



Mise en œuvre d'un PROGRAMME DE SENSIBILISATION À L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE



Office de l'efficacité énergétique

écoÉNERGIE sur l'efficacité
énergétique pour les bâtiments



Also available in English under the title: Implementing an Energy Efficiency Awareness Program

Le contenu de cette publication ou de ce produit peut être reproduit en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins personnelles ou publiques, mais non commerciales, sans frais ni autre permission, à moins d'avis contraire.

Nous vous prions :

- de faire preuve de diligence raisonnable en assurant l'exactitude du matériel reproduit;
- d'indiquer le titre complet du matériel reproduit et le nom de l'organisation qui en est l'auteur;
- d'indiquer que la reproduction est une copie d'un document officiel publié par le gouvernement du Canada et que la reproduction n'a pas été faite en association avec le gouvernement du Canada ni avec l'appui de celui-ci.

La reproduction et la distribution à des fins commerciales sont interdites, sauf avec la permission écrite de l'administrateur des droits d'auteur de la Couronne du gouvernement du Canada, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC). Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec TPSGC au 613-996-6886 ou à droitdauteur.copyright@tpsgc-pwgsc.gc.ca.

N° de cat : M144-244/2012F-PDF (En ligne)

ISBN : 978-1-100-99620-2

© Sa Majesté la Reine du chef de Canada, 2012



Papier recyclé

TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS : L'efficacité énergétique et le secteur des bâtiments ..	2	ÉTAPE 5 : Reconnaissance	13
LE PROGRAMME	4	5.1 Activités	
ÉTAPE 1 : Formation de l'équipe	6	5.2 Prix	
1.1 Obtention de l'engagement des cadres supérieurs		ÉTAPE 6 : Mise en œuvre	14
1.2 Recrutement d'un champion de l'efficacité énergétique		6.1 En avant : Enjeux à prendre en compte	
1.3 Choix d'un chef de programme		ÉTAPE 7 : Évaluation du programme, surveillance des résultats et suivi	15
1.4 Formation d'une « équipe verte »		7.1 Évaluation des approches	
ÉTAPE 2 : Établissement de bases de référence	8	7.2 Suivi et communication des résultats	
2.1 Établissement de la consommation d'énergie de référence		7.3 Renforcement de votre message	
2.2 Établissement du degré de sensibilisation à l'efficacité énergétique de référence		7.4 Adaptation de votre approche	
ÉTAPE 3 : Établissement des objectifs	9	7.5 Célébration et partage des réussites	
3.1 Soutien des objectifs d'économie d'énergie		POSTFACE	17
3.2 Établissement d'objectifs de sensibilisation et de communication		ANNEXE A : Ressources en formation en efficacité énergétique	18
ÉTAPE 4 : Élaboration d'un plan de communication	10	ANNEXE B : Études de cas	20
4.1 Recensement d'outils de communication		Établissements d'enseignement	
4.2 Choix des publics cibles		Centres hospitaliers et centres de santé	
4.3 Élaboration des messages		Bases militaires	
		Organisations à but non lucratif	
		ANNEXE C : Outils de communication	25

Liens à des sites Web

Vous trouverez dans le guide des liens à des sites Web qui offrent des renseignements utiles sur des programmes de sensibilisation à l'efficacité énergétique pour les bâtiments commerciaux, institutionnels et fédéraux. Les adresses sont données en **gras italique**. Bien que certaines de ces adresses mènent à des sites où sont vendus des biens ou des services, Ressources naturelles Canada (RNCAN) les a indiquées uniquement pour leur contenu informatif.

Désistement

La présente publication est distribuée uniquement à des fins d'information et ne reflète pas nécessairement les opinions du gouvernement du Canada. Elle ne constitue pas une approbation du gouvernement du Canada d'un produit commercial ou des opinions d'une personne. Le gouvernement du Canada, ses ministres, ses représentants, ses employés et ses agents ne garantissent pas l'exactitude de la présente publication et n'assument aucune responsabilité à l'égard de ses retombées.

Versions électroniques de la présente publication

Vous pouvez vous procurer la présente publication et autres de l'Office de l'efficacité énergétique de RNCAN sous format HTML et PDF dans notre site Web à l'adresse oee.mcan.gc.ca/infosource.

