



Réponse du Conseil d'Etat à un instrument parlementaire

Question Giovanna Garghentini Python
Campagne OFF

2013-CE-155

I. Question

Le 9 octobre dernier, soit la même semaine où le Grand Conseil votait et acceptait les mesures d'économies pour le canton, la DEE lançait la campagne OFF avec un montant d'un million. C'est un énorme investissement quand on connaît les économies que chaque Direction a dû consentir dans son budget et les efforts fournis par le personnel de l'Etat.

Le but de la campagne est louable et a mon plein soutien car il contribue à maîtriser la consommation électrique. Cette campagne veut, en effet, faire des économies d'électricité. Le canton de Fribourg vise la société à 4000 watts d'ici 2030, pour donner suite à la stratégie énergétique 2050, du Conseil fédéral qui a pour objectif une économie de 13% de la consommation d'électricité d'ici 2035.

Le site internet de la campagne OFF nous apprend que « OFF repose sur trois piliers : l'information, la formation et la récompense. Il s'agit en effet d'apprendre à tous l'importance de l'économie d'électricité et des gestes qui y sont associés, tout en récompensant les efforts de chacun ». Or, La Liberté du 24 octobre dernier relate une soirée d'information organisée et animée par le WWF pour apprendre à chacun à réduire sa consommation d'électricité.

J'aimerais avoir plus de détails sur le déroulement de cette campagne et notamment sur les points suivants :

1. Quelles actions concrètes sont prévues dans la campagne pour toucher chaque citoyenne et citoyen du canton (les privés, les entreprises, le secteur public) ?
2. Quelles actions concrètes de formation sont prévues durant la campagne ? Qui les animera ? Où et comment seront-elles données ? Est-ce que les mandants externes sont prévus ? Si oui, à qui et pour quels montants ?
3. Est-ce que des wattmètres seront mis à la disposition de la population pour tester la consommation des appareils électriques ?
4. Est-ce que des prises « intelligentes » programmables par ordinateur et qui coupent le courant aux heures programmées seront mises à la disposition de la population ?
5. Quelles sont concrètement les mesures prises dans tous les services de l'Etat et dans les entreprises et institutions para-étatiques pour réduire la consommation d'électricité ?
6. Est-ce que, dans le cadre de cette campagne, les normes des éclairages publics seront revues à la baisse ?

7. Comment l'impact de la campagne sur la consommation d'électricité sera-t-il mesuré et évalué ?
8. Je demande le détail de la planification du budget des 1 million en spécifiant les montants prévus pour chaque poste.

21 novembre 2013

II. Réponse du Conseil d'Etat

En préambule, il est judicieux de rappeler que la campagne OFF s'inscrit comme une des mesures de la mise en œuvre des objectifs de politique énergétique du canton de Fribourg présentés en novembre 2009 au Grand Conseil à savoir d'atteindre la « Société à 4000 Watts » d'ici 2030. Par ailleurs, l'utilisation efficace de l'énergie est considérée comme la première priorité de la politique énergétique que le canton s'est engagé à mettre en œuvre des mesures pour pallier une sortie du nucléaire, déjà évoquée à l'époque, notamment par le biais des campagnes d'information et de sensibilisation.

Il est aussi important de préciser que les mesures dans le domaine de l'énergie sont financées par le Fonds cantonal de l'énergie, lequel est alimenté par différentes sources dont notamment : le budget de l'Etat (3,345 millions de francs en 2013) et Groupe E (3,4 millions de francs). Au sens de la loi du 12 mai 2011 instituant un Fonds cantonal de l'énergie, l'information destinée à une utilisation efficace des ressources énergétique, au même titre que la sensibilisation dans ce domaine, s'inscrit dans les mesures pouvant être financées par le Fonds dans les limites des montants disponibles.

Rapporté sur une période de deux ans et demi, le montant de 1 million de francs prévu pour cette campagne représente un engagement financier de 400 000 francs par année. Ce montant peut être estimé comme raisonnable et proportionné s'il est mis en relation avec l'ensemble des montants alloués par l'Etat pour les différentes mesures d'encouragement (env. 12 millions de francs en 2013, y compris la part du Programme Bâtiments attribuée aux projets fribourgeois).

Avec cette campagne, Fribourg se situe aux avant-postes et prend ses responsabilités à la suite des décisions de sortir le pays du nucléaire. La campagne OFF a d'ailleurs été saluée par la conseillère fédérale Doris Leuthard et différents cantons ont déjà montré un intérêt à agir dans le même sens.

Ceci étant précisé, le Conseil d'Etat répond aux différentes questions comme suit :

1. *Quelles actions concrètes sont prévues dans la campagne pour toucher chaque citoyenne et citoyen du canton (les privés, les entreprises, le secteur public) ?*

Il est important de rappeler que la Campagne OFF est une campagne de communication destinée à un large public de consommateurs d'électricité. Ce public comprend aussi bien les propriétaires que les locataires, les jeunes que les personnes moins jeunes, les écoles, les administrations publiques et privées et dans une moindre mesure le secteur industriel qui, lui, sera concerné par les conventions d'objectifs à passer avec l'Etat au sens de la loi sur l'énergie.

Un très large éventail d'actions de communication utilisant pratiquement tous les supports a été prévu : mass-médias, événements, internet, réseaux sociaux, stands d'information, campagne

spécifique dans les écoles, conférences, revues professionnelles, participations des communes et autres organisations, campagne interne à l'administration, etc.

