



ENERGY
advisors

Formation

Le changement de
comportement :

Sensibiliser à l'Utilisation
Rationnelle de l'Energie

15 Janvier 2026



Programme de la journée

9h	<i>Accueil des participants</i>
9h15	Présentation de BRUXEO et des services du pack énergie secteur à profit social Tour de table des participants
9h30	Pourquoi sensibiliser ? Les 5 marches du changement de comportement. La team énergie et le responsable énergie, Le diagnostic comportemental (sondage énergie et campagne de mesure) Définir une stratégie de sensibilisation
10h45	<i>Pause café</i>
11h05	10 leviers d'efficacité d'une campagne de sensibilisation réussie Exemples de campagne de sensibilisation; Stand avec des outils de sensibilisation et pédagogique et du matériel de mesure.
12h00	<i>Lunch sandwiches</i>
12h40	Atelier de mise en pratique de différents outils de sensibilisation : quizz énergie et jeu coût- conso
14h40	<i>Pause café</i>
14h50	Exercice pratique en sous-groupes : réalisation d'une campagne de sensibilisation dans mon institution.
15h40	<i>Clôture</i>

BRUXEO et
Pack énergie



La Confédération Bruxelloise des Entreprises à profit social est une confédération patronale intersectorielle et pluraliste:



Objectifs :

- Représenter et **défendre** le secteur à profit social auprès des pouvoirs publics et des partenaires sociaux
- **Fournir des services de qualité** à ses membres.

Missions :

- Assurer le suivi des accords sociaux bruxellois concernant le secteur à profit-social.
- **Défendre le fonctionnement** du secteur et promouvoir ses principes.
- Coordonner, représenter et défendre les **intérêts patronaux** intersectoriels au niveau de la Région de Bruxelles-Capitale en participant au dialogue socio-économique.
- **Promouvoir le développement** du secteur à profit-social, privé comme public.



Le secteur à profit social



Enseignement



Aides et soins à domicile



Aide sociale et soins de santé



Entreprises de travail adapté



Socioculturel

Privé et public!



Etablissements et services
d'éducation et d'hébergement



Organisations d'action sociale
(profit social)



Hôpitaux et services de santé



Services de Bruxeo



DECARBON'
action



digibrux



LEXECO
Management support
for social profit organisations



So diversity



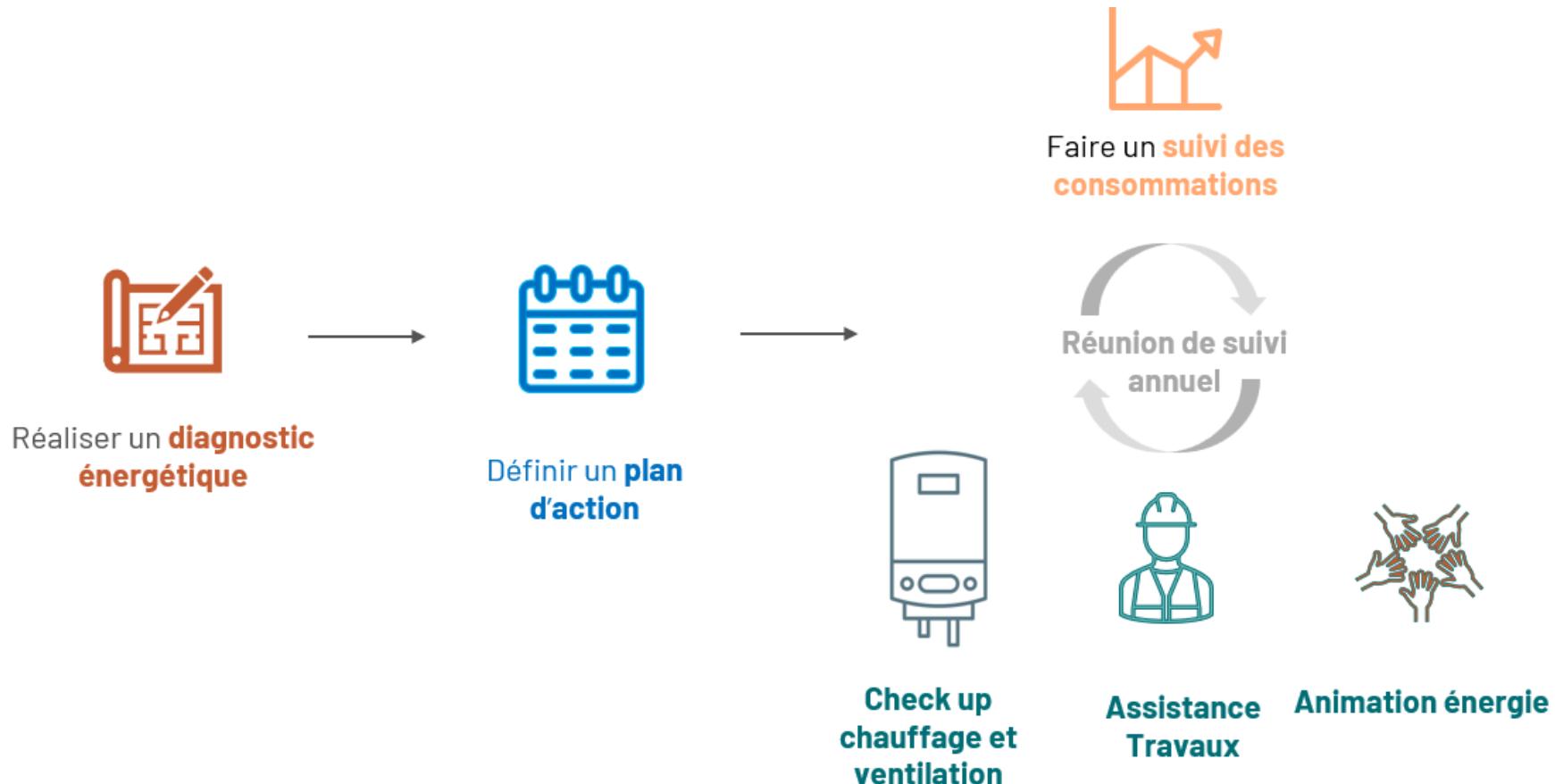
Le pack énergie du secteur à profit social

- ❖ Pack énergie : coaching énergétique pour les association bruxelloises
- ❖ Reconnu et subsidié par Bruxelles Environnement
- ❖ Bilingue
- ❖ Gratuit





Méthodologie





WORKSHOP « COMPOSTAGE »

TRANSFORMEZ VOS DÉCHETS ORGANIQUES
EN RESSOURCE DURABLE !



BRUXEO



WORMS ASBL
LOCAL COMPOSTING AND LIVING SOILS



VAL DES FLEURS
BLOEMENDAL

12 février 2026 de 9h30 à 12h30

Tour de table
des participants



Plan de l'exposé

1. Pourquoi sensibiliser ?
2. Structure pour gérer l'énergie
3. Le diagnostic énergétique
4. Le plan d'action
5. Définir une stratégie de sensibilisation
6. Les 10 leviers d'une campagne de sensibilisation réussie
7. Exemples de campagne de sensibilisation

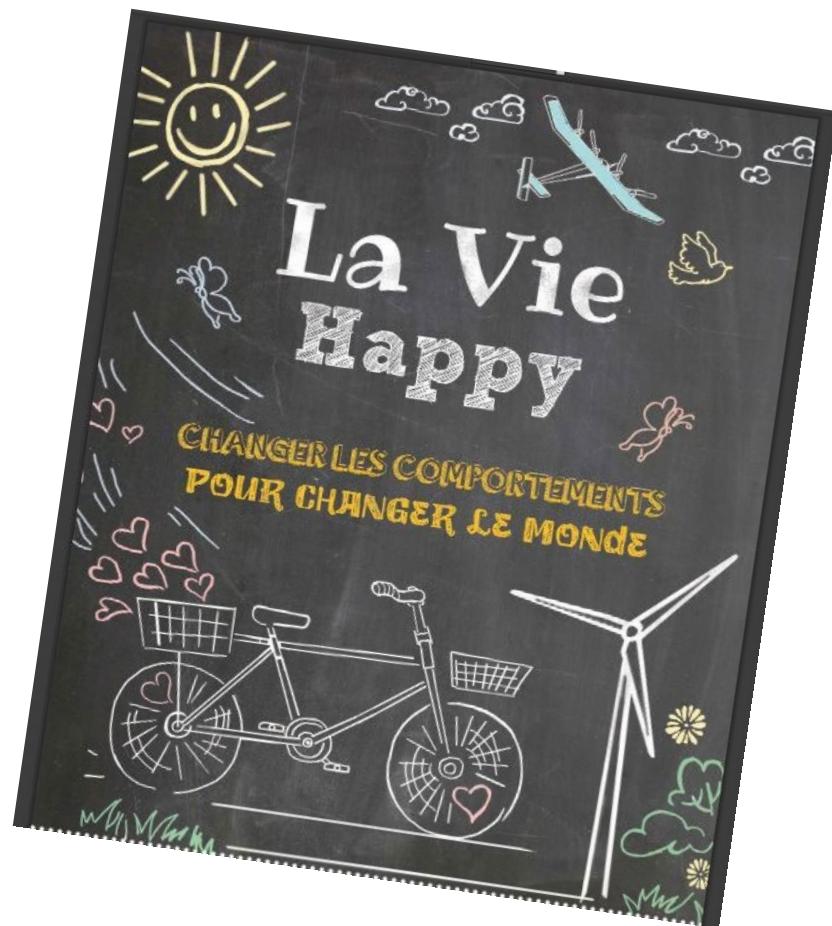
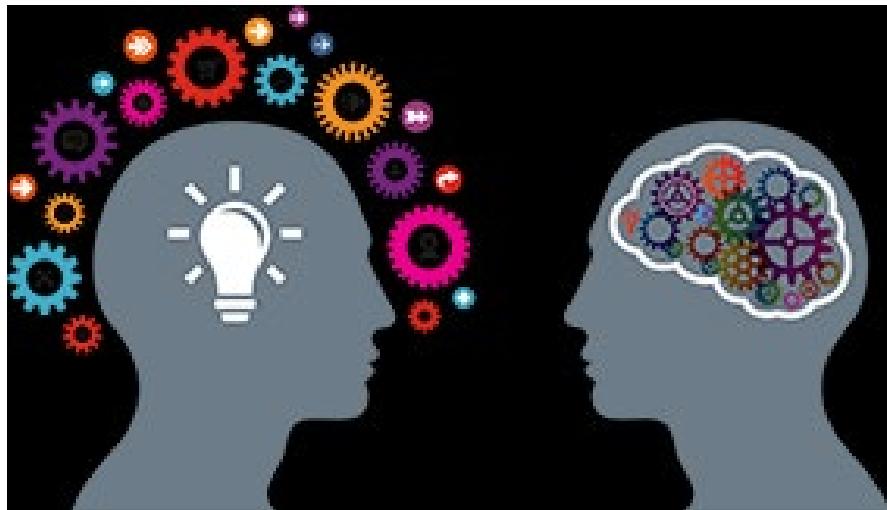
01

Pourquoi
sensibiliser ?



Pourquoi sensibiliser?

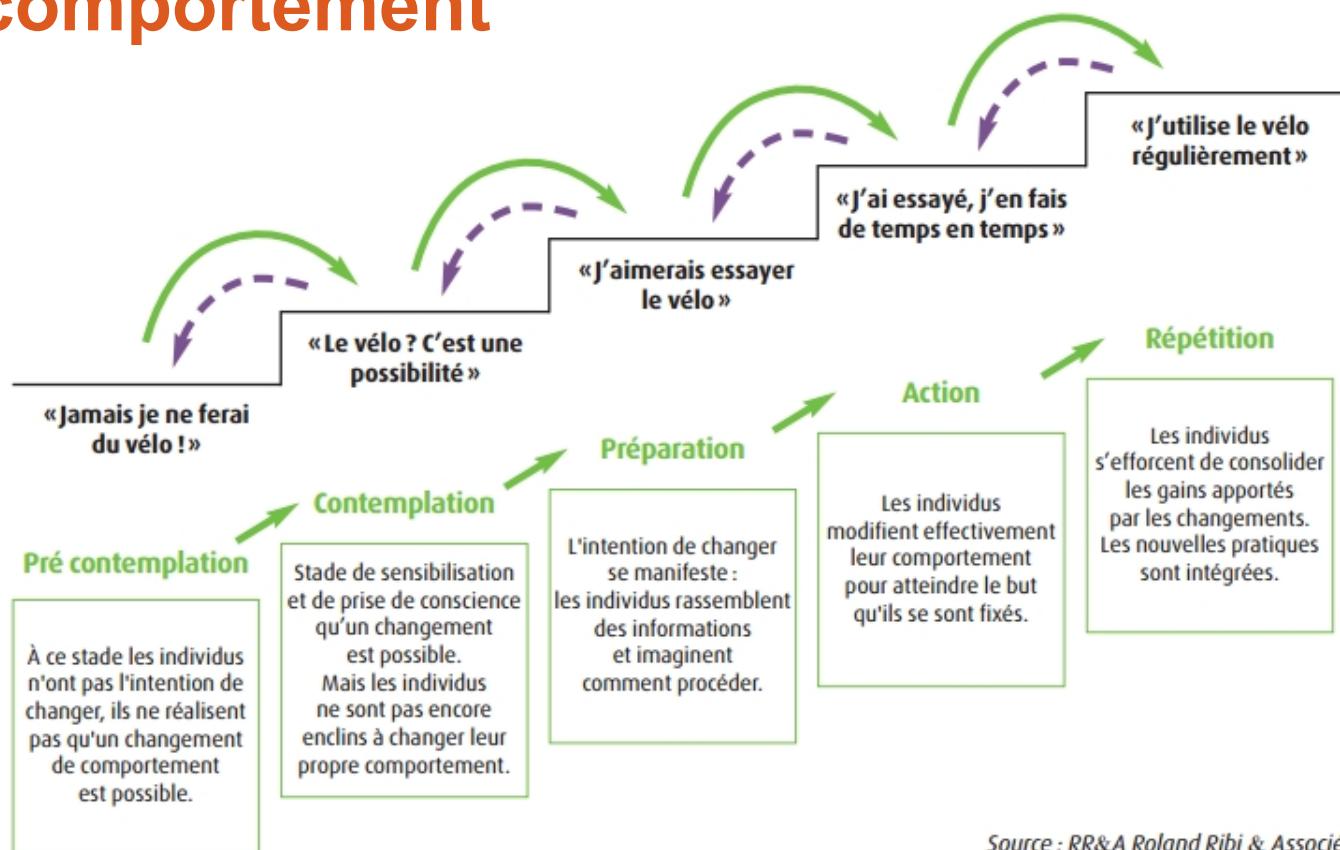
- ❖ Pour changer les comportements





Pourquoi sensibiliser?

