

« Je change, ça change tout ! »

Campagne de mobilisation du Plan Climat-Energie de Rennes Métropole

1. Les objectifs de la mobilisation

Pour atteindre l'objectif de la Convention des Maires, les collectivités signataires doivent mobiliser habitants et acteurs du territoire pour créer du soutien aux politiques mises en œuvre, pour modifier certaines pratiques, pour déclencher des investissements, pour démultiplier les initiatives. Pour être efficace et avoir un impact, cette mobilisation devrait à terme prendre la forme d'un mouvement actif regroupant habitants, acteurs locaux et collectivités locales autour de l'implication et de la participation collective à l'évolution du territoire pour réduire ses émissions de CO₂. Cela pourrait se traduire par la création de groupes locaux dans les communes. Les habitants *participent* au changement.

La première étape est la création d'une communauté d'acteurs qui s'engagent dans des modifications de comportements, des décisions d'investissement ou en participant à des projets collectifs. Cela peut se traduire en objectifs en termes de nombre de cyclistes, de covoitureurs, d'abonnés à City-Roul', en nombre de thermostats programmables ou d'installations d'énergie renouvelable installés ou de travaux d'isolation mis en œuvre. Les habitants *incarnent* le changement. C'est le projet ENGAGE.

2. La mobilisation autour du Plan Climat-Energie

La mobilisation autour du Plan Climat-Energie sur le territoire de Rennes Métropole s'inscrit dans la durée (2010-2015). Son objectif est double : 1) faire connaître / comprendre l'engagement politique et les actions des collectivités, et 2) y associer habitants et acteurs du territoire.

Le projet ENGAGE s'inscrit donc dans une campagne de mobilisation plus large. Les outils de communication proposés ci-dessous ont vocation à être les supports de la campagne et du projet ENGAGE et à être utilisés par Rennes Métropole et chacune des communes engagées.

2.1 Le contenu du message

La communication de la campagne doit véhiculer un message avec une certaine vision. Ce message doit être clair et positif, capable de susciter l'adhésion et de provoquer l'enthousiasme. Pour cela, la communication sera basée sur des valeurs plutôt que sur des aspects techniques. Ce type de communication sensibilise et motive à l'action, aux niveaux individuel et collectif. En s'appuyant sur des valeurs, la communication s'adresse en profondeur au public et motive fortement les personnes qui les partagent.

La mobilisation se fera sur des valeurs, sur une éthique, sur une façon de se définir individuellement et collectivement, sur une vision du territoire, de la société et du rôle que l'on souhaite y jouer.

Le message s'appuie sur les valeurs de Rennes Métropole. Il pose comme enjeux la lutte contre l'exclusion sociale et la dépendance énergétique individuelle et collective et comme perspectives le vivre ensemble et la prospérité du territoire. Il associe explicitement la participation à la vie du territoire à l'adhésion aux objectifs du Plan Climat-Energie.

Le texte ci-dessous est proposé à titre d'exemple.

« L'énergie abondante et bon marché du 20^{ème} siècle nous place aujourd'hui en situation de dépendance énergétique individuelle et collective. Nous utilisons tellement d'énergie que la hausse des prix va devenir intenable. Les personnes et les entreprises les plus fragiles seront les premières et les plus durement touchées.

Le territoire de Rennes Métropole partage les valeurs de solidarité, d'innovation et d'anticipation. S'engager pour que chacun puisse vivre dignement et développer les moyens de s'épanouir, c'est agir dès aujourd'hui pour consommer moins d'énergie et rendre compatibles nos besoins et nos moyens.

C'est en changeant ensemble que nous pourrons nous adapter individuellement et collectivement à une situation radicalement nouvelle.

La campagne « Je change, ça change tout ! » vise à donner du sens à l'engagement individuel en créant un mouvement collectif de gens et d'organisations qui investissent pour l'avenir et qui font évoluer leurs principes de fonctionnement ou leurs modes de vie vers plus d'efficacité, de simplicité et d'humanité. »

2.2 Le slogan

Un travail a été engagé pour proposer un slogan qui soit associé au Plan Climat-Energie et qui puisse être utilisé tel quel dans le cadre du projet ENGAGE.

Le slogan retenu, **Je change, ça change tout ! / Plan Climat-Energie Rennes Métropole**, met l'accent sur le renversement de perspective dès lors que l'on participe à la mobilisation Plan Climat-Energie. L'impact d'un changement de pratique ou d'un engagement va au-delà d'une évolution personnelle et participe également au mouvement collectif.

2.3 Le logo

Le concept proposé fait bien le lien entre l'action individuelle et la mobilisation collective. Sa structure horizontale permet notamment une bonne intégration dans les posters de la campagne ENGAGE. La proposition proposée ci-dessous ne correspond pas à la version définitive.



En plus du logo, le prestataire va livrer une charte graphique complète avec des principes de mise en page pour la conception graphique de documents de présentation, d'affiches et du site Internet.

