

003809935, Mai 2008

# **Marketing et Communication**

## Rapport annuel 2007

**Auteurs:**

Hans-Peter Nützi

Chantal Purro

**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](mailto:contact@bfe.admin.ch) · [www.energie-schweiz.ch](http://www.energie-schweiz.ch)

# Sommaire

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| <b>1</b> | <b>Résumé .....</b>  | <b>4</b>  |
| <b>2</b> | <b>Evaluation des activités et réalisation des objectifs.....</b>  | <b>4</b>  |
| 2.1      | Marketing .....  | 4         |
| 2.1.1.   | Marketing-Strategie.....   | 4         |
| 2.1.2.   | Conférence bilan et stratégie des 26 et 27 juin 2007 à Soleure :<br>SuisseEnergie présente le catalogue de mesures ..... | 5         |
| 2.1.3.   | Etude de marché .....  | 6         |
| 2.1.4.   | Activités liées au label.....  | 6         |
| 2.2      | Communication.....   | 6         |
| 2.2.1    | Mise en œuvre de la stratégie de communication 2006-2010.....  | 6         |
| 2.2.2    | L'assainissement du bâtiment .....   | 6         |
| 2.2.3    | Mobilité.....  | 11        |
| 2.2.4    | Les appareils et l'efficacité énergétique.....   | 12        |
| 2.2.5    | Projets « Femmes » .....   | 14        |
| 2.2.6    | Rapport annuel SuisseEnergie .....   | 15        |
| 2.2.7    | Newsletter .....   | 15        |
| 2.2.8    | Energie-Infoline .....   | 15        |
| 2.3      | Moyens .....   | 15        |
| <b>3</b> | <b>Perspectives .....</b>  | <b>15</b> |
| <b>4</b> | <b>Adresses de contact.....</b>  | <b>16</b> |
| <b>5</b> | <b>Littérature .....</b>   | <b>16</b> |

# 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. Marketing-Strategie



Die Strategiegruppe von EnergieSchweiz hat die Plattform für Energieeffizienz am 10. Mai 2007 unter der Leitung von Dr. Hans Werder, Generalsekretär des UVEK, verabschiedet. Die in der Broschüre vorgeschlagenen Massnahmen bilden die Richtschnur für die Energie-Effizienzpolitik der nächsten Jahre. Sie stellten deshalb auch die Grundlage für die vom Bundesrat in Auftrag gegebene Aktionspläne Energieeffizienz und erneuerbare Energien dar.



Photo 1 : Broschüre Plattform für Energieeffizienz von EnergieSchweiz

Das UVEK erarbeitete die Aktionspläne mit strategischer Begleitung einer Gruppe aus Vertretern von Bundesämtern, Kantonen und Städten sowie mit Vertretern der Spitzenverbände aus Wirtschaft und Energieproduktion. Auf der Basis der im Herbst 2007 breit durchgeführten Konsultation wurden die Aktionspläne überarbeitet und sollen Anfang 2008 vom Bundesrat verabschiedet werden. Die Massnahmenpläne bestehen aus einem pragmatischen Mix von gesetzlich festgelegten Minimalstandards und Verbrauchsvorschriften, Anreiz- und Fördersystemen sowie einer „Best practice“-Strategie bei der Energieeffizienz - und dies wirtschaftsverträglich, haushaltneutral und international kompatibel.

## 2.1.2. Conférence bilan et stratégie des 26 et 27 juin 2007 à Soieure : SuisseEnergie présente le catalogue de mesures



Dans son discours prononcé en ouverture de la conférence, le conseiller fédéral Moritz Leuenberger a constaté que la politique internationale connaissait un renouveau dans les questions énergétiques, renouveau qu'il s'agit à présent d'exploiter. Il a ajouté qu'on ne pouvait pas se contenter de définir des objectifs, mais qu'il fallait aussi prendre les mesures nécessaires à la réalisation de ces derniers et discuter des moyens à mettre en jeu.

*Photo 1 : Le Ministre de l'énergie Moritz Leuenberger a ouvert la conférence et appelé à l'action*

SuisseEnergie présente tout un catalogue de mesures possibles dans la nouvelle «Plate-forme de l'efficacité énergétique». Le programme montre par ce document qu'outre les mesures librement consenties, il mise également sur des prescriptions concernant les bâtiments et les appareils ainsi que sur des instruments d'économie de marché, tels que la taxe sur le CO<sub>2</sub> ou le système de bonus-malus pour les véhicules de tourisme. Parallèlement, il entend également renforcer les programmes spécifiques destinés à encourager le transfert de technologie, la recherche et la formation.

