

SuisseEnergie

Newsletter n° 20



Construction écologique, bonus économique

La nouvelle campagne de SuisseEnergie entend sensibiliser le public au potentiel d'économie d'énergie lors de construction ou de rénovation.

«Si tous les bâtiments de Suisse étaient rénovés selon le standard MINERGIE, cela représenterait 2 milliards de francs d'économie sur la facture de chauffage qui pourraient être dépensés plus judicieusement dans d'autres domaines.» Ces chiffres, avancés par le conseiller fédéral Moritz Leuenberger lors du lancement de la campagne Bâtiment de SuisseEnergie fin novembre à Berne à l'occasion la Foire MINERGIE, illustrent bien l'immense potentiel d'économie que recèle le secteur du bâtiment.

Bonnes notes pour la Newsletter de SuisseEnergie

Vous avez été très nombreux à participer à notre sondage d'opinion au sujet de la Newsletter de SuisseEnergie. Nous vous adressons nos remerciements les plus sincères.

Quelque 90% des personnes ayant répondu à l'enquête ont beaucoup apprécié la présentation, le contenu et la distribution par e-mail de la publication. Utile et informative sont les qualificatifs qui sont le plus souvent revenus.

Plus d'images? Plus de graphiques? Afin que les fichiers PDF transmis électroniquement ne soient pas trop volumineux- tout le monde n'a pas la possibilité d'être raccordé via l'ADSL -, nous avons décidé de ne pas changer notre ligne graphique.

D'aucuns souhaiteraient que l'on parle davantage des projets ou des mesures concrètes de mise en œuvre. C'est promis: la Newsletter de SuisseEnergie laissera dorénavant une plus grande place aux manifestations spéciales ou aux projets de votre agence ou de votre réseau.

Remarque: pour ouvrir le fichier de la Newsletter, vous devez disposer du programme Acrobat Reader dont la dernière version peut être téléchargée gratuitement sous www.adobe.ch.

Information. La campagne, qui prendra ses marques dès le mois de mars, vise à informer le public sur les nombreuses possibilités existantes pour réduire la consommation d'énergie ou les frais d'exploitation des bâtiments, tout en augmentant sensiblement le confort d'habitation et de travail. Elle mise sur l'efficacité des technologies modernes et le recours aux sources d'énergie renouvelables.

La campagne s'adresse à un vaste public, des professionnels de la construction aux industriels, en passant par le secteur des services, les collectivités publiques, les gérances immobilières, les investisseurs et les propriétaires de villas.

Internet. La plate-forme Internet www.bau-schlau.ch offre dès à présent une vaste palette de services: informations, matériel, instruments de planification et «boîtes à outils» sont ainsi accessibles au public. Des exemples clairs illustrent pour chaque catégorie de bâtiments (villas, immeubles, surfaces commerciales ou industrielles) les principaux potentiels d'économie que l'on peut réaliser au toit, à la façade, aux fenêtres ou au chauffage, qu'il s'agisse d'optimiser, de rénover ou de construire. Le site, qui sera constamment mis à jour, informe également sur l'utilité des mesures d'économie d'énergie. Enfin, des liens renvoient à des informations, matériel à des conseils pratiques.

Il n'est nullement besoin de procéder à une rénovation totale pour que les mesures d'économie commencent à porter leurs fruits. Des rénovations partielles judicieusement échelonnées et financées permettent également d'obtenir une efficacité énergétique optimale.

Pub accrocheuse. L'annonce qui paraîtra dans la presse montre une villa sans portes ni fenêtres accompagnée de ce slogan «Economisez de l'argent et de l'énergie. Mais n'en faites toute de même pas trop.» Avec son trait d'ironie, cette annonce accroche le public sur les principaux potentiels d'économie et incite avec humour à visiter le site Internet de la campagne.

Des conférences de presse, une présence dans les médias spécialisés et grand public, des prospectus, des mailings directs et des lettres d'information, la participation à des foires ainsi qu'un concours viendront compléter la stratégie d'information de la campagne.