Les 5 marches du changement de comportement



Source : RR&A Roland Ribi & Associés
pour la Communauté Urbaine de Strasbourg



Pourquoi sensibiliser?

Difficulté de changer ses comportements



Réfléchir avant de se lancer dans une campagne de sensibilisation



Pourquoi sensibiliser?

Pourquoi sensibiliser : peut-on « gagner gros » ?

- ❖ Une campagne de sensibilisation réussie apporte de 10 à 15% d'économie sur la facture d'énergie.
- ❖ L'investissement matériel est généralement très faible.
- ❖ C'est donc une action jugée généralement très rentable. Mais elle demande beaucoup de moyens humains.

02

Structure pour
gérer l'énergie



4 – Définition des rôles

Méthodologie

Accompagnement global et méthodologique

**Structure pour la gestion de l'énergie:
Coordinateur énergie et Eco-team**

**Connaissance et suivi
des consommations**

**Amélioration de la
performance énergétique
des bâtiments**

**Sensibilisation des
occupants**



4 – Définition des rôles

4.1 – Le coordinateur énergie





4 – Définition des rôles

4.1 – Le coordinateur énergie

- ❖ Poste permanent
- ❖ De quel service? Technique-bâtiment/environnement/finance
- ❖ Conditions de réussite de la mission :
 - ❖ **Mandat clair** de la direction et mission négociée (objectifs, tâches, méthode, échéancier)
 - ❖ **Temps** pour effectuer la mission
 - ❖ **Centralise les infos, personne de contact:** ne pas prendre en charge toutes les questions qui touchent de près ou de loin à l'énergie ! → la gestion des contrats, urgences, pilotage quotidien des installations, etc. = reste de la compétence des acteurs qui en étaient déjà chargés



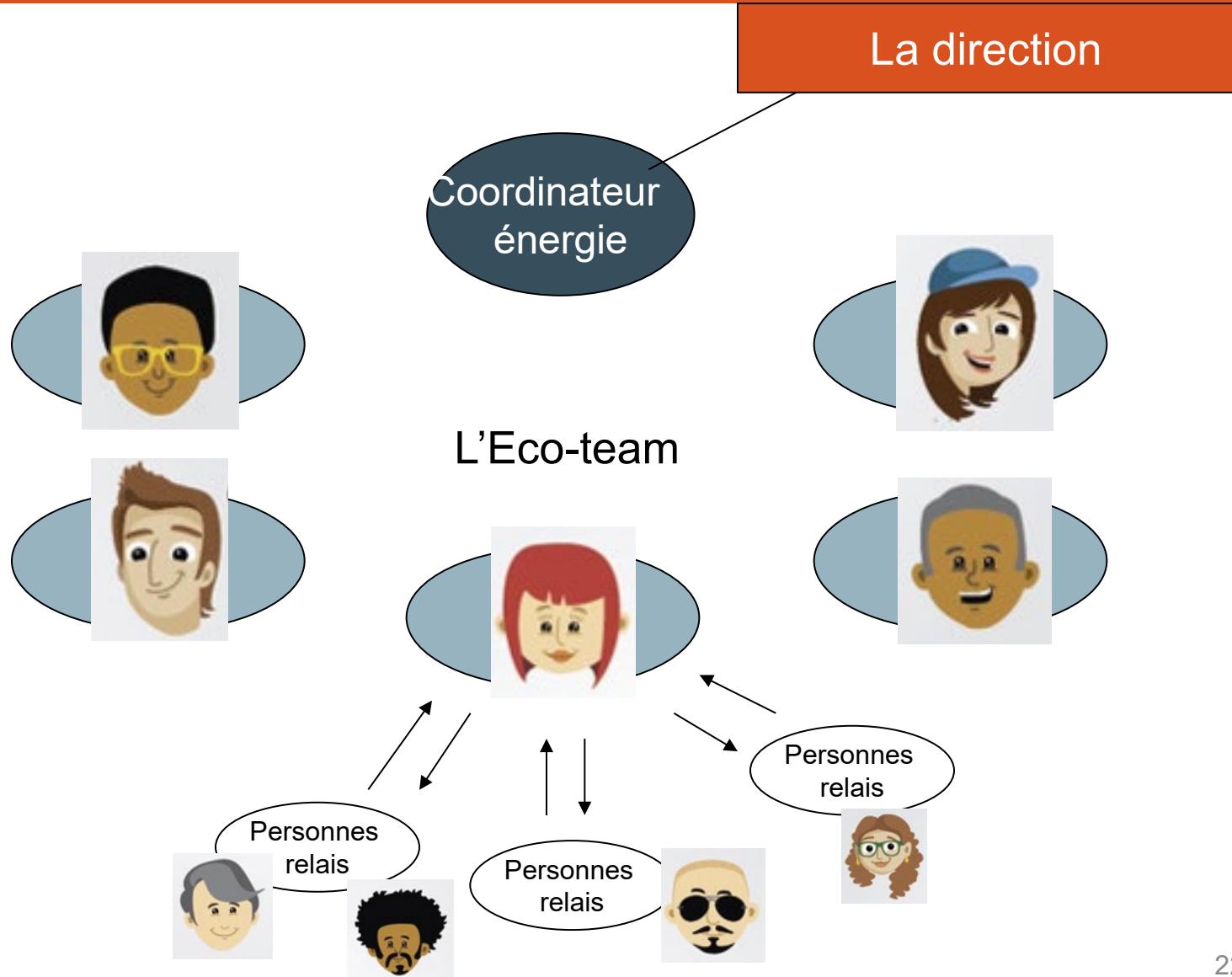
Structure pour la gestion de l'énergie

Désigner un coordinateur énergie





4 – Définition des rôles





2 – Accompagnement à l'URE

2.2 – Méthodologie

Accompagnement global et méthodologique

Structure pour la gestion de l'énergie:
Coordinateur énergie et Eco-team

Connaissance et suivi
des consommations

Amélioration de la
performance énergétique
des bâtiments

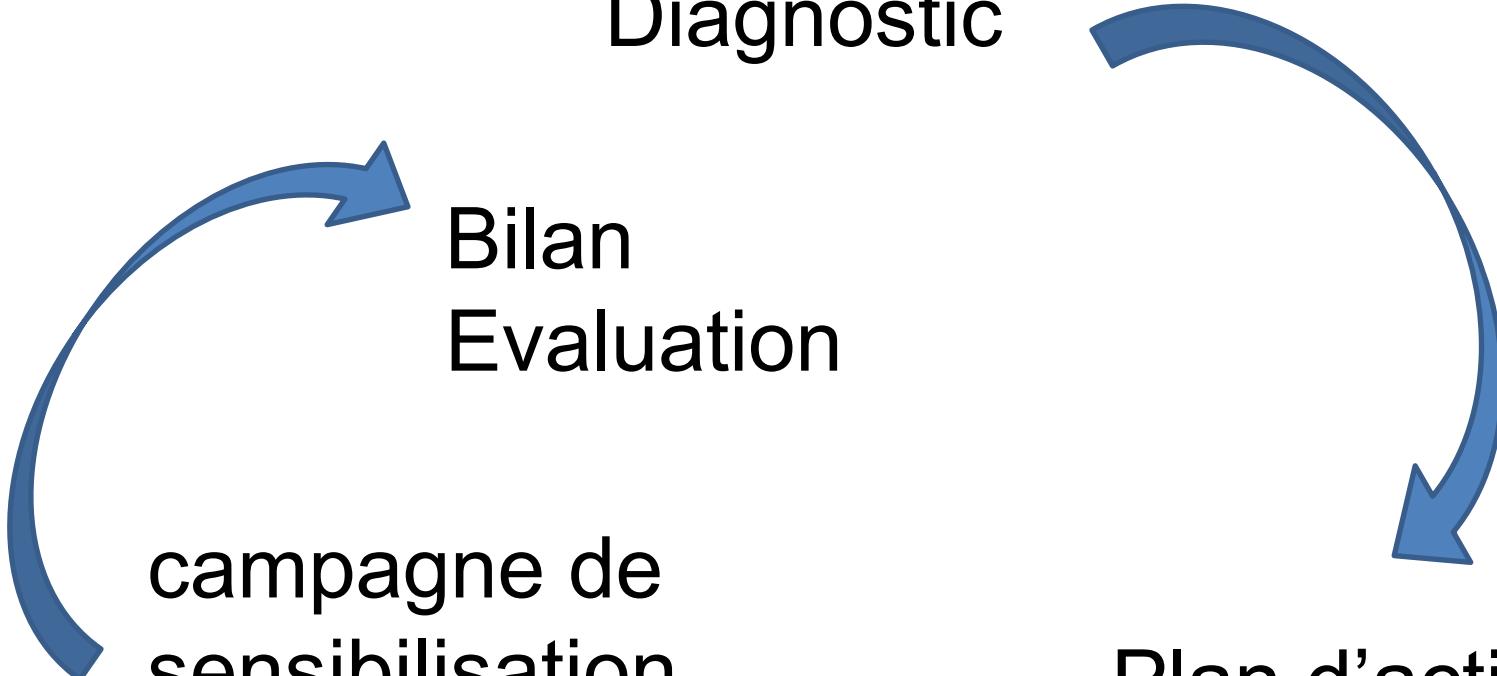
Sensibilisation des
occupants

Diagnostic

Bilan
Evaluation

campagne de
sensibilisation

Plan d'actions



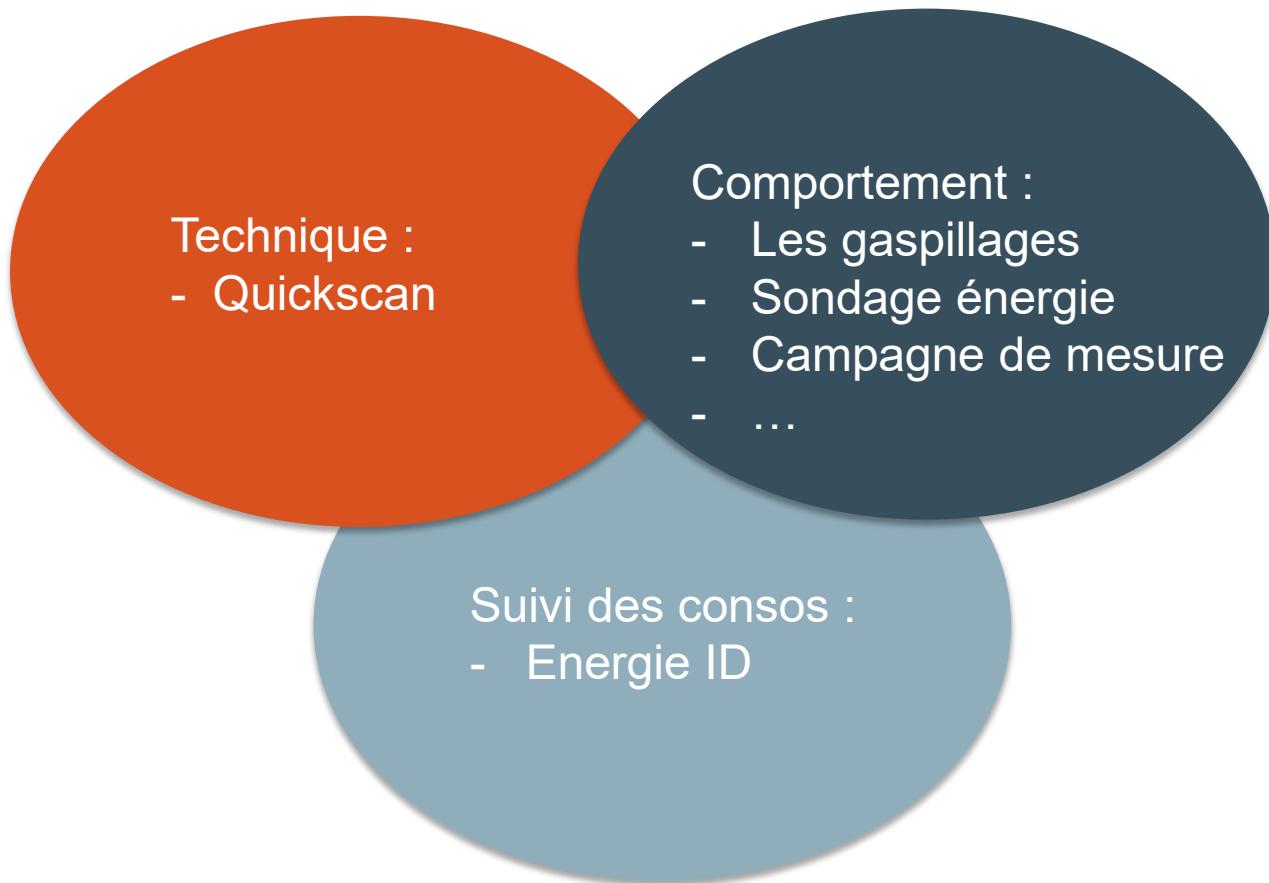
03

Diagnostic
énergétique



Le Diagnostic

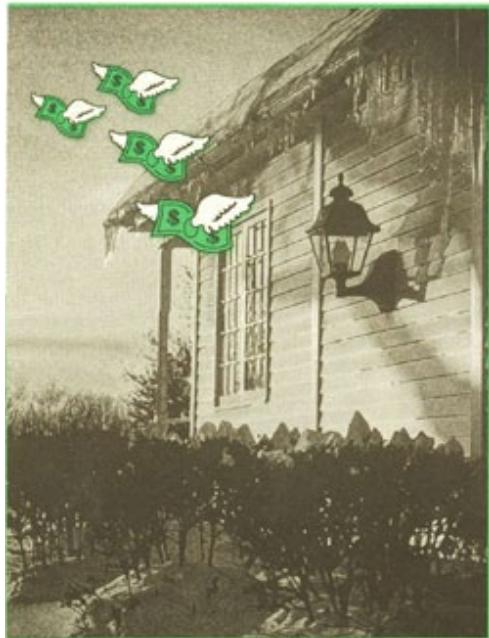
Nos 3 piliers... pour le diagnostic !





