

PROJET DE CAMPAGNE SOBRIÉTÉ 2024-2025

SYNTHÈSE - Réunion du 1er juillet 2024 -

Cette synthèse présente les principaux éléments de la rencontre du 1er juillet 2024,
organisée dans la salle du Forum Grosselin, ancienne usine Parker (Carouge)

Etaient présent·e·s :

Inès ALLOUCHI → étudiante Master AISE, faculté des sciences de l'éducation, mandatée par S.T.O.R.M.E.

Laure BENROMDHANE → habitante de Baud-Bovy

Gisela BRANCO → OCEN

Nicolas FERRY → travaille à la Commune de Carouge sur la thématique de "l'énergie des bâtiments communaux"

Cédric JEANNERET → groupe sobriété SIG + collectif citoyen SeymazVie

Laura MATILLE → SIG groupe sobriété, coordinatrice de la précédente campagne-pilote

Patricia MIAZZA → éco-impact

Giovanni TROCCOLI → adjoint de Frédéric PERONNE, architecte à la CPEG au service construction et travaux

Marie-Luce STORME → S.T.O.R.M.E.

NICOLAS VELEBIT → SIG, éco21

à distance: Imane et Thibaut → doctorante et étudiant en master pour enquête qualitative /quantitative

Retour sur la campagne: Mieux vivre en consommant moins»	p. 3-5
Le plan directeur de l'énergie comme fil rouge	p. 6
Atelier participatif pour revoir les dynamiques des campagnes : cartographie 3D	p. 7-9
Synthèses, axes identifiés et prochaines étapes	p. 10-13
Objectif commun et points d'attention	p. 14-15

Retour sur la campagne - hiver 2023-2024

“Mieux vivre en consommant moins”

Objectifs

- Identifier des pistes d'activation de sobriété avec les habitant.e.s
- Tester des méthodes de mobilisation, sensibilisation et d'accompagnement
- Un retour d'expérience pour finaliser la structuration d'un projet pour l'hiver prochain.
- Garantir la bonne satisfaction des participant.e.s et améliorer leur pouvoir d'agir.

Périmètre et thématiques

- 14 allées couvrant le Boulevard Carl-Vogt, l'Ecole de Médecine et Baud-Bovy
- Environ 300 ménages
- 1 mois de campagne
- Thématiques principales
 - Confort thermique
 - Eau chaude
 - Chauffage
 - L'électricité

Equipe terrain

- Porteuses de projet:
 - Patricia Miazza
 - Marie-Luce Storme
- Equipe d'intervention
 - Inès Allouchi
 - René Bonard
 - Arian Knoepfel
 - Cyril Léger
 - Damien Riedweg

Retours sur la campagne 2023-2024 : Principaux résultats

- Un tiers d'habitant-e-s touché-e-s par la campagne
- Les écogestes sont globalement acquis et envie d'aller plus loin (le mot sobriété n'est plus vraiment tabou)
- Identification de pistes d'actions désirées (eau, mutualisation buanderies, etc.) par les habitants
- Cinq méthodes de mobilisation testées et comparées (QR code n'attire pas, discussion dans les allées oui)
- Les personnes manquaient de temps et d'intérêt, certains étaient informés trop tard ou ne voyaient pas l'information
- Des habitants relais ont été identifiés comme intéressés à aller plus loin: proposition d'un rôle d'éco-référent ?
- L'expérience a été documentée et des ateliers de restitution organisés



Moments-clés de la campagne : rallye-chaufferie (haut-gauche) ; cyclo-générateur des Grands-parents pour le climat – GE (haut-droite) ; soirée de clôture (bas)

Retour sur la campagne

“Mieux vivre en consommant moins”

- Une campagne riche d'expériences et d'enseignements.
- Une campagne qui a voulu “aller vers les habitants”.

La campagne a permis :

- Aux habitants de s'exprimer.
- De faciliter une réflexion
- De communiquer des informations.
- De relever la nécessité d'aller vers les gens

Les limitations de la campagne:

- Difficulté dans certains échanges de sortir des doléances.
- Cette campagne plante une graine.
- Les temps de rencontres sur inscription ont été peu fréquentés d'où la difficulté de créer une dynamique citoyenne.

