

LA PREMIERE RENCONTRE DES COLLECTIVITES QUI S'ENGAGENT QUELLES SOLUTIONS POUR MOBILISER LES ACTEURS LOCAUX DANS LE PCET ?



Paris
10 juin 2013 – 14.00-17.30

SYNTHESE

Avec le soutien de



> Objectifs des rencontres des collectivités qui s'ENGAGENT	2
> L'approche participative ENGAGE, un outil pour mobiliser les acteurs locaux dans le PCET	2
>> Qu'est-ce qu'ENGAGE ?	2
>> Une approche participative en 5 étapes	3
>> Le poster ENGAGE, le support personnalisable pour mobiliser différentes cibles	4
>> Des posters pour quelle action de mobilisation ? Pour quoi, avec qui ?	5
> Retour sur la campagne de mobilisation de Leicester (UK) : un travail de proximité avec l'implication des acteurs relais	7
> « Je change, ça change tout ! ». Ce qui a changé avec ENGAGE à Rennes Métropole.	8
> La discussion	9
> Pour aller plus loin	9

Retrouvez les présentations de la rencontre sur www.energy-cities.eu/-Rencontres-des-collectivites-qui-s-

> Objectifs des rencontres des collectivités qui s'ENGAGent

www.energy-cities.eu/-Rencontres-des-collectivites-qui-s-

Energy Cities lance les **rencontres des collectivités qui s'ENGAGent**.

Deux fois par an ces rencontres sont ouvertes aux **chargés de mission PCET et aux chargés de communication** des collectivités à la recherche de/dans la mise en œuvre de démarches participatives de mobilisation des acteurs locaux pour :

- **Partager** leur expérience d'approches participatives
- **Echanger** sur de nouvelles solutions pour mobiliser les acteurs locaux
- **S'inspirer** des activités mises en œuvre dans d'autres collectivités en France et en Europe

L'approche participative présentée lors de cette première rencontre est **ENGAGE, un dispositif personnalisable qui utilise le poster comme vecteur de communication et de mobilisation**.

Lors de cette première rencontre, deux collectivités ont été invitées : Rennes Métropole et Leicester.

> L'approche participative ENGAGE, un outil pour mobiliser les acteurs locaux dans le PCET

>> Qu'est-ce qu'ENGAGE ?

En signant la Convention des Maires, les maires s'engagent à « mobiliser la société civile dans leur (notre) territoire afin qu'elle prenne part au développement du Plan d'action ». Avec ENGAGE il s'agit d'impliquer tous les acteurs locaux !

ENGAGE (www.citiesengage.eu) est une campagne de communication participative mise en œuvre par des villes européennes par laquelle citoyens et acteurs locaux s'engagent à contribuer à l'atteinte des objectifs énergie-climat locaux. Grâce à un **outil en ligne** très facile d'utilisation, elles éditent des **posters** créatifs et personnalisés qui présentent les engagements concrets des participants dans le domaine de l'énergie durable.

ENGAGE prouve également que des campagnes de communication mènent à de réelles économies d'énergie : fin 2012 les participants assurant le suivi de leur consommation d'énergie dans les 12 autorités locales pionnières ont permis d'éviter l'émission de 40 000 tonnes de CO₂. **En moyenne, un citoyen a réduit ses émissions annuelles de CO₂ de 12 % !**



Consultez le guide de la campagne :

http://www.citiesengage.eu/en/IMG/pdf/ENGAGE_Campaign_Guidebook_fr.pdf

>> Une approche participative en 5 étapes



EXPLORER

Avant de lancer une campagne ENGAGE, il est important de rassembler toutes les informations utiles sur votre propre ville et de prendre connaissance des autres campagnes en Europe.

- Bien connaître votre ville**
 - Les informations sur la consommation d'énergie dans votre ville, tout particulièrement les consommations individuelles, seront utiles lorsque vous devrez planifier et lancer votre campagne.
- Apprendre des autres**
 - Partez à la découverte des campagnes des autres villes ENGAGE qui sont sources d'inspiration.

