

ENGAGE

Le guide de la campagne pour les villes



www.citiesengage.eu



Chers lecteurs,

Bienvenue dans le guide de la campagne ENGAGE.

ENGAGE est une initiative de communication européenne qui aide les **vil·les européennes** de toutes tailles à jouer leur rôle dans la construction d'un futur énergétique durable.

Une part importante de l'impact énergétique de chaque ville provient des activités de sa population et des entreprises situées sur son territoire. C'est pour cette raison que leur implication dans une campagne de réduction des consommations d'énergie et des émissions de CO₂ ne doit pas être minimisée. En rejoignant la campagne ENGAGE, vous encouragerez vos citoyens non seulement à s'ENGAGEr mais surtout à passer à l'action.

Je tiens à dire que l'idée de la campagne ENGAGE est née à **Heidelberg** en 2007 et a connu depuis un grand succès ; un succès que, j'espère, vous partagerez bientôt, inspiré par ce guide.

En peu de temps, nous avons vu ENGAGE, venant d'**une idée d'Heidelberg**, se transformer en une campagne européenne réussie ! Et cela continue. Le déploiement de cette campagne est coordonné par **Energy Cities**, l'Association européenne des autorités locales qui inventent leur futur énergétique.

ENGAGE encourage des autorités locales telle que la vôtre à mettre en place des campagnes de communication efficaces. Une communication inspirée et engagée est la clé du succès. Grâce à une collaboration étroite entre Futerra Sustainability Communications et Energy Cities, la campagne ENGAGE est capable de fournir en continu des conseils stratégiques et une expertise en matière de communication à toutes les villes qui rejoignent ENGAGE.

L'outil important que vous utiliserez dans ENGAGE est un outil en ligne facile d'utilisation qui permet de créer en quelques clics des posters sur lesquels figurent les participants et leur ENGAGEMENT pour l'énergie durable.

Vous trouverez dans ce guide les différentes étapes pour réussir une campagne locale ENGAGE qui sont illustrées d'exemples des 12 autorités locales pilotes de la campagne. Ce guide présente également la vision et les fondements sur lesquels repose chaque campagne locale ENGAGE.

Nous espérons vivement votre participation à la campagne ENGAGE. Vous pouvez à tout moment rejoindre ENGAGE sur le site de la campagne.



Maire d'Heidelberg



BIENVENUE DANS ENGAGE

- 05 **ENGAGE EN QUELQUES MOTS**
- 06 **5 BONNES RAISONS DE REJOINDRE ENGAGE**
- 07 **LES CONSEILS DE 12 VILLES PILOTES**

DEVELOPPER VOTRE CAMPAGNE

- 10 Pourquoi une campagne de communication
- 11 Comment lancer votre campagne ENGAGE
- 13 **EXPLORER**
 - 13 Bien connaître votre ville
 - 14 Apprendre des autres
- 15 **ORGANISER**
 - 15 Créer un plan de campagne
 - 16 Partager vos objectifs
- 17 **MOBILISER**
 - 17 Montrer l'exemple
 - 20 Impliquer les acteurs socio-économiques
 - 22 Mobiliser les citoyens
- 27 **CREER**
 - 27 Photographier
 - 28 Réaliser vos posters
- 29 **COMMUNIQUER**
 - 29 Afficher vos posters
 - 30 Promouvoir vos activités
 - 32 Célébrer

PARTICIPEZ A ENGAGE !

- 36 **MERCI D'AVOIR EXPLORÉ LA CAMPAGNE ENGAGE**
- 36 **VOUS SOUHAITEZ NOUS REJOINDRE ?**



BIENVENUE DANS ENGAGE

BIENVENUE DANS ENGAGE

DEVELOPPER VOTRE CAMPAGNE

PARTICIPEZ A ENGAGE !



ENGAGE EN QUELQUES MOTS

ENGAGE aide les villes et communes à travers l'Europe à construire un futur énergétique durable.

En vous guidant dans le travail avec les élus locaux, les collègues, les citoyens et les acteurs socio-économiques pour prendre en main les questions énergétiques, ENGAGE vous permet de réaliser de réelles économies d'énergie.

Ces économies contribuent à atteindre les objectifs ambitieux pour 2020 du paquet énergie-climat de l'Union européenne – connus sous le nom des « 3x20 » :

- Réduire les émissions de gaz à effet de serre de 20 % par rapport à 1990
- Amener la part d'énergies renouvelables à 20 % de la production totale d'énergie
- Réduire la consommation d'énergie primaire de 20 % en améliorant l'efficacité énergétique

Qui peut rejoindre ENGAGE ?



De nombreuses villes impliquées dans ENGAGE ont signé la **Convention des Maires**, un engagement volontaire d'aller

au-delà des objectifs « 3x20 ». Cependant, ce n'est pas une obligation : toute ville avec des objectifs locaux ambitieux en matière d'énergie est la bienvenue dans ENGAGE.

12 villes pilotes de 12 pays différents ont mené des campagnes locales ENGAGE exceptionnelles depuis 2010.



Les objectifs d'ENGAGE

ENGAGE vise à encourager tous les acteurs locaux à passer à l'action. Dans ce guide, vous pourrez découvrir une combinaison d'astuces, d'outils et de stratégies ainsi que des anecdotes des 12 villes pilotes pour mobiliser habitants et professionnels du territoire et les impliquer dans un futur énergétique local et durable.

ENGAGE encourage également le travail collaboratif entre les administrations locales, acteurs socio-économiques et citoyens qui font face à des défis semblables dans des pays européens différents.

Avec ENGAGE vous pourrez :

- engager vos citoyens grâce à une campagne de posters mettant en valeur les actions locales,
- leur donner l'opportunité de s'engager personnellement à des réductions de consommation d'énergie,
- sensibiliser les citoyens européens aux problématiques énergétiques,
- assurer le suivi et l'évaluation de la consommation d'énergie des participants avec un outil de suivi de votre choix.

Ce que ça change pour votre ville

À l'issue d'une campagne ENGAGE réussie :

- votre ville comptera un grand nombre d'acteurs engagés pour l'énergie durable : responsables municipaux, élus locaux, citoyens et acteurs socio-économiques.
- votre ville sera reconnue pour ses activités en faveur de l'efficacité énergétique et ses contributions pour atteindre les objectifs énergétiques européens.



5 BONNES RAISONS DE REJOINDRE ENGAGE

En participant à la campagne ENGAGE...

