



12 décembre 2012

Appel d'offres: promotion des véhicules à bon rendement énergétique

1. Situation initiale

Avec 36,5%, les transports représentent la plus grande part de la consommation d'énergie finale en Suisse. Entre 1990 et 2011, la consommation finale d'énergie pour les transports a passé de 262,5 PJ à 311 PJ (Statistique globale de l'énergie 2011). En 2011, 53% de la consommation finale d'énergie pour les transports (personnes, marchandises, véhicules hors-route) étaient liés au trafic voyageurs motorisé (Metron 2012). La même année, le trafic des personnes sur le rail n'a utilisé que 2% de la consommation finale d'énergie pour les transports (Metron 2012). Entre 1994 et 2010, les trajets quotidiens moyens par personne ont passé de 31,4 km à 36,7 km, soit une augmentation de 17%. 65% des trajets quotidiens sont parcourus en voiture et 23% avec les transports en commun (OFS 2012).

Alors que l'objectif des émissions de CO₂ pour les combustibles est en passe d'être atteint, les émissions dans le secteur des carburants ont continué d'augmenter entre 1990 et 2010. Le principal responsable de l'échec des objectifs de Kyoto est donc le trafic (Communiqué de presse du DETEC du 10.6.2011, OFEV 2011). Dans le secteur des transports, les mesures et approches efficaces visant à réduire la consommation d'énergie et les émissions de CO₂ sont donc particulièrement urgentes.

Une possibilité de réduire la consommation d'énergie dans les transports réside dans le passage à des véhicules présentant un meilleur rendement énergétique. Il s'agit de technologies de propulsion alternatives (véhicules au gaz naturel, hybrides ou électriques), mais également de véhicules à essence ou diesel efficaces. Les scooters électriques ou les vélos électriques représentent une alternative efficace à la voiture. En prenant systématiquement en compte la technologie la plus économique lors de l'achat d'un véhicule neuf, on pourra économiser environ 20% à 30% de la consommation globale de carburant d'ici à 2020.

Au cours des prochaines années, dans le cadre du programme SuisseEnergie, l'OFEN soutiendra financièrement les mesures et les projets très prometteurs pour la promotion en Suisse des véhicules et des technologies de propulsion à haute efficacité énergétique, afin de mieux faire connaître à la population les véhicules économiques et d'offrir aux intéressés des informations et des conseils indépendants en ce qui concerne les marques et la possibilité de faire des courses d'essai. Le soutien financier maximal de **1'000'000 de francs par année** mis à disposition par l'OFEN pour la période de budget 2014 à 2016 dans le cadre de SuisseEnergie est destiné à encourager de manière ciblée les activités du bénéficiaire.

2. Limite du système et objectif de l'appel d'offres

L'OFEN/SuisseEnergie doit et veut investir les fonds d'encouragement avec une bonne rentabilité et souhaite donc obtenir le meilleur rapport coût-efficacité. Le résultat se mesure notamment à l'aune de l'impact énergétique et de l'économie de CO₂.



De la part d'un partenaire convaincant, performant et compétent, l'OFEN/SuisseEnergie attend une présence professionnelle. Grâce à une vaste offensive de marketing et d'information spécifique aux groupes-cibles, la part de marché des véhicules et des concepts de propulsion à bon rendement énergétique, en particulier aussi chez les exploitants de parcs automobiles, doit augmenter rapidement et de manière significative en Suisse. On recherche également des idées novatrices pour inciter les différents groupes-cibles potentiels (p. ex. particuliers, commerçants, collectivités publiques, exploitants de parcs automobiles, pendulaires) à profiter de l'offre de véhicules efficaces. Le prérequis est la mise en place d'une vaste plateforme de promotion et d'information reconnue en tant que point de contact pour toutes les questions et les activités liées au thème des véhicules économiques.

Globalement, les mesures de promotion proposées doivent être neutres du point de vue technologique et indépendantes en ce qui concerne les marques. L'objectif est une nette augmentation de la part de marché des véhicules économiques qui répondent aux critères suivants:

- Véhicules de la catégorie de rendement énergétique A;
- Véhicules produisant moins de 95 g de CO₂/km.