ORGANISER

Avec une meilleure compréhension de la manière dont les gens utilisent l'énergie dans votre ville et dont les autres villes mobilisent leurs citoyens, vous serez prêt pour organiser votre campagne.

- Créer un plan de campagne**
 - Des objectifs clairs et des dates butoirs donneront une structure et une direction à votre campagne ENGAGE.
- Partager vos objectifs**
 - Partager ces objectifs dans le cadre de votre vision de la ville « engagée » est une première étape importante vers l'implication des acteurs locaux.

MOBILISER

L'objectif central d'ENGAGE est de mobiliser les acteurs locaux et de les encourager à passer à l'action. La campagne ENGAGE cible 3 groupes qui ont chacun un rôle à jouer.

- Montrer l'exemple**
 - La mise en valeur d'actions exemplaires est un moyen de mobiliser les acteurs locaux. Elus et responsables publics doivent être impliqués et donner l'exemple.
- Impliquer les acteurs socio-économiques**
 - Les ONG locales, entreprises privées et autres associations peuvent soutenir votre campagne et attirer l'attention des deux autres groupes cibles décrits ici.
- Mobiliser les citoyens**
 - Plus un grand nombre de citoyens est mobilisé dans les premiers temps de la campagne et plus celle-ci paraîtra accessible aux autres habitants.

CREER

Pour attirer l'attention sur votre campagne, il vous est nécessaire de développer des outils de communication de haute qualité.

- Photographier**
 - Des photos d'habitants, voisins, entrepreneurs, agents municipaux, etc. sont des ingrédients essentiels à votre campagne.
- Réaliser vos posters**
 - L'outil en ligne ENGAGE vous aidera à transformer de simples photographies en posters personnalisés et reconnaissables.

COMMUNIQUER

Votre campagne est prête à être lancée – parlez-en !

- Afficher vos posters**
 - Valorisez vos posters en les affichant à travers la ville et en les rendant accessibles sur le web via une galerie. Diffusez également dans les réseaux sociaux !
- Promouvoir vos activités**
 - De l'organisation d'événements à la promotion via des médias sociaux il existe de nombreuses manières de promouvoir ENGAGE dans votre ville.
- Célébrer lors de journées ENGAGE**
 - Il est important de mettre en valeur les ENGAGEMENTS et les résultats. Ceci peut être réalisé lors de journées ENGAGE, qui attireront par ailleurs l'attention sur votre campagne.



>> Le poster ENGAGE, le support personnalisable pour mobiliser différentes cibles

- ✓ Vous êtes allés à la rencontre des citoyens et acteurs locaux,
- ✓ Vous leur avez présenté les objectifs énergie-climat de votre collectivité, vous avez échangé avec eux sur des solutions pour réduire leur consommation d'énergie,
- ✓ Ils font déjà du covoiturage pour aller au travail ? Ils envisagent d'isoler leur logement ? Ils souhaitent adopter un écocoste ? => Vous avez noté leur action, enregistré leur engagement,
- ✓ Vous les avez pris en photo pour valoriser cette action et diffuser ces pratiques, ils ont signé un [formulaire de droit à l'image](#),
- ✓ Grâce à l'outil en ligne, vous créez leur poster personnalisé sur lequel ils figurent avec leur engagement,

NB : Seule la collectivité a accès à l'outil de création de posters et non les participants.



Testez l'outil de création de posters sur sa [version de démonstration](#) !
identifiant : citiengage | mot de passe : citiengage

>> Des posters pour quelle action de mobilisation ? Pour quoi, avec qui ?

A vous de créer ! Les possibilités d'utilisation d'ENGAGE sont infinies, découvrez ci-dessous quelques exemples d'utilisation de cette approche.



Valoriser les actions d'acteurs locaux



[Ivanić-Grad \(Croatie\)](#)

Organiser une compétition



[Aachen \(Allemagne\)](#)

Interroger



[Oeiras \(Portugal\)](#)

Montrer que les économies d'énergie, c'est drôle et facile !