L'efficacité énergétique et les énergies renouvelables constituaient les points forts de la conférence de deux jours. Herbert Lechner de l'Agence autrichienne pour l'énergie a fait état des efforts menés par l'Autriche en matière d'efficacité énergétique.

La manifestation s'est terminée cette année par un débat entre les représentants de SuisseEnergie, le WWF, la Fondation pour la protection des consommateurs, les FMB, l'Association suisse de l'industrie gazière et auto-suisse.



*Photo 2 : Intérêts divergents, des représentants des milieux économiques, associatifs et politiques ont débattu des chances et des difficultés des mesures d'économies d'énergie.*

### **2.1.3. Etude de marché**

Pour la sixième 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 2007, les 928 interviews se sont déroulées en novembre 2007. La notoriété du programme évolue régulièrement, 53 pourcent de la population connaît de façon spontanée ou assistée le programme SuisseEnergie ; la distribution hommes-femmes se rapproche de plus en plus pour devenir presque équivalente. C'est essentiellement la presse nationale ou régionale à travers des articles, publiereportages ou annonces qui a permis d'atteindre ce niveau de notoriété. Les expositions jouent également un rôle de plus en plus important, avec une progression de plus de 12 pourcent par rapport à 2006 pour un total de 23 pourcent. Pour la première fois, l'édition spéciale du Journal l'Immobilier, adressé à plus de 1,2 million d'exemplaires a joué un rôle non négligeable dans l'atteinte de ses résultats.

### **2.1.4. Activités liées au label**

Die Ablösung des Energy-Labels durch das Produktlabel "suisseénergie qualité" wurde vorbereitet.

Das Label "suisseénergie qualité" konnte allerdings nicht wie geplant geschützt werden, da die Bezeichnung „suisse“ im Labelnamen als Herkunftsangabe verstanden werden könnte. Deshalb wurde der Namen des Produkt-Labels auf "énergie qualité" reduziert und am 20. August 2007 als Marke angemeldet. Das IGE hat am 9. Oktober 2007 bei der Markenprüfung den Eintrag jedoch in mehreren, grundsätzlichen Punkten beanstandet. Das Verfahren konnte deshalb nicht bis Ende 2007 abgeschlossen werden.

## **2.2 Communication**

### **2.2.1 Mise en œuvre de la stratégie de communication 2006-2010**

Un nouveau concept de communication 2006-2010 a été défini en 2006. L'année 2007 a vu la mise en œuvre de cette stratégie dans les différents domaines que sont

- l'assainissement du bâtiment,
- les énergies renouvelables
- les appareils et moteurs efficients
- l'utilisation rationnelle de l'énergie
- la mobilité efficiente

### **2.2.2 L'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:

## Edition spéciale



Photo 3: Edition spéciale publiée à 1,2 million exemplaire en 3 langues

SuisseEnergie a élaboré un guide pratique en format journal, qui a été envoyé à la mi-mars 2007 à environ 1,2 million de propriétaires de maisons individuelles et maisons de deux appartements en Suisse. Sur 32 pages, le journal livre des informations complètes sur les technologies et matériaux modernes servant à la rénovation de l'enveloppe du bâtiment, du chauffage, de même que sur les possibilités de financement et les contributions d'encouragement des différents cantons. Six éditions différentes ont permis de s'adresser de manière ciblée aux propriétaires des

différentes régions linguistiques.

Cette édition spéciale est aussi une plate-forme idéale pour les annonceurs qui souhaitent toucher leur public cible sans presque aucune perte de distribution. C'est uniquement grâce aux recettes rapportées par les annonces que cette édition spéciale a pu voir le jour.

Suite aux réactions extrêmement positives, ce Journal sera réédité en 2008. Une parution bisannuelle est prévue.

## Annonces

En 2007, la campagne d'annonces s'est poursuivie tant au niveau national que régional.

**Stand-by: Stiller Strom- und Geldfresser**

Die meisten TV-Geräte, HiFi-Anlagen, Computer und Drucker fressen auch Strom, wenn sie ausgeschaltet sind. Der in den Schweizer Stuben und Büros auf diese Weise verlorene Strom würde ausreichen, um den Strombedarf einer Stadt in der Grösse St. Gallens zu decken. Diese Energieverschwendung kann mit einfachen Mitteln bequem gestoppt werden.

