



# Étude de notoriété de « SuisseEnergie » et de ses plates-formes de communication

*réalisée pour L'Office de l'Énergie (OFEN) - Berne*

Novembre 2009



© - novembre 2009

# 1. Descriptif de la recherche

---

# Méthodologie

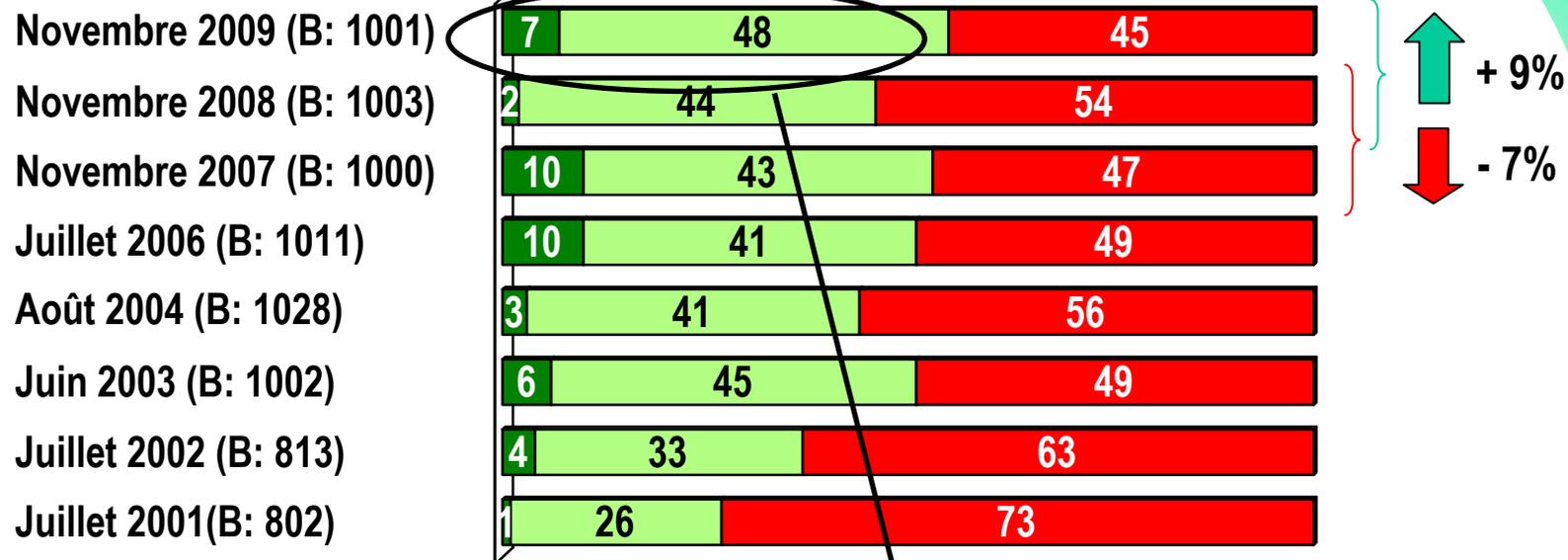
- **Méthodologie téléphonique CATI** (Computer Assisted Téléphonic Interviews) depuis nos centrales de Lausanne et de Berne.
- Impliquant **une vingtaine d'enquêteurs** spécialement instruits de la nature des questions, assistés au démarrage de la prise d'information et surveillés tout au long de celle-ci.
- **Échantillon de 1'001 Suisses** âgés de 15 à 74 ans, représentatifs du territoire.
- **Marge d'erreur** sur l'échantillon total : +/- 3,0%
- Résultats ventilés selon **plusieurs critères socio-démographiques** potentiellement explicatifs.

## 2. Analyse des résultats

---

# Notoriété de « SuisseEnergie »

(Base : Suisses âgés de 15 à 74 ans)



Notoriété spontanée
  Notoriété aidée
  Ne connaît pas

Suisse romande : 48% (2008 = 43%) ↗  
 Suisse alémanique : 57% (2008 = 48%) ↗  
 Tessin : 50% (2007 = 48%)

Où ? (547 pers.)

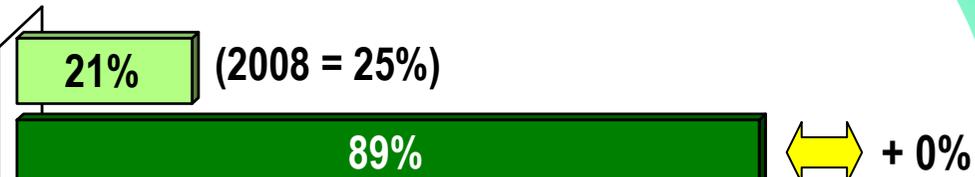
Articles presse : 64% ↘	Campagne affichage : 29%
Annonce pub : 48% ↘	(Rappel affichage 2008 : 30%)
Flyers, brochures : 27%	Spot TV : 38%
Reportage TV : 49% ↘	(Rappel spot TV 2007 : 43%)
Manif. OFEN : 10%	Publi-reportage : 21% ↘
Site Internet : 17%	Journal propriétaires
Expo, foires : 18%	et entreprises : 21%