Le Diagnostic

Sur quels gaspillages agir ?



Pour que l'argent ne s'envole plus par les fenêtres !



Diagnostic – Sondage énergie

❖ Buts :

- ❖ 1^{ère} étape dans la sensibilisation
- ❖ mobiliser les occupants sur la question de l'énergie
- ❖ recueillir avis et témoignages sur des problèmes identifiés dans les locaux (problèmes comportementaux et dysfonctionnements techniques)
- ❖ Que chacun puisse contribuer à l'élaboration du plan d'actions



Diagnostic – Sondage énergie

Le Questionnaire « Défi Energie »

Dans le cadre de l'audit énergétique mené actuellement à la Ferme des Castors et afin de prendre connaissance de ta sensibilité à l'utilisation rationnelle de l'énergie, la capacité à réagir et à impliquer, je te suggère ce petit questionnaire. Ce questionnaire te permettra de prendre conscience, avec l'aide (et les utilisateurs) que certaines habitudes sont ou ne sont pas adéquates pour une utilisation rationnelle de l'énergie.

Ce questionnaire pourra être efficace, doit cerner tes attentes, ta motivation, ta mobilisation. Les Castors, avec ton aide, vont, dans les prochains jours, proposer des pistes d'économie.

Avec ce questionnaire, tu as, aussi, la possibilité de t'exprimer, de donner ton avis, d'interroger et de mobiliser la Cellule Team-Energie.

Réponds à ce questionnaire en fonction de ton comportement actuel ! et pas en fonction de tes bonnes intentions.

Électricité

Il est possible de rationaliser l'éclairage, l'utilisation des appareils électriques (électroménagers, séchoirs, lave-linge, réfrigérateurs, frigos) mais aussi photocopieur ou ordinateur.

Les bureaux, les locaux...

J'éteins l'éclairage de mon bureau, ou de mon local avant de quitter, en fin de journée ?
J'éteins l'éclairage de mon bureau, de mon local, quand je quitte mon bureau pour une réunion ou un peu ?
J'étapes la photocopieuse du service quand je suis le dernier à la quitter ?
Je laisse mon imprimante individuelle de bureau fonctionner en permanence ?
Je mettais « off » les multiprises avec interrupteur

Chaudage (Mazout et Gaz)

Les Castors consacrent en moyenne plus de 55% de son budget énergie au chauffage ! Ce poste occasionne donc des dépenses très importantes et représente la principale source d'émissions de CO₂ provenant des logements. Moins ou mieux chauffer est donc très logiquement la première étape d'une utilisation rationnelle de l'énergie. Le chauffage est donc le premier poste sur lequel des économies peuvent être réalisées.

Je maintiens une température maximum de 19°C. (à 20°C) ?
Je baisse la température en fin de journée, la nuit et en cas d'absence ? (Week-end, congé) ?
Je régule correctement les vannes thermostatiques ?
Je ferme les radiateurs, lorsque j'entre dans les pièces (exemple : pour sortir ?)
Même si je n'occupe pas le local, je vérifie souvent si les radiateurs sont fermés.
Je ferme les portes extérieures pour éviter le refroidissement des locaux ?

Eau chaude

La production d'eau chaude peut être fortement réduite sans renoncer à une bonne hygiène.

Je ne laisse pas couler les robinets eau chaude (évidemment froide)

Recyclage & Tri sélectif des déchets

Je recycle le papier, comme feuille de brouillon, ou pour manipuler un verso ? Je priviliege le tri sélectif des déchets (dans les poubelles adéquates) ?

Animations, activités, manifestations

Je priviliege le matériel de recyclage ? Je commande les justes quantités (pas d'excédents) ?

Hébergement

Pour éviter les sensations de froid, je ferme tous les rideaux ? Je laisse couler l'eau chaude des douches immédiatement ?

Quand je me rends à l'école, je vais à pied, je fais du vélo, je prends le bus, je prends l'autobus, je prends le métro, je prends l'avion... Tu as envie d'investir ?

Si tu as envie d'investir, tu pourras faire de l'encourager, aussi, la participation des autres qui, comme toi, adopteront le Défi Energie. Tu pourras leur parler de leur passage chez les Castors !

Méthode – Campagne

Procédures

La cuisine :

Eefin, si faire la cuisine et s'éclairer occasionnent en apparence des dépenses moins importantes, c'est souvent dans ces « petits postes » que les gestes économiques sont les plus faciles à faire !

Je cuisine en couvrant poêles et casseroles pour réduire les pertes de chaleur. C'est tout !

Je respecte les températures recommandées d'économie pour la conservation des aliments et règle les appareils en fonction : +4°C pour le réfrigérateur, -18°C pour le congélateur ?

Je limite le phénomène d'évaporation en couvrant les aliments avant de les mettre au réfrigérateur, cela réduira la consommation d'énergie.

Prépare les appâts de froid de toutes sources de chaleur : plaque de cuisson, radiateur, four, etc...

Même si je n'utilise pas les radiateurs, je vérifie souvent les déchets alimentaires et j'évite tout gaspillage.

J'évite la vaisselle jetable

Buanderie

Pour le linge, je priviliege les températures basses. Un lavage à 90°C consomme trois fois plus qu'un cycle à 30°C !

Et pour l'assoufrage, je préfère une lessive importante.

Par beau temps je suis disposé(e) à mettre nicher ou à l'extérieur ?

Entretien & Nettoyage

Je dépose régulièrement lampes, ampoules ? Je dose les produits pour éviter le gaspillage ?

Je quitte les locaux nettoyés, j'éteins l'éclairage, je ferme les vannes des radiateurs et les fenêtres...

Equipe Technique & Ouvriers

J'active les moniteurs programmateurs d'occupation des locaux ?

Fais attention à la consommation du carburant des véhicules, je roule zen et j'évite les kilomètres superflus ?

Je composte mes déchets verts

With les Castors
et(e) à relever le Défi ?
Défi Energie ?

Renseignements généraux sur la Défi Energie

- Finance d'information
- Mon-Energie (membre actif !)
- Mes économies réalisées
- Information pour apprendre les sobriétés énergétiques (mazout, eau)
- Manifestations autour du Défi ?

ci-dessous :

Détache ce talon et remets-le à ton responsable Team-Energie de ton Staff.

ou à l'adresse suivante :
Les Castors CJJM asbl
Rue du Faubourg, 16
6250 Aiseau (Belgium)



Défi Energie



Sensibilisation du personnel
« Castor »
aux économies d'énergie !

Maîtriser la consommation d'énergie au bureau.

Nous passons de nombreuses heures dans les bureaux, les locaux d'activités, l'atelier... Sous prétexte d'améliorer notre confort, ou tout simplement par facilité, nous adoptons parfois quelques comportements qu'il faudrait pourtant éviter.



Les énergies traditionnelles coûtent de plus en plus cher, polluent l'environnement et se raréfient. Pourtant, si nous n'avons aucune prise sur les prix, nous disposons de leviers d'action en adaptant notre consommation d'énergie.

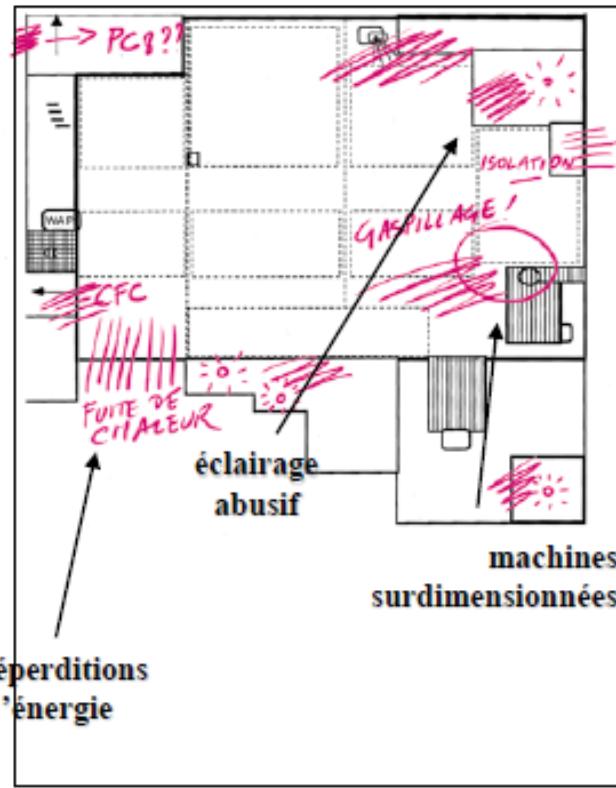
De multiples solutions existent. Ensemble, elles permettent d'utiliser moins ou mieux l'énergie, et ce sans perte de confort. Ces astuces faciles à adopter permettent de réduire la facture et sont d'autant plus rentables que le prix des énergies ne cesse de croître.

En participant au « Défi Energie », avec les Castors, tu fais le pari de réduire considérablement les consommations !

Editeur Responsable : Achille Verschoren Directeur
Tél : 071/6.03.22 ** Fax : 071/6.19.26
Compte Bancaire - IBAN : BE21 7320 3250 9603
BIC : CREGBEBB ** e-mail : info@castor.be

www.castor.be

L'éco-carte



En pratique :

Par groupe de 2:

- Un aspect environnemental par groupe
- Matériel: marqueurs rouges et verts
- Trouver ensemble une nomenclature pour :
 - Bon fonctionnement
 - Points à améliorer
 - Problématiques urgentes
 - Projet d'action d'amélioration
- Prendre des photos
- En parallèle, réfléchir aux actions correctives

Endroits de gaspillage

Fuel, Gaz, Électricité

Fenêtres ouvertes

Moteurs qui tournent à vide



Diagnostic – Sondage énergie

Exemple de questions:

- ✦ A quoi êtes-vous déjà attentifs pour limiter les consommations d'énergie de (nom de l'institution) ?
- ✦ Sur quels gaspillages pourrions-nous agir pour diminuer les consommations d'énergie de (nom de l'institution) ?
 - ✦ Pensez aux différentes activités et pièces de votre institution
 - ✦ Pensez à l'éclairage, au chauffage, à l'eau, à la consommation des appareils électriques.
- ✦ Trouvez-vous qu'il y a des locaux où il fait trop chaud ou trop froid? Si oui, lesquels sont concernés ?
- ✦ Que pourrions-nous faire avec les économies réalisées ?
- ✦ Quelle serait votre motivation première à participer aux actions de réductions des consommations d'énergie de votre institution? Choix multiples + espace libre



Diagnostic – Sondage énergie

Lors du sondage énergie :

- ❖ Un euro parle souvent plus qu'un kwh !
 - ❖ Pensez à communiquer le budget annuel des consommations d'énergie (combustible et électricité) de votre institution.
 - ❖ Si vous définissez ensemble un objectif d'économie d'énergie (par ex 10% d'économie d'énergie), convertissez le également en euros.
- ❖ Présenter le coordinateur énergie et son rôle
- ❖ Présenter l'écoteam (une nouvelle candidature est toujours la bienvenue !)



