

Evaluation finale

Il est très difficile d'obtenir des informations fiables à 100% sur l'efficacité réelle d'une campagne de sensibilisation. L'évaluation vous aidera cependant à dégager les points forts et les points faibles de votre campagne.

Deux points importants doivent être évalués en fin de campagne:

- La quantité d'énergie qui a pu être économisée
- L'impact des changements de comportement sur les résultats obtenus.

(1) Suivi de la consommation d'énergie

- Etablissez des relevés intermédiaires – si possible à la fin de chaque mois.
- Evaluation quantitative : combien d'énergie a été économisée ?
- Comparez les résultats avec les objectifs.
- Donnez des informations sur l'évolution des tendances et comparez les résultats, ne vous contentez pas de publier seulement quelques chiffres.
- Visualisez les résultats (sur un diagramme par ex.).

 *A Leicester (UK,) un système de relevé des compteurs intelligent permet d'établir des graphiques très précis des consommations réelles, graphiques qui peuvent être affichés à côté du poster Display.*

 *A Montbéliard (FR), des graphiques comparatifs des consommations mensuelles d'électricité et de gaz sur deux ans sont réalisés en complément du poster Display.*

L'expérience montre que dans la plupart des cas, le changement d'attitude et de comportement observé chez les usagers du bâtiment est significatif et a des retombées positives.