**Vermeidung aus Unwissenheit**  
Viele Drucker, Bildschirme, Barcodelesegeräte oder Handys brauchen beim Strom über Nacht gar keinen Strom. Eine einfache Lösung dazu besteht...

**Einfache Massnahmen mit grosser Wirkung**  
Die Stromverschwendung lässt sich stoppen, wenn Geräte oder Netzwerke ganz vom Strom getrennt werden. Eine einfache Lösung dazu besteht...

**FINDE DEN UNTERSCHIED!**

**Herkömmlicher Fernseher**  
Der Ball ist rund. Auch auf einem LCD-Flachbildschirm, der gar 20% weniger Strom braucht. Deshalb kostet die Verlängerung samt Penalltyschüssen und Gürtel Netzeinsparung kritischer Nachbarn keinen Kappen.

**LCD-Fernseher**  
Der Ball ist rund. Auch auf einem LCD-Flachbildschirm, der gar 20% weniger Strom braucht. Deshalb kostet die Verlängerung samt Penalltyschüssen und Gürtel Netzeinsparung kritischer Nachbarn keinen Kappen.

**energieschweiz**  
Das Programm für Energieeffizienz und erneuerbare Energien, unter [energieschweiz.ch](http://energieschweiz.ch)

**EINFACH GENIAL!**

**Ich dusche effizient.**

Mit einer Sparbrause

**energieschweiz**  
[www.energieschweiz.ch](http://www.energieschweiz.ch)

EINFACH GENIAL!

<<Ich wasche effizient.>>

Mit einer Waschmaschine der Energieklasse A

energieschweiz  
www.energie-schweiz.ch

## TROVA LA DIFFERENZA!



**Impianto ad aria compressa con perdite**



**Impianto ad aria compressa senza perdite**

Chi elimina le perdite nel proprio sistema e non si perde per strada più della metà dell'aria compressa, va a gonfie vele e risparmia fino al 60% dei costi d'esercizio.

Risparmiano energia?  
Risparmiate soldi?  
I consigli migliori al sito:  
[www.druckluft.ch](http://www.druckluft.ch)

svizzera energia

Il programma per l'efficienza energetica e le energie rinnovabili. [www.svizzeraenergia.ch](http://www.svizzeraenergia.ch)

## Brochures

Les deux brochures développées en 2006 pour répondre aux besoins de ce groupe-cible particulier que sont les propriétaires de villas ont été à nouveau largement distribuées.



« Gebäude erneuern- Energieverbrauch halbieren »

Cette brochure est un véritable succès de librairie, puisqu'elle a déjà été imprimée à plus 900'000 exemplaires en 3 langues.



« Neubauten mit tiefem Energieverbrauch »

## Expositions

### **SWISSBAU 07, 23. – 27. Januar 2007 in Basel Halle 3U C64**

Der Standort in der Halle 3U war gut. Einige Stimmen plädieren für einen Platz an der Front vorne bei den Eingängen. Als Sonderschau mit reduziertem Flächenpreis wird der Standort von der Messe vergeben, zudem wird argumentiert, dass Sonderschauen im Hintergrund den Besucher durch die Hallen locken, vorbei an den kommerziellen Firmen.

Das Angebot des BFE-Standes mit neutraler Beratung in Zusammenarbeit mit dem Netzwerk Erneuerbare Energien, MINERGIE, Sanierung und Energieeffizienz war optimal und wurde von den zahlreichen Besuchern auch genutzt.



Die Messe wurde von Ausstellern wie auch von Besuchern als sehr gut taxiert. Die Besucherzahl stieg gegenüber der letzten SWISSBAU um 9 %. 120'000 Fachleute besuchten die grösste Baumesse der Schweiz. Allgemein war der wirtschaftliche

Aufbruch zu spüren, der auch die Bauwirtschaft motiviert. Die Themen Heizung, Lüftung, Klima, die im Gebäude 3 auf zwei Etagen platziert waren, erhalten durch die aktuelle Situation, Stichworte Klimaaerwärmung, Feinstaub- und Ozonbelastungen immer mehr Bedeutung.

