

## La communication globale de SuisseEnergie

### Transparence, mesures communes et synergies

La communication globale (communication faîtière) de SuisseEnergie veille à ce que les messages et les contenus essentiels du programme atteignent le public-cible. Elle coordonne les activités de communication des partenaires et crée des synergies. Un premier séminaire réunissant les responsables à tous les échelons de SuisseEnergie aura lieu le 15 juin prochain, afin de présenter, discuter et coordonner les mesures agendées pour 2001 et 2002. Le groupe marketing de l'OFEN ainsi que le "groupe stratégique de SuisseEnergie" ont adopté en avril les documents de base à cet effet.

Les objectifs essentiels de la communication globale sont ambitieux. D'ici à fin 2002, 60 % de la population suisse devrait connaître le nouveau programme SuisseEnergie et d'ici à 2008, 60 % de celle-ci devrait le mettre en pratique. Sans un signal politique clair, des moyens suffisants pour les mesures de communication, une promotion efficace des produits, les objectifs ne pourront être atteints. SuisseEnergie doit créer vise à créer un climat propice à cette évolution. Il s'agit d'être ouvert, d'adopter un profil offensif tout en sachant motiver.

### Collaborer avec les partenaires

Une échéance importante est fixée à fin 2001. Il faudra alors avoir présenté en détail SuisseEnergie - et sa stratégie de communication - à toutes les personnes travaillant soit pour le programme, soit au DETEC ou pour l'un des partenaires de SuisseEnergie. Il y a là des centaines de multiplicateurs importants ou d'"ambassadeurs" de SuisseEnergie. Les secteurs et les agences, mais aussi les cantons et les communes gardent leur marge de manœuvre. Dans les limites de la communication globale, ils peuvent ou souscrire aux mesures relevant de la communication faîtière, ou s'en tenir à leurs propres plans de communication. L'objectif demeure d'assurer à tous les niveaux une présence aussi homogène que possible!

## SuisseEnergie - notre programme "Climat"

Lors de la conférence de Kyoto sur les changements climatiques, notre pays s'est engagé à réduire de 8 %, par rapport à 1990, ses rejets de gaz à effet de serre d'ici 2010. Pour le CO<sub>2</sub> en particulier, on a inscrit dans la loi l'objectif d'une réduction de 10 %.

Cet objectif réaliste, mais ambitieux, ne sera atteint qu'en mettant les bouchées doubles. L'accent portera sur les mesures volontaires, renforcées par le recours aux agences de l'énergie et aux conventions sur les objectifs; il faut utiliser aussi les incitations émanant de la Confédération et des cantons, les prescriptions sur la consommation de carburant des véhicules à moteur, des prescriptions cantonales plus sévères sur la consommation d'énergie dans le bâtiment et au besoin, la taxation des rejets de CO<sub>2</sub>. En effet, s'il apparaît que l'objectif en la matière ne sera pas atteint en 2010, le Conseil fédéral pourra introduire dès 2004 une taxe sur le CO<sub>2</sub>, dont le Parlement aura fixé le taux. Celui-ci sera d'autant moins élevé que SuisseEnergie obtiendra de meilleurs résultats au moyen des mesures volontaires, des incitations et des prescriptions. Dans l'optique de la modification du climat, il est indispensable de réduire les rejets de CO<sub>2</sub>: par rapport à leur population, les pays industrialisés - dont la Suisse - en produisent 3-4 fois plus que les pays en développement.

La loi sur le CO<sub>2</sub> est déjà très souple. Elle mise sur l'action volontaire, c'est-à-dire sur le programme SuisseEnergie. Le cas échéant, la taxe s'appliquera de façon différenciée, ne frappant que les rejets réels. Son produit n'ira pas dans la caisse fédérale, mais sera restitué à la population et à l'industrie au prorata des contributions versées à l'AVS. Elle profitera à tous ceux qui

## Produits de la communication faïtière

La communication faïtière prévue par le groupe marketing de SuisseEnergie fixe clairement les priorités. Ainsi ce qui s'est fait dans la communication au titre d'Energie 2000 n'est pas forcément nécessaire ou souhaitable, et inversement ce qui est souhaitable ne sera pas forcément réalisé - vu les ressources limitées. Il s'agit plutôt de fixer et de mettre en œuvre les éléments essentiels dans le cadre d'une stratégie d'ensemble, à laquelle viendront se rattacher les mesures adoptées par les partenaires.

