



5 LES CLUBS D'UTILISATEURS

- ✓ Les clubs européens d'utilisateurs
- ✓ Les clubs nationaux d'utilisateurs
- ✓ Les clubs locaux d'utilisateurs

Comment organiser un Club d'utilisateurs

Vous avez déjà mené une campagne réussie de communication locale, les acteurs locaux sont mobilisés et vous avez mis en place un système pour évaluer les résultats et les réactions du public. Et vous vous demandez quelle sera la prochaine étape ?

Un point important à ne pas oublier lorsque l'on participe à la campagne Display est que vous n'êtes pas tout seul. Display est en effet une campagne européenne à laquelle participe des centaines d'autres collectivités locales et un nombre croissant d'entreprises privées (voir la section « participants » sur le site Internet). Le présent chapitre vise à souligner l'importance de partager votre expérience avec d'autres membres de la Campagne en participant à, ou en organisant un Club d'utilisateurs Display. Ces rencontres vous permettront de **mutualiser vos ressources et d'échanger sur les initiatives réussies**, ainsi que sur les obstacles communs.

Les Clubs d'utilisateurs Display peuvent être organisés à divers niveaux mais sont toujours en prise avec les besoins des participants. Trois niveaux existent actuellement, le niveau européen, national et régional/local.

Les clubs européens d'utilisateurs

Les clubs européens d'utilisateurs se réunissent **une fois par an en moyenne** et sont normalement organisés à l'occasion du Rendez-vous annuel d'Energie-Cités ou à l'issue de la cérémonie de remise des prix « Towards Class A ». Ces

rencontres sont importantes car elles permettent aux membres de toute l'Europe de partager leur expérience et d'élargir leur réflexion au-delà des problématiques purement nationales ou locales.

L'objectif de ces clubs est d'obtenir un retour d'information des divers participants Display, de discuter des récents changements intervenus au niveau européen et de comparer les situations aux niveaux national et local. Les clubs européens traitent en général des sujets suivants :

- Etat d'avancement de la Campagne en Europe,
- Conseils techniques sur la manière de gérer une campagne de communication,
- Nouvelles orientations prises par la campagne,



Ainsi que des influences extérieures à la campagne telles que :

- Les changements apportés aux adaptations nationales de la DPEB.

Les clubs européens d'utilisateurs sont indispensables pour mettre en cohérence les activités menées aux niveaux local et national et contribuent à préserver l'identité européenne de la campagne.

Les clubs nationaux d'utilisateurs

Les villes de Suisse romande ont commencé à utiliser Display dans le cadre d'un projet INTERREG IIIA intitulé REVE Jura Léman. Au cours d'une des réunions organisées dans le cadre de ce projet REVE, les communes suisses ont exprimé le



besoin d'échanger sur leurs expériences et de discuter des obstacles et défis rencontrés. Le premier club suisse des utilisateurs Display a été créé en 2006 autour d'un petit groupe d'acteurs pour qui le lancement d'une campagne locale de communication représentait un défi. Le groupe a depuis beaucoup grandi. Il regroupe désormais l'ensemble des utilisateurs Display suisses (soit plus de 30 membres) et se réunit **deux fois par an**. Vous trouverez ci-dessous la liste des étapes, inspirées de l'expérience suisse, que vous pouvez suivre afin de mettre en place un Club d'utilisateurs dans votre propre pays :

Etape 1 – Préparation

- ✓ Etablissez une liste des utilisateurs Display (adresses e-mail et téléphones), dans votre pays ou dans vos villes, intéressés à communiquer la performance énergétique de leurs bâtiments publics. Energie-Cités peut vous aider à établir cette première liste.
- ✓ Choisissez un **lieu de rencontre** aisément accessible par l'ensemble des participants (en Suisse, le groupe se rencontre dans une salle de la gare ferroviaire de Yverdon-les-Bains . En France, les réunions se tiennent à Paris).
- ✓ Trouvez une source de **financement**. Le budget n'est pas très important mais cela peut aider de disposer d'un financement pour payer la salle de réunion ou rémunérer le temps que vous consacrez à l'organisation de ces réunions. NB : les frais de déplacement sont à la charge des participants.
- ✓ Désignez une **personne** chargée d'animer les réunions.
- ✓ Décidez **de la fréquence des réunions** (une fois par an, deux fois, trois fois ?).

Etape 2 – Que mettre à l'ordre du jour ?

L'objectif final étant de mettre en place une campagne de communication locale, le fait que l'un des participants ait déjà lancé sa propre campagne peut être judicieux, car il pourra



Les clubs locaux d'utilisateurs Display

C'est la Communauté d'Agglomération de Grenoble qui, la première, a ressenti le besoin de créer un club local d'utilisateurs Display. La Communauté rassemblant un grand nombre de villes et villages, en dehors la ville centre de Grenoble, au sein de la campagne Display, l'agence locale de l'énergie a décidé de créer un club local d'utilisateurs afin que les besoins spécifiques de ces plus petites collectivités puissent être pris en compte. Les clubs locaux d'utilisateurs ont un intérêt dès lors qu'ils rassemblent des utilisateurs Display (en général de petites villes) en nombre suffisant et situés dans la même zone géographique.

Les clubs locaux d'utilisateurs sont adaptés aux besoins des plus petites villes et traitent en général des sujets suivants :

Présentation de l'outil de calcul – de nombreuses petites communes n'ont en effet pas les ressources nécessaires pour embaucher des techniciens pour s'occuper de Display et elles ont donc besoin de plus temps pour se familiariser avec l'outil de calcul.

Mutualisation des ressources – Bien souvent, les petites communes disposent de budgets limités en matière de communication et il est plus avantageux pour elles de mutualiser leurs ressources, en ne prenant qu'un seul fournisseur par exemple pour imprimer les posters et autres supports de communication Display.





Conclusion

L'agence locale de l'énergie de Grenoble a ainsi pu publier un bulletin annuel mettant en avant les actions des villes de la Communauté d'Agglomération de Grenoble, rendant ainsi plus visible le travail effectué par chacune des communes concernées.

Malheureusement, l'une des principales contraintes reste le problème du financement de ces rencontres. En France, celles-ci sont habituellement financées par une agence de l'énergie.