AVANT-PROPOS : L'efficacité énergétique et le secteur des bâtiments

Pourquoi adopter l'efficacité énergétique?

L'efficacité énergétique est une stratégie éprouvée de réduction des émissions ainsi que de la consommation et de la facture d'énergie. Les technologies éconergétiques, le savoir-faire et les procédés d'aujourd'hui offrent de grandes possibilités pour :

- réduire les coûts;
- améliorer le rendement opérationnel;
- prolonger la durée de vie d'un bâtiment et de son matériel;
- accroître le confort des occupants tout en contribuant à un environnement plus sain.

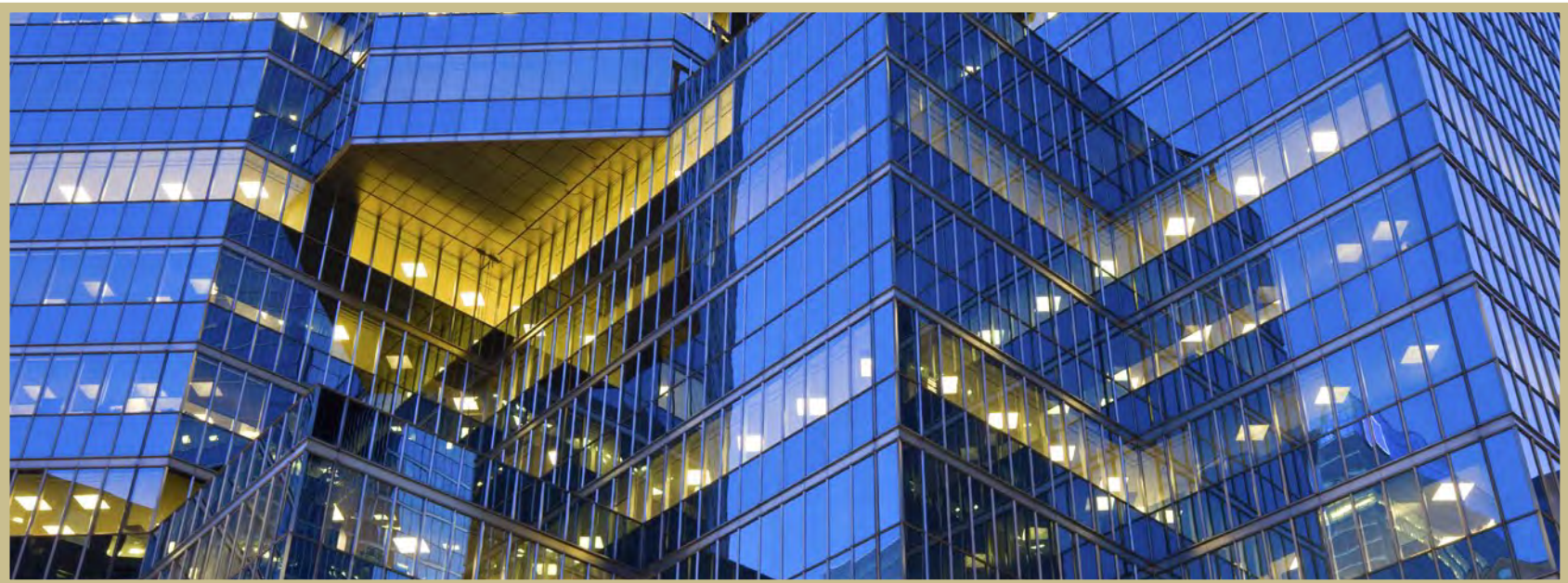
L'optimisation de la consommation d'énergie est une pratique commerciale intelligente et est un gage de la responsabilité sociale de l'organisation.

C'est pourquoi le gouvernement du Canada et ses homologues provinciaux et territoriaux¹ favorisent et appuient l'efficacité énergétique comme une stratégie clé des efforts déployés à l'échelle nationale pour réduire les gaz à effet de serre (GES) qui accentuent les changements climatiques². Ces efforts visent tous les secteurs, y compris les bâtiments, l'industrie, les habitations, le transport et l'agriculture.

Essentiellement, l'efficacité énergétique favorise la viabilité économique et environnementale au Canada et pour tous les Canadiens.