Les mesures et instruments prévus pour 2001 et 2002 sont les suivants:

- Newsletter: la newsletter e-mail (6 à 8 parutions par an) est l'instrument de communication destiné aux acteurs directement impliqués dans SuisseEnergie. Elle constitue un vecteur efficace d'information du public spécialisé.
- Séminaires et conférences: l'objectif est de permettre les échanges à différents niveaux de la communication.
- EnergieExtra: ce périodique bimestriel de l'OFEN est la vitrine de SuisseEnergie. L'objectif est de transmettre à la population intéressée des informations accessibles, rédigées dans un langage journalistique.
- La brochure "image" donne une vue d'ensemble de SuisseEnergie à un large public et aux acteurs concernés.
- Le dépliant SuisseEnergie s'adresse au grand public et sera distribué lors d'expositions, d'actions, etc. La version conçue pour le lancement sera remplacée à fin 2001 par un produit similaire.
- Internet SuisseEnergie: le site Internet du programme est conçu pour le grand public et pour toutes les personnes intéressées. Il renvoie à des informations générales sur l'OFEN.
- Expositions: SuisseEnergie participe activement à des expositions spécialisées ou grand public. La roulette de l'énergie est d'ores et déjà adaptée au nouveau programme. A cela s'ajoutent d'autres produits conçus pour les expositions (stand type, panneaux d'information).
- Un jeu de transparents standard est à disposition pour les exposés ou présentations et à l'intention des conférenciers.
- Au besoin, des événements phares utiles à la promotion de SuisseEnergie seront organisés pour le grand public et les médias.
- Présence médiatique: SuisseEnergie tiendra au moins deux conférences de presse par an dans le cadre de la communication faïtière: événements politiques, information sur les résultats, actions spéciales de SuisseEnergie.

## Les bienfaits du sponsoring

Les collectivités publiques font de plus en plus appel au sponsoring. Energie-Suisse soigne ses relations avec des tiers (économie, prestataires de services, institutions, etc.) avec un grand souci de professionnalisme. Idéalement, le sponsoring présente un double avantage. Premièrement des projets de SuisseEnergie sont financés en partenariat, deuxièmement des sponsors couvrant un segment spé-

économisent l'énergie, récompensant les personnes qui choisissent des techniques peu gourmandes de carburant et de combustible et par conséquent moins productrices de CO<sub>2</sub>.

## Le groupe stratégique pose ses jalons

Dans sa séance du 26 avril 2001, le groupe stratégique de SuisseEnergie a pris les décisions suivantes:

Le stratégie de marketing est adoptée. Elle implique que SuisseEnergie centre ses efforts avant tout sur le public des investisseurs et des acheteurs, pour s'adresser ensuite aux utilisateurs et aux exploitants. La priorité sera donnée, pour les énergies fossiles, aux acheteurs de véhicules à moteur et aux investisseurs et acheteurs de villas. Pour l'électricité, elle ira aux investisseurs et acquéreurs d'installations de production et aux acheteurs d'appareils ménagers et de bureau. Par ailleurs, les participants ont pris acte de la stratégie en matière d'attribution du label.

Les principes de la stratégie de communication ont été acceptés. Il s'agit tout d'abord d'instaurer à l'OFEN et au DETEC une "culture SuisseEnergie". Parallèlement, il faut interpellier les partenaires de SuisseEnergie en qualité de multiplicateurs. Quant au grand public, le budget limité ne permet pas de lui concocter véritablement une campagne. Il faut étudier la possibilité d'une action ciblée sur des segments de population. Certaines questions de budget devront trouver réponse avant le choix détaillé des moyens de communication à mettre en œuvre. L'intention est de mettre sur pied un pool de sponsors. On trouvera dans un autre article du présent numéro davantage de détails sur la stratégie de la communication.

Le programme de formation et de perfectionnement 2001-2003 a été adopté. La priorité absolue reste le rendement énergétique des bâtiments et de leurs installations, y

cifique du public contribuent à faire mieux connaître la marque SuisseEnergie.