# Notoriété des objectifs des buts du programme

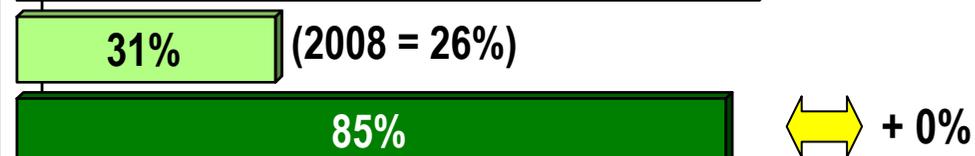
(Base : Suisses connaissant « SuisseEnergie » ne serait-ce que de nom)

6

Réduction de 10% des émissions de CO2



Part importante accordée aux énergies renouvelables



Contribuer à la politique climatique et améliorer la qualité de vie



Diminuer de 10% la consommation de mazout / gaz / charbon



Croissance de 5% maximum de la consommation électrique



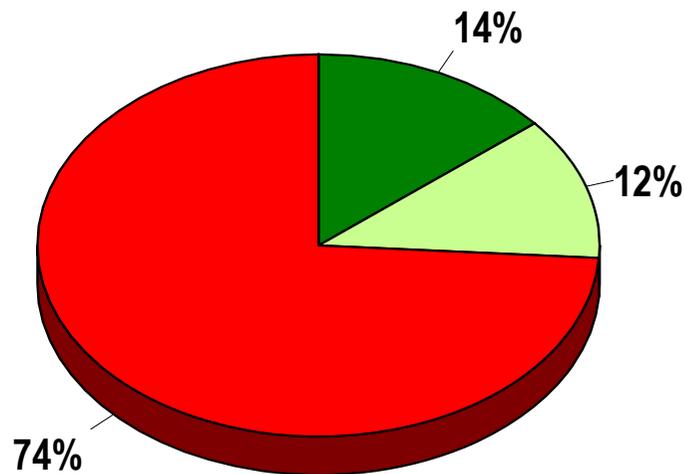
Notoriété spontanée nov. 2009 (B : 547)

Notoriété totale nov. 2009 (B : 547)

# Réminiscence de la plate-forme de communication « Les petits trucs »

7

(Base : 1001 Suisses âgés de 15 à 74 ans)



- Oui, en a entendu parler
- Oui, mais après description
- N'en a jamais en

Suisse romande

11%

12%

Suisse alémanique

14%

13%

Suisse italienne

12%

16%

Où ? (266 pers.)

**Pub journal : 45%**

**Publi-reportage : 24%**

**Journal info proprio : 24%**

**Professionnels : 7%**

**Expo, foires : 14%**

**Site Internet : 11%**

**Concours Blick Online : 5%**

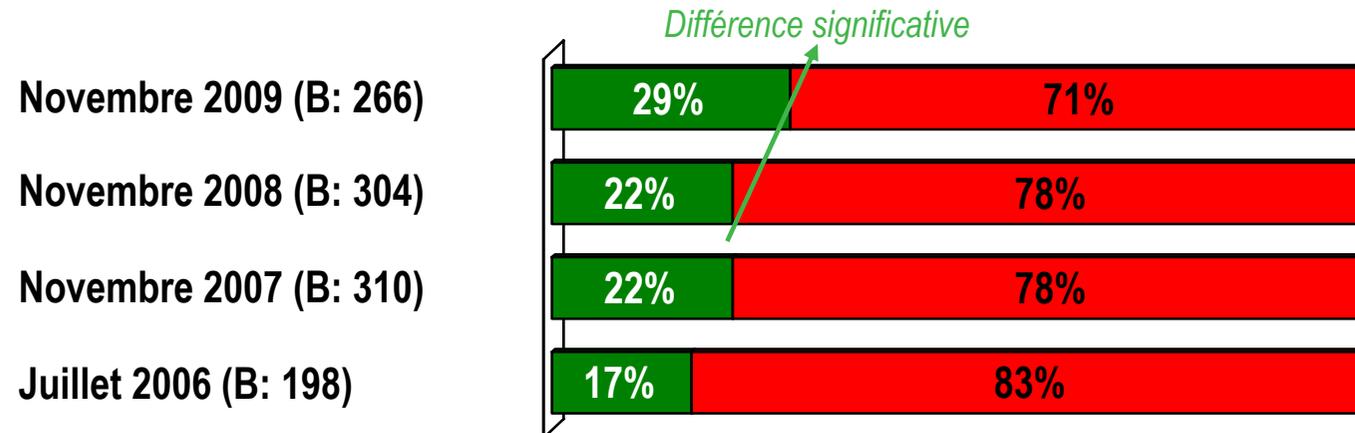
**Spot TV : 51%**

M.I.S  
TREND

© - novembre 2009

# Plate-forme de communication « Les petits trucs » dans le cadre du programme « SuisseEnergie »

(Base : Suisses âgés de 15 à 74 ans)