2. *Quelles actions concrètes de formation sont prévues durant la campagne ? Qui les animera ? Où et comment seront-elles données ? Est-ce que les mandants externes sont prévus ? Si oui, à qui et pour quels montants ?*

Comme précisé à la question précédente, la Campagne OFF est une campagne de communication et il n'est pas prévu d'actions concrètes de formation. Le terme « formation » figurant dans les trois piliers de la campagne peut avoir comme synonyme « éducation ou sensibilisation ». Ceci doit être pris dans le sens d'une volonté de changer le comportement des consommateurs.

Indépendamment de la Campagne OFF, et sur mandat du Grand Conseil, l'Etat a mis en place un programme de formation continue dans le domaine de l'énergie avec la collaboration étroite de l'Ecole d'ingénieurs et d'architectes de Fribourg pour la période 2013–2015. Les cours proposés en 2013 ont d'ailleurs connu un certain succès et d'autres cours sont déjà planifiés pour 2014 et 2015. Des informations complémentaires sont disponibles à l'adresse : www.energie-fr.ch

3. *Est-ce que des wattmètres seront mis à la disposition de la population pour tester la consommation des appareils électriques ?*

Des appareils seront effectivement mis à disposition de la population, en prêt pour une durée limitée, afin de pouvoir tester la consommation de leurs appareils.

4. *Est-ce que des prises « intelligentes » programmables par ordinateur et qui coupent le courant aux heures programmées seront mises à la disposition de la population ?*

Du matériel permettant d'utiliser l'électricité de manière optimale sera mis à disposition et/ou distribué à la population, comme par exemple des « prises interrupteurs ». Des opérations menées avec différents partenaires devraient également permettre l'acquisition de matériel plus coûteux à un prix intéressant.

5. *Quelles sont concrètement les mesures prises dans tous les services de l'Etat et dans les entreprises et institutions paraétatiques pour réduire la consommation d'électricité ?*

La campagne OFF concernera bien entendu aussi l'administration cantonale et sera étendue aux entreprises et institutions paraétatiques. La sensibilisation se fera par l'utilisation des moyens de communication existants, tels que les moyens informatiques à disposition. La communication évoluera également en fonction de la consommation mesurée dans les différents bâtiments. Des appareils de mesures seront également mis à la disposition des collaborateurs de l'Etat afin de les sensibiliser au sujet.

6. *Est-ce que, dans le cadre de cette campagne, les normes des éclairages publics seront revues à la baisse ?*

Les normes et autres règles contraignantes sont mises en œuvre conformément aux dispositions légales en vigueur. Cela ne concerne pas la campagne OFF dont le but est de communiquer sur les bons gestes à appliquer afin d'influer sur le comportement des consommateurs.

Par ailleurs, les exigences relatives à l'éclairage public ont déjà été rendues très contraignantes par la modification de la loi sur l'énergie entrée en vigueur au 1^{er} août 2013. A titre d'exemple, les

éclairages publics doivent être assainis d'ici 2018, les bâtiments publics doivent respecter la norme SIA 380/4. A ce jour, un nombre important de communes a entrepris des démarches pour l'assainissement de leur éclairage en bénéficiant des mesures de soutiens financiers mises en place par les entreprises d'approvisionnement en électricité.

D'autres mesures relatives à l'éclairage ont également été introduites, par exemple pour ce qui concerne les éclairages qui illuminent des paysages ou qui diffusent la lumière vers le ciel. Sur la base de la disposition, les communes peuvent également légiférer pour une utilisation plus efficace de l'éclairage, par exemple pour ce qui concerne les enseignes lumineuses.

7. *Comment l'impact de la campagne sur la consommation d'électricité sera-t-il mesuré et évalué ?*

L'objectif quantitatif de la Campagne OFF est d'obtenir 0% d'augmentation de la consommation d'électricité entre le 1^{er} juin 2014 et le 31 mai 2015. En partenariat avec les distributeurs d'électricité du canton, un monitoring est en train de se mettre en place afin de suivre la campagne OFF en continu.

8. *Je demande le détail de la planification du budget des 1 million en spécifiant les montants prévus pour chaque poste.*

Il faut tout d'abord préciser que la campagne d'économie d'électricité a fait l'objet d'une procédure d'appel d'offres aux marchés publics sur la base d'un cahier des charges établis par un groupe de travail réunissant différents spécialistes, avec le soutien d'un bureau habitué à la question des marchés publics.

Dans les grandes lignes, le budget de la campagne se décline comme suit :

- Gestion globale du projet, coordination, planification	Fr.	92'000.-
- Création, production-impression, diffusion médias Fribourg	Fr.	473'000.-
- Communication web et réseaux sociaux	Fr.	92'000.-
- Communication événementielle	Fr.	228'000.-
- Relations publiques	Fr.	38'000.-
- Contrôle, monitoring	Fr.	22'000.-
- Réserve	Fr.	55'000.-

Total

Fr. 1'000'000.-

Le montant de la Campagne OFF susmentionné ne tient pas compte des prestations que les différents partenaires de la campagne seraient amenés à offrir. A titre d'exemple, durant la phase des « Black out » qui se sont déroulés dans passablement de lieux publics et privés, les interventions parfois conséquentes des exploitants des lieux ont été faites à bien plaisir. Autre exemple, les prestations importantes en nature des médias fribourgeois en tant que partenaires de la campagne ne sont pas considérées dans le budget.

14 janvier 2014