Unser Standplatz war während der ganzen Messe durch eine Fachperson besetzt. Die Besucherzahlen an unserer Position waren wahrscheinlich etwas kleiner als an den anderen Positionen und durch eine Person gut zu bewältigen. Grundsätzlich war die Lage des BFE-Standes etwas fern von den Besucherströmen. Verbesserungen: Der Slogan „Neutrale Beratung“ soll textlich und auf dem Screen noch besser zur Geltung kommen. Im Bereich der Screen-Kabine oder evtl. als Rückwand der Partner-Theken kann eine halbhohle Wand mit vielen Prospekt-Tablaren die Fülle von Informationsprospekten aller Partner aufnehmen und gut positioniert dem Fachbesucher anbieten. Ob wir je eine einheitliche Linie in der Bekleidung hinbringen, bleibt fraglich bei der grossen Anzahl, zum Teil täglich wechselnder Fachberater/innen.

### **Habitat – Jardin du 10 mars au 18 mars 2007**

La 26ème édition d'Habitat-Jardin à Lausanne, du 10 mars au 18 mars 2007, s'impose comme la vitrine fleuron du marché ultraporteur de la maison et de son cadre de verdure.

Le Centre d'enseignement de Lullier, invité d'honneur, a connu un véritable triomphe avec sa sculpture «Sous une pluie d'orchidées». La présence du Centre, dans la halle 13 de Beaulieu Lausanne, a été à la fois un hymne à la nature et à l'avenir des professions du monde horticole.

Avec près de 98'000 visiteurs, le millésime 2007 est comparable aux trois années précédentes. Pour rappel, Habitat-Jardin a présenté sur plus de 24'000 m<sup>2</sup>, 552 exposants. La halle 1, consacrée à l'énergie, a battu tous les records d'affluence.



SuisseEnergie accueillait sur son stand de 196 m<sup>2</sup> 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 deux mille contacts ont été établis et plus de quinze mille brochures ont été distribuées. Pour MINERGIE, on note environ 5700 contacts et environ 7700 brochures distribuées. Pour Energie-bois Suisse les résultats sont également très satisfaisants.

### Journée professionnelle du 15 mars 2007

Cette journée est le fruit d'une étroite collaboration (qui dure depuis plusieurs années) entre SuisseEnergie et la Direction du Salon Habitat-Jardin.

Cette année, elle a remporté un vif succès puisque 257 personnes se sont inscrites (sur un envoi de 7'000

invitations), qui se sont réparties dans les divers ateliers à raison de 207 pour le 1er, 193 pour le 2e, 175 pour le 3e, 176 pour le 4e, 140 pour le 5e et 138 pour l'apéritif. Une telle participation démontre que les thèmes traités collaient à l'intérêt des participants et répondaient à un réel besoin. Il faut souligner aussi que c'est l'occasion d'échanges intéressants avec des spécialistes sur des sujets d'actualité dont la portée est primordiale pour les années à venir et même pour les générations futures. L'intérêt, pour ces questions-là, semble grandissant en Suisse romande. Il justifie une présence marquée (et remarquée) de SuisseEnergie dans l'«Espace Energie» du Salon Habitat-Jardin ainsi qu'au «Forum Beau-lieu».

## Régionalisation : mesures dans les quatre régions

### Nordwestschweiz

- Motivation Handwerksbetriebe : 10 Veranstaltungen
- 4 Inforeveranstaltungen für Hauseigentümer
- 12 Gewerbeausstellungen
- 4 Mailings an Hauseigentümer

### Zentralschweiz

- 4 Veranstaltungen mit den Sektionen des HEV
- Veranstaltung mit dem Hausverein
- Veranstaltungen mit anderen Partnern (Gemeinden, Banken)
- 2 Veranstaltungen mit Liegenschaftsverwaltern
- Ausstellung Lurenova
- 4 Gewerbeausstellungen

- 2 Eigenheimmessen
- Inhouse-Schulung für Architekten: 6 Kurse im Kanton Zug, 10 Kurse im Kanton Luzern, 6 Kurse im Kanton Schwyz

### Ostschweiz

- Ausstellungen: Messe Bauen und Modernisieren in Zürich, Herbstmesse HEMA AR, Herbstmesse Näfels, Messe Prättiga, Messe MINERGIE in GR, IMMO Messe MINERGIE SG, WEGA 2007 Messe TG, 2 Eigenheimmesse ZH
- Fachveranstaltungen
- Energiesparwoche Glarus
- Energieaperos

### Suisse romande

- Cycle de 8 conférences pour les entreprises artisanales.