¹ Conférence des ministres de l'Énergie et des Mines, rapport de la réunion tenue en 2010 à Montréal.

² Le Canada s'est engagé à réduire ses émissions de GES de 17 p. 100 par rapport aux niveaux de 2005 d'ici 2020.



La consommation d'énergie et le secteur des bâtiments

Le secteur des bâtiments occupe une grande place au sein de l'économie canadienne et peut grandement contribuer à réduire les GES au pays. On trouve au Canada près d'un demi-million d'établissements commerciaux, institutionnels et fédéraux où sont offerts des services d'enseignement, de soins de santé, gouvernementaux et aux entreprises.

En raison de l'essor économique, de l'accroissement démographique et du passage à une économie axée sur les services et les connaissances, le secteur des bâtiments et ses besoins en énergie grandissent. Les emplois dans le secteur sont passés de 9 millions en 1990 à 13 millions en 2008³. Les possibilités d'économie d'énergie et les attentes connexes grandissent également. Par ailleurs, le rôle du secteur dans l'atteinte des buts nationaux liés aux changements climatiques est de plus en plus important.

En 2008, le secteur des bâtiments représentait 14 p. 100 de la consommation d'énergie au Canada et produisait 13 p. 100 des émissions de GES connexes. Entre 1990 et 2008, le secteur a connu la plus forte croissance au Canada au chapitre de la consommation d'énergie et des émissions de GES. Il a enregistré une hausse de 39 p. 100 de la consommation d'énergie, de 37 p. 100 de la surface de plancher et de 73 p. 100 du produit intérieur brut⁴.

L'efficacité énergétique et le secteur des bâtiments

Le secteur des bâtiments du Canada offre une excellente possibilité – un bâtiment à la fois, depuis les petits dépanneurs jusqu'aux tours de bureaux – d'améliorer le rendement de chaque entreprise, d'accroître le profil concurrentiel de l'ensemble du secteur et de contribuer grandement aux buts nationaux liés à l'énergie et à la viabilité environnementale.

Malgré cela, bon nombre de propriétaires et de gestionnaires de bâtiments canadiens n'ont pas tiré parti des gains pouvant être réalisés en rendant leurs bâtiments plus éconergétiques. Les pratiques et les technologies d'efficacité énergétique ne sont pas adoptées dans le secteur au même rythme que la consommation d'énergie⁵. Le secteur

³ *Évolution de l'efficacité énergétique au Canada, de 1990 à 2008*, RNCAN, septembre 2010.

⁴ *Évolution de l'efficacité énergétique au Canada, de 1990 à 2008*, RNCAN, septembre 2010.

⁵ Table ronde nationale sur l'environnement et l'économie. *Dans l'engrenage du changement : efficacité énergétique dans le secteur des bâtiments commerciaux du Canada*, 2009.

est complexe, non seulement en raison du grand nombre de propriétaires, mais aussi des types de bâtiments et de groupes d'intervenants, depuis les investisseurs et les constructeurs jusqu'aux ingénieurs, architectes, agents immobiliers, locataires et exploitants, ainsi que des paliers de gouvernement.

Même si des coûts initiaux sont habituellement liés aux mesures d'amélioration de l'efficacité énergétique des bâtiments, il est clair que ces mesures sont payées à même les économies d'énergie réalisées – habituellement de l'ordre de 20 p. 100⁶.

Toutefois, certains obstacles empêchent la mise en œuvre d'une stratégie d'efficacité énergétique, notamment les questions liées à la gestion des risques, le manque d'information, les complexités dans la chaîne de valeur des bâtiments et les coûts financiers liés au fait d'être un précurseur dans le marché.

Malgré ces obstacles, vous pouvez entreprendre une initiative d'efficacité énergétique qui sera bénéfique pour le bâtiment, votre organisation, les occupants et l'environnement.

L'initiative *écoÉNERGIE sur l'efficacité énergétique pour les bâtiments* de Ressources naturelles Canada (RNCAN) procure l'information et les ressources dont vous avez besoin pour rendre vos bâtiments plus éconergétiques. Les activités clés de l'initiative incluent des outils de renforcement des capacités visant à accroître la sensibilisation en vue d'obtenir un soutien pour vos initiatives d'efficacité énergétique.