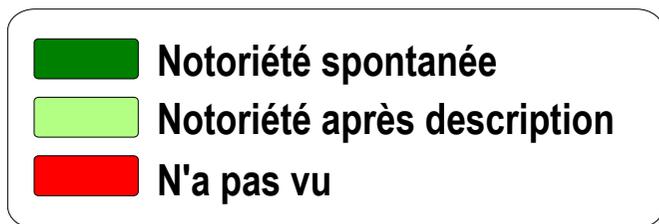
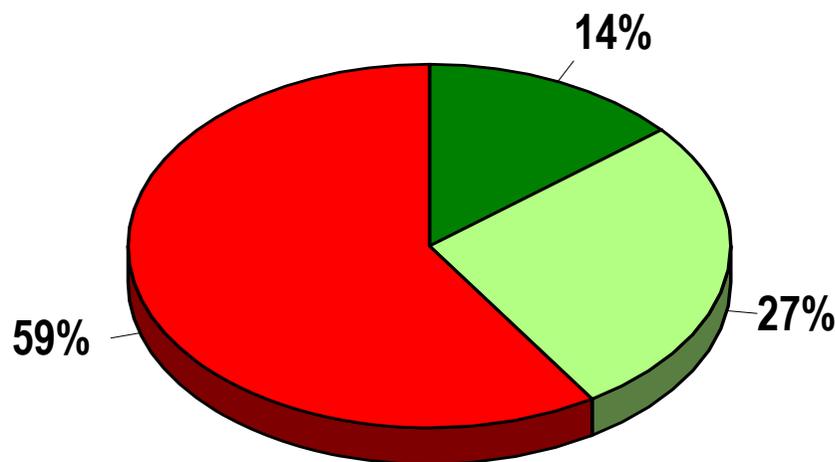
Savait que la communication était menée dans cadre SE
  Ne savait pas

**Suisse romande : 19% (2008 = 17%)**  
**Suisse alémanique : 31% (2008 = 23%)**  
**Tessin : 26% (2008 = 23%)**

**15 – 34 ans : 26% (2008 = 15%)**  
**35- 54 ans : 29% (2008 = 14%)**  
**55 – 74 ans : 31% (2008 = 38%)**

# Réminiscence de la plate-forme de communication « EnergyDay09 » 9

(Base : 547 Suisses connaissant « SuisseEnergie » ne serait-ce que de nom)



Suisse romande : 32%  
Suisse alémanique : 43%  
Tessin : 53%

Situation générale (1001 pers.)  
12% A vu  
88% N'a rien vu

Réminiscence totale : 41%

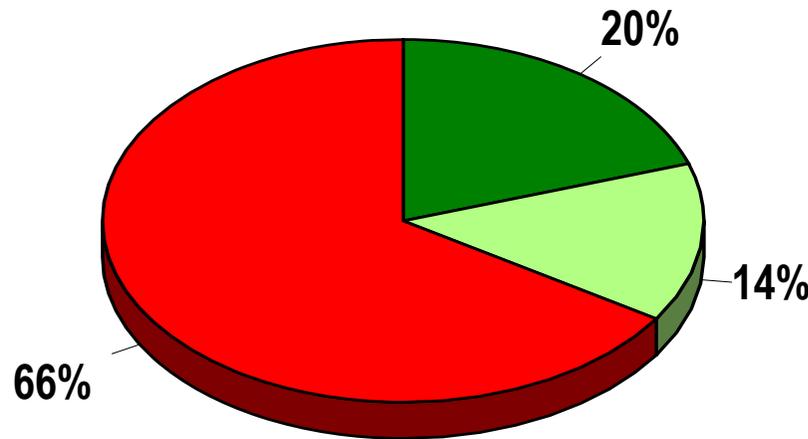
Où ? (224 pers.)

- Articles presse : 50%
- Annonce pub : 47%
- Service industriel : 26%
- Manif. OFEN : 9%
- Spot TV : 41%
- Site Internet : 9%
- Promotion point vente : 28%
- Publi-reportage journaux : 27%
- Portes ouvertes ZUG : 11%
- Encart magazine : 14%

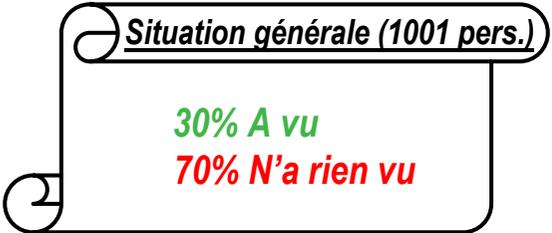
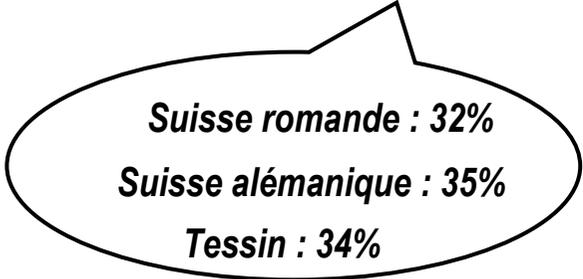


# Notoriété du label « ENERGY STAR »

(Base : 547 Suisses connaissant « SuisseEnergie » ne serait-ce que de nom)