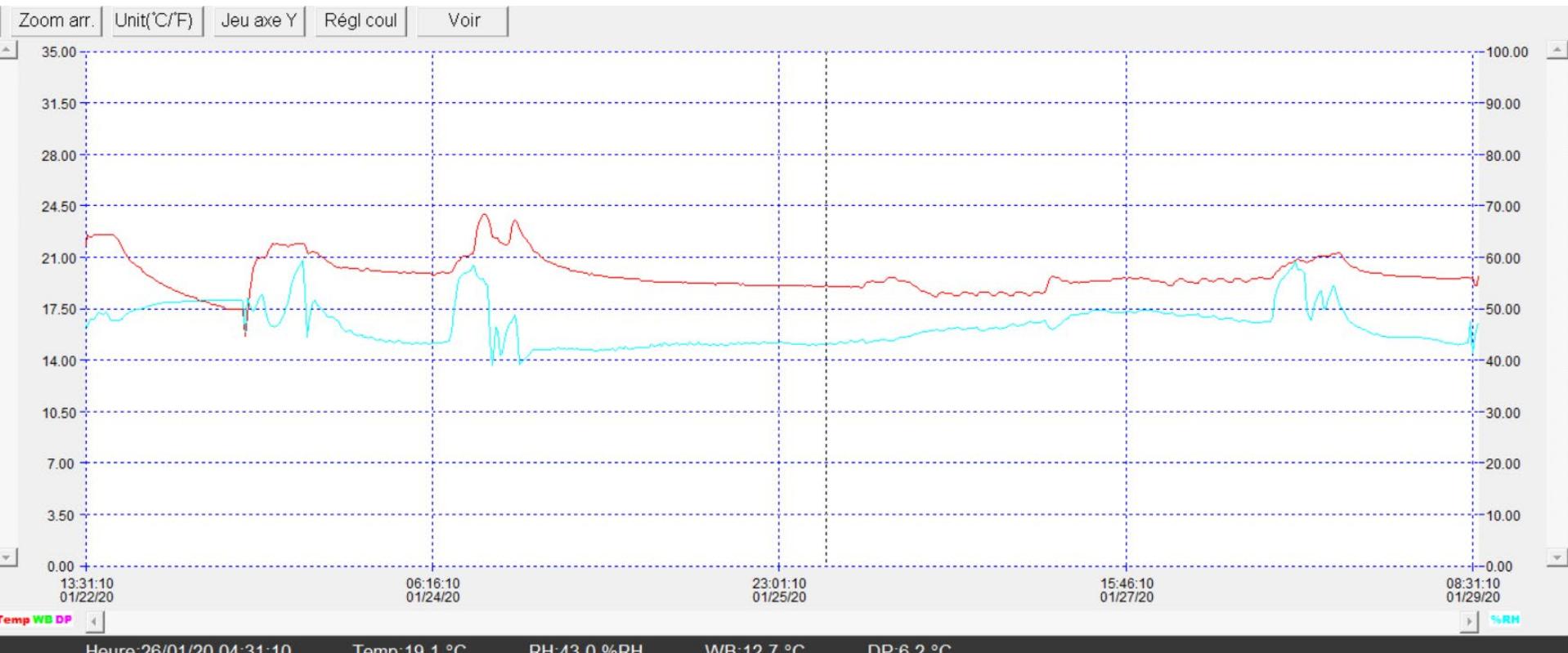
Diagnostic - Campagne de mesure

Campagne de mesures:

- ❖ Pour repérer les gaspillages et affiner le diagnostic
- ❖ Définir les niveaux de consommation de référence
AVANT action sur la cible
- ❖ Disposer d'arguments de sensibilisation (ex: connaître les consommations électriques des appareils de l'institution)
- ❖ **Matériel de mesure :**
 - ❖ Prêt de Bruxeo ou achat de l'institution
 - ❖ Matériel utile : wattmètres, enregistreurs de température, thermomètres

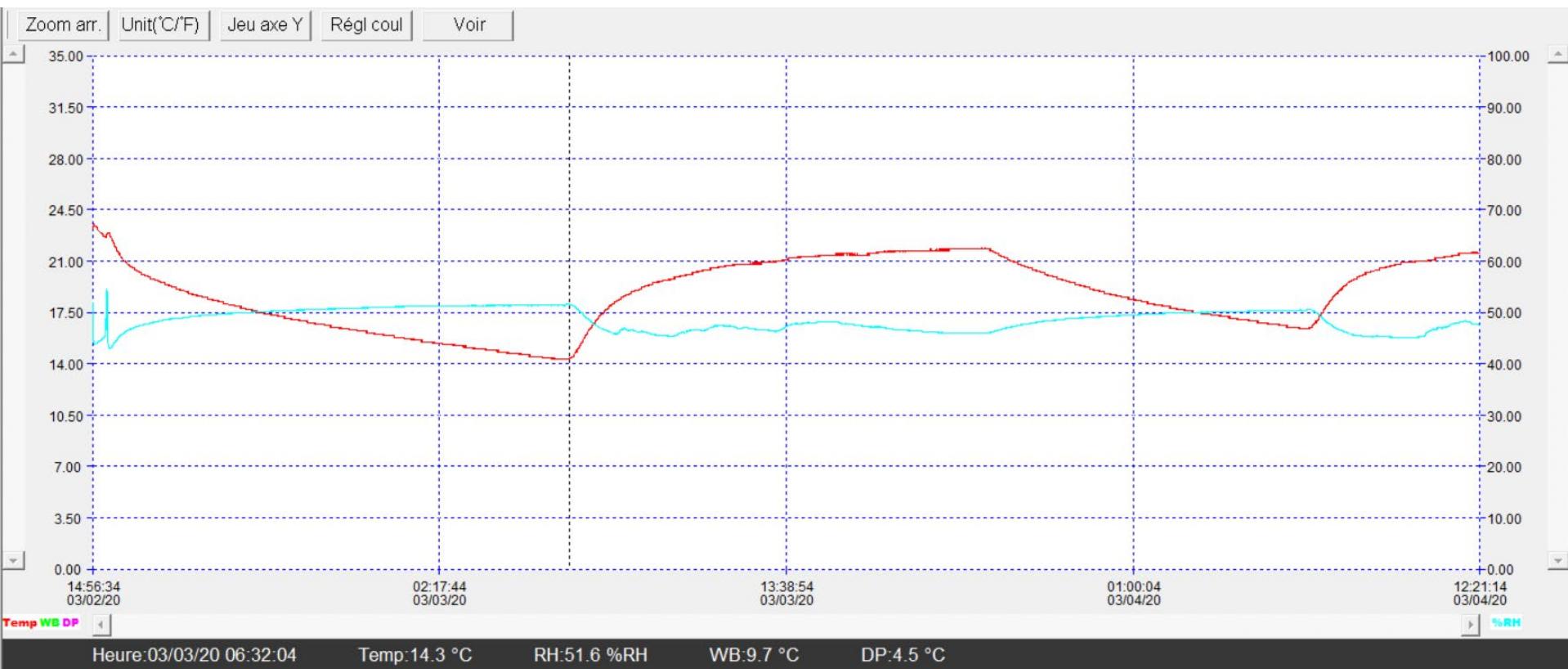


Diagnostic - Campagne de mesures





Diagnostic - Campagne de mesures





Diagnostic - Campagne de mesures

Consommation des appareils électriques



Prise connectée



Ecowatt



Diagnostic - Campagne de mesures

Consommation des appareils électriques



Sonde CO2



Luxmètre



Diagnostic – Campagne de mesures

Donner la capacité d'agir

Consommation des appareils électriques



Exemple :
les lessives





Diagnostic – Campagne de mesures

Consommation des appareils électriques

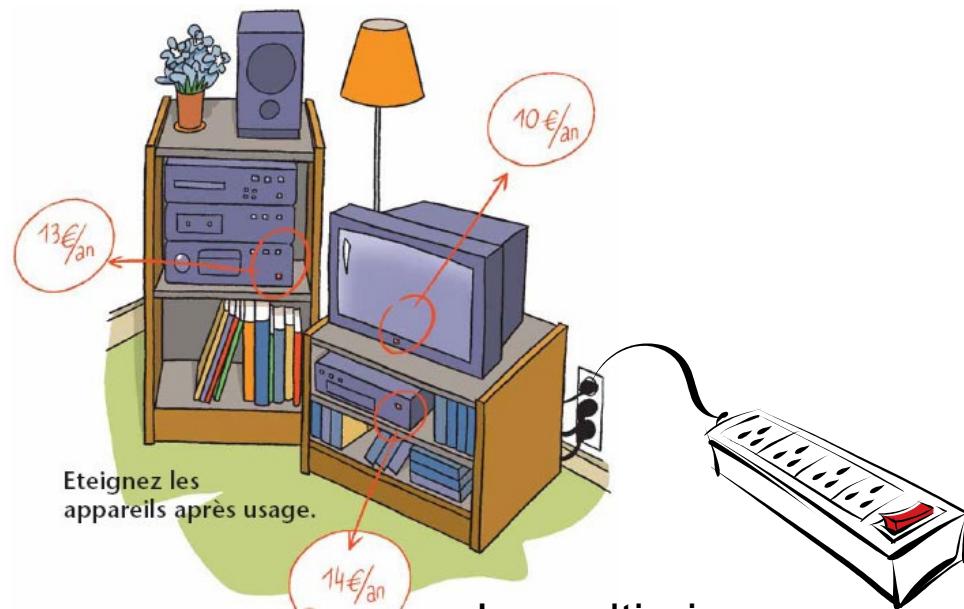
Exemple :
les frigos





Diagnostic- Campagne de mesures

Consommation **cachées** des appareils électriques



Le multiprise avec
interrupteur



04

Plan
d'actions



Plan d'actions

Plan d'actions

Diminuer les consommations de chauffage

Agir sur le comportement

Mesures	Responsable	Partenaires	Priorité	Échéance	Budget	Procédure

Agir sur l'infrastructure (enveloppe, chaudière, régulation)

Mesures	Responsable	Partenaires	Priorité	Échéance	Budget	Procédure

Réduire les consommations d'électricité (éclairage et appareils électriques)

Agir sur le comportement

Mesures	Responsable	Partenaires	Priorité	Échéance	Budget	Procédure

Agir sur l'infrastructure

Mesures	Responsable	Partenaires	Priorité	Échéance	Budget	Procédure

Réduire les consommation d'eau et d'eau chaude sanitaire (ECS)

Agir sur le comportement

Mesures	Responsable	Partenaires	Priorité	Échéance	Budget	Procédure

Agir sur l'infrastructure

Mesures	Responsable	Partenaires	Priorité	Échéance	Budget	Procédure

05

Définir une
stratégie de
sensibilisation



Définir une stratégie de sensibilisation

Changer le comportement ?





Définir une stratégie de sensibilisation



Sensibiliser à l'URE ?



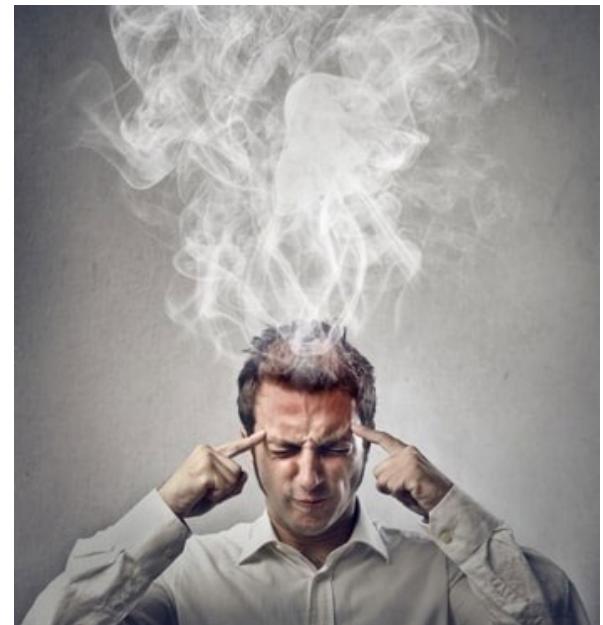


Définir une stratégie de sensibilisation

Importance de définir une stratégie

Réfléchir avant de se lancer dans une campagne de sensibilisation...

- ❖ Bien connaître son public cible
- ❖ Identifier les indicateurs d'évolution





Définir une stratégie de sensibilisation

Définir une stratégie

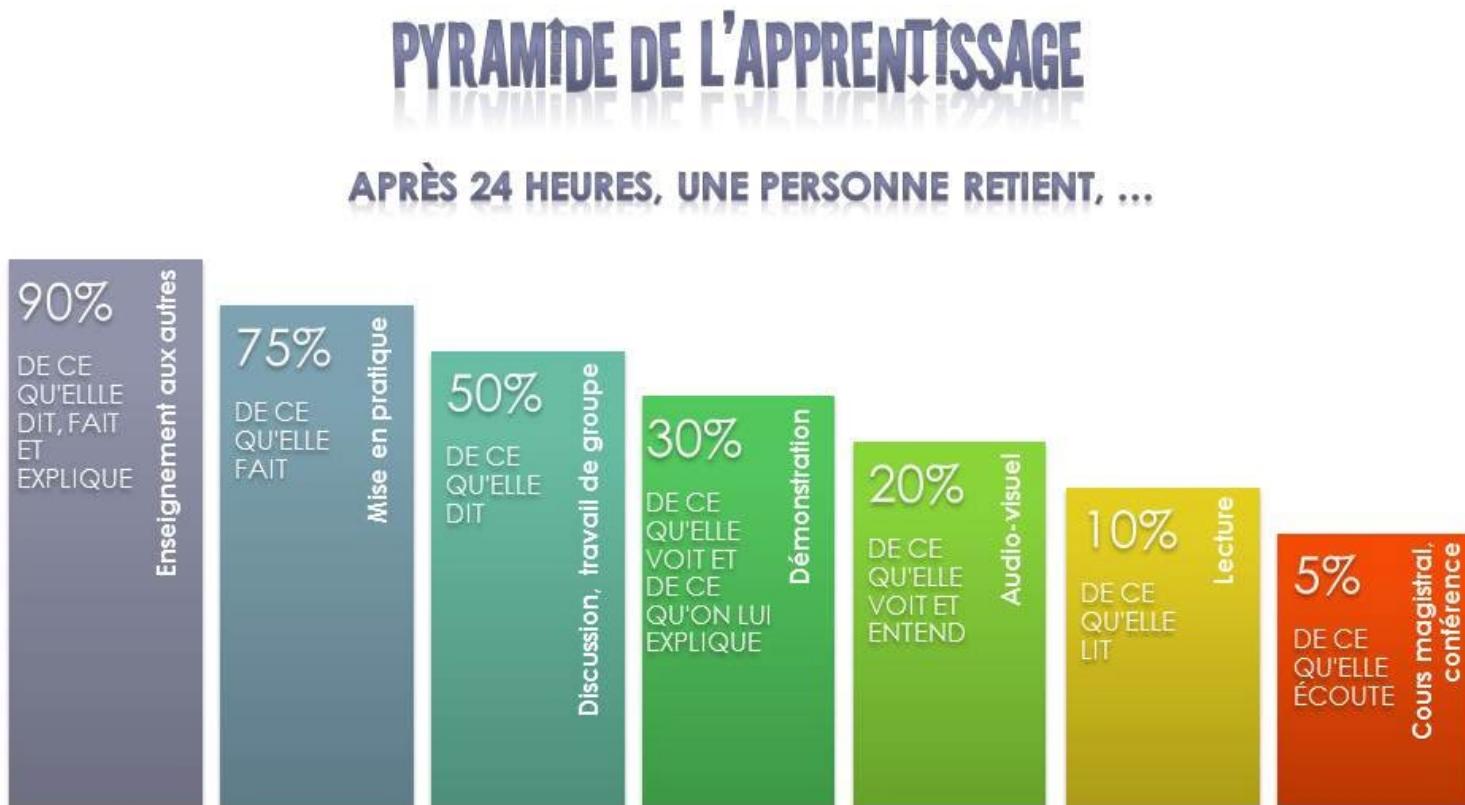


Schéma inspiré de National Training Laboratories Institute (Bethel, Maine)



Définir une stratégie de sensibilisation

Comment communiquer selon les différents cerveaux ?