Il s'agit de véhicules efficaces appartenant aux technologies suivantes:

- Véhicules électriques, y c. scooters électriques, véhicules légers et vélos électriques¹;
- Véhicules hybrides, y c. plug-in hybrides et hybrides équipés d'un prolongateur d'autonomie (range extender);
- Véhicules pouvant être alimentés au gaz biogène et au gaz naturel;
- Véhicules à hydrogène et à piles à combustible, etc.;
- Véhicules à essence et diesel.

La demande doit indiquer de manière convaincante avec quelles mesures et quelles stratégies (différenciées selon les groupes-cibles) quels objectifs quantitatifs et qualitatifs (notamment les objectifs de vente quantitatifs et les objectifs en matière d'efficacité énergétique) doivent être atteints sur la durée du contrat.

Les activités doivent être mises en œuvre pour toutes les parties du pays et dans les trois langues nationales. Toute la présence doit être coordonnée avec SuisseEnergie et une intégration dans les domaines existants de SuisseEnergie doit être garantie. Voici les activités possibles:

1. Organisation et réalisation d'expositions de véhicules (roadshows, y c. le Salon international de l'automobile de Genève) avec la possibilité de faire des courses d'essai (environ 70% des coûts totaux du projet);
2. Observation du marché et traitement de l'information. Il s'agit de:
 - A. Observation du marché et assurance-qualité: élaboration et mise à jour permanente d'une banque de données à titre de «Guichet unique» pour

¹ Pour les vélos électriques, il s'agit exclusivement de l'assurance-qualité.



- les véhicules et les concepts de propulsion présentant un bon rendement énergétique susceptible d'être intégrée au site Web de SuisseEnergie;
- B. Conseil et soutien: service indépendant en ce qui concerne les marques et neutre technologiquement à l'intention des consommateurs, exploitants de parcs automobiles, professionnels des médias, commerçants et autres intéressés. Elaboration et distribution de documentation, de publications spécialisées et de matériel d'information;
- C. Communication et travail avec les médias: prospection active du marché grâce aux mesures de communication et au travail avec les médias (nouveaux médias inclus). Forte présence dans les médias.

Les activités sont mises en œuvre par un acteur compétent sur le plan technique, dynamique et disposant d'un bon réseau de contacts. Grâce à une présence homogène et professionnelle ainsi qu'à un concept marketing perfectionné, les produits de haute qualité et la plateforme bénéficient d'une grande visibilité.

Dans son offre (max. 15 p., annexe incluse), l'auteur de la demande est tenu de décrire le processus concret de manière détaillée. Il faut formuler les objectifs qualitatifs et quantitatifs en indiquant la façon de les mesurer. Il s'agit aussi de préciser avec quelles offres les différents groupes de clients sont interpellés. Les idées novatrices pour accélérer une forte commercialisation des véhicules efficaces sont également les bienvenues.

Un budget détaillé et ventilé selon les années civiles doit être présenté dans l'annexe (si possible sur une page A4). Il doit indiquer quelles prestations sont fournies et à quel prix, ainsi que leur mode de financement. **Les heures consacrées et les tarifs horaires doivent y apparaître.** Voici sommairement la structure de la demande:

- Données générales sur le requérant, y c. organisation avec certificat de compétence du requérant et justificatif de qualification du personnel employé (direction, employés spécialisés);
- Motivation pour la tâche;
- Objectif et groupes-cibles;
- Stratégie (Quels sont les produits offerts? Comment les produits atteignent-ils une grande visibilité? Quelles sont les idées caractéristiques du projet? Comment s'adresse-t-on aux différents groupes de clients?);
- Résultats sous la forme d'objectifs et d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs avec les moyens prévus;
- Signatures;
- Budget détaillé et ventilé selon les années civiles (2014, 2015, 2016);
- Analyse des effets du potentiel de réduction d'énergie et d'émissions de CO₂;
- Annexes.

3. Critères de sélection

A quels critères la demande d'encouragement doit-elle répondre?