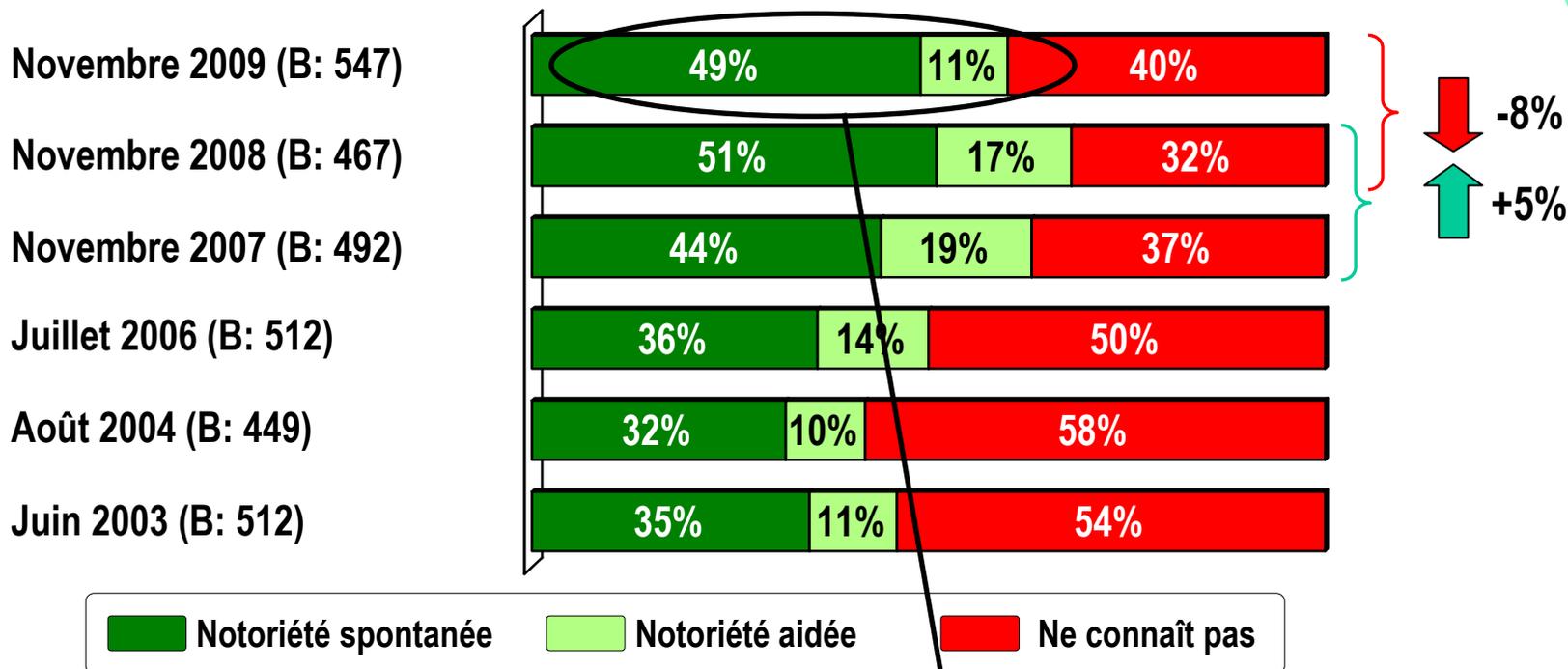


Notoriété totale : 34%



# Notoriété de EtiquetteEnergie pour la voiture

(Base : Suisses connaissant « SuisseEnergie » ne serait-ce que de nom)



*Notoriété totale de EtiquetteEnergie pour la voiture auprès des personnes qui ne connaissent pas SuisseEnergie : 49% (54% en 2008)*

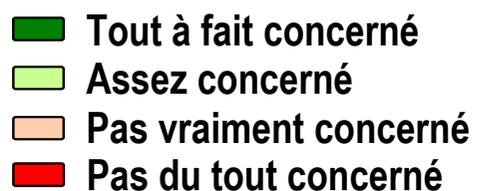
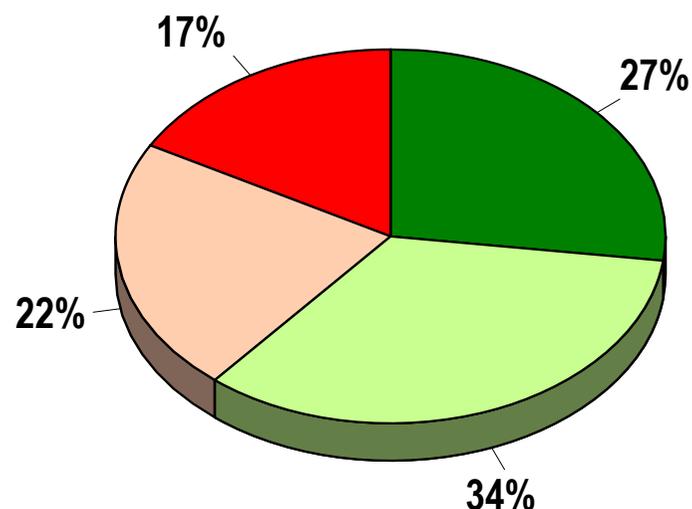
*En ont tenu compte lors de l'achat d'une voiture (421 pers.): 41% (2009), 38% (2008), 47% (2007), 39% (2006)*

**Où ? (379 pers.)**

Publi-reportage : 23%	Articles presse : 42% ↘
Garagiste : 39% ↗	Annonce pub : 25% ↘
Liste du TCS : 30% ↗	Liste ATE : 10%
Site Internet : 11%	Spot TV : 26%
Expo, foires : 24% ↗	

## Importance des questions abordées par EtiquetteEnergie pour les voitures

(Base : 1001 Suisses âgés de 15 à 74 ans)