LOGIQUE : QUOI ?

Chiffres / Faits
Précision Technique
Idées bien articulées
Analyse graphique
Info brève, claire, précise

CREATIF : POURQUOI ?

Minimum de détails
Métaphores – Visuels
Vue générale – 'big picture'
Nouveau, fun, imagination

ORGANISE : COMMENT ?

Se base sur des références
Règles et procédures
Etape par étape – concis
Apprécie l'écrit

INTERPERSONNEL : QUI ?

Discussion informelle
Expression Corps & Voix
Conversation
A l'écoute
Ressent comment les personnes se sentent



Définir une stratégie de sensibilisation

Comment communiquer selon les différents cerveaux ?



LOGIQUE : QUOI?

Chiffres / Faits

Réalistes / Précis

CREATIF : POURQUOI?

Minimum de détails

Varier la communication pour atteindre les préférences des publics cibles

Se base sur des références

Règles et procédures

Etape par étape – concis

Apprécie l'écrit

Expression Corps & voix

Conversation

A l'écoute

Ressent comment les personnes se sentent



Définir une stratégie de sensibilisation

Comment communiquer selon les différents cerveaux ?



CPAS de Charleroi – Maison de repos de Gilly



Moyen pour changer un comportement

Créer un **dissonance cognitive** pour changer un comportement





Moyen pour changer un comportement

Comment créer une dissonance cognitive?

Information qui perturbe



Attention à ne pas pouvoir s'auto-justifier



Moyen pour changer un comportement

Nudge

Les "nudges", comment ça marche ?

Le concept du Nudge

DEC!DE

Le concept du Nudge

Le nudge :

- changer un comportement
- en modifiant l'architecture du choix
- peut être contourné.
- agit au moment de la prise de décision.
- agit dans le meilleur intérêt de l'individu et de la société.

S'appuie sur trois *drivers* :

- Simple
- Attractif
- Social

Une forme d'incitation inédite

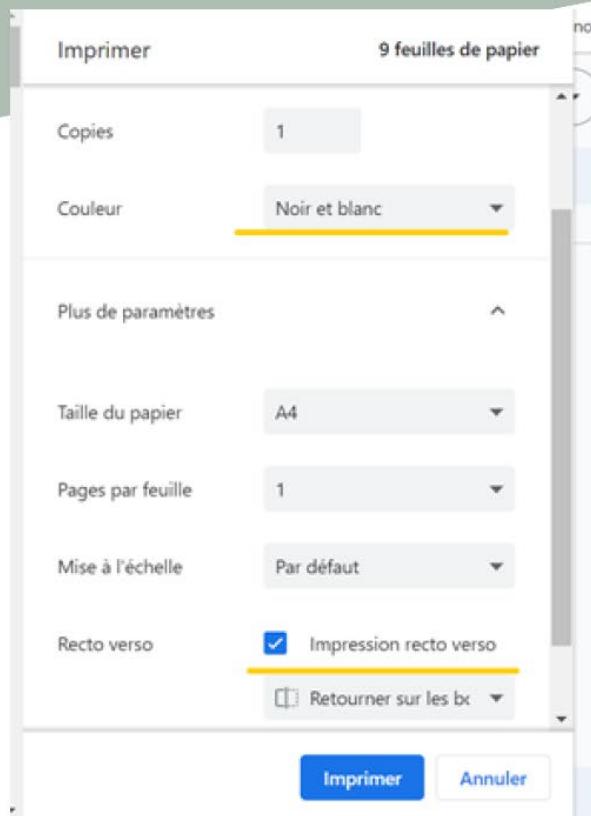
Le nudge est une forme d'incitation inédite

- ≠ réglementation
 - ≠ communication
 - ≠ incitation financière
- ⇒ qui jouent sur la rationalité

⇒ Le nudge, joue sur les biais cognitifs, donc notre irrationalité.

Les stratégies du nudges

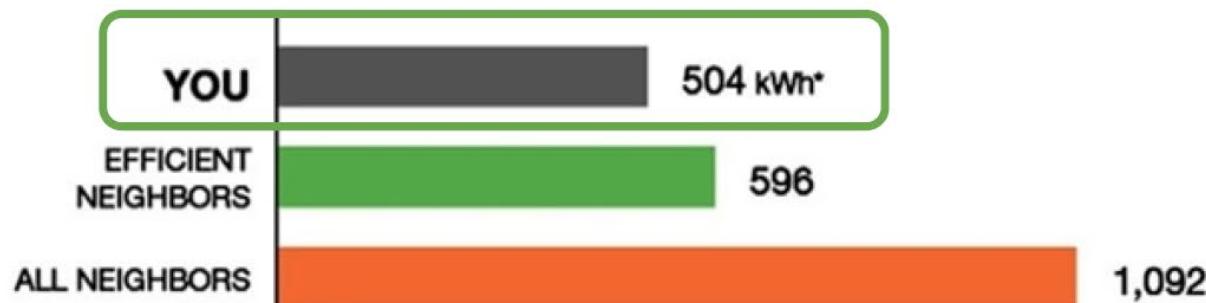
1. L'option par défaut



2. La norme sociale

Last Month Neighborhood Comparison

Last month you used 15% LESS electricity than your efficient neighbors.



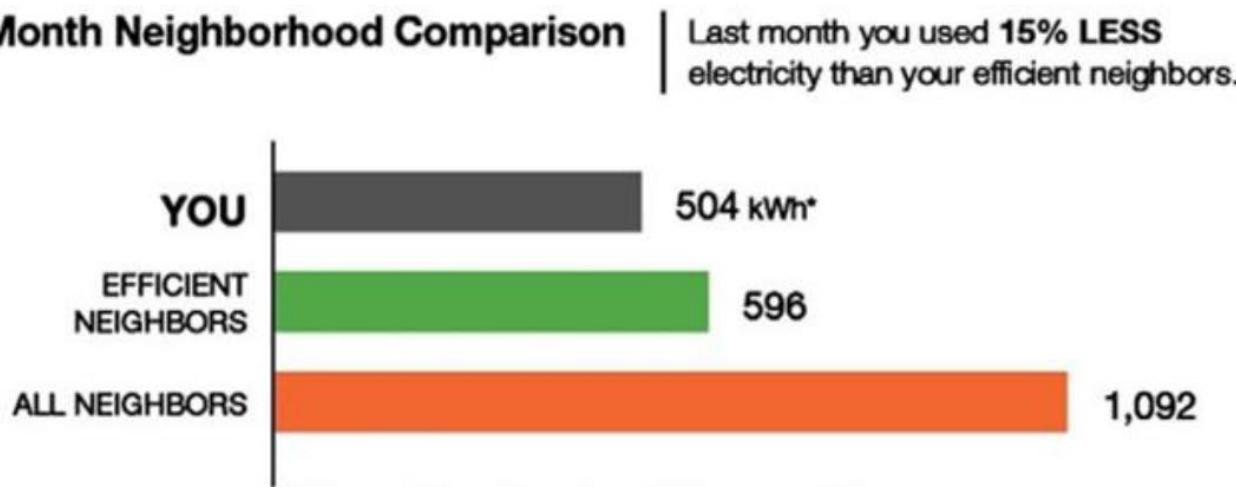
* kWh: A 100-Watt bulb burning for 10 hours uses 1 kilowatt-hour.

3. Le feedback



4. La récompense

Last Month Neighborhood Comparison



Last month you used **15% LESS** electricity than your efficient neighbors.

YOUR EFFICIENCY STANDING:

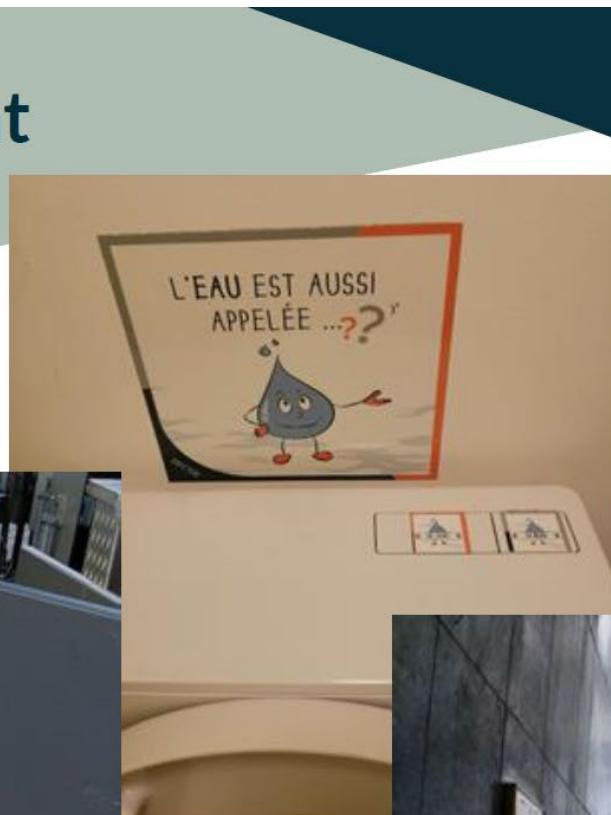
► **GREAT** ☺☺

GOOD ☺

BELOW AVERAGE

Gratification
symbolique !

5. Le divertissement





Nudge ou pas nudge ?

Nudge ou pas nudge ?



Nudge !



Nudge ou pas nudge ?



Pas nudge !



Nudge ou pas nudge ?



Pas nudge !



Nudge ou pas nudge ?



Nudge, mais...



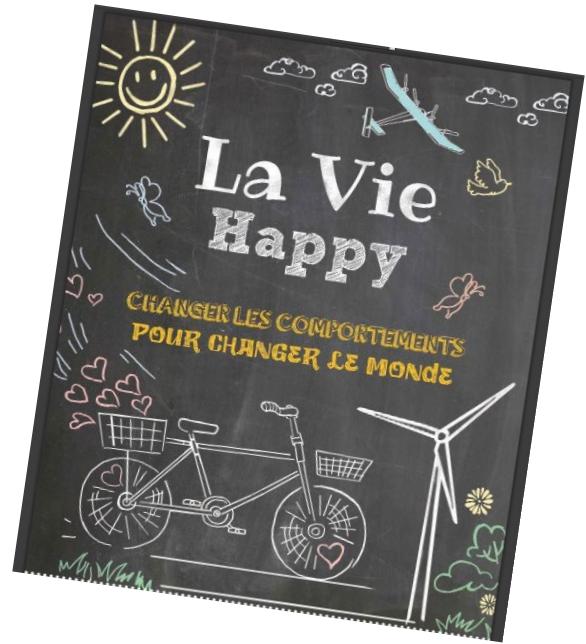
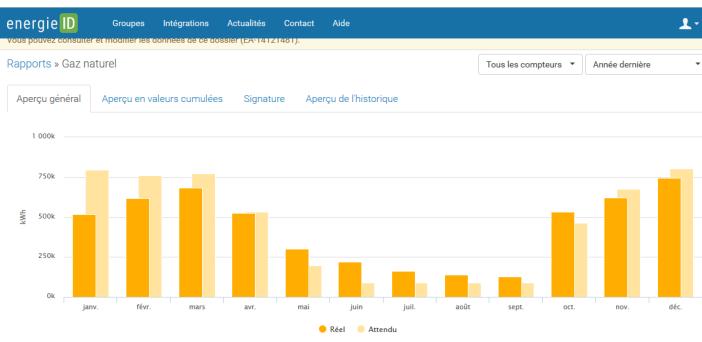
06

Les 10 leviers
d'efficacité d'une
campagne de
sensibilisation



Les 10 leviers d'efficacité d'une campagne de sensibilisation

1. Informer / sensibiliser.



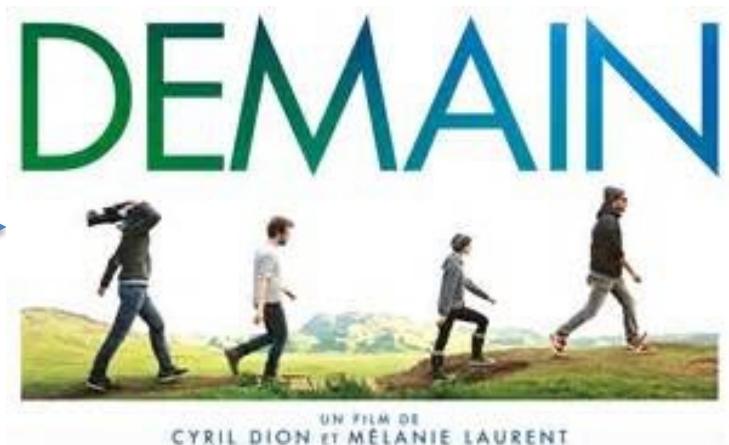
2. Rassurer « Yes we can » → formations/outils de comm sympas

Source : Colloque Sensibilisation UWE
– Virginie de la Renaudie



Les 10 leviers d'efficacité d'une campagne de sensibilisation

3. Donner l'envie : Valoriser les bénéfices individuels et collectifs





Les 10 leviers d'efficacité d'une campagne de sensibilisation

4. Faire tester – Donner la capacité d'agir

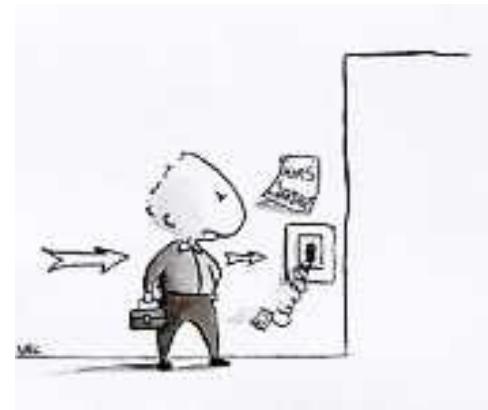
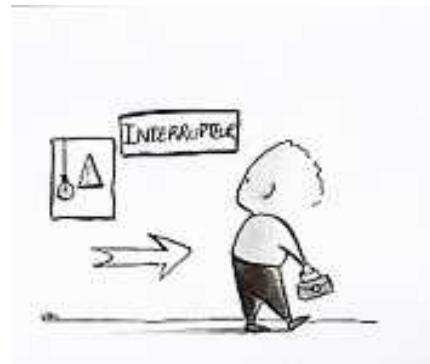


Source : Colloque Sensibilisation UWE
– Virginie de la Renaudie



10 leviers d'efficacité d'une campagne de sensibilisation

Permettre de passer à l'action !