## Secteur Economie

Le secteur Economie comprend:

- le marché Industrie & Services, lequel inclut les arts et métiers;
- le marché Appareils électriques, qui regroupe essentiellement les appareils ménagers et l'électronique de loisirs et de bureau;
- le secteur Electricité (technologie transversale, rattachée pour l'organisation au secteur Economie), avec les priorités de recherche suivantes: supraconductivité à haute température, réseaux de distribution, moteurs et transmissions électriques, technique d'information et de communication.

### Marché Industrie & Services

Ce marché comprend les gros consommateurs de l'industrie et des arts et métiers, les grandes entreprises de services et les PME (petites et moyennes entreprises), soit au niveau suisse - transports non compris - 30 % de la consommation de chaleur et 60 % de celle d'électricité. De nombreuses associations professionnelles, qui représentent des entreprises parfois à structuration et à production similaires (groupements homogènes comme les producteurs de ciment, les fromageries ou les banques) et parfois à caractère très différent (groupements hétérogènes comme l'industrie du bâtiment et des machines ou associations régionales), participent aux négociations liées à SuisseEnergie.

Une distinction s'impose, quant à l'intérêt à investir volontairement en vue de réaliser des économies d'énergie, entre les gros consommateurs et les petits consommateurs. Alors que les premiers ont un intérêt immédiat et vital à abaisser leurs coûts énergétiques, les autres n'adopteront pas des mesures volontaires sans incitations supplémentaires.

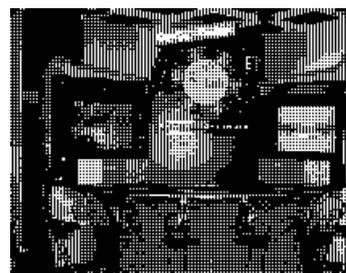
Des négociations portant sur l'exécution des tâches conformément à la loi sur l'énergie sont en cours avec l'Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC), créée l'an dernier. Les activités concernant les gros et les petits consommateurs (secteurs Industrie, Services et Arts et métiers) se poursuivront sous l'égide de l'agence et bénéficieront de prestations propres fournies par l'économie. En même temps, l'AEnEC entend être le centre de coordination pour les conventions portant sur la réduction des émissions de CO<sub>2</sub> au sens de la loi. En attendant l'entrée en vigueur de l'ordonnance sur le CO<sub>2</sub>, l'OFEPF prépare une directive relative aux conventions sur les objectifs et les engagements volontaires, qui aidera les entreprises à

compris le recours aux énergies renouvelables. En outre, les accents sont mis, pour ce qui est des nouvelles formations et des cours, sur le perfectionnement des concepteurs, des constructeurs et des exploitants de ces équipements. Pour la formation initiale, les activités se limitent à l'appui fourni aux enseignants sous forme de matériels didactiques.

Il a été pris acte avec satisfaction de la stratégie des cantons concernant SuisseEnergie. Ils centrent leur action sur le bâtiment. L'effort se porte avant tout sur la réduction des besoins d'énergie, avec le recours aux agents renouvelables et à la récupération de chaleur.

## Au stand SuisseEnergie de la foire de Bâle

La conseillère fédérale Ruth Metzler était présente à la MUBA le jour de l'ouverture pour s'informer sur le programme SuisseEnergie. L'illustratrice visiteuse n'a pas manqué ensuite de s'essayer, avec beaucoup d'élan, à produire elle-même de l'énergie pendant 20 secondes à Energy Roulette.



## Calendrier SuisseEnergie

démontrer entre-temps leurs efforts en vue d'une meilleure efficacité énergétique. Selon l'accord passé avec l'OFEFP, la mise en œuvre de la loi sur le CO<sub>2</sub> incombe à l'OFEN.

Le modèle énergétique suisse, appelé à devenir l'un des principaux instruments du programme SuisseEnergie, a été créé pour les gros consommateurs dans le cadre d'Energie 2000. Les entreprises intéressées formeront des groupes qui rechercheront ensemble des possibilités d'économies énergétiques. Il en résultera - au début avec le soutien de SuisseEnergie - un échange de savoir-faire bénéfique à toutes les entreprises impliquées. Ce processus aura un effet incitateur double: il permettra des économies de coûts énergétiques et repoussera la perspective d'une taxe sur le CO<sub>2</sub>.