Pour de plus amples renseignements

RNCAN s'est engagé à promouvoir l'efficacité énergétique, l'économie d'énergie et les carburants de remplacement. Pour obtenir de plus amples renseignements, commander des publications ou connaître les possibilités de formation, visitez le site Web de l'Office de l'efficacité énergétique (OEE) à l'adresse oe.e.rncan.gc.ca.

⁶ Initiative des bâtiments fédéraux 2001.

LE PROGRAMME



AFIN DE MENER À BIEN UNE INITIATIVE D'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE, la participation des employés est tout aussi importante, voire davantage, que le recours à la technologie. Afin de maximiser les possibilités d'économies dans votre bâtiment, ayez recours à un programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique pour mieux renseigner toutes les personnes concernées, y compris les employés, les gestionnaires, les cadres supérieurs, les locataires et les fournisseurs.

Un vaste programme de sensibilisation appuie et renforce les objectifs d'efficacité énergétique globaux de votre organisation. En mobilisant vos employés et en changeant les comportements en milieu de travail, vous pouvez améliorer l'efficacité énergétique de votre organisation tout en réduisant ses coûts. Les économies réalisées peuvent servir à la recherche-développement, à la formation ou à l'amélioration d'autres bâtiments.

Bref, il est payant d'investir dans vos employés. En créant une culture d'économie d'énergie au sein de votre milieu de travail, vous pourrez relever des possibilités d'économies et établir des objectifs pour maintenir à long terme cette efficacité énergétique.

Un programme de sensibilisation est un volet essentiel d'un bon plan de gestion de l'énergie qui peut aider à relever les possibilités d'économies que vous n'aviez peut-être pas envisagées. Dans le cadre de son initiative « Le gros bon \$ens », RNCan offre aux entreprises qui ont besoin d'aide pour élaborer un tel plan, des ateliers de gestion de l'énergie qui vous permettront :

- de réduire les coûts de fonctionnement et de production;
- d'améliorer votre compétitivité;
- de réduire les émissions de GES;
- d'accroître le rendement opérationnel;
- de créer un meilleur environnement de travail;
- de former une équipe de gestion de l'énergie;
- de créer un cadre stratégique pour la gestion de l'énergie;
- de faire de votre entreprise un chef de file de l'efficacité énergétique.



L'annexe A : Ressources en formation en efficacité énergétique renferme de plus amples renseignements sur les ateliers « Le gros bon \$ens ».

Le présent guide aborde étape par étape la façon d'élaborer un bon programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique. Vous pouvez mettre en œuvre le guide dans son intégralité ou seulement certains concepts, éléments ou pratiques. Que vous adoptiez cette approche à l'interne ou que vous ayez recours à un expert-conseil en énergie pour vous aider, le présent guide vous aidera à mettre en œuvre un programme adapté aux besoins de votre organisation, peu importe sa taille.

Avantages d'un programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique

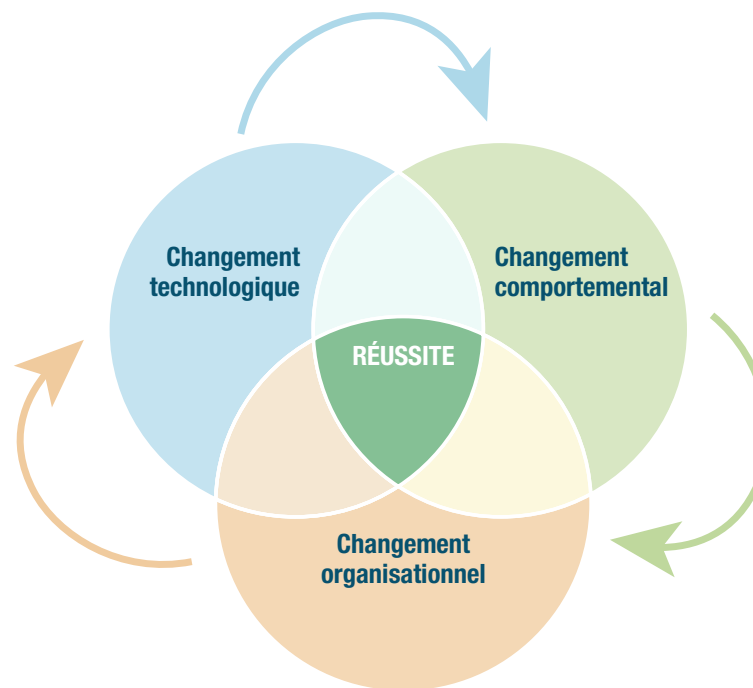
Outre le fait de réduire la consommation d'énergie et d'économiser de l'argent, un programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique bien planifié peut mener à d'autres résultats, notamment à :