Les 10 leviers d'efficacité d'une campagne de sensibilisation

5. Favoriser la convivialité



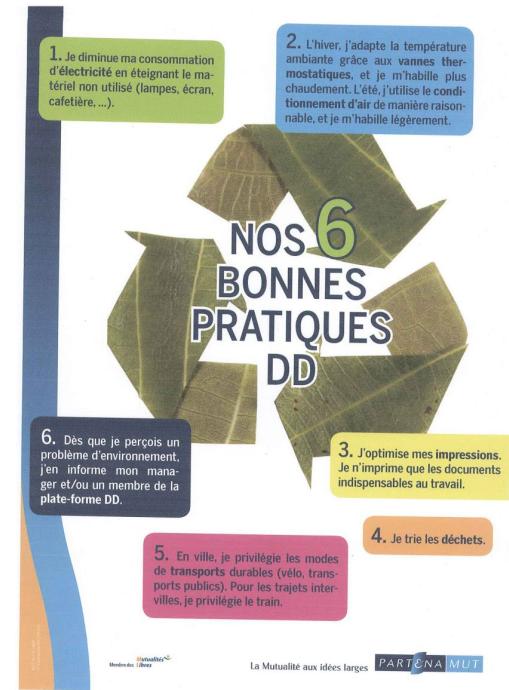
6. Co-construire → s'approprier les messages/les enjeux





Les 10 leviers d'efficacité d'une campagne de sensibilisation

7. Dans un contexte de liberté



8. Susciter l'engagement

Source : Colloque Sensibilisation UWE
– Virginie de la Renaudie



© Schoolplaten.com



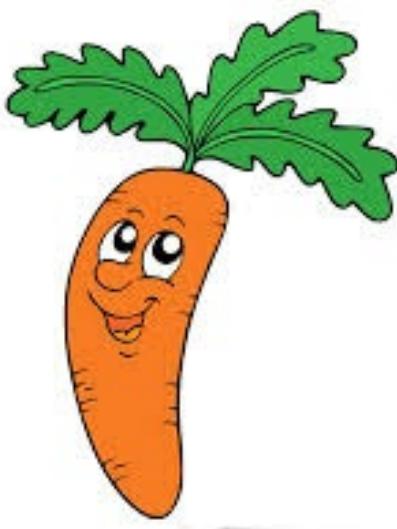
9. Donner du sens/ de la valeur : donner des éléments concrets d'impact





Les 10 leviers d'efficacité d'une campagne de sensibilisation

9. Donner du sens : se mobiliser pour un projet commun ?





Les 10 leviers d'efficacité d'une campagne de sensibilisation

9. Donner du sens: l'emploi et le sens civique ?

Saint Louis (Liège).

Collège Saint Louis à Liège :

Une campagne de sensibilisation des élèves génère -17% sur l'électricité et -9% sur le chauffage.

Résultat : un peintre a été engagé dans le cadre du plan ACTIVA.



© Schoolplaten.com



Les 10 leviers d'efficacité d'une campagne de sensibilisation

9. Donner du sens : la protection de notre environnement ?





Les 10 leviers d'efficacité d'une campagne de sensibilisation

9. Donner du sens : motivation financière



Prime de 30 € par membre du personnel
si objectif annuel de réduction de 5% des
consommations d'énergie atteint

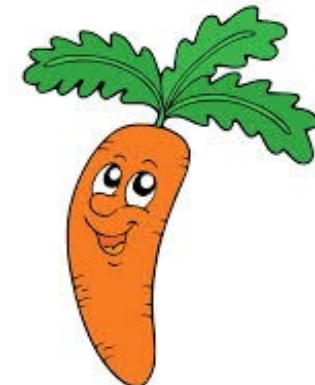




Les 10 leviers d'efficacité d'une campagne de sensibilisation

Que faire des économies réalisées?

- ❖ Distribuer une partie aux utilisateurs du bâtiments pour qu'ils achètent du matériel pédagogique, améliorent leurs conditions de travail, reconnaissance morale... ?
- ❖ Une partie pour financer les travaux économiseurs d'énergie qui amélioreront le confort et les finances ?
- ❖ Utilisation pour un autre poste de fonctionnement au cœur de l'activité de l'institution ?

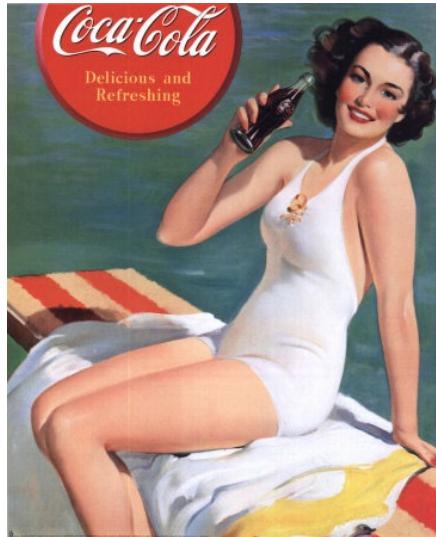




Les 10 leviers d'efficacité d'une campagne de sensibilisation

Les 10 leviers d'efficacité

10. Répéter sans lasser → créativité



Source : Colloque Sensibilisation UWE
– Virginie de la Renaudie

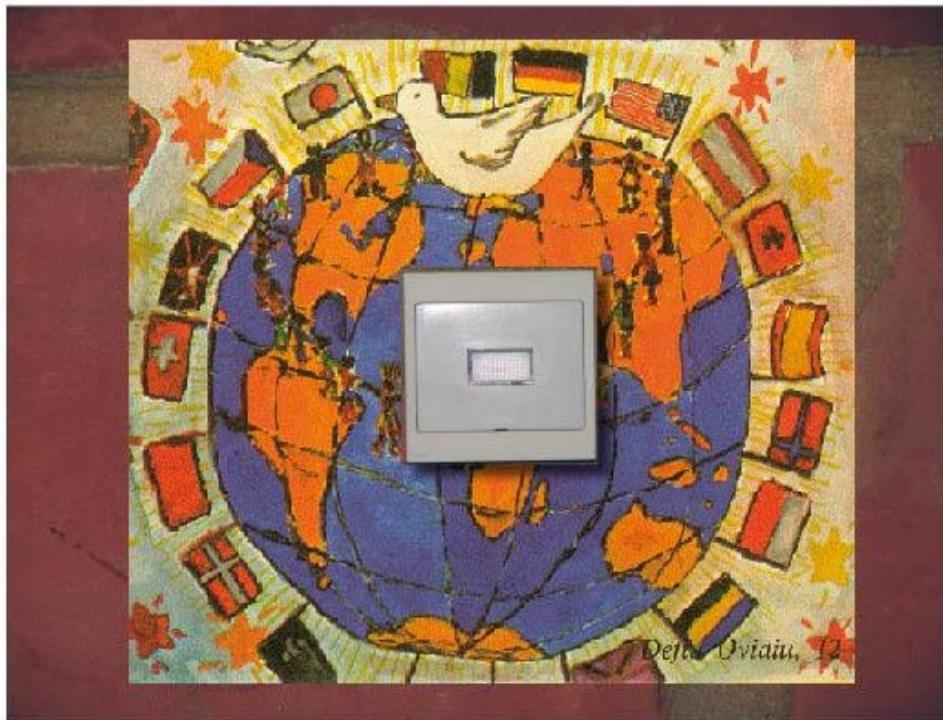
07

Exemples de
campagne de
sensibilisation



Campagne de sensibilisation

Exemple 1: concours pour les enfants du personnel



Exemple 2 : le Château vert

Le château Vert vous présente :

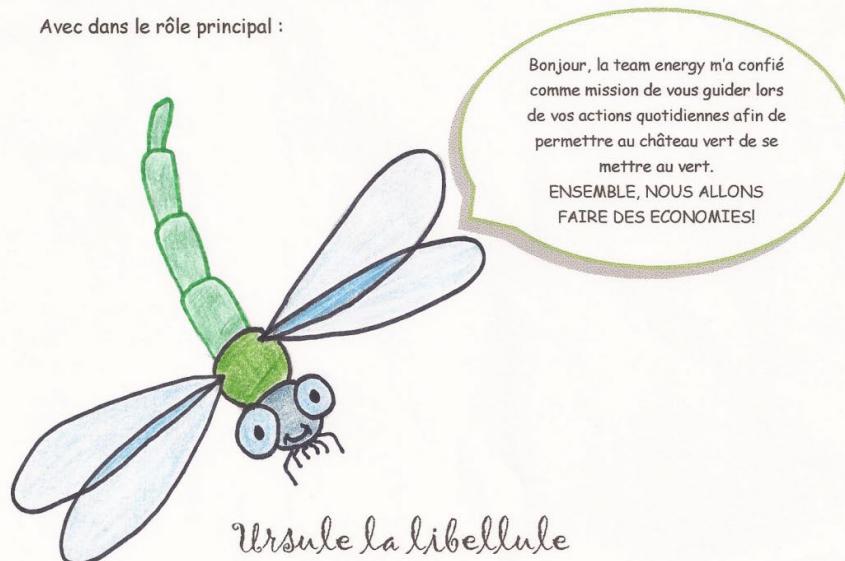
« Le château se met au Vert »

Une pièce concoctée par :

- Alain Prailhe
- Barbara Mouchet
- Christophe Nigot
- Carol Pailhe
- Emilie Bustin
- Joelle Boulauffe
- Joao Loureiro
- Nadine Galère
- Rose Maquoi
- Roland Courbe
- Sophie Willems
- Sophie Charrue

En collaboration avec le personnel et les résidents du château Vert.

Avec dans le rôle principal :



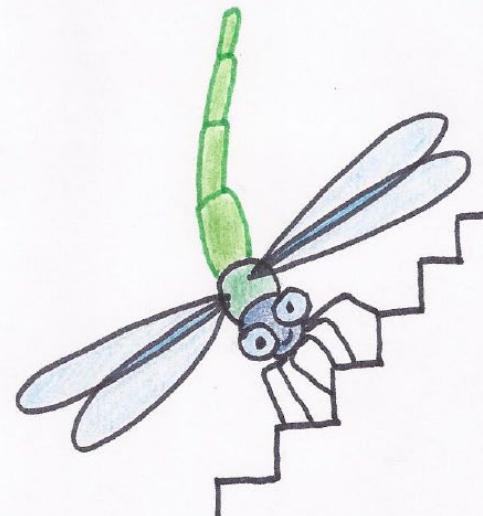
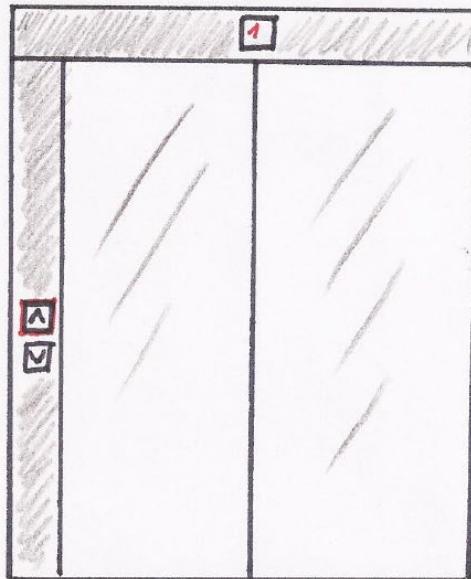
Bonjour, la team energy m'a confié comme mission de vous guider lors de vos actions quotidiennes afin de permettre au château vert de se mettre au vert.
ENSEMBLE, NOUS ALLONS FAIRE DES ECONOMIES!

Ursule la libellule

Exemple 2 : le Château vert

LE CHÂTEAU SE MET AU VERT...

URSULE LA LIBELLULE PREFERE PRENDRE LES ESCALIERS PLUTÔT QUE
L'ASCENSEUR, CA ECONOMISE L'ENERGIE ET C'EST MEILLEUR POUR SA
SANTE.



