ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

économies d'énergie

Question écrite n° 42664

Texte de la question

M. Francis Saint-Léger appelle l'attention de M. le ministre de l'écologie et du développement durable à propos de la campagne de mobilisation pour des économies d'énergie. La concentration des gaz à effet de serre a, en effet, fortement augmenté depuis un siècle. Il désire connaître les grands axes de ce plan.

Texte de la réponse

La ministre de l'écologie et du développement durable a pris connaissance, avec intérêt de la question sur les grands axes de la campagne de mobilisation pour des économies d'énergie. L'une des mesures phares retenue dans le cadre du Plan Climat 2004 est le lancement d'une campagne nationale de mobilisation pour les économies d'énergie et le changement climatique, qui s'inscrit dans une stratégie de long terme. Confiée à l'agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME), à la demande du Gouvernement, cette campagne, « Économies d'énergie, faisons vite ça chauffe », a été lancée en mai 2004. Celle-ci comporte deux volets essentiels : une campagne publicitaire pluri-médias (télévision, radio, internet et presse écrite) ; la mobilisation de nombreux partenaires publics et privés s'engageant, dans le cadre d'un club « Planète gagnante », à mettre en oeuvre des opérations concrètes de promotion des économies d'énergie avec, en appui, le relais du réseau d'information de proximité des espaces info - énergie. La stratégie retenue comporte trois phases annuelles complémentaires : une première phase de sensibilisation en 2004 aux bons gestes que chacun peut réaliser au quotidien ; une poursuite des actions d'information en 2005 conjuguée à une promotion forte du crédit d'impôt « amélioré » ; une troisième phase, pour 2006, consacrée en priorité à inciter le public et les professionnels à investir dans la durée à travers l'achat d'équipements et d'installations économes en énergie grâce au levier puissant que constitue le dispositif du crédit d'impôt (encore renforcé au 1er janvier 2006) et en démultipliant l'action par une mobilisation plus forte des partenaires dans le cadre du club « Planète gagnante ». Des outils ont ainsi été déployés pour répondre efficacement à la demande d'information du citoyen consommateur et démultiplier les messages. Grâce à ces actions, les deux dernières années ont vu augmenter de manière très importante les indicateurs de leur mise en oeuvre : le réseau d'information de proximité des espaces info - énergie, constitué en partenariat avec les collectivités territoriales, a vu son activité plus que doubler ces deux dernières années (près de 1 060 000 personnes conseillées en 2005). Il répond notamment aux besoins d'informations utiles dans le cadre d'investissements importants (travaux d'isolation, chaudières, énergies renouvelables, etc.) ; près de 4 000 opérations de sensibilisation ont été mises en oeuvre avec des partenaires en 2004 et 2005 dans le cadre du Club « Planète gagnante ». Parmi celles-ci, une opération phare - le Défi pour la Terre - a été réalisée avec la fondation Nicolas Hulot : plus de 500 000 personnes se sont déjà engagées à ce jour sur les « bons gestes » au quotidien, et plus de trois millions et demi d'exemplaires du « livre vert pour la Terre » ont été diffusés ; le nombre d'appels au téléphone Azur, vers lequel la campagne renvoie, ont plus que doublé entre 2003 et 2005 (100 000 en 2005), de même que celui des connexions au site internet ADEME (30 000 connexions jour actuellement) et la diffusion des guides grand public (35 différents, 4 millions d'exemplaires diffusés en 2005). L'efficacité des vagues publicitaires en termes d'agrément, de compréhension et d'incitation à agir a été vérifiée à l'aide d'indicateurs reconnus et comparables. Les enquêtes d'opinion et les

statistiques de ventes des matériels de maîtrise de l'énergie mettent en évidence des modifications sensibles de comportement et les ventes d'appareils économes en énergie sont en nette évolution (achats de capteurs solaires, chaudières à condensation, lampes basse consommation, appareils électroménagers performants, etc.). En outre, le Premier ministre a décidé dans le cadre de la révision du Plan Climat 2004-2012, le 13 novembre 2006, de doter de moyens supplémentaires l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie afin qu'elle poursuive ses campagnes d'information auprès du grand public et en particulier, « Économies d'énergie, faisons vite ça chauffe ».

Données clés

Auteur : M. Francis Saint-Léger
Circonscription : Lozère (1re circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 42664
Rubrique : Énergie et carburants
Ministère interrogé : écologie
Ministère attributaire : écologie

Date(s) clée(s)

Question publiée le : 29 juin 2004, page 4845
Réponse publiée le : 3 avril 2007, page 3313