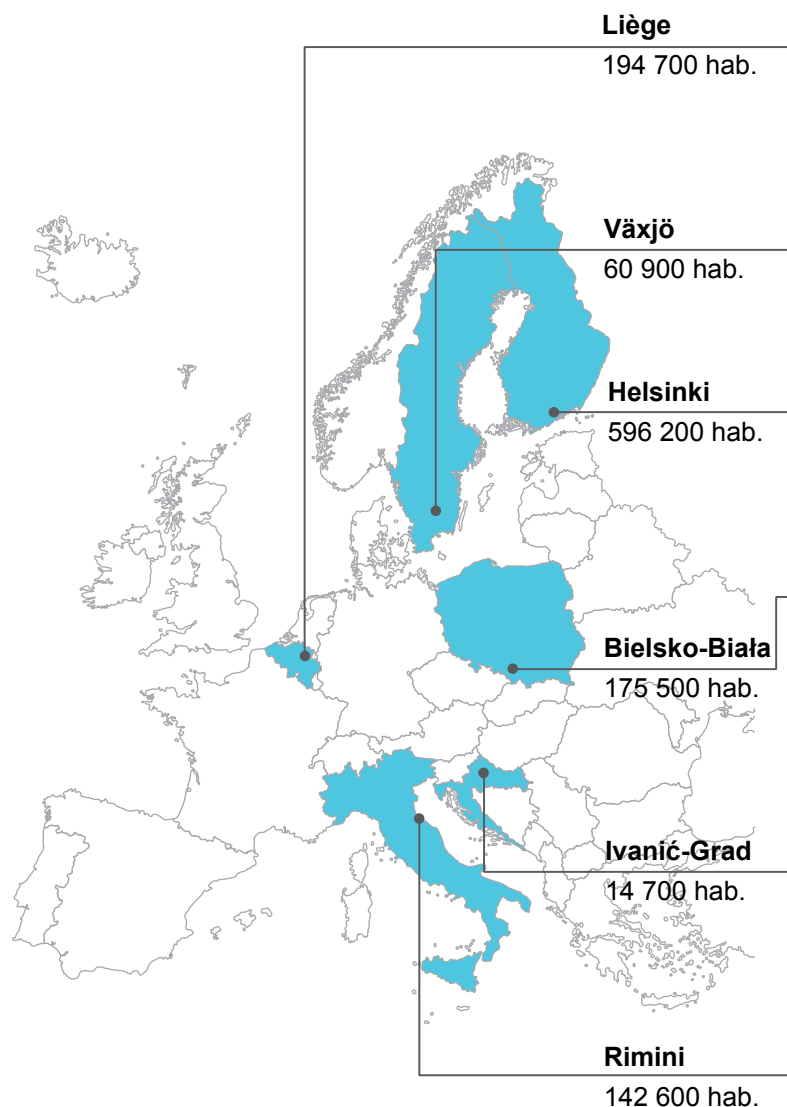
- 1** Vous réaliserez des économies d'énergie, vous réduirez vos émissions de CO₂ et vous contribuerez aux objectifs européens des « 3x20 ».
- 2** Vous échangerez avec les citoyens sur les thèmes de l'énergie et du climat.
- 3** Vous permettrez aux citoyens et aux acteurs socio-économiques de prendre une part active dans la construction de leur futur énergétique.
- 4** Vous développerez une vision commune pour l'énergie sur votre territoire.
- 5** Vous prouverez que les solutions locales sont essentielles et peuvent mener à de réelles économies d'énergie.



Participants à ENGAGE à Rennes Métropole (France)



LES CONSEILS DES 12 VILLES PILOTES



« Veillez à **définir votre public** lorsque vous choisissez les moyens de communication de votre campagne. Une fois que les personnes se sont engagées, il est important de les encourager à poursuivre leurs efforts, de communiquer à d'autres leurs résultats et de les aider à **donner l'exemple**. »

Fabienne Coumanne, conseillère énergie, Liège (Belgique).

« A Växjö, nous organisons nos événements ENGAGE en même temps que les **événements existants**. Ces **synergies sont essentielles** pour la réussite de notre campagne. »

Sohie Kim-Hagdahl, coordinatrice environnement, Växjö (Suède).

« Planifiez vos activités ENGAGE avec soin, trouvez les **bons partenariats** et favorisez des synergies avec d'autres événements sous le thème du développement durable. Retenez que c'est l'opportunité de renforcer la mobilisation des acteurs socio-économiques de votre ville de demain. »

Tiia Katajamäki, responsable de projets, département des travaux publics, Helsinki (Finlande).

« A Bielsko-Biala, nous pensons qu'il est important que les villes renforcent la capacité d'action des citoyens et les encouragent à atteindre de réelles économies d'énergie. Pour impliquer les citoyens, vous devez **penser « local »** et agir sur la vie quotidienne. Par exemple, les médias sociaux permettent de toucher efficacement les jeunes. **Suscitez l'enthousiasme** avec la campagne et les posters tout en communiquant un sens de la responsabilité vis-à-vis de l'environnement local. »

Katarzyna Kordas, inspecteur, bureau de gestion de l'énergie, Bielsko-Biala (Pologne).

« A Ivanić-Grad, la réussite de la campagne ENGAGE repose sur une **excellente collaboration avec les acteurs socio-économiques**, les associations et les citoyens. En tant que **campagne moderne**, ENGAGE est présente lors de chaque événement de la ville. »

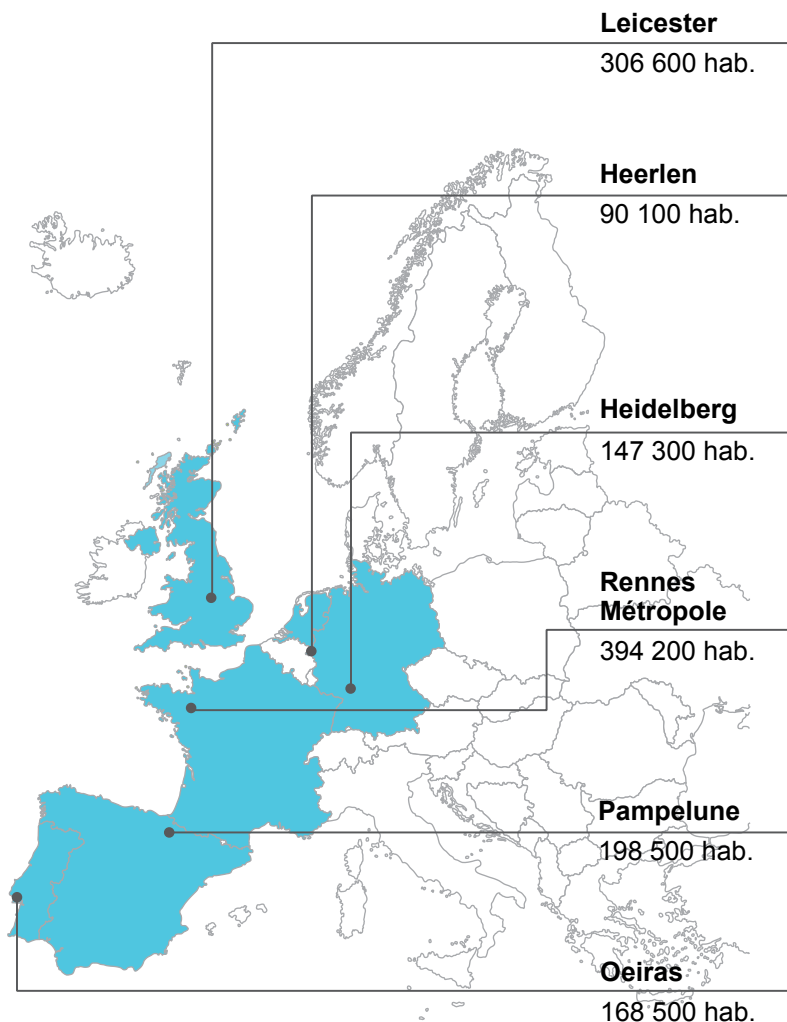
Vlatka Berlan Vlahsek, directrice du département de développement urbain, Ivanić-Grad (Croatie).

« Il est essentiel de **travailler avec des personnes bien formées et motivées** afin d'avoir une équipe à temps plein s'impliquant activement dans la campagne ENGAGE. De même, trouver un **slogan accrocheur** vous aidera à diffuser localement le message de la campagne. »

Davide Frisoni, chargé de mission énergie, Rimini (Italie).



LES CONSEILS DES 12 VILLES PILOTES



Leicester

306 600 hab.

« L'analyse de la **diversité de vos publics**, comme les groupes ethniques ou linguistiques minoritaires, est une étape essentielle dans la planification de la campagne. »

Darsheet Chauhan, chef d'équipe, agence de l'énergie de Leicester (Royaume-Uni).

Heerlen

90 100 hab.

« Disposer de ressources de qualité est inestimable. Avoir un staff impliqué, un bon plan de campagne et une bonne connaissance des événements locaux fait toute la différence. **Les activités doivent également être divertissantes** – donner des petits cadeaux, faire des tirages au sort et des concours, tout cela peut attirer les citoyens et les inciter à prendre des ENGAGEMENTS. »

Hans van der Logt, coordinateur climat, Heerlen (Pays-Bas).

Heidelberg

147 300 hab.

