

**Conduire le changement en matière d'usages
de l'énergie au sein des bâtiments de
l'Université de Nantes : retours sur
l'expérimentation menée de 2016 à 2018**

Présentation CEREMA - 25/06/2019

www.univ-nantes.fr

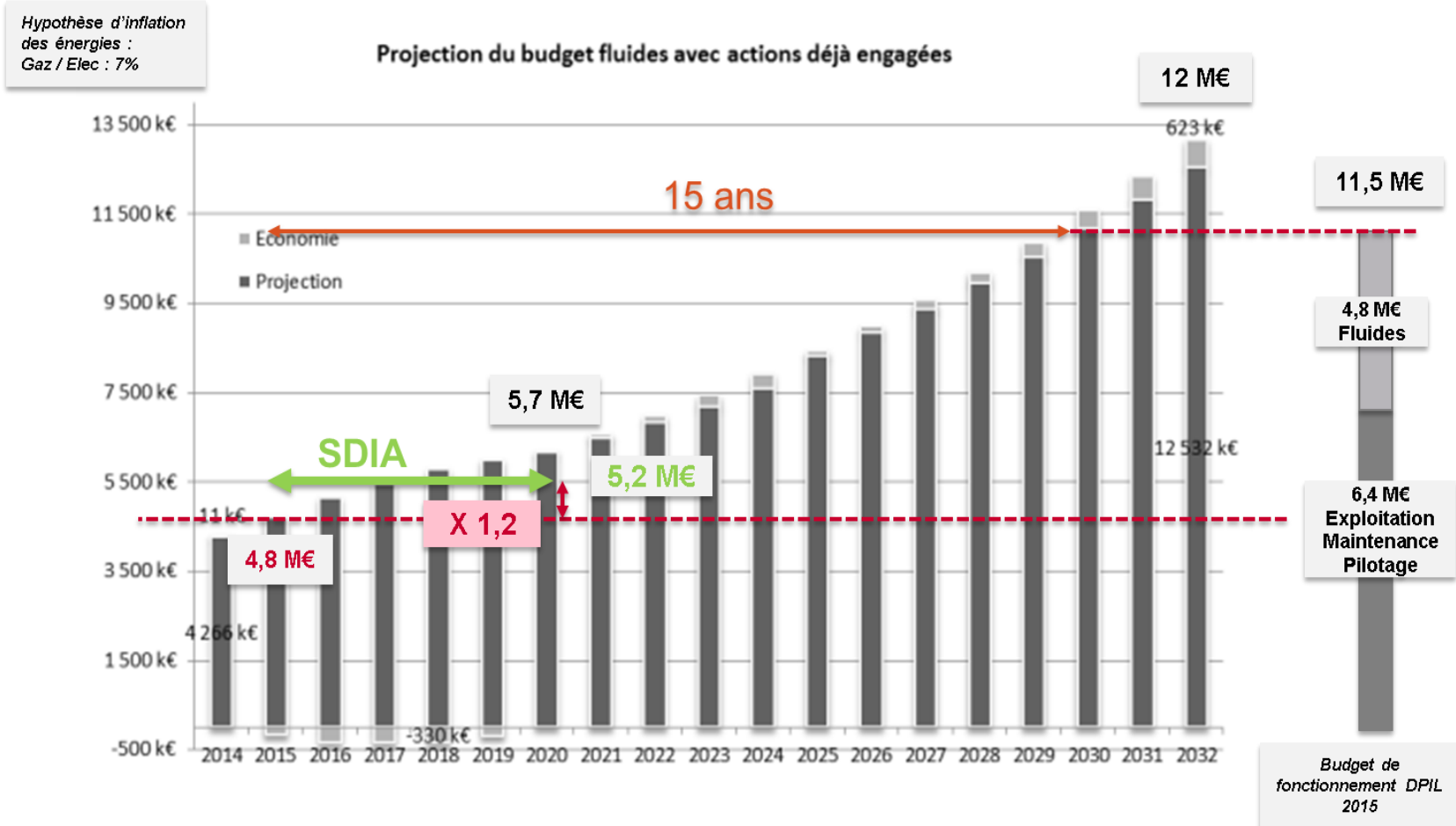


UNIVERSITÉ DE NANTES

Projection de référence

Histogramme de référence sur l'évolution de la facture énergétique jusqu'à 2032.