Les petits consommateurs disposent depuis peu d'un modèle de benchmarking, qui permet aux groupements de se rallier à un même objectif d'économies. Ils participent ainsi à l'effort collectif visant à éviter la taxe sur le CO<sub>2</sub>.

### Marché Appareils électriques

La consommation d'électricité en Suisse maintient son régime de croissance élevé. Or la part des ménages s'élève à 30 %. Le secteur des appareils ménagers et de l'électronique de loisirs et de bureau constitue clairement un important gisement d'économies énergétiques.

Les analyses ont identifié trois terrains sur lesquels il serait possible d'améliorer l'efficacité énergétique au sens de SuisseEnergie. Il s'agit tout d'abord d'amener les producteurs et les importateurs à fabriquer et à privilégier les appareils à bon rendement. Comme ces entreprises internationales n'ont pas l'intention d'adapter leurs produits à chaque pays - d'autant moins que la Suisse ne représente qu'un petit marché pour elles - il faut fixer au niveau international les exigences en matière d'importation. La déclaration de marchandises est un instrument qui permet à l'acheteur de reconnaître au premier coup d'œil si un objet est bon ou mauvais sous l'angle énergétique. Les labels de qualité conférés aux meilleurs appareils ont un effet analogue.

Deuxièmement, il faut encourager les commerçants à souligner les avantages des appareils à bon rendement énergétique. Les déclarations de marchandises et les labels de qualité ont là encore un rôle à jouer.

Troisièmement, il faut influencer l'attitude des acheteurs et des utilisateurs, en particulier lors de l'usage d'appareils. Rien ne sert d'acquiescer un appareil à bon rendement énergétique si on le maintient enclenché même non utilisé. En effet, la consommation au repos de tous les appareils de Suisse est un gouffre énergétique. Une information ciblée aux consommatrices et aux consommateurs permettrait d'augmenter la demande de "bons" appareils et d'en promouvoir l'usage adéquat.

SuisseEnergie s'appuie d'une part sur la déclaration de marchandise au sens de la réglementation de l'UE et sur le label décerné par

#### **12-15.06.01**

Communes

Foire suisse pour les collectivités publiques et les administrations, Berne

#### **13.06.01**

Journée "Communes, Cités de l'énergie et le changement de climat", Berne

#### **13.06.01**

Journée professionnelle "Neu Bauen statt Sanieren?", Berne

#### **15.06.01**

Séminaire de communication

#### **03-04.10.01**

CISBAT 2001, Energie solaire et construction, Lausanne

#### **25-27.10.01**

Exposition pour les énergies renouvelables, Zurich

#### **08-11.11.01**

Foire Construction et Minergie, Berne

le GEA (Group for Efficient Appliances, lequel regroupe huit pays européens). Une ordonnance en la matière devrait entrer en vigueur cette année. D'autre part, la demande d'appareils efficaces sera encouragée de manière ciblée: les instruments employés par les organisations de consommateurs et leurs réseaux serviront de relais auprès des acheteurs. Le poids des consommateurs se mesure par exemple à l'évolution de l'offre et de la demande de produits bio.

Du côté de l'économie, l'Agence de l'énergie pour les appareils électriques (eae) a été créée pour développer des projets, en tant que partenaire de SuisseEnergie. Quelques projets prometteurs sont en discussion, et la signature de conventions ne devrait guère tarder. Le dialogue avec les organisations de consommateurs se poursuit activement aussi. Internet constitue l'un des vecteurs d'information privilégiés: [www.topten.ch](http://www.topten.ch).