« Consacrez du temps à la créativité. Travaillez avec des **photographes professionnels** pour une meilleure qualité de vos posters. Organisez des événements qui ne passent pas inaperçus. »

Dr. Hans-Wolf Zirkwitz, directeur du bureau de la protection de l'environnement, direction du commerce et de l'énergie, Heidelberg (Allemagne).

Rennes Métropole

394 200 hab.

« Il est nécessaire d'assurer le suivi des citoyens pour atteindre de réelles économies d'énergie. Soyez présents sur le web et organisez des activités régulières une fois le poster réalisé afin de **rester en contact** avec chaque personne qui participe à la campagne ENGAGE. »

Brendan Catherine, chargé de mission énergie-climat, Rennes Métropole (France).

Pampelune

198 500 hab.

« Pour créer une campagne intégrée, vous avez besoin d'utiliser **plusieurs canaux de communication** différents. De même, des **images de haute qualité** et une attention particulière pour les détails ont leur importance. »

José Fermín Costero, responsable de l'Agenda 21 local, Pampelune (Espagne).

Oeiras

168 500 hab.

« Quelle satisfaction de voir **combien les objectifs des « 3x20 » ont gagné en visibilité** grâce à ENGAGE ! Nous sommes convaincus que cette campagne nous rapprochera des objectifs de notre Plan d'Action pour l'Energie Durable. »

Paula Cristina Santos, chargée de mission environnement, Oeiras (Portugal).



DEVELOPPER VOTRE CAMPAGNE

BIENVENUE DANS ENGAGE

DEVELOPPER VOTRE CAMPAGNE

PARTICIPEZ A ENGAGE !



POURQUOI UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION

Une campagne de communication locale est la meilleure manière d'impliquer en peu de temps un grand nombre d'acteurs locaux. Mener une telle campagne en même temps qu'un suivi des consommations d'énergie de vos participants vous permettra de maximiser son impact.

Les campagnes locales les plus efficaces sont celles qui ont été soigneusement planifiées. Il s'agit de définir des objectifs, publics visés et messages de communication bien en avance. De cette manière, vous avez beaucoup plus de chance que votre communication aboutisse à une participation active plutôt que d'en rester au stade de la sensibilisation. De plus, vous serez donc capable de mesurer le succès et l'impact de votre campagne plus facilement dans une étape ultérieure.

Un plan de campagne efficace sera également votre source de référence pendant toute la durée de la campagne afin de cadrer la communication en continu et de vérifier que vous restez sur le bon chemin. Pour avoir plus d'informations sur les lignes directrices d'une campagne, consultez ces [questions-réponses](#) (en anglais).



La chorale de Pampelune prend la pose pour son ENGAGEMENT.



COMMENT LANCER VOTRE CAMPAGNE ENGAGE

5 étapes distinctes sont nécessaires pour la création et le lancement d'une campagne ENGAGE locale réussie, chacune impliquant différentes activités. Toutes les activités listées ne sont pas obligatoires mais nous vous recommandons de jeter un œil à l'ensemble des propositions.



COMMENT LANCER VOTRE PROPRE CAMPAGNE ENGAGE

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.



La communication est primordiale pour mobiliser. Cependant, il vous est nécessaire de savoir comment cette mobilisation se traduit en réelles économies d'énergie afin d'orienter au mieux votre communication.

Avant de commencer à planifier votre campagne ENGAGE, nous vous recommandons d'établir une base de comparaison des consommations d'énergie pour les citoyens et pour les organismes qui s'impliqueront et de mettre en place une procédure pour collecter les résultats en continu. Ce dispositif vous apportera les données nécessaires pour prouver le succès de votre campagne et extraire les informations utiles pour vos futures initiatives.

Dans la campagne ENGAGE, des outils ont été développés pour vos aider à mettre en place ces données de base et pour assurer le suivi énergétique. Cliquez ici pour en apprendre plus sur les mesures et l'évaluation de votre campagne ENGAGE et sur les informations clé à rassembler pour votre plan de communication.

Chacune des 12 villes pilotes a choisi un outil d'évaluation pour mesurer et évaluer les économies d'énergie des participants.

Bien connaître votre ville : Le « miroir CO₂ » de Heidelberg, Allemagne

Chaque habitant en Allemagne émet en moyenne 11 tonnes de CO₂ par an. Les objectifs européens des « 3x20 » ont pour but une diminution de 20 % de ces émissions d'ici à 2020.

La ville de Heidelberg a développé un « miroir CO₂ » qui reflète les consommations d'énergie. Cet outil en ligne permet à chaque individu de mesurer la quantité de gaz à effet de serre qu'il émet chaque jour et ensuite de fixer des objectifs pour diminuer ces émissions.

Le « miroir CO₂ » est divisé en 4 sections : alimentation, habitudes de consommation, mobilité et logement. Les participants peuvent suivre leurs émissions, par exemple dues au chauffage central et au transport, et analyser leurs habitudes journalières en tant que consommateurs et acheteurs. Ils peuvent même comparer leurs résultats à la moyenne nationale.

L'outil permet d'estimer l'énergie qui pourrait être économisée par chaque participant en faisant de petits changements dans leur vie quotidienne,

comme par exemple dans leur manière de se déplacer ou de se chauffer, chaque fois avec des étapes faciles à suivre. Leur empreinte carbone personnelle est disponible en quelques clics pour une période allant jusqu'à 5 ans ce qui leur permet de fixer des objectifs clairs et réalistes.

Accéder au « miroir CO₂ » (site en allemand).



Le miroir CO₂ de Heidelberg est très simple d'utilisation.





APPRENDRE DES AUTRES

Tout comme les 12 villes pilotes présentées dans ce guide, de nombreuses villes en Europe ont déjà rejoint ENGAGE et lancé leur campagne. Jetez un œil attentif à leurs réalisations et interrogez leurs coordinateurs ! Cette vue d'ensemble sera bénéfique pour rechercher la meilleure des approches à mettre en place sur votre territoire et à commencer à planifier votre campagne.

Consultez les nombreuses ressources du site internet de la campagne ENGAGE et découvrez les villes participantes. Visitez également la grande [galerie de posters](#) en ligne et n'hésitez pas à poser vos questions à vos homologues d'autres villes plus avancées dans leur campagne !

Nous encourageons chacune des villes ENGAGE à partager leurs documents et informations sur leur page "ville" en ligne. [Jetez un œil à l'exemple d'Heidelberg](#).

EXPLORER

ORGANISER

MOBILISER

CREER

COMMUNIQUER

Apprendre des autres : « Pensez vert pour un meilleur lendemain » à Ivanić-Grad, Croatie

L'équipe ENGAGE à Ivanić-Grad a souhaité inciter les citoyens à s'impliquer dès le premier jour de la campagne. Des dizaines de citoyens se sont portés volontaires pour enregistrer leur consommation actuelle d'énergie et ensuite faire un rapport un an plus tard afin de calculer la différence.

Au moment de la finalisation de ce guide, les premiers résultats de 6 participants sont disponibles. En moyenne, ils ont économisé pas moins de 8865 kWh et 32 tonnes de CO₂ en un an, un résultat très encourageant ! En mars 2012, 312 citoyens participaient à la campagne ENGAGE à Ivanić-Grad, dont 76 réalisant le suivi de leur consommation d'énergie.

76

citoyens réalisent
le suivi de leur
consommation
d'énergie



La promotion de la campagne locale ENGAGE d'Ivanić-Grad



Des citoyens d'Ivanić-Grad s'inscrivent pour faire le suivi de leur consommation d'énergie.





CRÉER UN PLAN DE CAMPAGNE

EXPLORER

ORGANISER

MOBILISER

CRÉER

COMMUNIQUER

1

Fixez vos objectifs

Quelles sont les raisons pour lesquelles vous lancez ENGAGE dans votre ville ? Définissez précisément le but recherché de votre campagne.