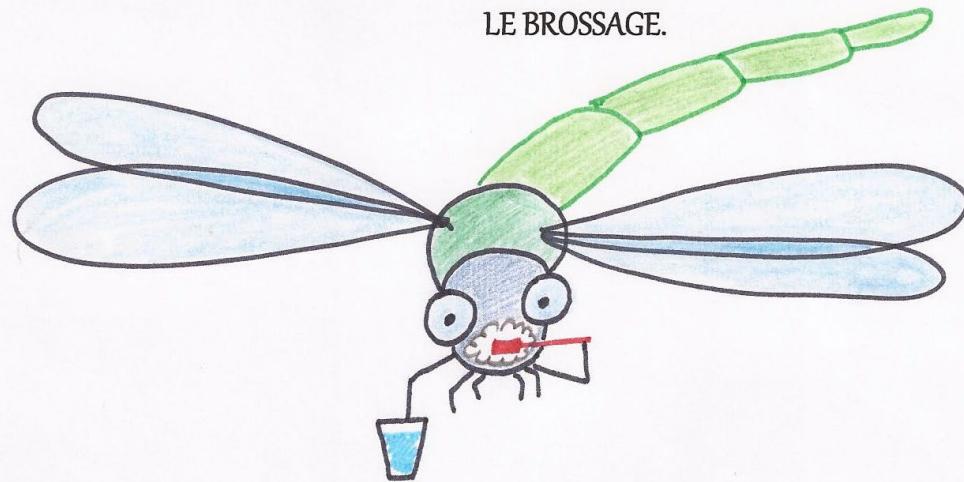
1 APPEL D'ASCENSEUR = 20CENTS

Exemple 2 : le Château vert

LE CHÂTEAU SE MET AU VERT...

QUAND URSULE LA LIBELLULE SE BROSSE LES DENTS, ELLE REMPLIT
D'ABORD UN GOBELET D'EAU ET NE FAIT JAMAIS COULER L'EAU PENDANT

LE BROSSAGE.



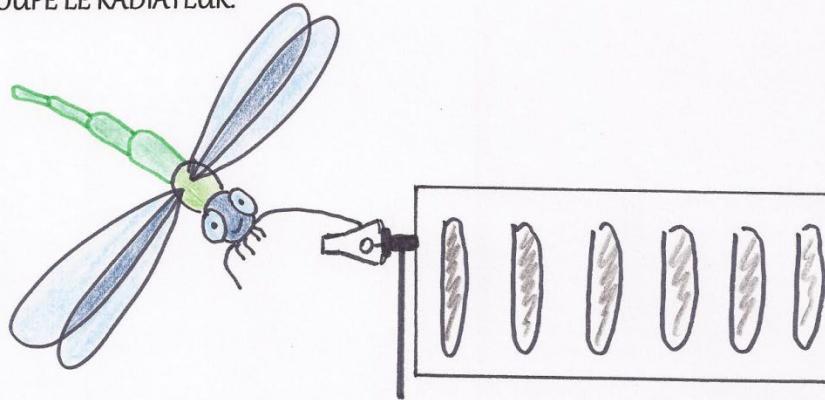
1 GOBELET D'EAU = 20CL

FAIRE COULER L'EAU PENDANT 2 MINUTES = **12 LITRES**

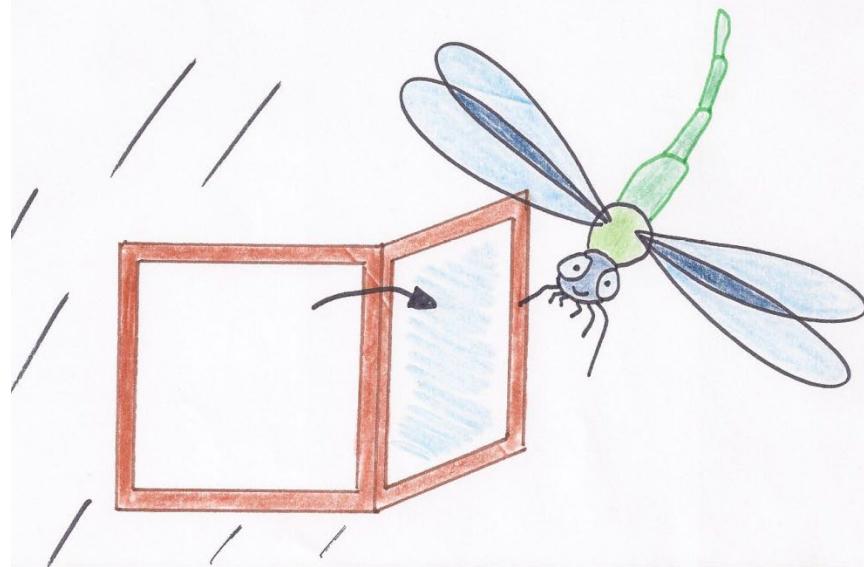
LE CHÂTEAU SE MET AU VERT...

Aujourd'hui, Ursule la libellule vous explique comment aérer une chambre de manière économique :

1/ URSULE COUPE LE RADIATEUR.

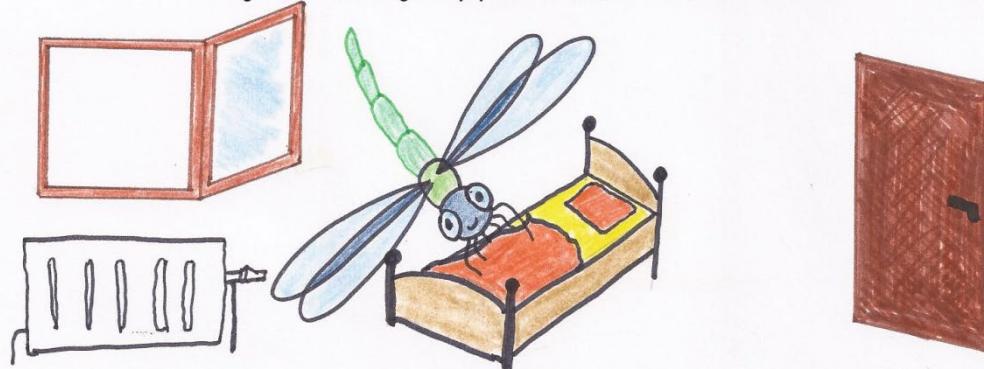


2/ ELLE OUVRE GRAND LA FENÊTRE

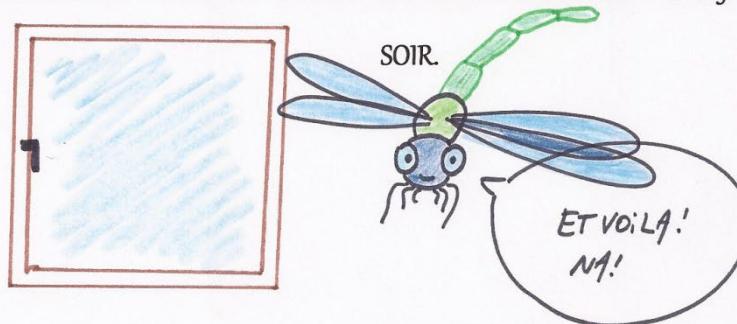


3/ELLE LAISSE OUVERTE PENDANT 5 A 10 MINUTES : pendant ce temps,

elle refait le lit, ou va faire pipi (ou caca...) ET FERME LA PORTE.



4/ELLE REFERME LA FENÊTRE (et surtout elle n'oublie pas!), ETEINT LES
LUMIERES ET FERME LA PORTE ET LAISSE LE RADIATEUR ETEINT JUSQU'AU



AERER UNE CHAMBRE AVEC UNE FENÊTRE EN OSCILLO-BATTANT TOUTE
UNE JOURNÉE REFROIDIT LES MURS, LE RECHAUFFEMENT DE LA PIÈCE
DEMANDE DONC BEAUCOUP PLUS D'ENERGIE.

Exemple 3 : Revivre à Sugny asbl, Vresse sur Semois

Pourquoi ?



Essence



Eau



Nourriture



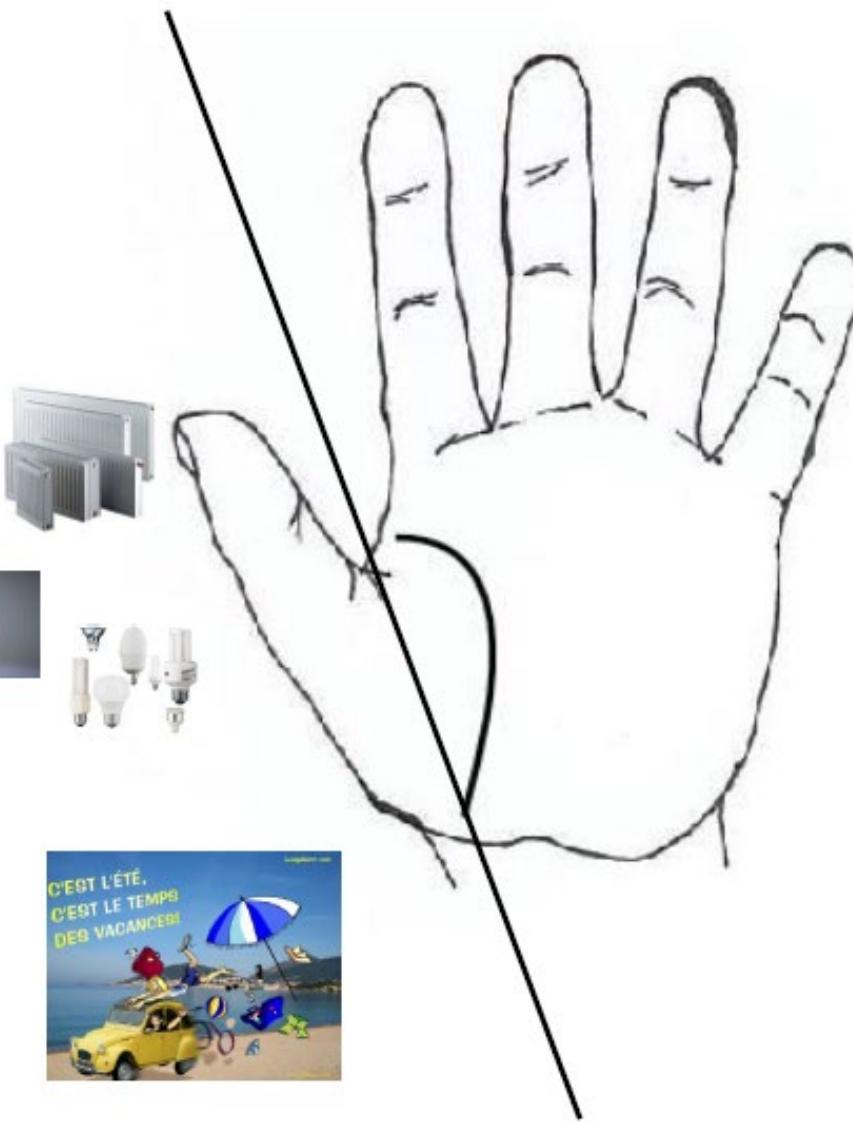
Chauffage



Électricité



Exemple 3 : Revivre à Sugny asbl, Vresse sur Semois



Exemple 3 : Revivre à Sugny asbl, Vresse sur Semois

Nourriture



=



Eau



Chauffage



Essence



Electricité



=

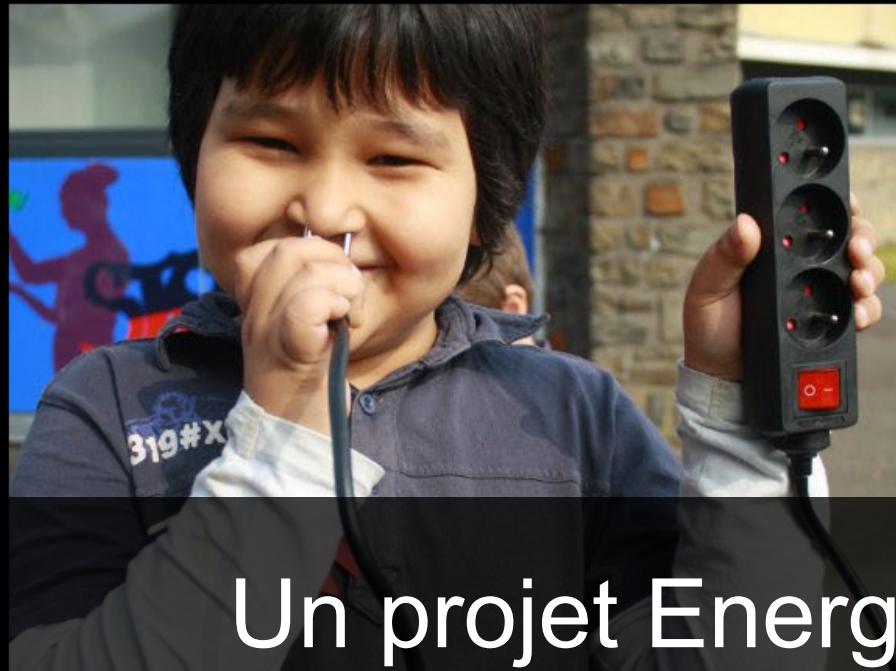


Exemple 4 : Foyer Sainte Marie - Aide à la Jeunesse

JOUR du semaine	EAU		ÉLECTRICITÉ		CHAUFFAGE	
	MATIN	SOIR	MATIN	SOIR	MATIN	SOIR
LUNDI						
MARDI						
MERREDI						
JEUDI						
VENDREDI						
SAMEDI						
SUNDAY	 	 				

Exemple 5 : centre Léon Henrard - Centre d'accueil et d'hébergement pour personnes déficientes mentales





Un projet Energie à Fraipont !



Si on diminue la consommation de ce mois d'avril,

50 %



50 %







Merci d'avoir éteint...



Exemple 6 : Tivoli – Campagne éclairage



A black and white portrait of a woman with short, light-colored hair, wearing a white collared shirt. She is looking slightly to her right. Above her head is a large, orange speech bubble containing text. To the left of the speech bubble, the word 'Cela' is written in a large, red, cursive script. The text inside the speech bubble reads: 'Tivoli,
une consommation de
700 000 € par an
en électricité !' At the bottom left of the image is a small logo consisting of a red cross inside a blue circle, with a small white figure standing next to it. Below the logo, the slogan 'Sauver des vies, sauver la terre !' is written in a small, grey, sans-serif font.

