SuisseEnergie

Office fédéral de l'énergie OFEN, Mühlestrasse 4, CH-3063 Ittigen · Adresse postale: CH-3003 Berne
Tél. 031 322 56 11, Fax 031 323 25 00 · contact@bfe.admin.ch · www.energie-schweiz.ch