Hommes

Femmes

15 - 34 ans

35 - 54 ans

55 - 74 ans

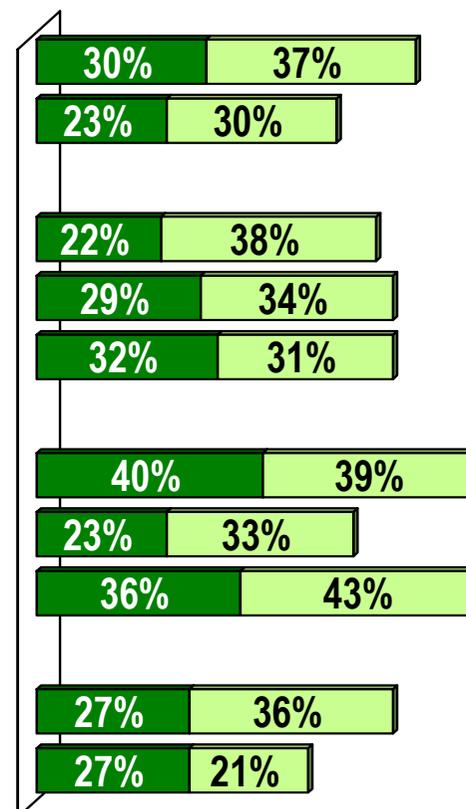
Suisse romande

Suisse alémanique

Suisse italienne

Avec voiture

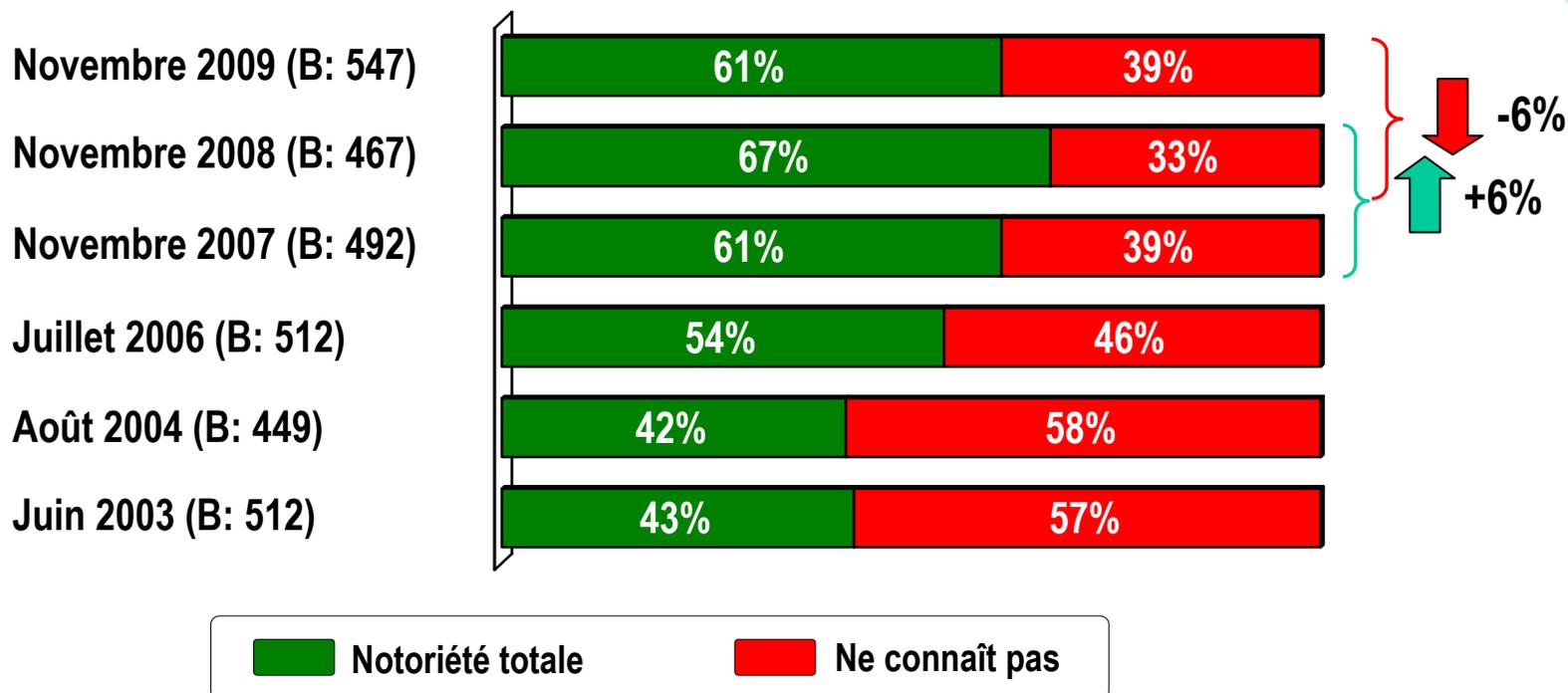
Sans voiture



# Notoriété de EtiquetteEnergie pour l'électroménager

(Base : Suisses connaissant « SuisseEnergie » ne serait-ce que de nom)

13



*Notoriété totale de EtiquetteEnergie pour l'électroménager auprès des personnes qui ne connaissent pas SuisseEnergie : 51% (58% en 2008)*

*En ont tenu compte lors de l'achat d'électroménager (624 pers.): 63% (2009), 62% (2008), 65% (2007), 51% (2006)*