Exemple 6 : Tivoli – Campagne éclairage



Tivoli,
une consommation de
700 000 € par an en électricité !
1 % d'économie = 7 000 €,
pour une fête qui dure !

Sauver des vies, sauver la terre !

Exemple 6 : Tivoli – Campagne éclairage



*
Tivoli, une consommation de
700 000 € par an en électricité !
1 % d'économie = 7 000 €,
pour une fête qui dure !



Sauver des vies, sauver la terre !

*

Exemple 6 : Tivoli – Campagne éclairage



Devinez ?
La pulsation cardiaque de votre patient ?

CHU
TIVOLI

sauver des vies, sauver la terre

kW

1.400
1.350
1.300
1.250
1.200
1.150
1.100
1.050
1.000
950
900
850
800
750
700
650
600
550
500
450
400
350
300
250
200
150
100
50
0

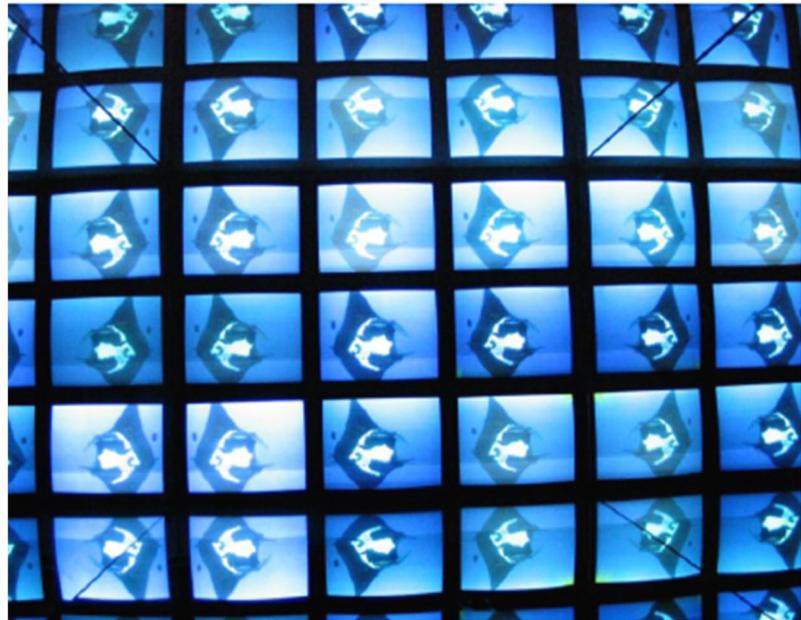
21:30 22:00 22:30 23:00 23:30 24:00 00:30 01:00 01:30 02:00 02:30 03:00 03:30 04:00 04:30 05:00 05:30 06:00 06:30 07:00 07:30 08:00 08:30 09:00 09:30 10:00 10:30 11:00 11:30 12:00 12:30 13:00 13:30 14:00 14:30 15:00 15:30 16:00 16:30 17:00 17:30 18:00 18:30 19:00 19:30 20:00 20:30 21:00 21:30

Sauver des vies, sauver la terre !

Exemple 6 : Tivoli – Campagne éclairage



Devinez
la puissance électrique
de **nuit** à Tivoli ?



600 kW !
C'est comme si
3 000 téléviseurs restent allumés
chaque nuit !



Sauver des vies, sauver la terre !

Exemple 6 : Tivoli – Campagne éclairage



Économisons l'énergie !!!

> En fin de journée, veuillez
éteindre votre écran.



Merci !

Plus d'info : R. DEKLIPPEL 6149

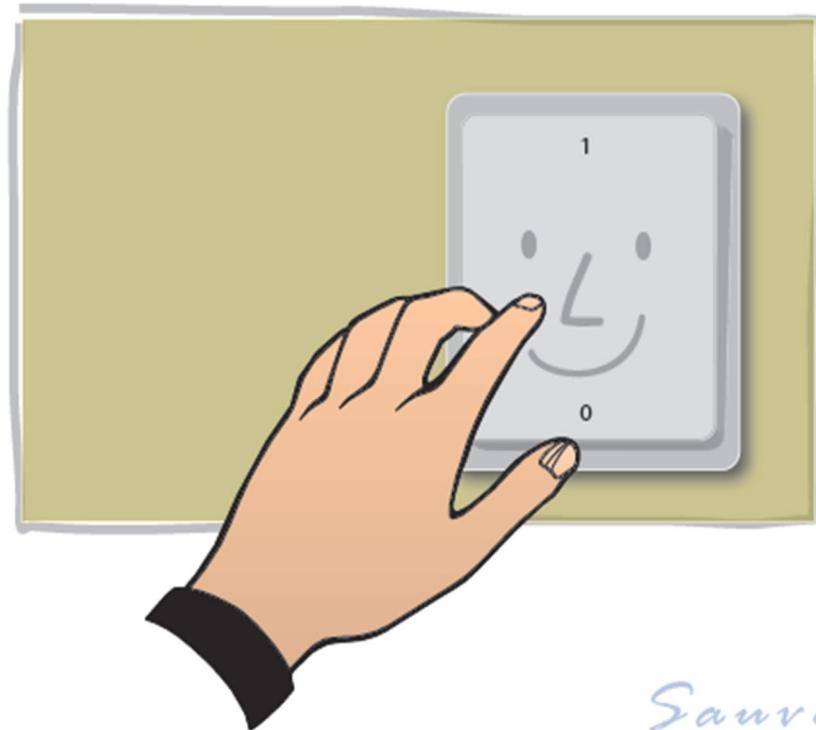


sauver des vies, sauver la terre !

Ou...



Exemple 6 : Tivoli – Campagne éclairage



Il n'y a pas de petits gestes
quand on est 1400 à les faire !

Sauver des vies, sauver la terre !



Exemple 7 : Facere – Jef la mascotte



Jeff content



Jeff pas content

Bonjour, je m'appelle Jeff

Je suis la mascotte de l'Eco Team

Je vais me balader dans Facere pour vous rappeler de faire attention à l'écologie

Je viendrai vous informer régulièrement de ce que vous faites bien et de ce que vous ne faites pas encore bien

Je peux être content ou pas content

Je vous conseille de suivre la charte de l'Eco Team ...

Exemple 7 : Facere – Jef la mascotte



Exemple 7 : Facere – La charte Eco



Exemple 7 : Facere – La charte Eco

LA CHARTE ECO

Tu ne mettras point les canettes dans la poubelle noire

La lumière tu éteindras

Les radiateurs tu mettras sur 3

Quand il fait froid, ton pull tu n'oublieras pas et une couverture tu
mettras

Les portes et fenêtres tu fermeras

L'eau tu économiseras

La douche tu privilégieras

Les aliments tu ne gaspilleras pas

Les verres à recycler tu videras

Les déchets tu trieras

Exemple 7 : Nazareth – Présentation de l'écoteam avec bic + logo



L'équipe ECOTEAM
Het ECOTEAM



Exemple 8 : Maison Verte – Chasse au panneau

Où avez-vous des panneaux (autre que votre bureau)

- 1-
- 2-
- 3-

Quel objet utilise l'ampoule de bureau de Valérie pour vous sensibiliser ?

Quelle lampe du hall d'entrée n'a pas de minuteur ?

(Choisissez)

- Elles ont toutes un minuteur
- La lampe située (nommez).....

De quoi a besoin l'ampoule de la buanderie ?

Exemple 9 : Silva Medical – Campagne ascenseur





Campagne de sensibilisation

Rappel: Le drive BRUXEO

<https://drive.google.com/drive/folders/0BxIZersASuR8akRLRjJSMMpxTIU?usp=sharing>

Site de Bruxelles Environnement

[Service d'emprunt : matériel et outils pour un soutien professionnel dans les économies d'énergie | Enseignement - Bruxelles Environnement](#)

[Catalogue en ligne Bruxelles Environnement \(IBGE\) - Leefmilieu Brussel \(BIM\)](#)

08

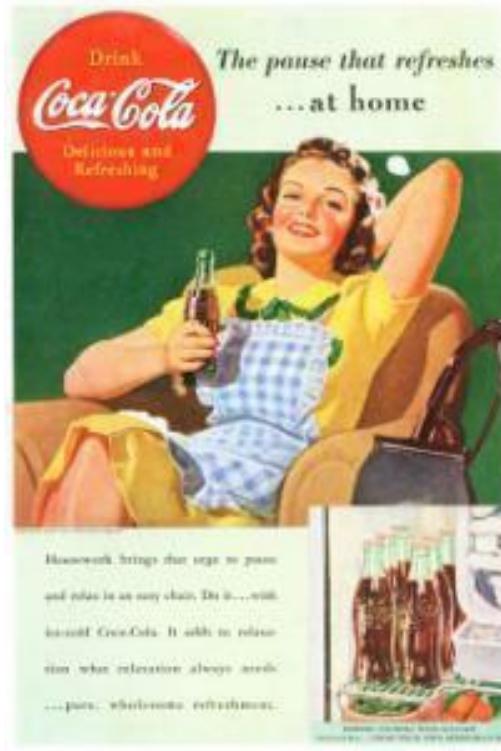
Conclusion



Conclusion

La sensibilisation, c'est...

- ✧ Donner envie aux autres de modifier leurs comportements
- ✧ Mettre la base en mouvement. Cela demande beaucoup de temps, d'énergie...
- ✧ Un action permanente





Conclusion

Mais la sensibilisation c'est aussi...

L'occasion :

- ❖ d'en faire un projet d'institution – citoyen – pédagogique
- ❖ et de créer une dynamique collective positive, riche en valeur humaine.



9

Quizz énergie

10

Jeu coût-conso

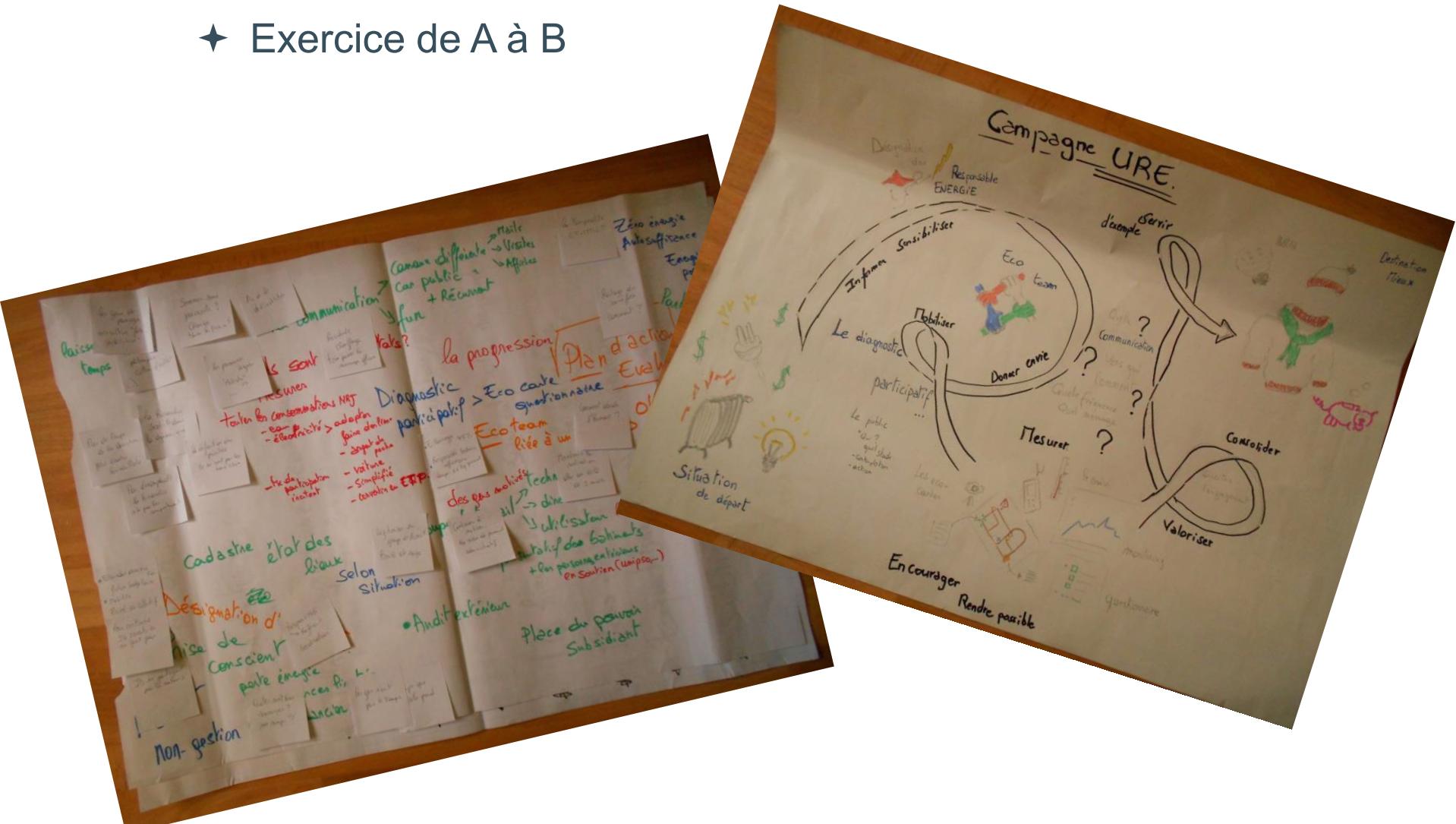
11

A vous de jouer !



Exercice en sous-groupes

★ Exercice de A à B



Evaluation - Formation "Sensibiliser à l'Utilisation Rationnelle de l'Energie"



Merci !



ENERGY
advisors