2.4 Le site Internet dédié

Un site Internet dédié est en cours d'élaboration.

Les objectifs du site sont :

- Informer de la démarche engagée localement (la campagne, l'engagement des collectivités) ;
- Communiquer sur l'actualité de la démarche (la campagne, les actions des communes, les actions des acteurs socio-économiques) ;
- Inviter les internautes à participer activement à la démarche.

Compte tenu de la cible grand public de la campagne et de l'objectif de création d'une communauté d'acteurs engagés à travers la réalisation de posters ENGAGE, deux entrées seront proposées pour que chaque internaute de Rennes Métropole y trouve un intérêt :

- Par le lieu : ce qui se passe à proximité de l'endroit où je vis ;
- Par les pratiques/possibilités d'engagement : ce que je fais, comment je le fais, ce que je peux/veux changer individuellement.

La page d'accueil, dont un schéma de principe est présenté ci-dessous, permettra notamment de mettre en valeur les dernières actualités quelle que soit leur catégorie (lieu ou pratiques).

Sur le site Internet de la campagne, 3 actions sont attendues et donc proposées aux internautes :

1. Je soutiens la campagne (appartenance à la communauté) : signer la pétition électronique en ligne (indicateur : nombre de signataires) ;

2. J'échange (dialogue) : s'enregistrer pour participer au Forum (indicateurs : nombre de personnes enregistrées et de messages déposés) ;
3. Je participe / prends un engagement : s'engager en créant un fil de discussion dans la section dédiée sur le forum, puis aller sur le stand pour se faire prendre en photo et créer le poster.



Figure 1 : Schéma de principe de la page d'accueil

2.5 Un stand

Pour aller à la rencontre des habitants dans les communes, un stand dédié va être conçu. Il servira notamment à prendre les photos et réaliser les posters.

Il a vocation à être utilisé lors des évènements organisés par Rennes Métropole ou les communes, dans des salons ou des festivals.

2.6 Un kit de présentation

Du matériel de présentation de la démarche Plan Climat-Energie et de la campagne « Je change, ça change tout ! » sera développé avant le lancement de la campagne.

3. Stratégie de lancement

3.1 Faire signer une pétition de soutien à la campagne

Pour créer un phénomène d'adhésion sociale, une « pétition de soutien » à la démarche Plan Climat-Energie et à la campagne « Je change, ça change tout ! » sera proposée. Signer cette pétition constitue une étape préliminaire destinée à faire partager l'engagement des collectivités, à préparer l'engagement individuel et à constituer une base de contacts de personnes à travers l'adhésion à la lettre d'information du site Internet proposée à cette occasion..

La pétition d'adhésion sera mise en ligne sur le site Internet du Plan Climat-Energie et sera relayée et diffusée sur d'autres sites (dont les sites de Rennes Métropole et des communes) ou par email. La pétition sera proposée à la signature sur le stand.

3.2 S'appuyer sur des partenaires locaux

Pour créer une base de relais dès le lancement de la campagne, la démarche Plan Climat-Energie et la campagne « Je change, ça change tout ! » seront présentées aux acteurs socio-économiques locaux à travers des entretiens individuels à partir de mi-avril.

Les acteurs locaux pourront devenir **partenaires officiels** de la campagne en :

- Signant la pétition de soutien ;
- Réalisant au moins un poster ENGAGE ;
- Faisant connaître la campagne (pétition d'adhésion, posters) à travers leurs supports de communication papier et électronique internes, voire externes.

Le Conseil de développement du Pays de Rennes (CODESPAR) travaille avec Rennes Métropole à la mobilisation des acteurs socio-économiques. L'agence locale de l'énergie (clé) est également un partenaire important de la campagne qui contribuera notamment à l'animation du site Internet et du stand.

3.3 Communiquer dans les médias

Un plan de communication dans les médias pendant les mois de mai et juin sur le message de la campagne sera développé. Il déclinera les problématiques énergétiques et l'engagement du territoire. Les premiers posters d'élus et d'acteurs locaux seront rendus publics cette occasion.

3.4 Utiliser les supports de communication des collectivités

Les outils de communication des collectivités seront utilisés :

- les magazines/bulletins d'information (à commencer par le n° de juin de Rennes Métropole Magazine), et
- les sites Internet en relais de la pétition (widget indiquant le nombre de signataires), puis du site de la campagne.

3.5 Planning

Compte tenu des délais de réalisation, le kit de présentation sera disponible fin avril, la pétition de soutien à la campagne début mai et le site Internet début juin.

Les modalités de valorisation des posters, les dates et les concepts de lancement du stand et du temps fort d'octobre sont encore à travailler.



The sole responsibility for the content of this document lies with the authors. It does not necessarily reflect the opinion of the European Union. Neither the EACI nor the European Commission are responsible for any use that may be made of the information contained therein.