Partenaires. La campagne essaiera en outre en des «sous-campagnes», réalisées en collaboration avec le soutien de partenaires de poids. Leur mission est double: d'une part, produire un effet multiplicateur qui renforcera l'impact des messages; d'autre part, satisfaire les besoins d'information spécifiques aux différents segments de public et secteurs professionnels. Des négociations sont actuellement en cours avec la SIA, HEV, l'Assurance immobilière Berne et *Swiss Oil*. Les Cantons, compétents pour le secteur du bâtiment, sont également prêts à diffuser les contenus de la campagne et à lui donner un ancrage régional.



En frappant avec force sur le baromètre énergétique, le conseiller fédéral Moritz Leuenberger a donné le coup d'envoi de la campagne Bâtiment 2004 de SuisseEnergie dans le cadre de la Foire MINERGIE à Berne. La campagne vise à mettre en évidence le gigantesque potentiel d'économie réalisable en rénovant et construisant intelligemment les bâtiments.

Le matériel visuel, les logos et les éléments graphiques de la campagne sont disponibles dès la fin janvier sur le site www.bau-schlau.ch, de même que les conditions d'utilisation. Ils peuvent être immédiatement employés pour les activités de communication.

Une foire MINERGIE couronnée de succès

Records des nombres d'exposants et de visiteurs battus lors de la 4^e Foire Suisse Maison et MINERGIE

La 4^e Foire Suisse Maison et MINERGIE s'est terminée fin novembre 2003 en battant de nouveaux records de participation, du côté tant des exposants que des visiteurs et visiteuses. Environ 18'000 personnes (+20%) ont profité de l'offre de la foire. Ainsi, la Foire MINERGIE a encore renforcé sa position de leader au plan national dans les domaines de la construction, de l'énergie, des sources d'énergies renouvelables et de la construction bois.

L'évolution est aussi positive en ce qui concerne les exposants. Ils ont été 288 à présenter à la foire leurs produits, leurs prestations de services et à y montrer les nouveautés et les tendances actuelles dans les domaines de la construction de maisons (en bois), des techniques du bâtiment, des sources d'énergies renouvelables ainsi que de MINERGIE.

Pratiquement tous les exposants se sont montrés très satisfaits de la foire MINERGIE 2003. Ils ont apprécié le grand intérêt des nombreux professionnels et propriétaires venus les trouver.

Programme cadre varié

Les 15 manifestations ont été bien à très bien fréquentées. Du point de vue du contenu, on a pu observer que MINERGIE ne concerne pas seulement les constructions neuves, mais aussi des domaines d'utilisation très prometteurs, tels que, par exemple, la rénovation des bâtiments, les édifices à plusieurs étages, ainsi que les constructions destinées à l'industrie et à l'artisanat.

Autres points forts de la foire :

Campagne pour les bâtiments de SuisseEnergie

Au cours de la foire, Monsieur le Conseiller fédéral Moritz Leuenberger a inauguré la campagne 2004 de SuisseEnergie pour les bâtiments. Cette campagne de sensibilisation veut attirer l'attention de la population et des professionnels sur le très grand potentiel de diminution de la consommation d'énergie qu'offrent la construction et la rénovation. En partenariat avec les Cantons et l'économie, elle veut contribuer à ce que, en Suisse, construire et rénover en ayant conscience de l'énergie devienne la règle.

Créer une plus-value grâce à la rénovation et l'agrandissement selon MINERGIE

Environ 250 professionnel-le-s ont participé au 9^e Séminaire d'automne et ont pris connaissance du potentiel, du développement et des techniques les plus récentes de la rénovation selon MINERGIE.

Politique de l'énergie et MINERGIE dans le Canton de Berne

Barbara Egger-Jenzer, Conseillère d'État, a exhorté les Communes à utiliser toute leur marge de manœuvre et à promouvoir activement et durablement le standard MINERGIE. En leur remettant un petit cadeau, elle a félicité les Communes de Tüscherz-Alfermée et de Zolllikofen pour leur première et deuxième places dans la liste des Communes bernoises pour le rating MINERGIE.

La route du succès s'ouvre maintenant devant la 5^e Foire Suisse Maison et MINERGIE 2005. Elle aura lieu au mois de novembre ou de décembre 2005, à nouveau à BEA bern expo. Inscriptions ou autres informations auprès de : Focus Events AG, route de Soleure 102, 2504 Bienne, tél. +41 (0)32 344 03 87, fax +41 (0)32 344 03 91, courriel : konstantin.brandner@hsb.bfh.ch

L'étiquetteEnergie porte-bonheur

3

Marlies Kuratli d'Eggberg/Wattwil (SG) a gagné le 1^{er} prix du grand concours organisé par SuisseEnergie, une VW Polo d'une valeur de 24'000 francs.