Les actions du SDIA sont prises en compte et ont un impact positif jusqu'à 2020.



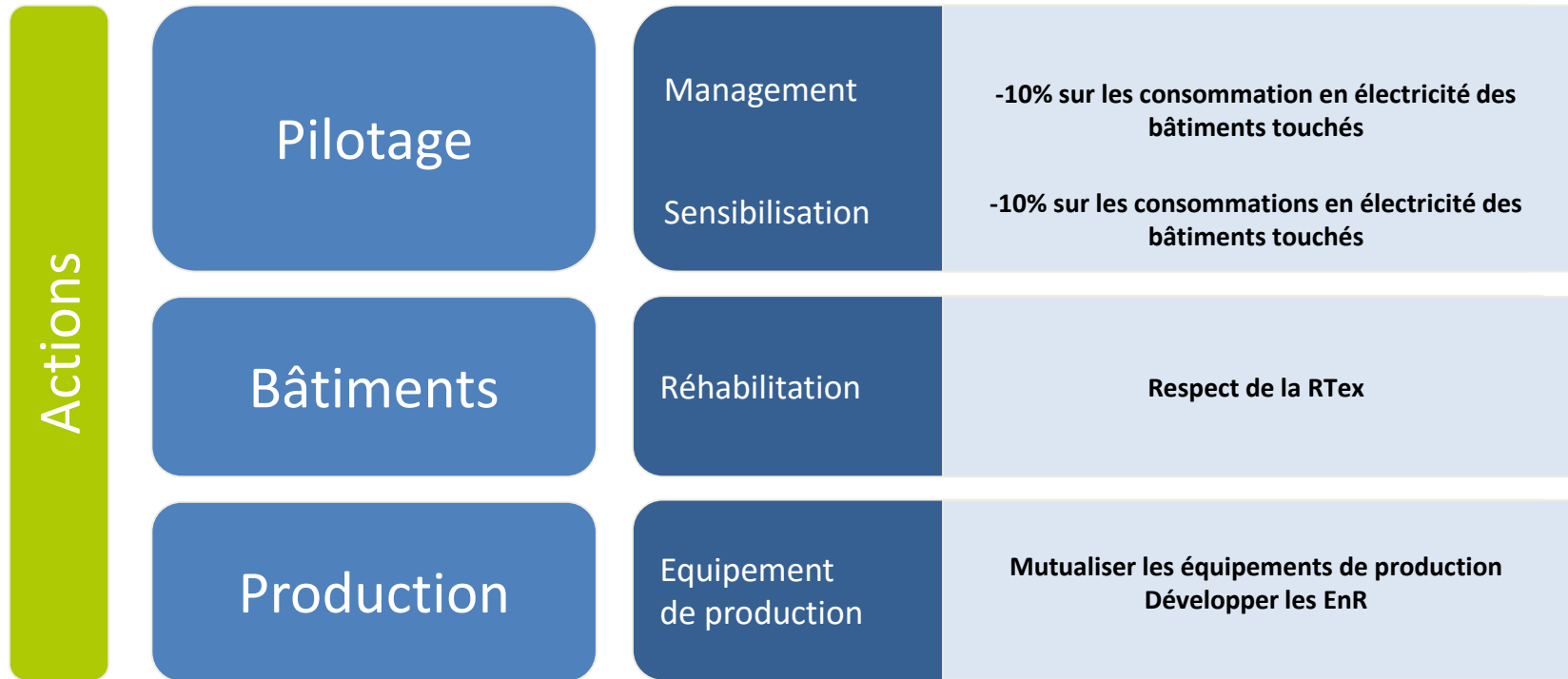
La transition énergétique de l'Université de Nantes - les objectifs