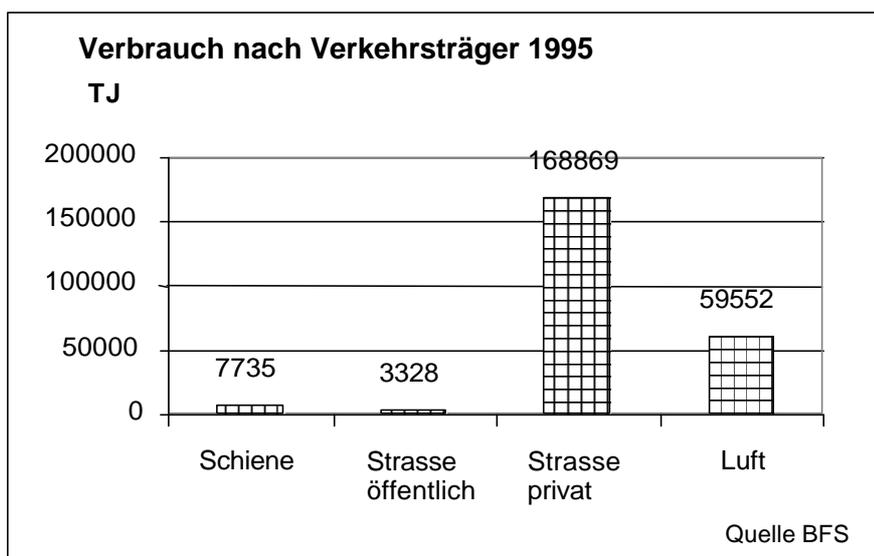
### **Secteur Electricité**

L'OFEN soutient la recherche et le développement en vue d'une meilleure efficacité énergétique des appareils électriques. Il est nécessaire de constituer des priorités dans un large spectre de possibilités. A l'heure actuelle, les projets se concentrent sur les secteurs suivants: stockage d'électricité, supraconductivité à haute température, réseaux de distribution, moteurs et commandes électriques, technique d'information et de communication.

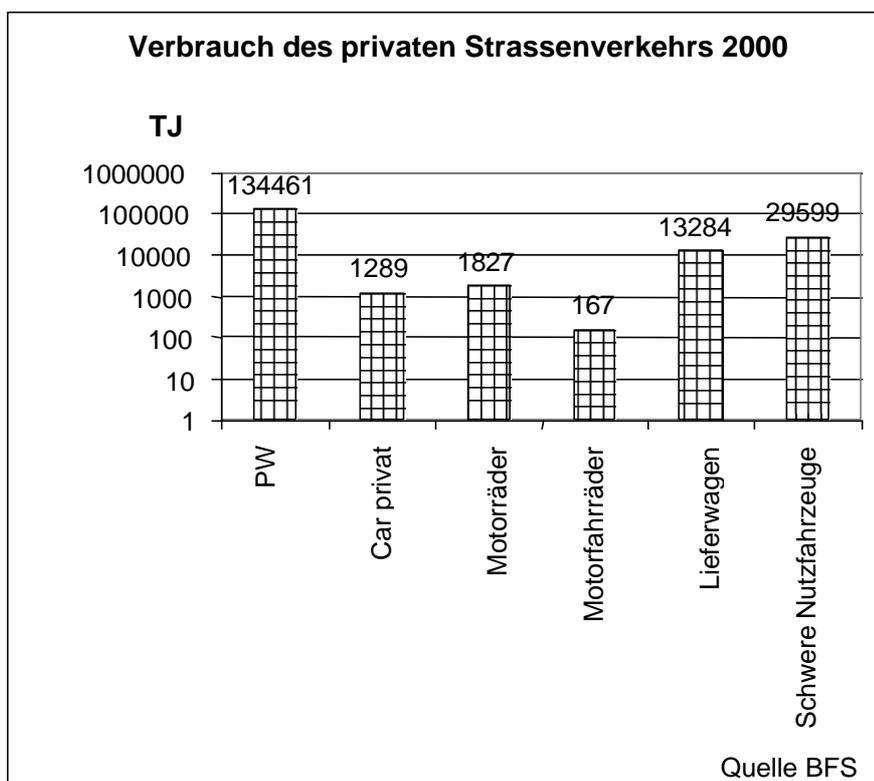
### **Secteur Mobilité**

Les transports absorbent un tiers de l'énergie consommée en Suisse. Leur part aux rejets de CO<sub>2</sub> s'élève même à 40 %. Or si le progrès technologique a permis des gains d'efficacité, l'augmentation du nombre de véhicules à moteur et les exigences toujours plus élevées sur le plan du confort et de la sécurité font que la consommation en carburant et donc les rejets de CO<sub>2</sub> continuent à croître. Cela va à l'encontre de la convention sur le climat, qui exige la diminution ou tout au moins la stabilisation des rejets de gaz carbonique.