- La demande indique de manière convaincante et transparente quels moyens et quelles mesures permettent d'atteindre le groupe-cible le plus large ou le plus important possible, comment ledit groupe est incité à changer son comportement d'achat et quel impact énergétique peut être ainsi réalisé;
- Les coûts totaux du projet doivent être indiqués et la part des prestations propres et des prestations de tiers doit s'élever au moins à 60%;
- Les aides financières de la Confédération déjà sollicitées ou dont l'attribution a été confirmée doivent être déclarées. Il faut éviter les doubles financements par plusieurs organes fédéraux;
- Transparence dans la présentation de la situation financière ou des perspectives de financement et de la structure organisationnelle. Il convient de faire apparaître quels fonds sont déjà attribués et quelles demandes ou promesses de soutien sont encore en suspens;
- Additionnalité du projet (la nécessité de la contribution de SuisseEnergie ou le profit supplémentaire compte tenu de la contribution de SuisseEnergie doivent être prouvés);
- Solide assise du projet ou intégration de partenaires qualifiés pour la mise en œuvre;
- Gestion de projet transparente avec échelonnement clair ainsi que contrôle des coûts et des effets;
- Les compétences professionnelles et les expériences des principaux collaborateurs responsables sont démontrées.

Les principaux critères d'adjudication sont:

- Un rapport coût-efficacité optimal lors de la réalisation d'objectifs qualitatifs et quantitatifs aisément vérifiables et clairement présentés;
- Fort potentiel d'impact énergétique;
- Concept convaincant;
- Haut degré d'acceptation dans les différentes branches déterminantes;
- Réseau optimal au plan national;
- Organisation performante;
- Responsables de projet qualifiés et expérimentés;
- Marketing professionnel;
- Mise en œuvre en trois langues (F, D, I) à l'échelle nationale.

4. Organisation / Equipe de projet

Le projet est soutenu par une organisation de l'économie privée. Le bénéficiaire de l'aide financière est une organisation (personne morale) ayant son siège en Suisse.



5. Calendrier

Remise des offres (max. 15 p., y c. annexe) en 4 exemplaires	30 avril 2013
Présentation des offres des trois candidats les plus prometteurs	22 mai 2013, 9-12 h
Décision concernant l'adjudication des projets	jusqu'au 31 mai 2013
Démarrage des projets	4 ^e trimestre 2013 (travaux préparatoires)
Rapport intermédiaire/rapport annuel	semestriel/remise d'un rapport annuel détaillé en fin d'année
Mise en œuvre des projets	Années de mise en œuvre 2014, 2015, 2016
Prolongation des contrats	2 années civiles au maximum
Fin des projets avec rapport final	avril 2017 (2014-16 pour le rapport final)
Exposés techniques	OFEN en cas de besoin

6. Coûts / Recours à des moyens tiers

L'OFEN/SuisseEnergie met à disposition un budget de 1'000'000 de francs au maximum (frais inclus) par année. Conformément à l'ordonnance sur les subventions et aux art. 12 et 14 de la loi sur l'énergie, les aides financières de l'OFEN ne peuvent dépasser **40% des coûts totaux du projet**.

7. Informations supplémentaires et remise des offres

Silas Hobi, section Efficacité énergétique, Office fédéral de l'énergie (OFEN), 3003 Berne

Tél. +41 31 322 54 74

Courriel: silas.hobi@bfe.admin.ch



Bibliographie

Office fédéral de l'énergie 2011: *Statistique globale suisse de l'énergie 2010*, Berne. 64 p.

Office fédéral de l'énergie 2011: *Grundlagen für die Energiestrategie des Bundesrates (résumé en français); printemps 2011*, Berne. 197 p.

Office fédéral de la statistique (OFS) 2012: *La mobilité en Suisse, Résultats du microrecensement mobilité et transports 2010*, Neuchâtel. 115 p.

Office fédéral de l'environnement (OFEV) 2011: *Emissions d'après la loi sur le CO₂ et d'après le Protocole de Kyoto*, Berne. 11 p.

Metron 2012: *Energietabelle August 2012* (document interne)