[Heidelberg \(Allemagne\)](#)



[Liège \(Belgique\)](#)

Valoriser les actions des services publics



[Pays du Bassin au Virois](#)

Utiliser les associations sportives comme relais



[Noain \(Espagne\)](#)

Montrer l'effet de groupe



[Helsinki \(Finlande\)](#)

Mettre en scène, susciter l'intérêt



[Parc naturel régional du Haut-Jura](#)

ETC. !

Chaque poster a une histoire, [visitez la galerie](#) !

> Retour sur la campagne de mobilisation de Leicester (UK) : un travail de proximité avec l'implication des acteurs relais

[Voir la présentation](#)

Leicester a signé la Convention des Maires en 2009, mais personne ne savait ce que c'était. Rentrer dans ENGAGE a permis d'expliquer ces objectifs et de **travailler avec tous les acteurs locaux, y compris en interne**. Pour la première fois, cela a été également l'occasion de réaliser un projet participatif avec la population et d'impliquer [plus de 400](#) citoyens, responsables publics et acteurs locaux. La [vidéo de présentation](#) des actions mise en place avec ENGAGE a été un puissant outil de communication.

Leicester – quelques points clés

- 330 000 habitants
- 30 % de la population d'origine indienne
- 50 % de la population de moins de 50 ans
- Une histoire forte dans le domaine de l'environnement : pionnier dans les années 1990, puis les problèmes économiques ont mis l'environnement au second plan.



Résultats de la campagne : 391 tonnes de CO₂ évitées

Astuces

- **Utiliser ce qui est déjà en place : avoir un stand dans les événements déjà prévus, et qui ne sont pas forcément ciblés sur la cause environnementale/climat**, et assurer une présence régulière pendant toute la durée de l'action.
- **Travailler avec des acteurs relais qui ont déjà la confiance du groupe cible** (association, etc.). Le contact via téléphone, courrier, e-mail ne fonctionne pas. **Le cadre dans lequel est sollicité le participant très important !** Avec les citoyens, seul le contact direct, en vis-à-vis est efficace, il faut créer les liens de manière personnalisée. Des citoyens sont ensuite devenus les ambassadeurs du projet. Avec les entreprises, le Smart metering a été une bonne solution.
- **Adapter ses messages aux saisons !** Il est peu utile de parler de chauffage en été ou de climatisation en hiver !
- **Aller à la rencontre les entreprises**, elles sont motivées par faire des économies et faire se faire connaître.
- Le travail avec les communautés a été un grand succès. ENGAGE a été utilisé pour travailler avec les populations en précarité énergétique, via des réunions spécifiques dans les quartiers => participer à leurs événements (ex : Diwali), les comprendre... positiver.

Moyens humains utilisés pour ENGAGE : 1 personne à temps plein + 2/3 étudiants pendant l'été. Les photos ont été prises en interne, pas de photographe professionnel.

Pour aller plus loin :

- [Les posters et publications de Leicester pour sa campagne locale ENGAGE](#)
- [La vidéo de présentation de la campagne](#)

> « Je change, ça change tout ! ». Ce qui a changé avec ENGAGE à Rennes Métropole.

[Voir la présentation](#)

Les objectifs

Bien se poser la question de ce que l'on souhaite faire avec une action participative (« attention au mythe de la sensibilisation »). La finalité est l'évolution des modes de vie, les rendre visibles et les diffuser en donnant un sens collectif aux pratiques individuelles. Il s'agit de **faire évoluer la norme sociale**.

La méthode

Proposer un **dispositif** de participation dans le cadre du projet territorial politique avec une **vision positive** et un **discours fédérateur et engageant**.

Quelques actions clés :

- La mutualisation des actions entre le service énergie et le service déchets
- L'utilisation de pictogrammes que les participants utilisent sur les posters pour illustrer leur engagement ; le travail avec un photographe professionnel
- Le lancement de l'action avec quelques posters d'élus et de personnalités pour montrer l'exemple et faire le premier pas
- Organisation de 4 forums ouverts de rencontres entre habitants
- Sur le stand, lors de la semaine du développement durable
 - Le poster en format carte postale offert aux participants
 - Travail avec un collectif d'auteurs de bandes dessinées sur le thème des modes de vie durables
- Le stand à disposition des communes de l'agglomération pour leurs événements. Une personne de Rennes Métropole se charge de l'animation du stand.