2

Identifiez les cibles

Associez les objectifs de votre campagne aux cibles mesurables que vous souhaitez atteindre à des dates précises.

3

Étudiez votre public

Étudiez la possibilité de réaliser une étude sur chacun de vos groupes cibles. Appréhendez la population de votre ville sous un angle large.

4

Soyez prêt

Décidez à l'avance la façon de mesurer le succès de votre campagne. Réfléchissez attentivement à la procédure d'évaluation.

5

Pensez local

Quand il s'agit d'économies d'énergie, les solutions sont locales. Impliquez dès le début les acteurs locaux afin de disposer de contacts qui serviront ensuite de levier au changement dans votre ville.

6

Travaillez étroitement avec les médias

Établissez des liens avec les journalistes locaux et informez-les en continu des activités de la campagne.

7

Développez des messages clés

Construisez les messages centraux de la campagne qui seront utilisés dans l'ensemble de vos supports de communication. Vous pouvez également donner un nom à votre campagne.

8

Employez des tactiques créatives

Identifiez des méthodes créatives pour attirer l'attention et piquer la curiosité partout en ville.

9

Amusez-vous

Parler d'économies d'énergie peut parfois sembler complexe et ennuyeux. Assurez-vous que les activités que vous menez sont engageantes pour inciter et inspirer les participants.

10

Évaluez, estimez et répétez

Continuez à mesurer vos résultats et tirez-en les leçons nécessaires. Rappelez-vous de toujours célébrer les réussites, grandes ou petites.





PARTAGER VOS OBJECTIFS

Une fois vos objectifs fixés, c'est le bon moment pour les faire connaître au niveau local. Pour montrer leur importance à grande échelle, indiquez comment ils s'insèrent dans les objectifs européens des « 3x20 » ou d'autres objectifs à plus long terme.

Nous vous recommandons de présenter vos objectifs dans le cadre d'une vision ou d'une mission plus globale pour votre ville, dont les résultats peuvent susciter l'enthousiasme.

Outre l'engouement suscité par la campagne, la raison pour laquelle le partage de vos objectifs se révèle important à ce stade est que vous aurez besoin de l'appui du maximum de personnes. En effet, le domaine de l'énergie concerne de nombreux services municipaux, dont la communication, l'environnement, les transports, l'habitat, l'aménagement, etc.

C'est pourquoi nous vous conseillons d'organiser des réunions entre services afin d'échanger sur les objectifs transversaux et de tracer la voie à suivre pour les atteindre conjointement.

Comme vous pouvez le découvrir dans cet exemple de la ville de [Bielsko-Biala](#) en Pologne, ces réunions se montrent particulièrement efficaces pour faire avancer les choses.



Partager vos objectifs : Réunions entre services, Bielsko-Biala, Pologne

Sur une période de 18 mois, l'équipe ENGAGE de [Bielsko-Biala](#) a tenu sept réunions entre services municipaux auxquelles ont participé les membres du bureau du maire, incluant à plusieurs occasions le maire lui-même, Jacek Krywult.

Les autres services présents étaient ceux de la protection de l'environnement, de la stratégie urbaine et de la promotion urbaine. Des agents des services informatique, communication et gestion urbaine ont maintenant également rejoint le groupe.

Lors de la première réunion (septembre 2010), une équipe permanente pour « l'éducation à l'efficacité énergétique » a été constituée. Toutes les personnes impliquées ont décidé de développer leurs échanges afin de partager informations et idées. L'équipe a également choisi trois écoles dans lesquelles seront présentés les résultats lors de la journée de l'énergie ENGAGE.

Au cours de la réunion suivante, l'équipe a réalisé un questionnaire sur l'efficacité énergétique afin d'évaluer les comportements des citoyens par rapport à la protection du climat. L'équipe a également imprimé des brochures expliquant

comment [Bielsko-Biala](#) soutient l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables.

Ces réunions entre services ont permis de créer une plateforme importante pour le suivi des actions et pour la progression vers des objectifs communs. Une conséquence directe pour le service de la gestion de l'énergie a été d'approcher les institutions de l'éducation afin de faire participer les jeunes dans ENGAGE. L'équipe de [Bielsko-Biala](#) estime qu'un tel résultat n'aurait pas été possible sans des réunions entre services régulières et bien suivies.



Le maire Jacek Krywult et le maire adjoint Zbigniew Michniowski participant à la journée ENGAGE à Bielsko-Biala



MONTRER L'EXEMPLE

EXPLORER

ORGANISER

MOBILISER

CREER

COMMUNIQUER

Le succès d'une campagne de communication ENGAGE repose en partie sur l'entière participation des élus locaux et des agents de l'autorité locale, notamment via les posters.

Leur présence sur les posters est un important vecteur social pour inciter les citoyens à participer. Pour un impact significatif sur la mobilisation des acteurs locaux, il faut en effet que les figures influentes joignent le geste à la parole.

Les exemples de [Pampelune](#), [Rennes Métropole](#) et [Ivanic-Grad](#) montrent comment les personnalités se sont impliquées.

Montrer l'exemple : [Rennes Métropole, France](#)

[Rennes Métropole](#) est une agglomération de près de 400 000 habitants composée de la ville de Rennes et de 36 communes des alentours. Rennes et 33 de ses villes membres ont signé la Convention des Maires. Chaque autorité locale a rédigé et voté son Plan d'Action en faveur de l'Energie Durable en 2010.

ENGAGE a été proposé à ces signataires comme outil pour informer les citoyens sur leurs objectifs et les actions qu'ils ont décidé de mener.

**Rennes
Métropole**
54
posters
d'élus

Chaque commune participante a créé une série de posters de ses représentants politiques pour illustrer le plan d'action et concrétiser ses actions. Au total, [Rennes Métropole](#) a produit 54 posters d'élus, parmi lesquels les maires et représentants élus de 33 villes.



Françoise Guesbier, adjointe au maire - mai 2011





Montrer l'exemple : ENGAGEMENT du maire, Pampelune, Espagne

Yolande Barcina, maire de Pampelune de 1999 à 2011, a mis en avant le développement durable pendant l'ensemble de son mandat. La municipalité de Pampelune a signé la Convention des Maires en 2009 et a ensuite été invitée à devenir ville pilote de la campagne ENGAGE.

Madame Barcina figure sur un poster pour le lancement officiel de la campagne ENGAGE à Pampelune avec comme promesse de « mettre en place plus d'escalators et d'ascenseurs publics afin de

permettre une meilleure accessibilité ».

(Malheureusement, ce projet n'a pas pu être mené à bien en raison de changements dans la loi en matière de planification pendant la campagne électorale).

Le successeur de Madame Barcina, le maire Enrique Maya, poursuit l'engagement de la municipalité en faveur du développement durable :

- Il s'est engagé à « économiser 10 % de l'énergie consommée dans les bâtiments communaux d'ici à 2015 ».
- 80 agents communaux et élus (environ 5 % de l'ensemble de l'administration communale de Pampelune) se sont engagés et ont formulé 35 ENGAGEMENTS.
- Tous les signataires de la Convention des Maires en Espagne ont été invités à Pampelune pour en apprendre plus sur ENGAGE.



Le maire Enrique Maya s'est engagé à économiser 10 % de l'énergie consommée dans les bâtiments communaux d'ici à 2015.

80
agents
communaux
engagés





MONTRER L'EXEMPLE

EXPLORER

ORGANISER

MOBILISER

CREER

COMMUNIQUER



Le Président de la République de Croatie Ivo Josipović a participé à la campagne ENGAGE à Ivanić-Grad.



Le maire adjoint d'Helsinki, Pekka Sauri, s'est engagé à poursuivre la promotion systématique de l'efficacité énergétique à Helsinki dans l'environnement urbain, les bâtiments et les bureaux. Il a ensuite signé un courrier destiné à tous les services municipaux pour encourager chacun à participer à la campagne.