- une productivité accrue;
- un meilleur moral des employés découlant de la collaboration en vue d'atteindre un même objectif;
- une réduction des émissions de GES et des polluants atmosphériques qui est bénéfique pour l'environnement;
- une sensibilisation des intervenants aux avantages de l'efficacité énergétique;
- un changement de comportements des occupants du bâtiment à l'égard de la consommation d'énergie;
- une meilleure compréhension de la façon dont la consommation d'énergie d'une personne est liée aux possibilités d'économies;
- un confort accru en milieu de travail;
- une meilleure réputation de l'organisation à titre de chef de file en gestion environnementale au sein de la collectivité (p. ex., « une entreprise socialement responsable »);
- l'adoption à la maison et au sein de la collectivité des comportements appris en milieu de travail;
- une philosophie de gestion de l'énergie intégrée à la structure de l'organisation, avec une délégation de responsabilités claire, en vue d'établir une solide base pour les initiatives futures.

Afin d'être réellement éconergétique, votre organisation doit apporter des changements fondamentaux au chapitre du comportement de vos employés, des technologies utilisées et des politiques et des procédures internes. Il n'est pas nécessaire que ces changements soient radicaux ou coûteux, mais le changement d'un seul aspect ne permettra pas de réaliser le maximum d'économies. Les avantages sont optimisés lorsque des changements sur les plans technologique, comportemental et organisationnel sont entrepris simultanément avec l'appui des cadres supérieurs.

Afin de réaliser ces changements, votre programme devrait être intégré aux pratiques exemplaires en gestion de votre organisation. Il deviendra donc un effort concerté à l'échelle de l'entreprise axé sur les décisions opérationnelles concernant le matériel, l'établissement de procédures permettant de réduire davantage la consommation d'énergie et d'accroître l'efficacité des procédés, et l'adoption de comportements favorisant les économies d'énergie et d'argent.

Figure 1 Clés de la réussite



La technologie ne permettra pas à elle seule d'optimiser les économies, mais si elle est combinée avec des pratiques d'exploitation et de maintenance ainsi que des systèmes de gestion, elle peut mener à des économies considérables. La figure 1 illustre comment l'intégration des changements organisationnel, technologique et comportemental est un processus dynamique et continu. Afin d'obtenir des résultats optimaux, il est essentiel de combiner une culture de gestion de l'énergie aux mesures opérationnelles et technologiques. Le comportement des employés est aussi important parce qu'il place ces derniers dans la « boucle de rétroaction » et est appuyé par la célébration et la reconnaissance des résultats.

ÉTAPE 1 : Formation de l'équipe

LORSQUE VOUS LANCEZ UN PROGRAMME, il importe d'obtenir l'engagement de la haute direction et de mettre sur pied une équipe composée d'intervenants clés. Assignez la responsabilité de la mise en œuvre du programme aux membres de l'équipe.

La réussite globale de l'initiative repose sur la coopération, l'acceptation et la participation de toutes les personnes qui utilisent les installations – que ce soient les enseignants et les étudiants d'établissements secondaires, collégiaux ou universitaires; les employés, les patients et les visiteurs d'un centre de services de santé; les clients ou les hôtes d'un magasin ou d'un restaurant; les employés d'un immeuble à bureaux; et, bien entendu, le personnel d'entretien et d'exploitation.

1.1 Obtention de l'engagement des cadres supérieurs

Le soutien continu dès le début des cadres supérieurs est essentiel pour la réussite de votre programme. La direction devrait déjà avoir en place un plan d'ensemble de gestion de l'énergie qui inclut la formation et la sensibilisation. Le programme gagnera en crédibilité si la direction prend les devants et demande le soutien des employés. Une note de service de la direction faisant la promotion du programme est une façon de montrer son engagement.