Pour aller plus loin:

- Inclure des habitants dans la création des campagnes.
- Créer des espaces de médiations entre les habitants et la régie et éventuellement les propriétaires.
- Une fois le dialogue initié, on peut proposer aux habitants des ateliers, des visites éco-logements, des éco-défis.



Changer de paradigme en impliquant tous les acteurs de la société

OBJECTIF D'ici à 2030, la sobriété devient un élément structurant de notre société, les conditions cadres évoluent et des actions d'accompagnement au changement sont engagées.

>2022

Réaliser les travaux préparatoires pour les études prospectives, mettre en place un groupe de travail pluridisciplinaire, créer des espaces de co-conception.

>2030

Poursuivre la mise en place des actions d'accompagnement au changement, amélioration continue du plan d'actions.

ENJEUX

La sobriété peut être considérée comme un état où chacun a accès aux ressources pour répondre à ses besoins dans le respect des limites planétaires. Elle intègre les notions de plancher social (minimum de consommation pour l'intégration sociale) et de plafond écologique (maximum de consommation pour la durabilité environnementale). ➤



Faire évoluer les comportements et les usages, repenser le dimensionnement

OBJECTIF La température moyenne pour le chauffage diminue, la consommation d'eau chaude sanitaire et la consommation électrique des équipements dans les bâtiments sont réduites.

>2022

Lancer/réaliser les actions engageant l'État et les communes labellisées Cités de l'énergie, intégrer la sobriété dans les programmes SIG-éco21.

>2030

Faire un retour d'expérience de la première étape, implémenter des programmes à large échelle.

ENJEUX

La sobriété n'est pas synonyme de moins mais de différent. Accéder à cette vision nouvelle nécessite de passer par un travail de compréhension et d'appropriation par l'ensemble de la société. Il est relativement facile de réduire la consommation d'énergie en agissant sur certains comportements (chauffage, rafraîchissement et éclairage passifs, éclairage sobre dans l'espace privé et commun, utilisation sobre de l'eau et des équipements d'immeubles). ➤

ATELIER PARTICIPATIF – Cartographie 3D

Cette méthodologie est un outil issu de la Théorie U, mise au point par une équipe de chercheurs du M.I.T. / Sloan School of Management, MS, US)

En utilisant des éléments ludiques, les participant·e·s modélisent la réalité actuelle d'un système et / ou un projet. Elles peuvent ainsi représenter leur rôle et leurs intentions dans un ensemble d'acteur·rices qui sont interdépendants. Elles sont invité·e·s à observer la modélisation et la questionner à partir de quatre points de vue.

A chaque chaque nouvel angle nous avons proposé une question permettant aux participant·e·s d'examiner leur modélisation en entrant dans une perspective archétypale différente.

1^{er} point de vue (nord) : quel aspect de ce système appréciez-vous le plus ?

2^{ème} point de vue (est) : quels sont les principaux accords et sources de pouvoir ?

3^{ème} point de vue (ouest) : quels leviers de changement pourraient être adoptés ?

4^{ème} point de vue (sud) : quels éléments du projet – pilote doivent être abandonnés ?

S'arrêter pour réfléchir à partir d'angles différents permet de questionner les obstacles au changement, d'identifier des sources de conflits, des leviers d'action et des axes de travail innovants. Finalement, les participant·e·s peuvent se concerter sur les potentiels qui peuvent être créés collectivement pour modifier la dynamique actuelle et lancer un nouveau projet plus performant selon les objectifs à atteindre.