Les élus à Oeiras ont pris l'engagement commun de réduire la consommation d'énergie, en lien avec l'un des objectifs des « 3x20 » de l'UE.





IMPLIQUER LES ACTEURS SOCIO-ÉCONOMIQUES

EXPLORER

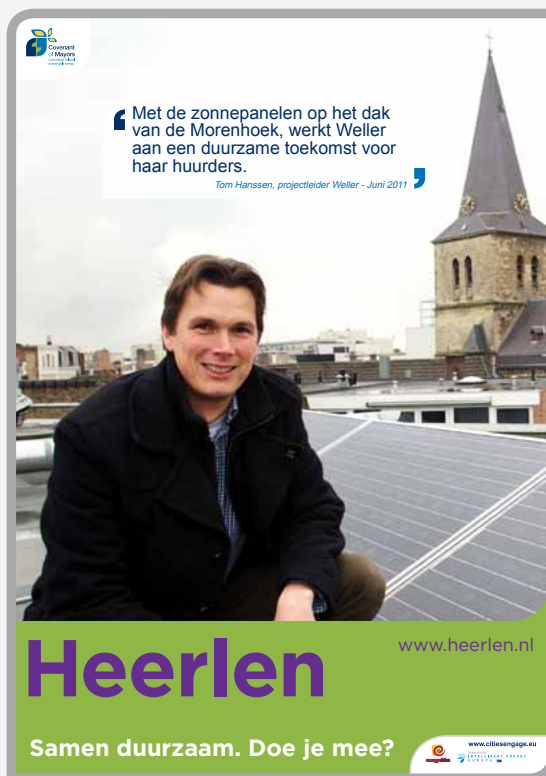
ORGANISER

MOBILISER

CREER

COMMUNIQUER

Impliquer les acteurs socio-économiques : L'Ambassade du Climat à Heerlen, Pays-Bas



Tom Hanssen, du Club 20 pour 20, s'engage à installer des panneaux solaires sur les toits dans le cadre du projet de l'association de logement Weller.

L'Ambassade du Climat à Heerlen est composée d'acteurs socio-économiques locaux représentant 20 groupes cibles qui forment le « Club des 20 pour 20 ». Ce club se réunit deux fois par an pour conseiller le maire adjoint sur la stratégie et les actions à faire et à ne pas faire en matière de climat.

Il inclut des représentants d'associations du bâtiment, d'entreprises au profil technique, de groupes environnementaux, du secteur du transport, de la collecte des déchets, d'architectes et de citoyens.

Pour rejoindre le Club, les membres ont dû prouver qu'ils avaient déjà réalisé des actions pour économiser l'énergie ou pour réduire leurs émissions de CO₂ – la plupart a réalisé un poster ENGAGE. Ils pouvaient ensuite enregistrer leur projet en ligne pour qu'il soit mis en valeur et discuté.

L'implication d'un large éventail d'acteurs locaux dans votre campagne ENGAGE augmente sa portée et son succès. Un acteur jouant un rôle important localement peut envoyer un message très fort, à la fois aux élus et aux citoyens.

Les 12 villes pilotes d'ENGAGE ont mobilisé une grande diversité d'acteurs socio-économiques pour le plus grand succès de leur campagne.





IMPLIQUER LES ACTEURS SOCIO-ÉCONOMIQUES

EXPLORER

ORGANISER

MOBILISER

CREER

COMMUNIQUER

Impliquer les acteurs socio-économiques : Liège, Belgique

L'équipe ENGAGE à Liège a identifié une grande variété d'acteurs locaux qu'elle souhaitait impliquer dans la campagne.

Beaucoup d'organisations locales, dont l'université, des hôpitaux et les fournisseurs d'énergie, étaient déjà actifs dans le domaine de la maîtrise de l'énergie. Cependant, ces acteurs se concentraient souvent sur l'aspect technique des économies d'énergie. L'équipe ENGAGE a pu se rendre compte qu'il fallait donc démarrer toute nouvelle collaboration en démontrant l'importance de la communication et des relations publiques.

Pour les acteurs socio-économiques qui n'étaient pas encore actifs dans la maîtrise de l'énergie, l'équipe ENGAGE de Liège a exploité les structures corporatives telles que l'association des commerçants ou l'ordre royal des architectes afin d'entrer en contact avec les différents publics cibles.

L'équipe a organisé une conférence avec certains de ces acteurs dans le cadre de la Journée de l'Énergie en novembre 2011. Le défi pour le futur est maintenant de nourrir les relations construites lors de cette conférence et de développer un réseau plus fort qui puisse exploiter les synergies et permettre l'échange d'expériences.



L'ENGAGEment de Radio Vivacité de maintenir la température dans le studio à 19°C.



Le dernier groupe le plus important à impliquer dans votre campagne est la population de votre ville. Sans l'implication et le soutien actifs des citoyens, votre campagne n'atteindra pas son potentiel maximal.

Lorsque vous développez votre stratégie ENGAGE pour les citoyens, nous vous suggérons de bien considérer les éléments suivants :

- Votre campagne va générer beaucoup d'intérêt à son lancement : les citoyens seront enthousiasmés par l'idée d'apparaître sur un poster en ville. Pour en tirer un maximum de profit, assurez-vous qu'il soit facile pour eux de participer et utilisez toujours des **tactiques de communication** claires et efficaces.
- Assurez-vous que les activités de communication en lien avec la campagne reflètent toujours la stratégie et les objectifs généraux. Envisagez le développement de messages clés comme partie intégrante de votre plan de campagne pour vous y aider.

Les 12 villes pilotes ont utilisé un large éventail de tactiques pour mobiliser les citoyens. Voici une sélection de leurs idées ainsi que quelques exemples qui pourront vous aider à impliquer vos citoyens. Certaines de ces stratégies d'approche peuvent être adaptées à n'importe quel aspect de votre campagne, de la prise de photo aux événements ou communiqués de presse.



Mobiliser lors d'événements

Beaucoup de villes pilotes ont organisé des événements pour mobiliser les citoyens dans la campagne : organisations spécifiques ou stands thématiques lors d'événements municipaux sportifs, musicaux, artistiques ou événements en lien avec les changements climatiques et les sujets environnementaux.

Lorsque vous organisez des événements ENGAGE pour votre campagne, utilisez toujours un discours positif et de profiter de l'occasion pour fêter toute réussite en matière d'économie d'énergie.

Mobiliser lors d'événements : **Leicester, Royaume-Uni**

Le Festival Riverside, juin 2011 ► L'équipe ENGAGE de **Leicester** a disposé d'un stand dans l'Eco-village lors de l'important festival « Riverside » de la ville. Ils ont profité de l'occasion pour rencontrer les habitants et pour les encourager à prendre un ENGAGEMENT. L'événement a accueilli beaucoup de participants, et, avec un grand soleil en prime, la journée fut une expérience très positive. Le festival a été important en termes de mobilisation et d'échange d'idées avec des acteurs locaux potentiellement partenaires.

La journée portes ouvertes du lycée de Leicester, septembre 2011 ► L'équipe ENGAGE a fait une autre apparition à succès lors de la journée portes ouvertes du lycée où les étudiants et le personnel étaient encouragés

à venir faire un poster ENGAGE. Cet événement a été utilisé pour soutenir les propres objectifs du collège en matière de durabilité et pour promouvoir les objectifs de la campagne ENGAGE.



Plantation d'arbres lors du Festival Riverside de Leicester

Mobiliser lors d'événements : « Une heure pour la planète » à Växjö, Suède

L'équipe ENGAGE de Växjö a organisé un événement en 2011 dans le cadre de l'événement international « Une heure pour la planète ». Plus de 200 personnes, citoyens et acteurs locaux, y ont participé et ont été encouragés à prendre part à la campagne ENGAGE. Vingt personnes ont pris un ENGAGEMENT et ont été photographiées par un professionnel pour leur poster.