4 objectifs :

- Objectif 1 : Participer à l'atteinte des objectifs fixés au niveau international, national et local
- Objectif 2 : Etre un moteur dans la Recherche, la Formation et l'Innovation pour le territoire sur cet enjeu de la transition énergétique
- Objectif 3 : Ancrer une culture de l'« Habiter » en rendant l'utilisateur acteur de son bâtiment
- Objectif 4 : Maîtriser la facture énergétique

Les enjeux du PEF

Les trois volets d'actions du PEF



Une des actions importantes pour la réussite du PEF sera le pilotage lié à l'énergie à travers des objectifs porté sur le management de l'énergie d'une part (10% fixé) ainsi que la sensibilisation des usagers face à leur comportement en matière d'énergie (10% fixé).

Volet Pilotage - Changement des comportements en matière d'énergie



Traduction opérationnelle de l'objectif 3 de la stratégie énergétique

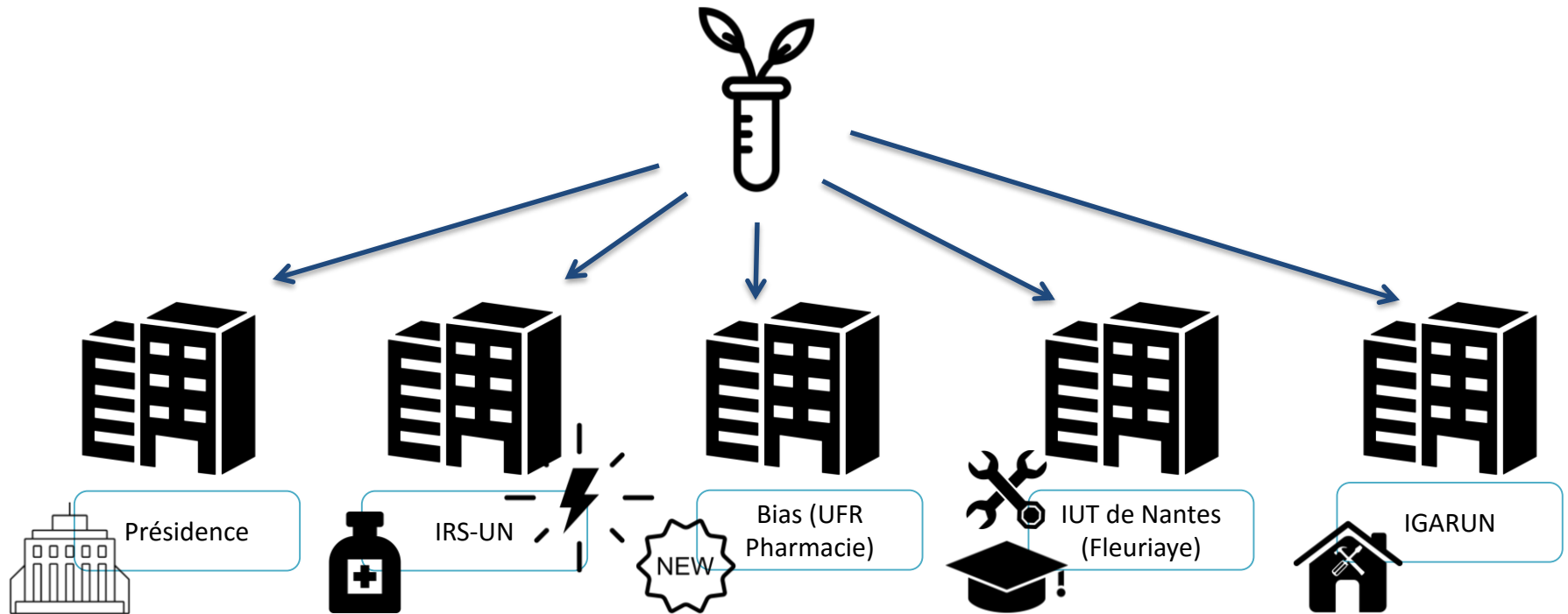


Toute amélioration technique d'un bâtiment ne pourra être pleinement efficace que si elle est doublée d'un travail d'accompagnement des usagers sur les nouveaux comportements à adopter