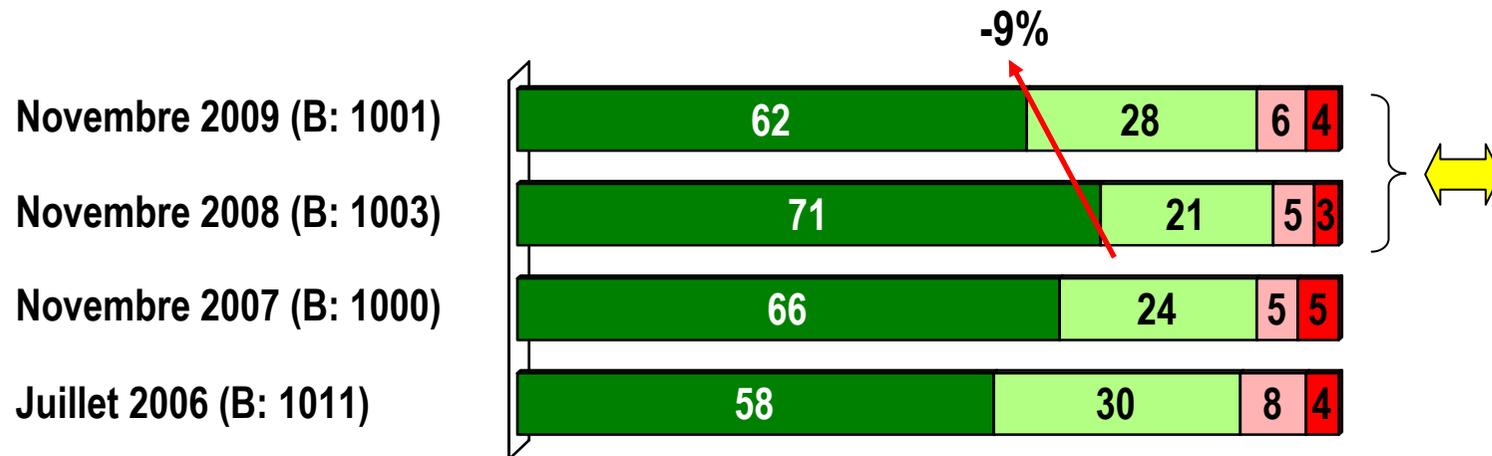
## Situation générale (1001 pers.)

16% ne connaissent que EE voiture  
17% ne connaissent que EE électro.  
43% connaissent les deux  
23% ne connaissent aucun des deux

M.I.S  
TREND

# Problématique de la consommation énergétique dans une décision d'achat envisagée

(Base : Suisses âgés de 15 à 74 ans)



Lors d'un achat, en tiendra ...

certainement compte

probablement compte

probablement pas compte

certainement pas compte

*Suisse romande : 67% (2008 = 72%)*

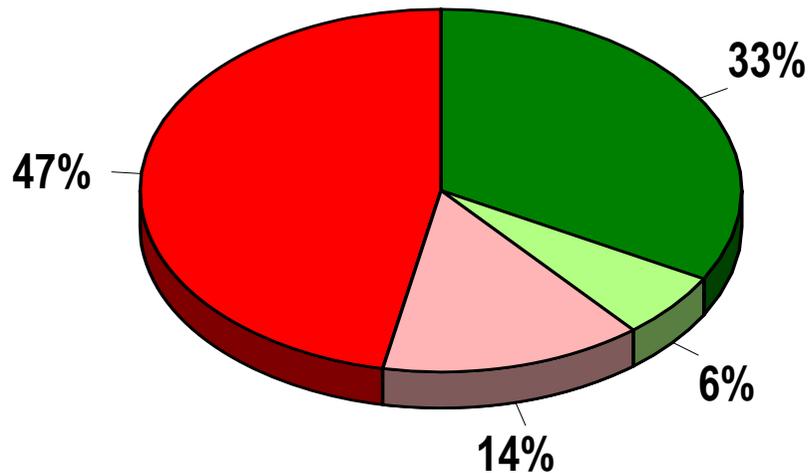
*Suisse alémanique : 61% (2008 = 70%)*

*Tessin : 67% (2008 = 65%)*

# Réminiscence de l'édition spéciale du journal « SuisseEnergie » envoyée aux propriétaires fonciers

15

(Base : 347 propriétaires suisses)



Total reçu : **53%** ↗  
(Rappel 2008 : 35%)  
(Rappel 2007 : 35%)

*Différence  
significative*

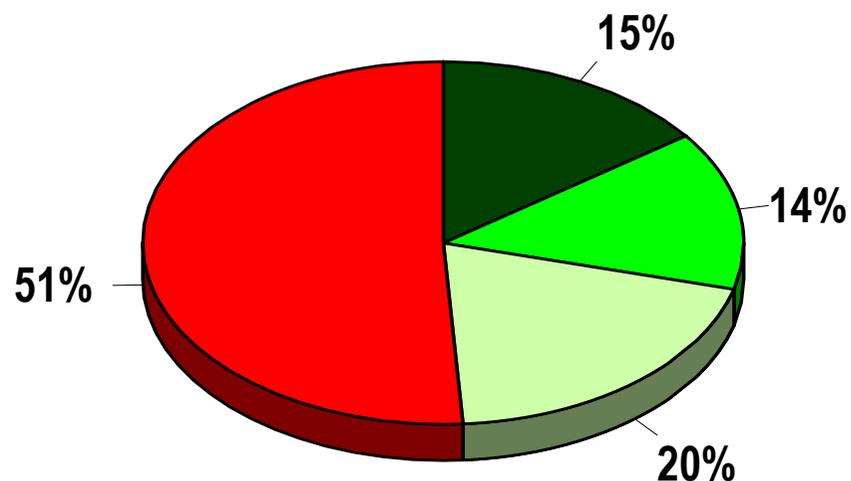
- Reçu, lu et trouvé intéressant
- Reçu, lu mais pas trouvé intéressant
- Reçu mais non lu
- Pas reçu (ne s'en souvient pas)

*la réception du journal a eu lieu  
en mai 2009 et la prise  
d'information en novembre 2009*

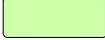
# Demande d'aide pour l'assainissement de la maison