### EnergieSchweiz für Gemeinden

- Energiestadt Küssnacht : EcoCar Expo : 9. Juni 2007
- Energiestadt Küssnacht : Duschbrausen-Aktion
- Anpassungen für Werkzeugkoffer : Küssnacht, Onex

Le portal d'informations [www.bien-construire.ch](http://www.bien-construire.ch) donne des conseils pratiques aussi bien pour l'optimisation, la construction et l'assainissement.



## 2.2.3 Mobilité

Un autre thème prioritaire, dans le cadre des activités de communication en 2007 a également été la mobilité. Différentes mesures ont été développées :

### Exposition

#### Salon de l'auto Genève, Stand EcoCar

#### Autosalon im Zeichen der effizienten und emissionsarmen Fahrzeuge



Parallel zu den aktuellen Klimaschutz- und CO<sub>2</sub>-Diskussionen stand der diesjährige Autosalon in Genf im Zeichen des Umweltschutzes. In Übereinstimmung an die Forderung der Bundespräsidentin, Frau Calmy-Rey, das Auto der Zukunft müsse grün und sexy sein, zeigten sich in der Tat sehr viele Besucher sehr interessiert an umweltschonenden Fahrzeugen.

*Photo : Prominenter Auftritt der EnergieEtikette am e'mobile-Stand*

Eine wichtige Anlaufstelle für solche Fragen bildete der Gemeinschaftsstand von e'mobile und gasmobil, wo nicht nur sechs Erdgas-, zwei Hybrid- und zwei Elektrofahrzeuge sowie eine Leichtbaustudie zu besichtigen waren, sondern wo die Besucher sich auch eingehend und markenunabhängig über das gesamte derzeitige Angebot an effizienten und emissionsarmen Fahrzeugen in der Schweiz informieren konnten.



*Photo 4 : Prominenter Besuch am e'mobile-Stand: Bundespräsidentin Calmy-Rey im Gespräch mit e'mobile-Präsident Marcel Maurer*

Am e'mobile-Stand bot EnergieSchweiz ausserdem mit einem sich drehenden Infoturm zur EnergieEtikette, mit einer animierten Diashow samt Begleit-Dokumentation sowie mit dem Verbrauchskatalog aktuelle Informationen über die Energieetikette. Walo Luginbühl, der diesen Bereich permanent betreute, stand auf alle Fragen der Interessenten Red und Antwort. Dank dem prominenteren Auftritt und der Betreuung hat sich der Anteil der Kontakte zur EnergieEtikette gegenüber dem Vorjahr rund vervierfacht. Die Zahl der abgegebenen

Verbrauchskataloge ist gegenüber dem Vorjahr um 50% auf gegen 1000 Ex. gestiegen, vom neuen Infoblatt zur Etikette wurden rund 1800 Ex abgegeben.

Der gesamte e'mobile Stand profitierte einerseits von der gestiegenen Gesamtbesucherzahl des Salons von 730'000, von denen ein Grossteil am Stand vorbeigekommen sein dürfte, andererseits aber auch vom Schwerpunkt der umweltschonenden Fahrzeuge, der von den Medien geprägt worden war. So erreichte die Anzahl der einzeln erfassten Gespräche und Kontakte am e'mobile-Stand rund 3500, was um 70% über den Vorjahreswerten liegt und das konkrete Interesse der Besucher unterstreicht. Die Besucher benutzten einerseits die Gelegenheit, die Fahrzeuge verschiedener Anbieter am gleichen Stand direkt miteinander zu vergleichen, und suchten andererseits vielfach auch Antwort auf die Frage, welche der verschiedenen Antriebsarten für sie denn die «beste» sei. So entwickelten sich ausgesprochene Beratungsgespräche, die auch starken Einfluss auf künftige Kaufentscheide haben dürften.

### **Multimobil**

En partenariat avec l'agence Kilo&Gramm, auto-suisse, SuisseEnergie a publié en automne 2007 le journal «multimobil- des idées mobiles - muoviTI». Le journal a été distribué en septembre dans la plupart des ménages de Suisse (tirage 2,2 millions). Il a paru en huit éditions splittées.

Comme les années précédentes, c'est l'agence Kilo&Gramm de Zurich qui s'est chargée de sa réalisation (rédaction et production).

## **2.2.4 Les appareils et l'efficacité énergétique**

Dans le cadre de ce domaine, la direction du programme a développé en collaboration avec l'ea un energyday07.