Objectifs : définir la campagne 2024-2025

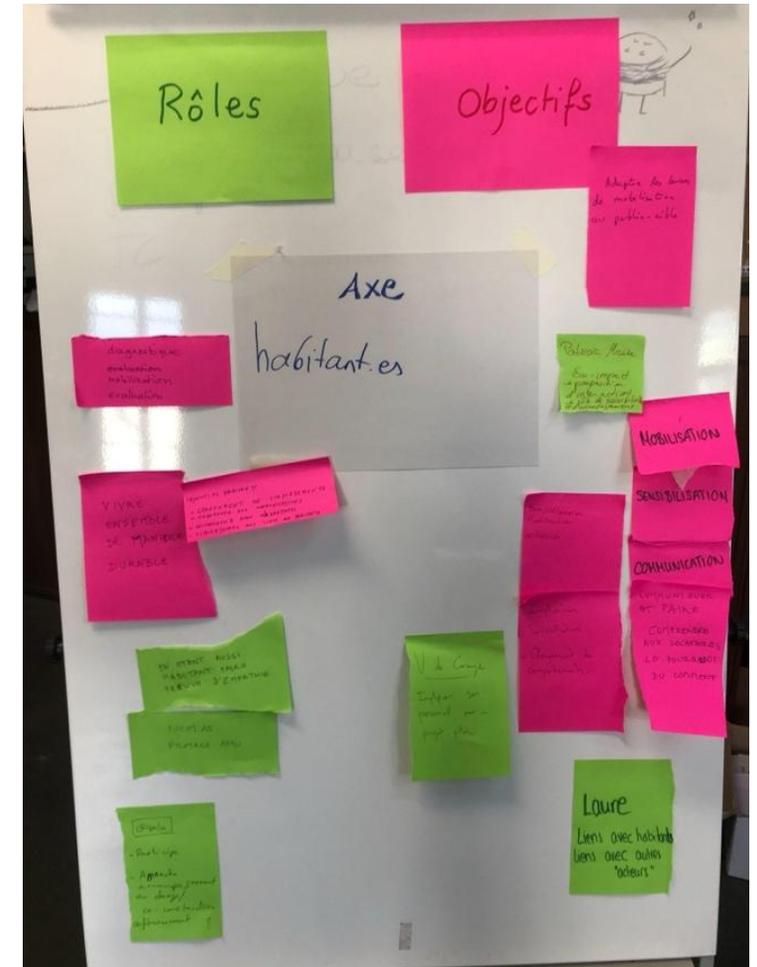
- Comprendre l'évolution d'une initiative
- Apporter des perspectives collectives
- Considérer le présent et imaginer l'avenir
- Construire un modèle physique du projet de changement
- Définir les objectifs, les rôles et leviers d'action

SYNTHÈSE DES AXES – RÔLES - OBJECTIFS
pour une nouvelle campagne - hiver 2024-2025

AXE : HABITANT·E·S

Cet axe retient l'idée que les habitant·e·s sont au coeur des changements et qu'i·elles sont à la fois force de propositions et centre des futures démarches, qu'il s'agisse de :

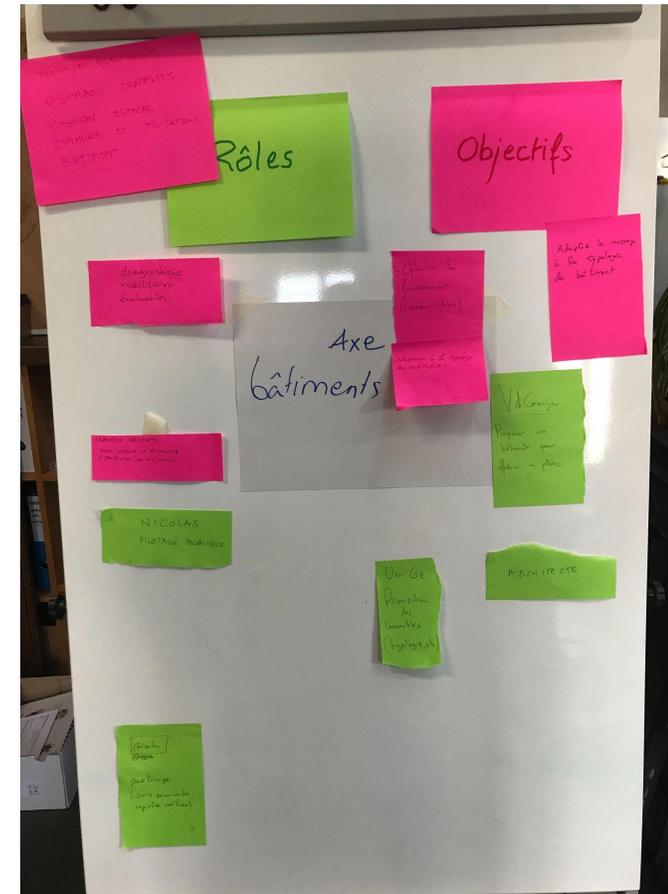
- co-créer les outils et les solutions,
- soutenir la mobilisation,
- engendrer l'adhésion et d'impliquer le plus grand nombre,
- renforcer la communication et la compréhension,
- accompagner le changement de comportements et d'habitudes,
- élaborer des états des lieux et des diagnostics
- vivre ensemble de manière durable.



