



Energie

Programmes nationaux de recherche 70 et 71

Projet

Promouvoir un comportement efficace sur le plan énergétique dans les villes





Les clubs sportifs motivent

Il est difficile de modifier son propre comportement. Mais que se passe-t-il lorsqu'une association encourage ses membres à le faire ? Des chercheurs de la ZHAW et de l'ETH Zurich se sont penchés sur cette question et ont obtenu des résultats intéressants.



La transition de la voiture au vélo pourrait bien fonctionner au sein des clubs sportifs. *Source* : Shutterstock





En un coup d'œil

- Les clubs sportifs et autres groupes sociaux sont à même de prêter assistance lorsqu'il s'agit de toucher un large public moyennant des campagnes énergétiques.
- Les campagnes énergétiques exercent un effet durable lorsqu'elles fournissent des informations tout en permettant de tester et de faire l'expérience de technologies et de modes de vie écoénergétiques.

La réalisation des objectifs de la Stratégie énergétique 2050 dépend avant tout de la Confédération et des cantons. Mais les villes helvétiques ont également un rôle important à jouer. En Suisse, quatre personnes sur cinq vivent en milieu urbain. L'utilisation de vélos électriques peut servir à jauger le succès de campagnes environnementales à grande échelle dans les villes. Bien que de nombreuses personnes renoncent aujourd'hui à la voiture au profit du vélo électrique, l'offre urbaine n'atteint pas tous les groupes de population.

La voiture ou le vélo pour se rendre à l'entraînement ?

La question qui se pose est donc la suivante : dans quelle mesure les campagnes énergétiques touchent-elles cette population urbaine ? Des scientifiques de la Haute école spécialisée de Zurich (ZHAW) et de l'ETH Zurich ont cherché à déterminer si, de par leur nombre élevé, les clubs sportifs sont à même de servir de partenaires pour la mise en œuvre de ces campagnes, car il existe plus de 20 000 clubs sportifs en Suisse. Jusqu'à présent, ces clubs n'ont pas fait office de motivateurs écologiques.



Plus d'éloges pour un impact plus important

Dans le cadre de ce projet, les chercheurs ont travaillé en étroite collaboration avec les villes de Baden, Zoug et Winterthour et ont développé trois études différentes. L'objectif de la première était d'encourager les membres de clubs sportifs à se rendre à l'entraînement à vélo. À cet effet, la ville de Winterthour a organisé une compétition entre différents clubs.

La motivation des clubs s'est avérée positive : pendant les six semaines du concours, les sportifs ont beaucoup plus souvent recouru au vélo pour se rendre à l'entraînement et pratiquement personne ne s'est déplacé en voiture. Les résultats d'une enquête auprès des participants indiquent que plus les normes sociales au sein de l'équipe poussent à renoncer à la voiture, plus la motivation est grande.

Faire l'expérience de nouvelles formes de mobilité suscite l'intérêt

Une deuxième étude a porté sur la promotion de vélos électriques dans le cadre d'une campagne permettant aux automobilistes de tester un tel véhicule pendant deux semaines. Un an après la campagne, les volontaires se souvenaient encore bien du vélo électrique et recommandaient à leurs proches de l'essayer également. Plus de la moitié d'entre eux ont déclaré recourir moins souvent à la voiture depuis qu'ils avaient participé à la campagne. En outre, après avoir essayé un vélo électrique, les participants ont plus souvent associé des situations quotidiennes de mobilité, tel le déplacement au travail, avec le vélo électrique qu'avec la voiture. Au bout d'un an, cet effet était même plus prononcé qu'immédiatement après la phase d'essai. « Ce résultat indique que l'essai d'un vélo électrique permet de modifier les habitudes en matière de mobilité », explique Corinne Moser, directrice de l'étude à la ZHAW School of Engineering.

« Youpi, nouvelles pommes de douche ! »

Une troisième étude, réalisée à la piscine Geiselweid de Winterthur, prouve que la pression sociale douce à l'écart des clubs sportifs mène également au succès. Pendant deux semaines, l'autocollant « Youpi, nouvelles pommes de douche ! » avait été affiché devant les cabines.

Ces pommes de douche nouvellement installées nécessitent deux fois moins d'énergie que les modèles conventionnels, puisqu'elles consomment deux fois moins d'eau chaude. Un autocollant supplémentaire incitait les baigneurs à agir : « À essayer chez soi... ».

Les chercheurs ont ensuite interrogé les baigneurs au sujet de la nouvelle pomme de douche. Ce test a lui aussi révélé qu'un répondant sur six avait par après commandé cette nouvelle pomme de douche.



**Juhuu, neue
Duschbrausen!**

Un encadrement adéquat pour un impact important

La conclusion des scientifiques est nuancée : les campagnes mises en œuvre par des associations ne sont pas une panacée pour la sensibilisation à la problématique environnementale. Cependant, il est possible de toucher de nouveaux groupes cibles en investissant suffisamment de temps et de ressources.



Energie

Programmes nationaux de recherche 70 et 71

Produkte aus diesem Projekt



- Navigating behavioral energy sufficiency. Results from a survey in Swiss cities on potential behavior change
Date de publication: 01.01.18
- Exploring societal preferences for energy sufficiency measures in Switzerland
Date de publication: 01.01.18
- Kommunale Interventionen und Kampagnen zur Förderung von energiesparendem Verhalten
Date de publication: 01.01.18
- Wirksame Energiesparinterventionen durch Zusammenarbeit von Städten und Forschung
Date de publication: 01.01.18
- Einbau effizienter Duschbrausen im Winterthurer Hallenbad Geiselweid : Substantielle Einsparungen und hohe Akzeptanz
Date de publication: 01.01.18
- 15 Sekunden duschen
Date de publication: 01.01.18
- E-Bike statt Auto : Mobilität wird grüner
Date de publication: 01.01.18
- Gute Noten für die neuen Duschen im Hallenbad
Date de publication: 01.01.18
- Faktor Mensch
Date de publication: 01.01.18
- Mehr Engagement für weniger Energie
Date de publication: 01.01.18
- Energie sparen : Beim Ferienflug hören die guten Vorsätze auf
Date de publication: 01.01.18
- Leserfrage : Was bringt uns dazu energiebewusster zu leben
Date de publication: 01.01.18
- E-bike trial weakens car use habit
Date de publication: 01.01.18
- Sportlich ins Training für eine bessere Luft
Date de publication: 01.01.18
- Erfolg mit neuen Duschbrausen im Hallenbad Geiselweid
Date de publication: 01.01.18
- Bike4Car : E-Bike-Fahren regt zum Umdenken an
Date de publication: 01.01.18
- Energiewende : Realität und Wunschdenken
Date de publication: 01.01.18
- Energyactors.ch Webtool
Date de publication: 01.01.18
- Projektwebseite der ZHAW
Date de publication: 01.01.18
- Bike4Car : E-Bike-Fahren regt zum Umdenken an
Date de publication: 01.01.18
- Diverse
Date de publication: 01.01.18



Team & Kontakt

Prof. Dr. Bettina Furrer
ZHAW
Gertrudstrasse 15
8401 Winterthur



Prof. Dr. Bettina Furrer
Projektleiterin



Dr. Yann Blumer



Vivian Frick



Dr. Carmen Kobe



Dr. Corinne Moser



Dr. Roman Seidl



Prof. Dr. Michael
Stauffacher



Uros Tomic

Le contenu de ce site représente l'état des connaissances au
12.06.2019.