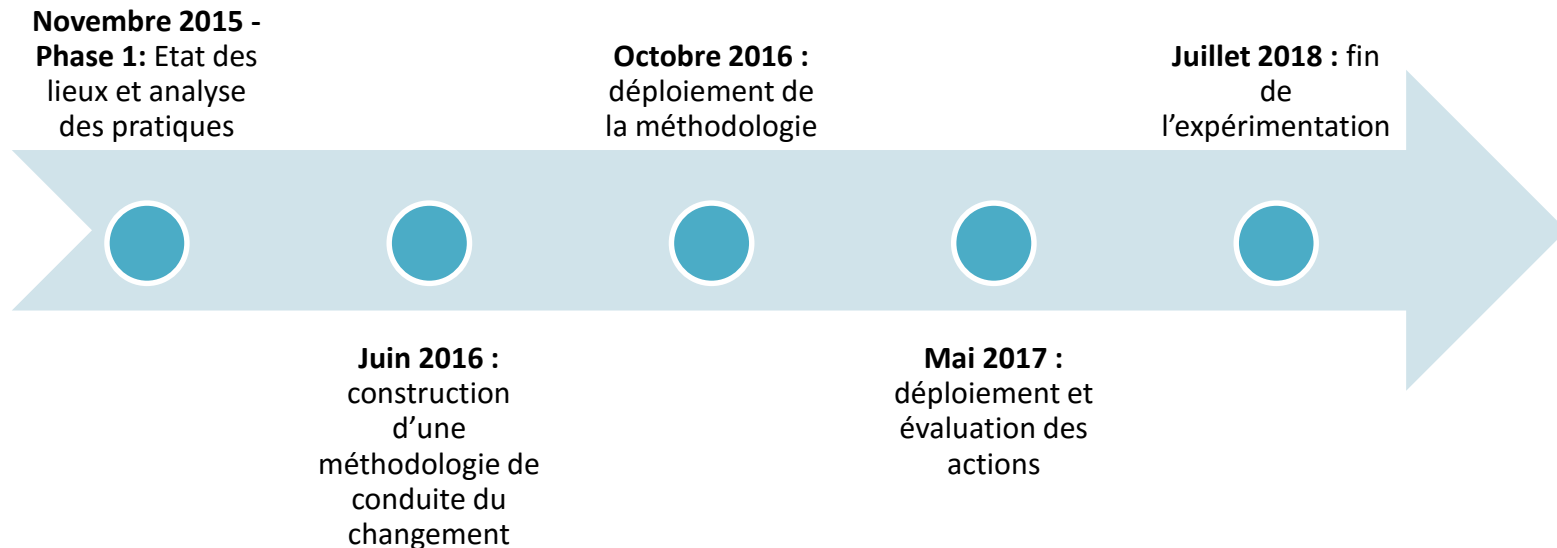
Placer l'utilisateur au cœur de la démarche

- Connaisseur de l'état présent des bâtiments
- Acteur direct influant sur les performances du bâtiment par son comportement

Volet Pilotage - Changement des comportements en matière d'énergie



Volet Pilotage - Changement des comportements en matière d'énergie



Etat des lieux et analyse des pratiques

- Conclusions :

- Un intérêt prononcé de la communauté universitaire pour les questions liées au développement durable

70% des étudiants et 85% des personnels déclarent un fort intérêt pour ces sujets