AXE : BÂTIMENTS

Cet axe met en exergue des priorités et des points d'attention pour de futures campagnes de sobriété et de durabilité, notamment :

- les possibilités de monitoring des consommations avec un pilotage technique,
- la diversité de la typologie des bâtiments choisis et l'adaptation des messages à leur habitant·e·s,
- les possibilités d'élaboration de diagnostics,
- l'optimisation du fonctionnement dans les bâtiments ouvrant des possibilités de nouveaux réglages et l'anticipation de pénuries d'énergies,
- la création d'espaces d'écoute et de médiation des conflits,
- la gestion des espaces communs et des utilisations des bâtiments.



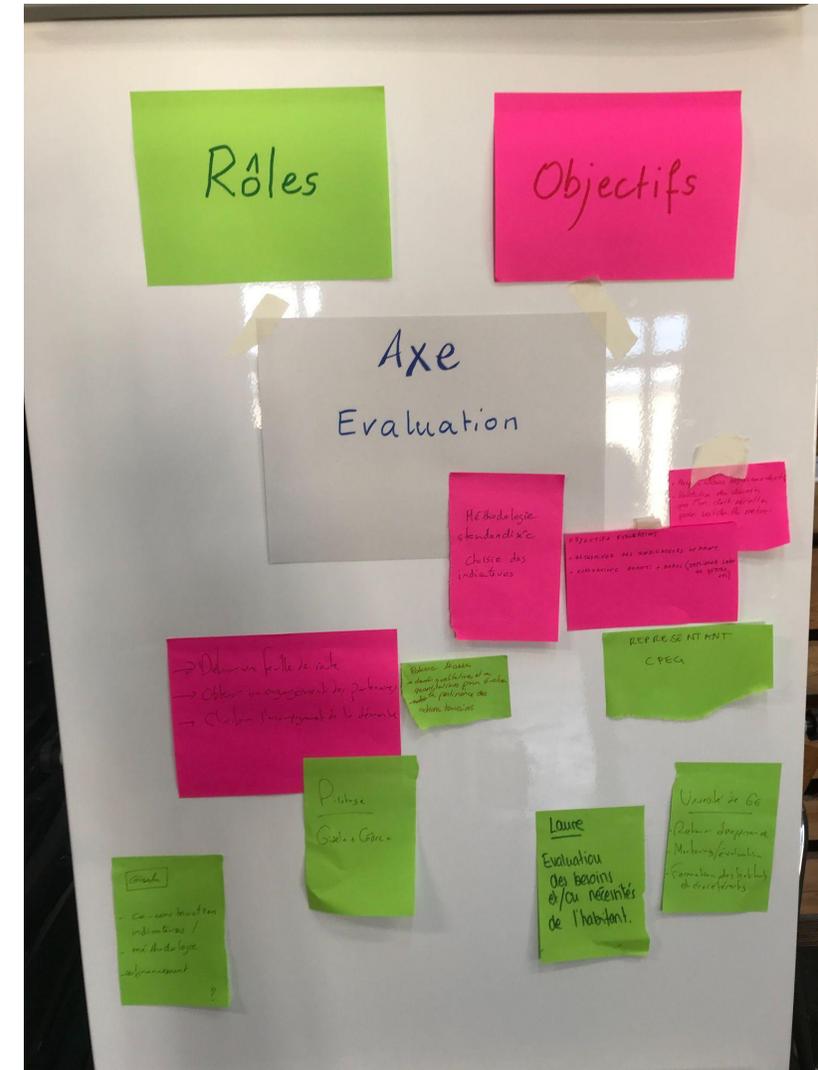
AXE : EVALUATION DES IMPACTS

Cet axe souligne des besoins, en termes de définition :

- de métriques et indicateurs en amont et alignés aux objectifs et de processus de validation des données recueillies,
- d'une feuille de route,
- d'une méthodologie standardisée,
- des outils d'évaluation des données qualitatives (faculté de psychologie UNIGE) et quantitative (faculté des sciences UNIGE)