(Base : 347 propriétaires suisses)

16



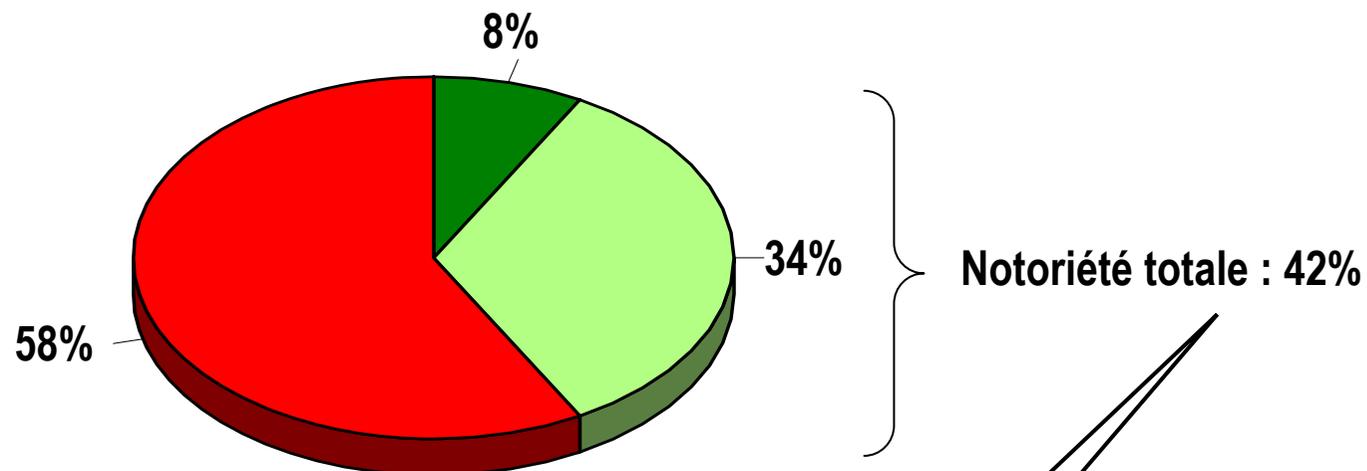
Total « demandera l'aide » : 49%

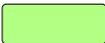
-  Oui, tout à fait décisif dans la décision
-  Oui, assez décisif dans la décision
-  Oui, mais pas décisif dans la décision
-  Ne demandera pas d'aide

# Notoriété du Certificat Énergétique Cantonal des Bâtiments

17

(Base : 347 propriétaires suisses)



-  Connaît et en a fait un
-  Connaît mais n'en a pas fait
-  Ne connaît pas

Suisse romande : 24%  
Suisse alémanique : 47%  
Tessin : 33%

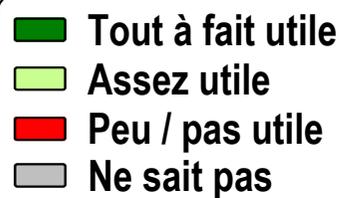
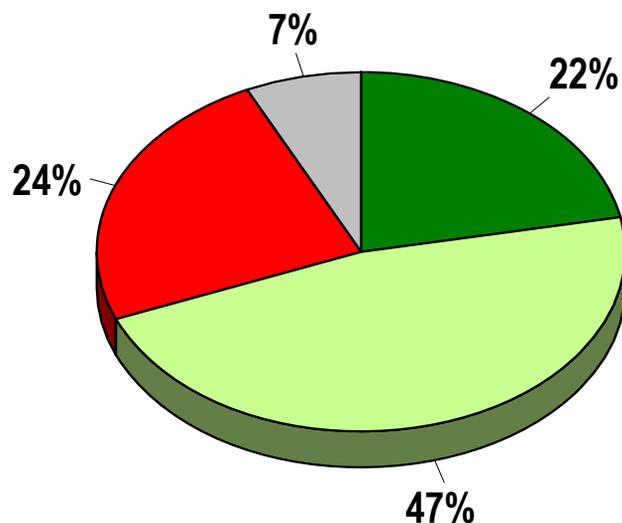
## Où ? (146 pers.)

Publi-reportage : 17%  
Journal info propriétaire : 39%  
Articles presse : 47%  
Services industriels : 26%  
Manif. OFEN + partenaire : 9%  
Articles presse : 42%  
Spot TV : 19%

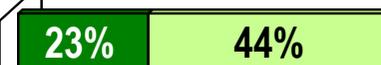
# Utilité des plateformes de communication de SuisseEnergie

18

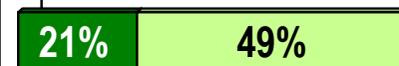
(Base : 1001 Suisses âgés de 15 à 74 ans)



