



COMMUNICATION ENVIRONNEMENTALE SUPER ENVIRONNEMENTAL MAN

CONTEXTE

Le San de Sénart est un Établissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI) regroupant 8 communes et 100 000 habitants. Dans le cadre de son Plan Climat, le San a utilisé le personnage de Super Environnemental Man afin de sensibiliser le grand public, notamment aux écogestes. Dans ce cadre, une campagne de sensibilisation multi-supports a été réalisée. Ainsi des clips et un roman-photo mettant en scène le super héros sénartais ont été réalisés. Le roman-photo a été remis avec un « Climakit » à plus de 500 habitants du territoire.

Les visuels de Super Environnemental Man ont été réutilisés dans le cadre d'une campagne de sensibilisation en interne auprès des agents du San de Sénart.

OBJECTIFS

Sensibiliser le grand public aux éco-gestes et à la thématique Climat-Énergie.
Sensibiliser les agents en interne aux éco-gestes, et les informer des actions éco-responsables réalisées par le San.



Sensibilisation grand public

Dans le cadre du Plan Climat, des clips présentant les gestes en lien avec le développement durable ont été créés et diffusés sur Youtube. Un super héros « Super Environnemental Man » a été créé et communiqué par le biais de 4 spots vidéos sur les économies d'énergie, le récupérateur d'eau, les toilettes sèches et les poêles à granulés.

Le Climakit de Sénart comprend 9 objets très usuels dont l'utilisation permet de faire des économies d'énergie : une couverture plutôt qu'un chauffage à fond, un sablier pour surveiller la durée de sa douche, une carafe pour mettre l'eau du robinet sur table, un plan des liaisons douces pour se déplacer à vélo à Sénart, un ticket de T zen pour prendre les transports en commun...

L'objectif est de montrer que des éco-gestes sont à la portée de tous et qu'ils concernent tous les domaines de la vie quotidienne : chauffage, éclairage, appareils électriques, eau chaude, déplacements...

Le kit est accompagné d'une notice explicative originale. Super Environnemental Man, le super héros du San, qui sévit d'habitude dans de courtes vidéos pédagogiques, est cette fois mis en scène dans un roman-photo où il dispense à un jeune couple inconscient ses conseils avisés.

Super Environnemental Man en profite pour distiller quelques rappels sur le Plan Climat de Sénart et les engagements du San.

Communication en interne

Le groupe de travail sur l'éco-responsabilité a souhaité diffuser des messages en interne en réutilisant les visuels de la communication grand public déjà réalisée.

Il s'agissait d'une démarche avec un triple objectif :

- Mieux informer et mettre en valeur les actions déjà mises en œuvre dans les différents

DESRIPTIF TECHNIQUE



suite →

services du San (et qui ne sont pas toujours connues de tous).

- Inciter les agents à effectuer quelques gestes simples.
- Servir d'outil de management interne.

Ainsi, en 2012, Super Environnemental Man a été utilisé pour 13 visuels afin d'informer les agents sur différentes thématiques :

- Extinction des appareils en veille.
- Impression recto-verso et noir et blanc.
- Mise en place du tri papier.
- Extinction des radiateurs avant ouverture des fenêtres.
- Communication sur des actions déjà existantes : dématérialisation des factures, mise en place d'une chaufferie bois à la Maison de l'Environnement de Sénart (équipement du San)...

Les messages étaient diffusés par le biais de l'intranet du San de Sénart.

ACTEURS



Pilote :

Sensibilisation grand public : Direction environnement
Sensibilisation des agents du San : Direction des ressources humaines

Partenaires internes ou externes :

Sensibilisation grand public :

Interne : Direction Communication,

Externe : l'Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME), l'Espace Info-Energie de Sénart (Sénart Info-Energie)

Sensibilisation des agents du San : Directions Environnement, Communication, Services Généraux

DONNÉES FINANCIÈRES



Coût total avant l'opération :

Seule l'action auprès du grand public a eu un coût :

Opération Climakit : coût global : 18 000€ dont 1 600€ édition de 1000 exemplaires du roman-photo, 300€ prestation acteur.

Bénéfices pour la collectivité :

Sensibilisation des habitants et agents de manière ludique et non moralisatrice.

Diffusion d'une culture Climat – Énergie commune sur le territoire.

Réduction des consommations d'énergie et de l'empreinte environnementale des habitants et des agents du San.

SUIVI ET ÉVALUATION



Personne ressource :

Frédéric Fournier, Chargé de mission énergie / environnement :
ffournier@san-senart.fr

Résultats :

Plus de 500 Climakits distribués.

13 visuels avec Super Environnemental Man diffusés sur l'intranet, accessible aux 150 agents.

CONDUITE DE PROJET



Facteurs de réussite :

Cette opération a permis de lancer le Plan Climat de Sénart et a contribué à faire connaître les opérations portées par le San auprès des ménages.

La communication en interne a permis de porter à la connaissance des agents les actions éco-responsables réalisées par le San. Elle a également permis de les sensibiliser à adopter une attitude éco-responsable au bureau.



POUR ALLER PLUS LOIN

L'opération de sensibilisation des habitants a permis de lancer d'autres actions par la suite : la thermographie aérienne, les balades thermiques de Sénart et le défi « Familles à Énergie Positive ».