1.2 Recrutement d'un champion de l'efficacité énergétique

Il est essentiel pour atteindre vos objectifs de recruter un « champion » qui représentera votre programme. Ce dernier devrait être une personne enthousiaste qui est motivée à faire de l'efficacité énergétique une activité de premier plan. Il devrait également être prêt à devenir le porte-parole du programme – une personne reconnue et associée aux initiatives d'efficacité énergétique menées au sein de l'organisation et de la collectivité.



1.3 Choix d'un chef de programme

La direction devrait confier le lancement et la surveillance de la planification et de la mise en œuvre du programme à une personne et faire connaître cette dernière. La personne en question doit posséder l'autorité nécessaire et les ressources requises pour la prestation du programme. Le rôle de leader pourrait être combiné à celui de champion de l'énergie.

1.4 Formation d'une « équipe verte »

Formez une « équipe verte » qui est composée de personnes ayant une vaste gamme de compétences, d'intérêts et de connaissances dans les divers domaines de l'entreprise. Ceci vous permettra de bien comprendre les différentes activités énergivores de l'organisation et d'avoir en place des représentants de divers programmes et services.



Les membres de votre équipe devraient inclure des représentants de divers groupes, notamment :

- le personnel de première ligne, y compris les infirmières d'un hôpital; les enseignants et les étudiants d'un établissement d'enseignement; et les représentants du service à la clientèle ou les serveurs d'un restaurant;
- le personnel d'administration et de soutien;
- le personnel du génie ou de l'exploitation;
- le personnel de nettoyage, d'entretien et de maintenance;
- la direction;
- le personnel de relations publiques, de marketing ou de planification d'événements spéciaux;
- les bénévoles;
- les clients.

Étant donné que les membres de l'équipe proviennent de divers secteurs et occupent différentes fonctions au sein de votre organisation, la répartition des rôles et l'affectation des tâches se feront naturellement. Par exemple, le personnel de relations publiques pourrait travailler à la préparation de matériel promotionnel. L'élaboration de projets, l'affectation de fonds et la formation des employés seraient mieux gérées par des employés qui ont des compétences dans ces domaines. L'organisation bénéficiera de la formation d'un sous-groupe au sein de l'équipe, ou d'une équipe verte centrale, qui sera chargé de prendre des décisions stratégiques et viables.

Le mandat de votre équipe verte sera axé sur les questions de gestion de l'énergie, d'économie d'eau, de gestion des déchets et de recyclage et consistera à faire adopter à l'organisation de nouvelles pratiques exemplaires.

ÉTAPE 2 : Établissement de bases de référence

2.1 Établissement de la consommation d'énergie de référence

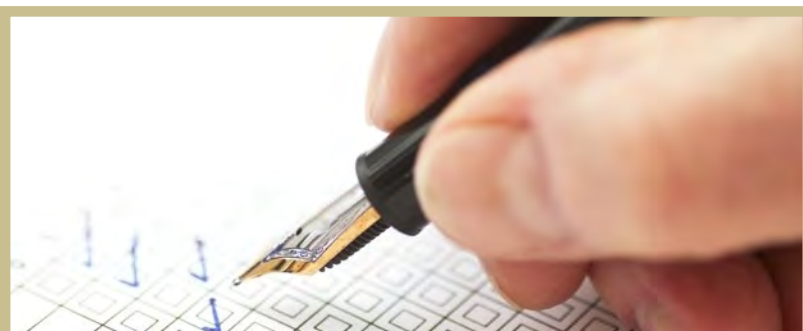
Il est plus facile de se concentrer sur les activités d'économie d'énergie qui donneront les meilleurs résultats si vous connaissez la réponse aux questions : où, comment et qui. Cette information vous permettra d'établir une consommation d'énergie de référence en vue de fixer des objectifs pour le programme. Elle permet également de relever certains des indicateurs avec lesquels évaluer le programme.

Une analyse de la consommation d'énergie ou une vérification énergétique met en évidence les possibilités d'économies d'énergie à l'aide de mesures à peu de frais, voire gratuitement, que les occupants du bâtiment peuvent facilement mettre en œuvre.

2.2 Établissement du degré de sensibilisation à l'efficacité énergétique de référence

Vous pouvez mesurer l'efficacité de votre programme en déterminant la mesure dans laquelle il facilite les initiatives de réduction de la consommation d'énergie et accroît le degré de sensibilisation à l'efficacité énergétique dans le milieu de travail.