Hommes



Femmes



15 - 34 ans



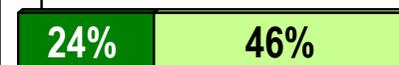
35 - 54 ans



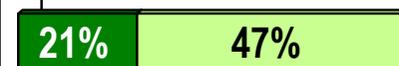
55 - 74 ans



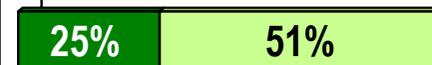
Suisse romande



Suisse alémanique

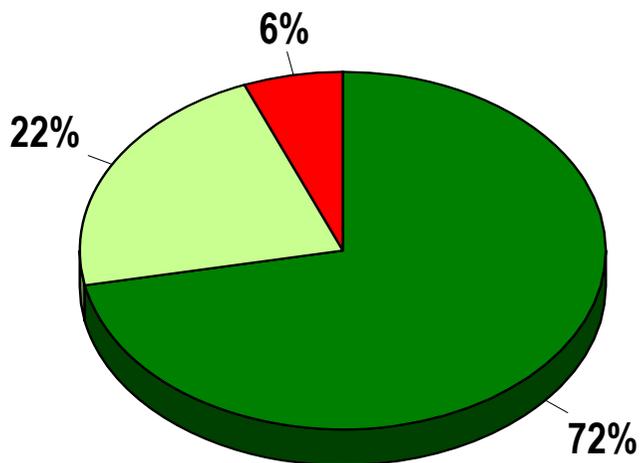


Suisse italienne



# L'avenir du programme « SuisseEnergie »

(Base : 1001 Suisses âgés de 15 à 74 ans)



Hommes



Femmes



15 - 34 ans



35 - 54 ans



55 - 74 ans



Suisse romande



Suisse alémanique



Suisse italienne



# **Sujets à traiter plus particulièrement**

(Base : 1001 Suisses âgés de 15 à 74 ans)

---

20

**Economie d'énergie dans la maison**

**Economie d'énergie en général / écogestes**

**Consommation des appareils ménagers**

**Avantages énergies renouvelables**

**Alternatives aux énergies actuelles**

**Comment réduire CO2 / que faire ?**

**Les économies financières faites en économisant l'énergie**

**Plus d'info sur EtiquetteEnergie**

**Parler plus du réchauffement planète**

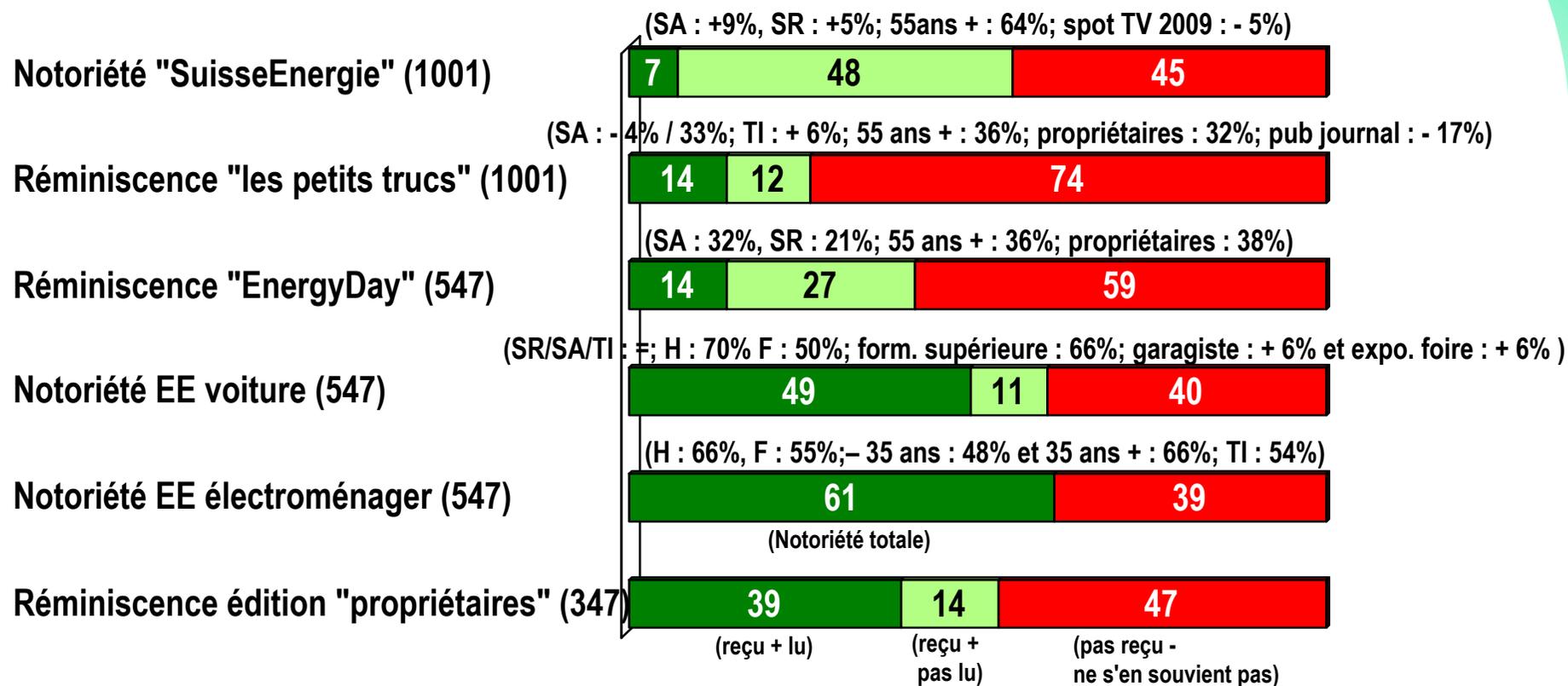
**Où s'informer en cas de questions**

**La mobilité, les voitures, les transports publics**

**Les aides financières de la Confédération**

# Récapitulatif des notoriétés et réminiscences

(Base : Suisses âgés de 15 à 74 ans)





# Étude de notoriété de « SuisseEnergie » et de ses plates-formes de communication

*réalisée pour L'Office de l'Energie (OFEN) - Berne*

Novembre 2009



© - novembre 2009