Près de 30 000 personnes avaient coché la réponse exacte à la question posée dans le cadre du concours sur l'étiquette-Energie pour les voitures neuves. Celle-ci a été introduite le 1^{er} janvier 2003 par le Conseil fédéral et s'inscrit dans sa stratégie pour diminuer les émissions de CO₂. Peu avant Noël, Simone Mörikofer, collaboratrice de l'OFEN, a tiré au sort sous contrôle d'huissier le 1^{er} prix du concours qui est attribué à Marlies Kuratli, 21 ans, d'Eggberg/Wattwil (SG).

«Quand j'ai reçu ce coup de fil de Berne début décembre, j'avais de la peine à croire que j'avais gagné et je n'arrive pas encore à réaliser tout à fait ce qui m'arrive», a déclaré, rayonnante, la gagnante lorsqu'elle est venue prendre possession de sa VW Polo – qui figure naturellement dans la classe d'efficacité énergétique A – au garage Edy Kobelt AG à Wattwil. «Je pensais depuis un certain temps à acheter une nouvelle voiture. Le raton laveur de SuisseEnergie a pris la décision à ma place et m'a apporté cette magnifique surprise.»

Les gagnants des 50 prix suivants ont été avisés par écrit avant les fêtes de fin d'année.



Marianne Zünd, responsable de l'Information de l'OFEN, remet symboliquement à Marlies Kuratli (à gauche) les clés de sa VW Polo flamboyante neuve.

Nouvelle stratégie de SuisseEnergie en matière de labels

Depuis le 1^{er} janvier 2004, SuisseEnergie applique une nouvelle stratégie en matière de labels pour le secteur de l'énergie. Fondement d'une politique réussie et efficace dans ce domaine, elle espère fédérer tous les partenaires.

Label Energy, Partenaires spécialisés du GSP, label SPF, label Les pros du solaire, Solar Keymark, Swisspellet... Cette liste, loin d'être exhaustive, illustre la profusion de labels de qualité disponibles dans le secteur suisse de l'énergie. Et hors des frontières nationales, c'est une véritable jungle qui attend les consommateurs, lesquels y perdent leur latin.

L'exemple du bio

Le secteur des produits bio et écologiques connaît bien le problème, confronté au fil des ans à une croissance luxuriante de labels qui confine à l'absurde puisque la principale fonction d'un label est de communiquer rapidement l'information suivante: «Les caractéristiques du produit vendu font l'objet d'un contrôle, sont immuables et sont bien celles auxquelles le consommateur est en droit de s'attendre.»

Comment s'y prennent les leaders sur le marché ?

Face à cette situation, Coop et Migros ont pris le taureau par les cornes. Les deux géants de la distribution utilisent certes toujours le même nombre de labels, sauf que ces derniers ont été réunis sous un même label générique: ENGAGEMENT chez Migros, naturaplan chez Coop. Cette stratégie présente plusieurs avantages. Premièrement, le label générique est plus lisible, a plus d'impact et peut plus facilement s'inscrire dans une logique de marque. Deuxièmement, cette stratégie permet



La combinaison de labels utilisée par Migros: uniforme sans être rigide.

de conserver une certaine souplesse dans la gestion des labels rattachés à une catégorie de produits. Troisièmement, le label générique et ses sous-labels renforcent mutuellement leurs impacts respectifs – un jeu à somme positive. Enfin, et c'est le plus important, les consommateurs s'y retrouvent plus facilement.

Une idée à suivre

La stratégie de SuisseEnergie en matière de labels s'inspire de ces exemples avec la création d'un label générique «recommandé par SuisseEnergie» qui remplace le label actuel «branché énergie». La marque de qualité peut être attribuée tant à des produits qu'à des services ayant caractère de produits et faire office de bannière commune à laquelle viendraient se rallier les labels spécifiques, comme celui des pompes à chaleur, le label Energy, MINERGIE, etc.