Ainsi que

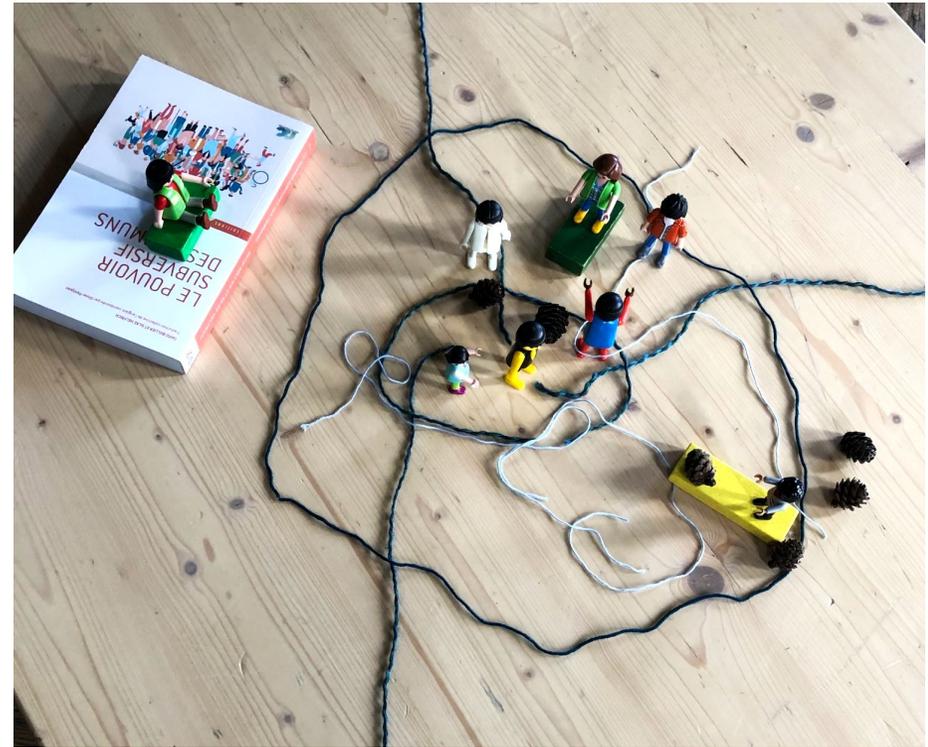
- la clarification de l'accompagnement de la démarche et de l'engagement des partenaires,
- la formation des habitant·e·s et d'éco-référent·e·s
- le retour d'expérience



Un objectif commun

*« On regarde tous dans la même direction.
On tend tous vers le bien vivre ensemble,
et la dimension sociale de la sobriété. »*

Points d'attention



Fort·e·s de l'expérience de la campagne pilote de l'hiver 2023-2024, des échanges lors de la rencontre du 1^{er} juillet 2024 et, du fil rouge du Plan Directeur de l'énergie, un certain nombre de points de vigilance sont maintenant à souligner.

Les points d'attention

Selon les 3 axes identifiés :

- habitant·e·s
- bâtiments
- évaluation

Pour le bon fonctionnement d'une potentielle campagne*, les éléments ci-contre seront connus et arrêtés a minima le 1^{er} septembre 2024.

* La timeline de cette campagne sera élaborée dans le cours de l'été 2024

Des rôles clarifiés et fluides

- Quelle institution / qui est en charge du pilotage du projet ?
- Quelles structures sont en charge des 3 axes identifiés ?
- Quels sont les montants alloués à chaque axe de la campagne ?
- Quelle gouvernance pour la continuité des campagnes ?

Les périmètres

- Les lieux et les échelles (bâtiments, quartiers, commune, jusqu'au Canton) des interventions ?
- Quelle est la timeline du projet – à partir du 1^{er} septembre 2024 ?
- Volume des données quantitatives et qualitatives à retenir ?
- Quels indicateurs de performance, de sobriété énergétique et de durabilité ?
- Quels indicateurs de la sensibilisation et de la mobilisation des habitant·e·s des immeubles sélectionnés ?

La communication

- Quels supports de communication sont choisis ?
- Quels partenaires sont en charge des contenus de communication ?
- Quels sont les mécanismes de communication interne entre les partenaires ?
- Comment sont gérées les questions et les initiatives des habitant·e·s ?
- Quelles bases de connaissance sont disponibles ?

En vous remerciant de votre participation.