Les posters

Plus de 1000 posters soit plus de 1500 personnes mobilisées. L'effet d'identification est important : on reconnaît son voisin, un ami, etc.

Les citations	Des posters	Les thématiques
Des engagements (41%) Des témoignages (40%) Des messages (18%) Des souhaits (2%)	De rennais (44,5%), D'habitants des communes (42,6%) De personnes extérieures à Rennes Métropole (13%)	Vélo (18%) Transports publics (13%) L'alimentation locale (10%) La marche (9%) Divers (9%) L'isolation (6%) Les veilles (6%) L'éclairage (6%)

Commentaires/Astuces

- Pour faire perdurer l'action : via la newsletter pour fidéliser les gens + temps d'échange de 3' pendant lequel les gens réfléchissent à leur engagement est important.
- *Terme plan Climat/ PCET utilisé ?* Non ce n'est pas dans l'accroche car cela reste un document « techno ». Chaque commune a sa page sur le site... sur laquelle il y a un texte de présentation et les actualités.
- *Comment diffuser les actions collectives ?* S'appuyer sur les réseaux existants et les initiatives émergentes et trouver des formes pour les diffuser (jeux, foires aux initiatives)

Pour aller plus loin :

- [Les posters et publications de Rennes Métropole pour « Je change, ça change tout ! »](#)
- Le site de la campagne « Je change, ça change tout ! » : www.ca-change-tout.fr
- [Vidéo de présentation de « Je change ça change tout ! »](#)

Retrouvez les présentations de la rencontre sur www.energy-cities.eu/-Rencontres-des-collectivites-qui-s-

> La discussion

Les participants à cette première rencontre se trouvaient à différents stades dans la mise en œuvre de leur PCET : préfiguration / lancement / mise à jour de l'Agenda 21/PCET avec un volet partenarial / mise en place d'actions (telles que [l'agenda du clim'acteur](#), cycle d'animations et de sensibilisation via les instances participatives de la ville et des habitants – Ville de Nancy), etc. Ils ont tous partagé leur objectif commun d'impliquer les acteurs locaux dans la durée pour atteindre les objectifs du PCET.

Les témoignages et les échanges ont confirmé que l'outil ENGAGE par son côté simple, modulable et multi-cible était bien adapté pour enrichir le volet participatif du PCET car il permet à la fois de mettre en lumière la myriade d'acteurs déjà motivés et engagés sur le territoire et aussi de susciter de nouveaux engagements.

Les expériences de Rennes Métropole et de Leicester ont par ailleurs montré que cette approche favorisait le « décloisonnement » des services en interne pour un travail plus rapproché notamment avec le service communication.

Le format de cette première rencontre, incluant un retour d'expérience d'actions concrètes suivies d'un échange, a été bien apprécié par les participants.

La prochaine rencontre aura lieu à l'automne (date communiquée prochainement).

> Pour aller plus loin

Publications



[Démocratie participative – Guide des outils pour agir](#), Fondation Nicolas Hulot, juin 2013



[Méthodes participatives, un guide pour l'utilisateur](#), Fondation Roi Baudoin, mars 2006

Article

[It's \(not just\) the environment, stupid!](#), Blog Common Cause, 30 avril 2013

Vidéo

[La transition énergétique, une question sociale](#) – audition de Marie-Christine Zelem, sociologue Université Toulouse Le Mirail et Bruno Maresca, directeur de recherche au CREDOC dans le cadre du Débat national sur la transition énergétique avril 2013

Contacts :

Laura Guérin – laura.guerin@energy-cities.eu – 03 81 65 37 91

Ian Turner – ian.turner@energy-cities.eu – 03 81 65 37 93