Identité et indépendance préservées

Plusieurs associations ou agences ont lancé leur propre label ou ont des activités voisines. Ces partenaires ont été associés durablement dans le développement de la stratégie de SuisseEnergie en matière de labels. Les acteurs et agences ont pu communiquer leurs attentes et leurs souhaits au cours d'intenses séances d'information. Il est rapidement apparu que les interlocuteurs avaient avant tout à cœur de préserver leur indépendance, leur liberté de décision et une certaine souplesse. La stratégie choisie devrait, dans la mesure du possible, s'appliquer sans contrainte ni limitation de la marge de manœuvre. Ces préoccupations ont été intégrées. Ainsi, le label «recommandé par SuisseEnergie» peut au choix être employé seul ou en combinaison avec d'autres sous-labels. Ce label générique permet d'uniformiser l'identité visuelle des labels des agences, des réseaux et des mandataires de SuisseEnergie, sans que ceux-ci ne soient contraints de renoncer à leur identité propre.

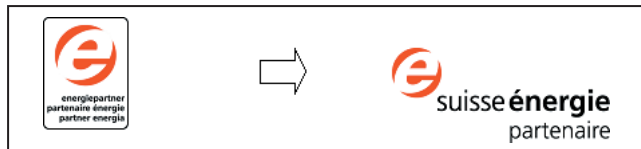
Un positionnement rapide, et dans de bonnes conditions sur le marché, passe par un marketing général s'appuyant sur un message commun, une identité visuelle homogène et une stratégie de communication ciblée. Ce seront-là les prochaines étapes à franchir.

Pour en savoir plus sur la stratégie et les activités de SuisseEnergie en matière de labels, prière de contacter l'Office fédéral de l'énergie OFEN, Hans-Peter Nützi, hanspeter.nuetzi@bfe.admin.ch

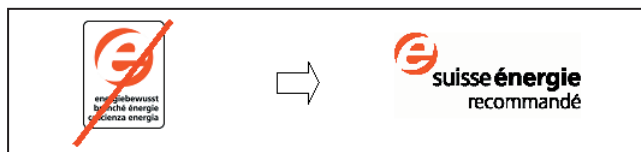
Le document «Stratégie des labels» peut être obtenu auprès de l'Office fédéral de l'énergie OFEN, Beatrice Rohrbach, beatrice.rohrbach@bfe.admin.ch

L'essentiel en bref:

1. Le label «partenaire énergie» change de look. Les partenaires sont certifiés sur la base de critères de qualité stricts et précis.



2. Le nouveau label global «recommandé par SuisseEnergie» remplace le label actuel «branché énergie».



3. Le label global «recommandé par SuisseEnergie» distingue des produits ainsi que des services ayant caractère de produits, comme, p. ex., le check-up du chauffage.



4. Des services traditionnels, comme le conseil ou l'expertise, ne sont pas labellisés par SuisseEnergie.
5. De même, SuisseEnergie renonce à labelliser les agents énergétiques, tâche qui revient aux organisations économiques.

Controlling SuisseEnergie: nouveaux manuels et formulaires de requête ⁵

SuisseEnergie a sensiblement développé et peaufiné son controlling en 2003, dont le système d'informations de gestion (MIS) constitue la clef de voûte. Cette base de données alimentée par les agences et les réseaux contient en effet tous les projets soutenus par SuisseEnergie qui peuvent être consultés à partir du site www.misinteractive.ch. Cet outil permet d'améliorer notablement la transparence du marché. Le MIS offre par ailleurs diverses aides, périodiquement mises à jour et complétées, dans le but d'optimiser le controlling. Les instruments suivants sont disponibles depuis le 1^{er} janvier 2004:

- Manuel à l'intention des agences et des réseaux (téléchargement à partir du MIS)
- Manuel à l'intention des mandataires des agences et des réseaux (téléchargement à partir de <http://www.misinteractive.ch/download.php?lang=fr>)
- Le formulaire de requête eForm A (téléchargement à partir de <http://www.misinteractive.ch/download.php?lang=fr>)

Pour toute question relative au controlling, prière de contacter l'Office fédéral de l'énergie OFEN, 3003 Berne, Hans-Peter Nützi, tél. 031 322 56 49, hanspeter.nuetzi@bfe.admin.ch