- Une forte conscience d'un enjeu à relever collectivement

70% des étudiants et 92% des personnels pensent que les économies d'énergie sont l'affaire de tous les usagers

- Une transposition limitée des pratiques personnelles vertueuses à l'environnement de travail ou d'études

19% des étudiants et 38% des personnels se déclarent très attentifs aux économies d'énergie chez eux contre 8% des étudiants et 23% des personnels sur le lieu d'études/travail

- Une perception négative des comportements des autres usagers mais positive de ses propres comportements et pratiques

Le bilan

5 actions mises en œuvre

4 thématiques investies (éclairage, ascenseur, gestes du soir, informatique)

Entre **5%** et **30%** d'économies constatées sur la durée de l'action

Volet Pilotage - Changement des comportements en matière d'énergie

5 actions déployées ou en cours de déploiement portant sur des usages divers (éclairage, ascenseurs, gestes du soir, salles de réunion, création d'un réseau d'ambassadeurs)

Une démarche qui fonctionne avec de bons résultats sur les premières actions mais qui nécessite le rappel fréquent des messages pour entraîner un réel changement de comportements.

Une mobilisation présente mais fragile et qui nécessite une constante animation/coordination et la nécessité d'associer le plus tôt possible les fonctions support

Conditions *sine qua none* de succès :

- l'évaluation et la mesure des résultats pour permettre le retour aux usagers et garantir la pérennité de l'action.
- l'adaptation au contexte local

Nécessité d'outiller/professionnaliser la démarche pour la rendre concrète et visible.



La campagne de communication

Pourquoi ?

- L'expérimentation autour des usages et des comportements en matière d'énergie menée actuellement sur cinq bâtiments a fait émerger un fort besoin de communication (outils).
- Objectifs :
 - Changer les mentalités :
 - Faire prendre conscience de l'importance du sujet
 - Mettre à l'esprit et rendre visible
 - Rendre le sujet « désirable » : ludique, impliquant et valorisant
 - Faire agir :
 - Faciliter et encourager le passage à l'acte (le bon geste, le réflexe)
 - Rationaliser les comportements
 - Lever les freins



Créer une dynamique globale

Le déploiement

- Une campagne globale issue de l'expérimentation sur les comportements en matière d'usages de l'énergie
 - Créer une identité « Economies d'énergie » à l'Université de Nantes
 - Stratégie d'activation conçue en trois phases
 - #1 : Visibilité et impact
 - #2 : Sensibilisation et information
 - #3 : Mobilisation et participation
 - Une phase = une semaine
- Un déploiement en deux temps



18 bâtiments



Juin 2019

#1
#2
#3 « light »



Novembre 2019

#1
#2
#3 – Semaine Grün

Un aperçu...

Ceci est l'objet le plus cher de l'Université



UN | éco d'énergie
j'y pense, j'agis
#MoinsDeWattsALaFac | #UNRJ

Un aperçu...

UN | éco d'énergie
j'y pense, j'agis
#MoinsDeWattsALaFac | #UNRJ

5 168 494€*

*C'est le montant de notre facture énergétique pour l'année 2016.



Cette campagne a été financée, en 2016, par les consommations énergétiques de l'université, sur un montant d'environ 200 000 euros. Fin.

www.univ-nantes.fr/transition-energetique



UNIVERSITÉ DE NANTES

Un aperçu...

- Les cartes 5G(estes)



UN
UNIVERSITÉ DE NANTES

Le saviez-vous ?

Les équipements et appareils électriques (cafetières, imprimantes individuelles, écrans, ...) qui restent en veille peuvent représenter jusqu'à 10% de la facture d'électricité.

Source : ADEME, Guide « Réduire sa facture d'électricité », Edition Décembre 2018, p18

Un aperçu...



75%
des personnes
ayant utilisé cette
salle ont éteint
la lumière
en sortant
Merci !



Merci !

UN | éco d'énergie
j'y pense, j'agis