L'événement proposait une grande diversité de stands et d'activités pour promouvoir les différents aspects de la campagne ENGAGE. Parmi ces activités, on pouvait trouver une soupe gratuite « amie du climat », la séance de photo décrite ci-dessus ainsi qu'une remise de prix pour l'école la plus énergétiquement efficace, présidée par le maire de Växjö Bo Frank. Quatre chœurs ont présenté un concert commun pour donner une image forte du résultat qu'il est possible d'atteindre quand tous œuvrent ensemble. Chaque participant a reçu un sac en textile comme cadeau de sensibilisation à faible impact carbone.



Les citoyens de Växjö ont pris des ENGAGEMENTS pendant « Une heure pour la planète ».



La soupe « amie du climat » a été servie aux participants.



Les chœurs de Växjö offrent un beau spectacle aux citoyens.



Mobiliser lors d'événements : Le long week-end de Rimini, Italie

En octobre 2011, Rimini a organisé un événement étalé sur tout un week-end avec pour thèmes l'énergie, l'éducation et le développement durable. Durant ces trois jours se sont entremêlés traditions locales, culture et énergie durable.

Des centaines de personnes ont visité le stand ENGAGE pendant l'événement. Environ 110 se sont engagées sur un poster, dont le maire de Rimini Andrea Gnassi, l'adjointe à l'énergie et l'environnement Sara Visintin ainsi que plusieurs agents municipaux.



L'équipe de Rimini a proposé de nombreuses activités pour que les citoyens puissent enrichir leurs connaissances sur l'énergie et sur la campagne ENGAGE de leur ville :

- Un « arbre à ENGAGEMENTS » sur lequel les participants pouvaient inscrire leur ENGAGEMENT. Le résultat montrait une image impressionnante de l'ensemble des promesses et a également été source d'inspiration pour les citoyens souhaitant participer ultérieurement.
- Des jeux et des expériences en lien avec les sources d'énergie, adaptés aux enfants et aux adultes : ces activités étaient encadrées par des experts en éducation avec une expérience des animations sur l'énergie.
- Des experts en énergie ont distribué des brochures d'information et échangé avec les citoyens. Un ingénieur était également présent pour conseiller en matière d'énergie.
- Un calculateur d'empreinte carbone était disponible et de nombreuses personnes se sont inscrites afin de réaliser un suivi de leur consommation d'énergie.
- Un site de photographie pour les prises de photos des ENGAGEMENTS.
- Deux ânes ont servi d'ambassadeurs pour expliquer les bases du développement durable aux enfants. Dimanche matin, Flora et

Giuditta (les ânes) ont conduit les enfants pour une promenade de 2 heures du haut des collines jusque dans le centre-ville afin de promouvoir les lignes pedibus pour les écoles primaires.



Impliquer les célébrités

Connaissez-vous des célébrités locales et pouvez-vous les impliquer dans la campagne de posters ? Identifiez votre public cible et, comme dans les exemples donnés ici, approchez des célébrités de tous horizons !

Impliquer les célébrités : Mikel Urmeneta, Pampelune, Spanien

Mikel Urmeneta est connu à Pampelune pour son entreprise de design « Kukuxumusu ». L'entreprise a commencé par concevoir des T-Shirt mais a par la suite étendu ses activités à une gamme plus large de produits. Son travail est notamment lié aux courses de taureaux des fêtes de San Fermín. En effet, Mikel a créé un personnage appelé « Testis le taureau » qui est maintenant très connu dans la ville.

L'équipe ENGAGE de Pampelune a reçu son soutien pour la campagne. Avec l'aide d'un ami photographe, Mikel a préparé la photo de son poster sur lequel il s'engage à consommer moins d'énergie en hiver. Le poster montre Mikel portant le costume de Testis le Taureau avec comme ENGAGEMENT « Couvrez-vous mieux et n'abusez pas du chauffage l'hiver à la maison ».

L'équipe a utilisé le poster (ainsi que le costume de Testis emprunté à Kukuxumusu) lors d'un événement dans la rue pendant les fêtes de San Fermín. Le stand ENGAGE a accueilli de nombreux visiteurs et beaucoup ont rejoint la campagne.



Impliquer les célébrités : « Optimus Alive », Oeiras, Portugal

L'équipe d'Oeiras a mobilisé deux groupes de musique locaux pendant le festival « Optimus Alive » – un événement musical national annuel qui a lieu à Oeiras. « The Gift » et « Homens da Luta » figurent tous les deux sur un poster.

« The Gift » est un groupe de musique pop/rock alternatif qui a gagné le prix MTV Europe du meilleur groupe portugais.

« Homens da Luta » (Les combattants) est un groupe de musique et d'improvisation comique de rue. Leurs chansons et personnages sont des parodies des musiques et des figures de la révolution des œillets de 1974. Ils ont représenté le Portugal en 2011 lors du concours Eurovision à Düsseldorf en Allemagne.



« The Gift » s'engage à rendre tous leurs concerts durables.



L'ENGAGEMENT des « Homens da Luta »

Événements marquants

Pouvez-vous imaginer un événement marquant qui attirera l'attention du public et l'incitera à participer à votre campagne ? Vous pouvez en apprendre plus sur l'attraction constituée d'un bloc de glace à Heidelberg dans l'analyse de leur campagne (à partir de la p.15).

Histoires vraies

Est-ce que vos participants sont prêts à parler de leurs expériences en matière d'économie d'énergie ? Les journalistes et les lecteurs apprécient les histoires personnelles et seront intéressés d'entendre celles de personnes qui leur ressemblent.

Organisez une série d'événements

Si vous organisez une série d'événements, cet aspect continu de la campagne donnera aux journalistes et aux citoyens une histoire à suivre et à laquelle ils pourront peut-être participer.





L'un des volets importants de la campagne ENGAGE est la présence des citoyens et acteurs locaux sur des posters qui seront affichés en ville et en ligne. Ceux qui acceptent de participer devront formuler un engagement en lien avec les économies d'énergie – l'« ENGAGEMENT » – et prendre part à une séance photo. Les posters créés mettent ainsi en scène les citoyens avec leur ENGAGEMENT.

Ces posters sont ensuite affichés dans la ville afin d'attirer d'autres personnes dans la campagne.

La campagne de posters issue de séances photo est une tactique très efficace parce qu'elle consiste en une demande claire et spécifique. Les questions énergétiques peuvent être perçues comme complexes ; les citoyens sont plus susceptibles de répondre à un appel à l'action.



Séances photo avec un professionnel à Helsinki et Växjö.

Photographier : Rennes Métropole, France

Chaque ville de l'agglomération a eu recours à un photographe et un animateur pour les événements locaux afin de collecter les ENGAGEMENTS personnels et de prendre des photos. Vous pouvez trouver plus de posters de ces villes dans leur [galerie de posters](#).

Check-list pour les séances photos ENGAGE

- ☐ Faites des séances photos des événements publics et motivez les participants potentiels avec de la musique ou des récompenses.
- ☐ Si possible prenez les photos en extérieur et préférez une journée ensoleillée pour des photos lumineuses et animées.
- ☐ Travaillez avec un photographe professionnel et utilisez une lumière adéquate pour la meilleure qualité possible des photos.
- ☐ Choisissez un lieu symbolique de votre ville pour prendre les photos ou utilisez une toile de fond.





RÉALISER VOS POSTERS

Des posters créatifs vous aideront à promouvoir les contributions des citoyens tout en attirant également l'attention des autres acteurs locaux.

L'outil de création de posters en ligne, facile d'utilisation, vous permettra de créer des posters personnalisés qui correspondent à votre ville tout en leur conférant le visuel de la campagne ENGAGE. Vous pouvez même développer votre propre logo de campagne à insérer sur les posters. La mise en page des posters permet une communication efficace des ENGAGEMENTS personnels des citoyens et acteurs socio-économiques participants. Cette approche fondée sur une identité visuelle commune facilite la diffusion de la campagne. Visitez notre [galerie en ligne](#) pour découvrir les nombreux exemples de posters.