## «A» est très tendance



L'ampoule économique est devenue le symbole de «energyday 07». Jusqu'au 27 octobre, les consommateurs et consommatrices ont été incités, par diverses actions et offres concrètes, à apporter leur contribution à une Suisse énergétiquement efficace et à consulter l'étiquetteEnergie pour tout achat d'appareils électriques.

L'energyday est un projet de l'agence-énergie-appareils électriques (eae) patronné par SuisseEnergie et réunissant producteurs, grands distributeurs et commerces spécialisés. Il a eu lieu pour la deuxième fois, le samedi 27 octobre. Dans tous les magasins Coop, Migros, Ikea, Interdiscount, Lumimart et OBI, ainsi que dans les commerces d'électricité et les usines électriques participantes, vous trouverez des ampoules économiques en promotion. Chacun a ainsi pu apporter sa contribution personnelle à l'utilisation efficace de l'énergie.

## Mettre fin aux préjugés

Les médias, notamment un encart dans le «Blick» et des brochures d'information, ont renseigné les consommateurs et consommatrices sur les avantages des ampoules économiques pour l'environnement et pour le porte-monnaie. Les préjugés tenaces apparus lors du lancement des ampoules économiques ont été activement combattus dans le cadre de la journée de l'énergie. Par ailleurs, les consommateurs et consommatrices ont pris conscience de faire une bonne action non seulement pour l'environnement, mais aussi pour leur porte-monnaie: en remplaçant une ampoule de 100 watts par une ampoule économique de 20 watts d'une intensité de lumière identique, les coûts d'électricité diminuent de 100 francs sur la durée de vie de la lampe. Le potentiel d'économie, lors du remplacement systématique des ampoules à incandescence par des ampoules économiques, est estimé à environ 2% de la consommation annuelle de courant en Suisse.

## Spots TV

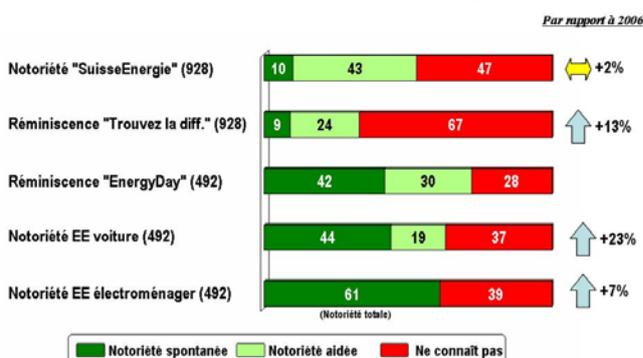
Remplacer une ampoule à incandescence par une ampoule économique est simple comme un jeu d'enfants. Un spot TV, en prime time dans la semaine du 20 au 27 octobre, a montré qu'il suffit de: «visser et dévisser». Dans leurs villes respectives, certains politiciens participeront à cette démonstration en présence des médias.

## Partenaires de «energyday 07»

SuisseEnergie, Osram, Philips, Coop, Migros, l'Union suisse des installateurs-électriciens, les Cités de l'énergie, le Konsumentenforum, l'Association Suisse pour l'éclairage, l'Agence Suisse pour l'efficacité énergétique et les médias ont participé à «energyday 07». Ce large soutien a garanti une action à l'échelon national.

## Résultats

Récapitulatif des notoriétés et réminiscences  
(Base : Suisses âgés de 15 à 74 ans)



Le projet energyday07 présente un taux de notoriété de 72 pour cent dans toute la Suisse, dont 42 pour cent de notoriété spontanée et 30 pour cent de notoriété aidée. Ce graphique montre le résultat de l'enquête omnibus réalisée fin novembre 2007 par l'institut M.I.S. Trend pour SuisseEnergie.

## Faits et chiffres energyday07

Fin novembre 2007, quelque 350'000 ampoules basse consommation ont été distribuées à l'occasion des différentes actions des partenaires dans toute la Suisse. Des milliers de personnes ont profité des actions d'échange et de vente durant la journée energyday07.

Le projet energyday08 est en préparation. Il vise davantage d'efficacité énergétique en «éteignant» les appareils électriques par ex. à l'aide d'une multiprise.