Pour toute question relative à la base de données MIS et à l'eForm A, prière de contacter TNC Consulting, Thomas Nordmann, 8703 Erlenbach, tél. 01 991 55 77, mis@tnc.ch

prix pegasus: des idées à 100'000 francs

Le prix, organisé conjointement par le programme SuisseEnergie et sun21 pour la deuxième année consécutive, récompense les idées novatrices en matière de mobilité durable. Les meilleures d'entre elles se verront allouer un montant de 100'000 francs offert par SuisseEnergie, qui leur permettra de se concrétiser. À travers le prix pegasus, SuisseEnergie et sun21 témoignent de leur engagement sans faille en faveur de l'efficacité énergétique et des sources d'énergies renouvelables. Le délai pour l'envoi des projets est fixé au 5 mars 2004. La remise des prix aura lieu le 22 juin 2004 à Bâle dans le cadre du



7^e forum international de l'énergie sun21. Les formulaires de candidature ainsi que les documents utiles seront disponibles sur le site www.prixpegasus.ch dès le 1^{er} décembre 2003.

L'essentiel en bref

prix pegasus

- Le prix récompense les idées novatrices en matière de la mobilité durable.
- Le prix, doté de 100'000 francs, est offert par SuisseEnergie.
- Il est organisé par SuisseEnergie et sun21.

Conditions de participation

- Le prix prime les projets qui n'en sont pas encore au stade de la réalisation.
- Il est ouvert aux entreprises, aux particuliers, aux associations, aux Communes et aux Cantons.
- Les critères d'évaluation pertinents sont: potentiel d'efficacité énergétique, innovation, faisabilité.

Délai d'inscription

- 5 mars 2004

Inscription

- Le formulaire de candidature des projets se trouve uniquement sous www.prixpegasus.ch.

Cérémonie de remise du prix

6

- Les projets nominés et le projet lauréat feront l'objet d'une présentation le 22 juin 2004 dans le cadre du 7^e forum international sur l'énergie sun21 à Bâle.

Sous réserve de modification des dates



Energie éolienne en Suisse, perspectives pour 2004:

Augmentation de 83% !

L'année 2004 s'annonce comme «l'année de l'énergie éolienne» en Suisse: le parc d'éoliennes du Mont Croisin (Jura bernois) accueillera deux nouvelles éoliennes d'une puissance de 1,75 MW_c chacune et les procédures de planification et d'autorisation sur le site d'Entlebuch (Berne) évoluent favorablement pour l'installation d'une éolienne de 0,9 MW_c de puissance durant l'été 2004. Un quasi doublement de la puissance éolienne installée en Suisse est donc attendu en 2004.

On peut marquer son soutien à l'éolien en signant la charte éditée par com-éole sur le site:

www.suisse-eole.ch.

Suisse Eole Centre Info
Martin Kernen

Calendrier SuisseEnergie 2004

Date	Organisation	Contact
06.02.	Défi éolien pour un monde durable, Congrès international, Berne	kontakt@suisse-eole.ch
04.03.–14.03.	Salon international de l'automobile, Genève	chantal.purro@bfe.admin.ch
06.03.–14.03.	Habitat et Jardin, Lausanne	chantal.purro@bfe.admin.ch
18.03.–19.03.	European Conference on Green Power Marketing, Lausanne	info@greenpowermarketin.org
22.04.–23.04.	9^e Conférence annuelle d'Energie-Cités, Martigny	www.energie-cites.org/conference
24.06.–28.06.	sun21, Bâle	info21@sun21.ch
26.06.	Prix pegasus, remise de prix la sun21, Bâle	info@prixpegasus.ch
24.06.–25.06.	Conférence bilan SuisseEnergie, Zurich	beatrice.rohrbach@bfe.admin.ch
02.09.–06.09.	35^e Salon suisse CONSTRUIRE & MODERNISER	walo.luginbuehl@bfe.admin.ch

SuisseEnergie

Office fédéral de l'énergie OFEN, Worblentalstrasse 32, CH-3063 Ittigen · Adresse postale: CH-3003 Berne
Tél. 031 322 56 11, Fax 031 323 25 00 · office@bfe.admin.ch · www.admin.ch/ofen