Ces posters peuvent déclencher une compétition amicale, encourager les participants à accomplir leur ENGAGEMENT et peut-être également à faire le suivi de leur consommation d'énergie. En affichant en ligne les posters sur votre site internet, les citoyens pourront voter pour leur poster favori. La mise en ligne des ENGAGEMENTS de tous les participants permet également de démontrer l'impact de l'action combinée de milliers de citoyens.



EXPLORER

ORGANISER

MOBILISER

CREER

COMMUNIQUER

Si votre ville a signé la Convention des Maires, le logo apparaîtra ici.

Travaillez avec un photographe professionnel pour prendre des photos de haute qualité en portrait ou paysage. L'originalité du poster dépend en grande partie de son image. Invitez donc les participants à être créatifs !

Le logo de votre campagne locale ENGAGE se trouve ici. Vous pouvez créer un logo avec un graphiste professionnel ou simplement utiliser du texte.

Le logo de votre ville s'insère automatiquement ici.



Dans ce cadre, vous pouvez entrer l'ENGAGEMENT du participant pris en photo.

C'est ici qu'apparaît le nom de la personne, du groupe ou de l'organisation. Le mois et l'année sont ajoutés automatiquement.



AFFICHER VOS POSTERS

EXPLORER

ORGANISER

MOBILISER

CREER

COMMUNIQUER

Les posters ENGAGE jouent un rôle central dans la campagne de votre ville. Voici quelques exemples originaux des 12 villes pilotes, dans lesquels vous verrez comment elles ont utilisé les posters pour assurer la visibilité de leur campagne.

Tout en affichant les posters à travers votre ville, nous vous recommandons de les exposer également en ligne et d'exploiter tous les autres canaux de communication qui vous sont accessibles. Vous pouvez également les associer à des média sociaux, comme la page Facebook d'ENGAGE, afin que vos citoyens puissent faire des commentaires ou voter pour leurs posters favoris.



Pampelune a mis en valeur plusieurs posters d'ENGAGEMENT pendant la journée ENGAGE en octobre 2011. © photo ville de Pampelune



Oeiras affiche en grand à travers la ville.



Helsinki dispose les posters d'ENGAGEMENT dans des lieux de premier choix © photo ville de Helsinki





PROMOUVOIR VOS ACTIVITÉS

Une bonne couverture médiatique est essentielle pour aider votre campagne ENGAGE à gagner de la vitesse. Les médias locaux sont indispensables mais toute couverture nationale ou européenne que vous attirerez renforcera bien évidemment vos efforts.

L'attention des médias peut parfois se produire à des endroits inattendus et prendre des formes surprenantes. Voici quelques idées de promotion ainsi que quelques exemples de coups médiatiques réalisés par les équipes ENGAGE dans les 12 villes pilotes.

EXPLORER

ORGANISER

MOBILISER

CREER

COMMUNIQUER

Des astuces pour une promotion réussie

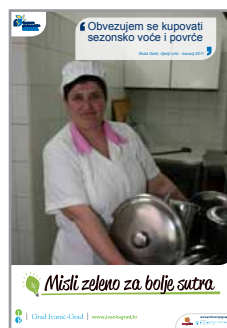
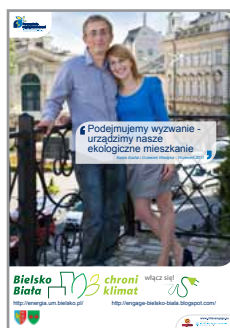
Hors de l'ordinaire ► Les journalistes aiment tout ce qui est inhabituel, rare et unique. Comment cela se reflète-t-il dans vos séances photo ou lors de l'un de vos événements ?

Le premier ► Si l'activité est intéressante, elle fera la une la première fois qu'elle aura lieu.

L'unique ► Est-ce que votre ville est la seule à participer à une initiative européenne ? Les journalistes régionaux aimeront voir les choses sous cet angle.

Cas particulier ► Les journalistes aiment parler des activités qui n'auront lieu qu'une fois.

Le plus grand, le plus petit, le plus long, le plus court ► Les extrêmes font de bonnes histoires. Pouvez-vous combiner cette idée avec une activité marquante pour votre événement et inviter un photographe de presse ?





PROMOUVOIR VOS ACTIVITÉS

Connectez-vous

Chaque ville ENGAGE héberge ses posters dans une [galerie en ligne](#) sur le [site internet ENGAGE](#). Pour augmenter cette présence en ligne, beaucoup de villes utilisent les médias sociaux pour amplifier la sensibilisation du public et impliquer plus de citoyens :

- [Pampelune](#) a généré une grande couverture médiatique avec la prestation très remarquée de la chorale ([voir la vidéo](#)).
- [Helsinki](#) utilise des médias sociaux interactifs comme [sa page Facebook](#).
- [Bielsko-Biała](#) anime un [blog](#) sur lequel les citoyens peuvent rester en contact et partager leurs histoires, leurs défis et leurs expériences concernant ENGAGE.



EXPLORER

ORGANISER

MOBILISER

CREER

COMMUNIQUER

Connectez-vous : Rennes Métropole, France

[Rennes Métropole](#) a développé un site internet pour sa campagne ENGAGE qui présente les posters et événements locaux. Les visiteurs peuvent poser des questions via un forum et une newsletter mensuelle informe les participants des derniers avancements de la campagne.

La campagne a également sa [page Facebook](#) et son compte [Twitter](#) qui font la promotion des actions locales en matière d'énergie en partageant des ressources du web. Les posters de la campagne sont également publiés sur Facebook – un album pour chacune des 37 villes impliquées dans la campagne a été créé.



Plan climat énergie RENNES METROPOLE

Les internautes peuvent suivre la campagne via ces canaux, ce qui rend l'interaction plus facile et leur permet de partager avec leurs amis. Les quelques centaines de personnes qui suivaient en ligne début 2012 la campagne ENGAGE de [Rennes Métropole](#) montre que les médias sociaux sont des outils non négligeables pour partager des informations et donner une visibilité au travail important déjà réalisé.

SOUTENIR

0 2 7 4

PERSONNES SOUTIENNENT
LA CAMPAGNE
Rejoignez-les !

S'ENGAGER !

VOUS POUVEZ AGIR SUR

- Votre logement
- Vos déplacements
- Votre consommation

ECHANGER

PARTAGEZ VOS EXPÉRIENCES
SUR LE FORUM

Login

Mot de passe

80

S'inscrire / Mot de passe oublié ?



CELEBRER LORS DE JOURNÉES ENGAGE

EXPLORER

ORGANISER

MOBILISER

CREER

COMMUNIQUER

Les 12 villes pilotes de la campagne ont organisé des journées ENGAGE pour remercier les participants et pour impliquer d'autres citoyens et acteurs locaux dans la campagne. Toutes les villes ont mis en place des événements rassembleurs et nous en avons partagé quelques moments clés ci-dessous.

300
participants
50
nouveaux
posters

Célébrer lors de journées ENGAGE : **Leicester, Royaume-Uni**

A **Leicester**, l'équipe ENGAGE a encouragé les citoyens à s'engager pour l'énergie durable.

Le lundi 17 octobre 2011 au *Shree Sanatan Mandir and Community Centre*, une exposition a été ouverte aux enfants, seniors et représentants de la communauté. La date avait été choisie avec soin pour coïncider avec les congés scolaires des écoles locales et le festival hindou de Diwali.

Les temps forts de la journée : la décoration du festival à partir de matériaux recyclés, l'information sur l'utilisation des nouveaux sacs de recyclage de la ville, les conseils gratuits sur la santé et sur le cyclisme et

a low carbon city
greener Leicester

la participation à des danses et chants culturels. L'atelier le plus populaire fut celui expliquant comment recycler des vieux matériaux en nouveaux vêtements et décorations. Plus de 300 personnes ont participé, y compris six groupes de protection de l'environnement, et 50 posters ont été réalisés sur la journée.