Les transports sont donc le principal domaine de consommation d'énergie en Suisse. Cette consommation se répartit de la manière suivante:



La consommation du trafic routier privé se répartit de la manière suivante:



Le secteur Mobilité comprend:

- le marché Mobilité, qui vise à interpeller la population sur la question de la mobilité à bon rendement énergétique;
- le secteur Transports, qui vise à améliorer la technologie et les offres de transport qui en découlent.

### Marché Mobilité

L'ordonnance sur l'énergie exige que la consommation spécifique moyenne de carburant des véhicules produits en série diminue de 15 % en 2001 par rapport à 1996. La Confédération peut édicter des prescriptions supplémentaires, si les mesures volontaires s'avèrent

insuffisantes. Vu l'évolution actuelle, l'OFEN prépare de telles prescriptions. Dans un premier temps, il est prévu de privilégier la piste d'une déclaration de marchandise obligatoire des véhicules - comme pour les appareils ménagers - avec des niveaux de qualité pour la consommation d'énergie. Cette transparence bénéficiera aux acheteurs, qui pourront situer d'un coup d'œil l'efficacité énergétique de leur véhicule favori par rapport à la moyenne. Une prescription plus sévère également envisageable consisterait à interdire les modèles les moins bons ou à en majorer le prix pour réduire d'autant celui des modèles à bon rendement énergétique (système de bonus / malus). L'OFEN prépare des propositions dans ce sens.

Dans le secteur de la mobilité aussi, la demande influe fortement sur l'offre. SuisseEnergie se préoccupera donc spécialement d'agir sur le comportement de la population. Il s'agit d'une part de changer d'attitude au volant. Grâce aux cours Eco-Drive, les automobilistes améliorent leur conduite dans l'optique de la consommation de carburant, et leur porte-monnaie en bénéficie directement. D'autre part, il faut faire prendre conscience à la population de son attitude en déplacement. Cela sera d'autant plus aisé que l'offre de mobilité combinée (aires de réservation et de transbordement dans les gares, facilitant la combinaison des transports individuels et publics au quotidien et en vacances) sera étoffée. Les projets portant sur le trafic lent (zones de balade, vélos, vélos électriques, Suisse mobile) seront encouragés. En outre, des campagnes ciblées (information, expositions, démonstrations et possibilités d'essai) donneront aux possesseurs de véhicules le goût des véhicules à bon rendement énergétique.

### **Secteur Transports**

Ces dernières années, la Suisse s'est distinguée par de nombreuses innovations et par l'essor de la branche des fournisseurs. Ainsi les constructeurs automobiles acquièrent-ils des produits suisses dont la valeur annuelle se chiffre en milliards de francs. L'OFEN encourage de manière ciblée les développements ayant une incidence sur l'efficacité énergétique. Cela passe par la construction de véhicules légers, par de meilleurs systèmes de propulsion et des améliorations au niveau du stockage d'électricité (batteries). Quant aux systèmes de transport de personnes intégrant les véhicules à bon rendement énergétique, ils bénéficient d'aides financières.

Le secteur Transports, avec ses programmes de recherche et ses programmes pilotes ou de démonstration, étudie et teste en particulier pour les transports individuels, responsables d'une part élevée de la consommation énergétique, des modèles et des mesures visant à réduire la consommation. Les objectifs complémentaires et les thèmes pris en compte dans l'aménagement des programmes concernent naturellement aussi la réduction de la pollution, bruit compris, la sûreté, la place industrielle suisse et les chances offertes pour la formation et la science. De plus, des véhicules plus légers et plus petits et des entraînements plus efficaces permettraient de réduire la consommation dans les transports individuels.

## **Contacts & informations relatifs à SuisseEnergie**

Vous pouvez obtenir des informations, des données et des faits relatifs à SuisseEnergie en vous adressant à l'Office fédéral de l'énergie, OFEN, 3003 Berne,

[www.suisse-energie.ch](http://www.suisse-energie.ch)

Notre service vous communiquera volontiers aussi des renseignements par téléphone.

Hotline SuisseEnergie,

Tél. : 031 323 22 44, fax 323 25 10 ;

E-mail : [office@bfe.admin.ch](mailto:office@bfe.admin.ch)