## 2.2.5 Projets « Femmes »

Les différentes études omnibus menées pour le programme SuisseEnergie montrent que le programme est relativement peu connu auprès des femmes. Afin de remédier à cet état de fait un projet pilote « Femmes » a été lancé à l'automne 2007. Cinq thèmes ont été développés en tenant compte des attentes féminines soit les fenêtres, le boiler à pompe à chaleur, la nouvelle cuisine, les lampes, la voiture. Conjointement cinq sujets « Trouvez la différence » ont également été mis sur pied.

Ces sujets ont paru au niveau national sous la forme d'articles PR gratuit ou sous la forme de publiportages.

### FINDE DEN UNTERSCHIED!



**Herkömmlicher Boiler**



**Wärmepumpen-Boiler**

Lucie Lang kann mit gutem Gewissen ein Vollbad nehmen und sich Seidenpyjamas leisten, weil sie ihr Wasser kostensparend mit 75 % Umweltenergie erwärmt.

## 2.2.6 Rapport annuel SuisseEnergie

Sous le titre „Effizient in jeder Hinsicht », le 6ème rapport annuel SuisseEnergie 2006/2007 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.

## 2.2.7 Newsletter

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

## 2.2.8 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 faitière, un budget de 2,213 millions de francs a été réservé en 2007. Editions spéciales (Immobilier, Multimobil, Blick) Sfr 500'000.--, Expositions Sfr 360'000.--, Annonces et publiereportages Sfr 300'000.--, Projet Femmes Sfr 300'000.--, Partenariat (Cantons, communes, hausinfo) Sfr 400'000.--, energyday07 Sfr 100'000.-- Autres Sfr 253'000.--. 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

Die beiden Aktionspläne Energieeffizienz und erneuerbare Energien sollen vom Bundesrat Anfang 2008 verabschiedet werden. Die Umsetzung der Pläne wird 2008 erste Priorität einnehmen.

### Activités liées au label

Die Schwerpunkte im 2008 sind:

- Die Marke „suisse qualité“ beim IGE schützen und das Reglement entsprechend anpassen.
- Das Label Eco-Drive in die Reglementstruktur des BFE integrieren (Schutz neues Label-Design beim IGE, Erarbeitung Grundlagen-Reglement und Technisches Reglement gemeinsam mit QAED).
- Abklärungen bei der EU-Kommission bezüglich der Einführung von einzelstaatlichen Energieetiketten (freiwillige Energieetiketten) in der Schweiz vornehmen.
- Freiwillige Energieetikette für Kaffeemaschinen einführen.
- Partner, Netzwerke und Beauftragte bei Fragen zu den Labels beraten.

### Communication

Comme en 2007, l'année 2008 n'aura pas uniquement un point fort, mais trois thèmes principaux : l'assainissement du bâtiment au printemps 2008, la mobilité ainsi que l'efficacité énergétique en automne de cette même année. Ces thèmes seront mis en scène dans trois „Tout ménage“ ou « Extra-blatt » (Immobilier en mars, Immobilier en septembre, Encarts Blick, Illustré, Il Caffè, le 25 octobre

2008) publiés au niveau suisse en trois langues. Par ailleurs, deux éditions spéciales pour les communes « Commune-Energie » seront éditées en mai et novembre 2008. Ces mesures phares seront l'occasion comme par le passé de motiver de nombreux partenaires à participer au programme SuisseEnergie. L'année 2008 verra également la poursuite du « projet femmes ». En effet, le projet-pilote développé en 2007 essentiellement sous forme de publiereportages dans la presse écrite sera étendu aux médias électroniques (radios, télévisions).

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.

## 4 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](mailto:office@bfe.admin.ch)  
[www.energie-schweiz.ch](http://www.energie-schweiz.ch)

Section SuisseEnergie, Marketing: Hans-Peter Nützi, 031 322 56 49,  
[hanspeter.nuetzi@bfe.admin.ch](mailto:hanspeter.nuetzi@bfe.admin.ch)

Communication et expositions SuisseEnergie: Chantal Purro, 031 322 55 96,  
[chantal.purro@bfe.admin.ch](mailto:chantal.purro@bfe.admin.ch)

## 5 Littérature

- [1] EnergieSchweiz (2004). Kommunikationskonzept EnergieSchweiz 2006 -2010. Bern: Bundesamt für Energie BFE.
- [2] EnergieSchweiz (2007). 6. Jahresbericht 2006/07. 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](mailto:contact@bfe.admin.ch) · [www.energie-schweiz.ch](http://www.energie-schweiz.ch)