L'atelier de recyclage des vieux matériaux en nouveaux vêtements et décorations.



Les enfants de Leicester ont réalisé des décorations de Diwali à partir de matériaux recyclés.





CELEBRER LORS DE JOURNÉES ENGAGE

EXPLORER

ORGANISER

MOBILISER

CREER

COMMUNIQUER

BIENVENUE DANS ENGAGE

DEVELOPPER VOTRE CAMPAGNE

PARTICIPEZ A ENGAGE !

Célébrer lors de journées ENGAGE : “Rendez Växjö plus verte !”, Suède

L'équipe ENGAGE à Växjö a donné l'opportunité aux services municipaux du logement et de l'énergie de montrer leurs récents efforts pour rendre Växjö plus verte. Ils ont organisé une journée ENGAGE, une occasion de promouvoir également le projet de la ville qui démarre : la collecte des déchets ménagers pour la production de biogaz.

1300 citoyens ont visité la bibliothèque, partageant leurs opinions sur des sujets environnementaux avec les représentants de Växjö. 45 posters ont été réalisés sur cette seule journée et un total de 170 posters a été atteint début 2012. Quatre micro-séminaires ont été tenus pour discuter de nombreuses thématiques allant des véhicules électriques aux objectifs climatiques.

1 300
visiteurs
170
nouveaux
engagements

Un des moments forts de la journée reste l'annonce des résultats du « Défi des élus » où deux représentants politiques, qui avaient participé à un concours d'économies d'énergie, ont répondu à un quiz de connaissance et pris part à un concours de recyclage.



Exposition de posters dans la bibliothèque



L'équipe ENGAGE échange avec des participants.



Rendons Växjö plus vert ! Des banderoles guident les citoyens vers l'évènement.





Célébrer lors de journées ENGAGE : Journée ENGAGE à Helsinki, Finlande

L'équipe ENGAGE à Helsinki a souhaité sensibiliser le public à ses projets et stimuler les citoyens pour qu'ils réalisent leur propres ENGAGEMENTS et posters. Leur journée ENGAGE a eu lieu le samedi 26 mars 2011 dans le cadre de l'événement mondial « Une heure pour la planète ».

Le point central de la journée appelé « Energie cinétique » a combiné divertissement avec informations utiles et de nombreuses astuces sur les modes de vie durables. La première partie de la journée s'est concentrée sur les familles et les enfants et la seconde partie s'est terminée sur la piste de danse avec des DJs populaires.

Les visiteurs ont reçu un plan de l'événement sur lequel ils étaient encouragés à faire apposer un cachet à chaque stand interactif. Chacun de ces stands donnait une information sur la manière de cuisiner durablement, l'éclairage énergétiquement efficace, les émissions de CO₂ venant du transport, la réduction des déchets et le recyclage. Un arbre « plan d'action » a été mis en place pour accueillir les propositions d'amélioration d'efficacité énergétique des citoyens.



Les stands interactifs attirent les citoyens locaux à la journée ENGAGE d'Helsinki.



Les citoyens ont leur mot à dire sur la manière dont ils aimeraient que l'efficacité énergétique s'améliore en écrivant sur l'arbre « plan d'action ».



PARTICIPEZ A ENGAGE !

BIENVENUE DANS ENGAGE

DEVELOPPER VOTRE CAMPAGNE

PARTICIPEZ A ENGAGE !



PARTICIPEZ À ENGAGE !

Merci d'avoir pris le temps d'explorer la campagne ENGAGE.

Nous espérons que vous avez apprécié ce guide et que vous envisagerez de nous rejoindre dans notre mission pour atteindre les objectifs des « 3x20 » de l'Union européenne.

La campagne ENGAGE donne aux villes la chance de participer à une campagne coordonnée, significative et efficace qui traite la problématique de la consommation de l'énergie de manière concrète, en réunissant tous les citoyens en Europe autour d'une vision commune.

Vous souhaitez vous aussi participer ? Rejoignez les villes déjà participantes et soyez fier de devenir une ville pionnière !

Cliquez **ici** pour rejoindre la campagne ENGAGE et pour impliquer vos citoyens et votre autorité locale.

Nous sommes heureux d'annoncer que les 150 premières autorités locales participantes bénéficieront de la gratuité pour la première année.

Il y a également des coûts spécifiques liés à la mise en place de la campagne de posters et d'événements ENGAGE, comme l'impression par exemple. Comme les coûts sont propres à chaque pays et chaque ville, n'hésitez pas à prendre contact avec l'une des 12 villes pilotes ou avec Energy Cities pour obtenir plus d'informations sur les dépenses en lien avec la campagne.

**PARTICIPEZ
À ENGAGE
ICI !**

Faire passer le message : Visite de terrain, Oeiras, Portugal

Pour présenter certaines des actions développées dans le Plan d'Action en faveur de l'Energie Durable d'Oeiras (PAED) et pour impliquer de nouvelles communes dans la campagne ENGAGE, la municipalité d'Oeiras a organisé une visite de terrain dans le cadre de l'Agenda 21 de la métropole de Lisbonne.

L'événement a eu lieu le 11 octobre 2011 à Oeiras et a été suivi par 36 participants de la ville et des communes de la métropole de Lisbonne.

Un atelier a été organisé autour de l'énergie durable, incluant le PAED d'Oeiras, ENGAGE, l'efficacité énergétique dans l'éclairage public et l'énergie solaire.

Cet atelier a été suivi d'une visite de terrain pour observer certains des projets mentionnés dans l'atelier et pour découvrir les posters mettant en scène les ENGAGEMENTS dans les rues. Les villes participantes ont été impressionnées par leur visite à Oeiras et 5 villes portugaises avaient déjà rejoint la campagne ENGAGE avant avril 2012.



Atelier sur l'énergie durable à Oeiras



Préparé par



Avec la contribution des 12 autorités locales pilotes :

Biesko-Biala (PL), Heerlen (NL), Heidelberg (DE), Helsinki (FI), Ivanić-Grad (HR), Leicester (GB), Liège (BE), Oeiras (PT), Pampelune (ES), Rennes Métropole (FR), Rimini (IT), Växjö (SE).

Vos contacts pour ENGAGE

Energy Cities

Ian Turner

ian.turner[a]energy-cities.eu

Futerra Sustainability Communications

Emma Jackson

emma[a]futerra.co.uk

Bielsko-Biala

Katarzyna Kordas

k.kordas[a]um.bielsko.pl

Heidelberg

Sabine Lachenicht

sabine.lachenicht[a]heidelberg.de

Alexander Krohn

alexander.krohn[a]heidelberg.de

Helsinki

Tiia Katajamäki

tiia.katajamaki[a]hel.fi

Heerlen

Hans van der Logt

h.van.der.logt[a]heerlen.nl

Ivanić-Grad

Vlatka Berlan

vlatka.berlan[a]ivanic-grad.hr

Leicester

Darsh Chauhan

darsh.chauhan[a]leicester.gov.uk

Liège

Éléonore Dayez

eleonore.dayez[a]liege.be

Oeiras

Paul Cristina Santos

paula.santos[a]cm-oeiras.pt

Pampelune

José Costero

j.costero[a]pampelona.es

Rennes Métropole

Brendan Catherine

b.catherine[a]agglo-rennesmetropole.fr

Rimini

Tiziana Felletti

tiziana.felletti[a]comune.rimini.it

Växjö

Sohie Kim-Hagdahl

sohie.kim-hagdahl[a]vaxjo.se



www.citiesengage.eu

Le contenu de cette brochure n'engage que la responsabilité de son auteur et ne représente pas nécessairement l'opinion de l'Union européenne. Ni l'EACI ni la Commission européenne ne sont responsables de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y figurent.

Conception graphique de Diane Morel (www.dianemorel.com). Design : Futerra Sustainability Communications.