Afin d'évaluer les progrès réalisés à une étape ultérieure, vous devez établir un degré de sensibilisation à l'efficacité énergétique de référence avant le début du programme. Pour ce faire, distribuez un bref sondage afin d'établir le degré général de connaissances des enjeux liés à l'énergie et des mesures d'efficacité menées au sein de votre organisation. Effectuez une deuxième fois le sondage après la mise en œuvre du programme et comparez les résultats afin d'établir le taux de réussite général du programme.



Conseils sur la façon de mener des sondages :

- le questionnaire doit être bref – une à deux pages au plus;
- optez principalement pour des questions à choix multiples : « Oui ou Non » ou « Vrai ou faux », et limitez le nombre de questions ouvertes;
- vous pouvez recourir à des mesures pour inciter les employés à répondre au sondage, notamment en faisant tirer un prix.

Votre objectif est d'obtenir un tableau assez précis de l'ensemble de l'organisation. Plus grand sera le nombre de personnes participant au sondage, plus les résultats seront exacts. Il n'est pas nécessaire de demander à tous les employés de répondre au sondage; il est davantage important d'obtenir une représentation des différents secteurs d'exploitation.

Vous pouvez utiliser les questions suivantes dans votre questionnaire :

- Selon vous, la gestion de l'énergie est-elle un enjeu important chez [*indiquez le nom de votre organisation*]?
- Sur une échelle de 1 à 10, 10 étant la valeur la plus élevée, quel est le degré d'importance accordé à la gestion de l'énergie chez [*indiquez le nom de votre organisation*]?
- Avez-vous entendu parler du programme de gestion de l'énergie chez [*indiquez le nom de votre organisation*]?
- Savez-vous si des projets d'économie d'énergie ont été menés à bien ou sont en cours chez [*indiquez le nom de votre organisation*] ? Le cas échéant, quels sont ces projets?
- Estimez-vous que les employés de [*indiquez le nom de votre organisation*] ont une incidence sur la consommation d'énergie? Le cas échéant, quelles mesures pouvez-vous prendre pour économiser l'énergie?
- En éteignant dix ordinateurs tous les soirs et les fins de semaine pendant un an, vous pouvez économiser 250 dollars, 750 dollars ou 1 500 dollars? (*750 dollars est la bonne réponse*)
- Éteignez-vous le matériel électronique que vous utilisez ou dont vous êtes responsable (ordinateur, imprimante, appareils d'éclairage, photocopieur, etc.) à la fin de la journée?
- Quelles mesures d'efficacité énergétique prenez-vous au travail?
- Quelles mesures d'efficacité énergétique prenez-vous à la maison?
- Pouvez-vous indiquer tout moyen par lequel [*indiquez le nom de votre organisation*] pourrait améliorer son efficacité énergétique?

ÉTAPE 3 : Établissement des objectifs

3.1 Soutien des objectifs d'économie d'énergie

Il importe que votre programme appuie les objectifs de votre plan de gestion de l'énergie (p. ex., réduction de la consommation d'énergie d'une quantité ou d'un pourcentage donné au cours d'une certaine période).

Dans quelle mesure la sensibilisation appuie-t-elle ces objectifs? Dans bon nombre de cas, il sera difficile d'établir avec exactitude si, ou comment, des activités de sensibilisation particulières ont mené à des économies d'énergie. Toutefois, l'équipe verte et les cadres supérieurs peuvent convenir d'établir une série d'indicateurs. Par exemple, la formation d'un nombre donné d'employés à chaque trimestre peut être acceptée comme un indicateur d'amélioration au chapitre du fonctionnement du bâtiment et du comportement des occupants.

3.2 Établissement d'objectifs de sensibilisation et de communication

Afin d'assurer la réussite à long terme de votre programme, il est essentiel d'établir des objectifs visant à modifier le degré de sensibilisation et le comportement des employés. Vous pouvez comparer le changement au degré de sensibilisation de référence établi à l'aide du sondage (voir l'étape 2.2).

Les objectifs particuliers sont fonction de la taille, du type et de l'emplacement de l'organisation et de divers autres facteurs. Votre équipe verte, conjointement avec les cadres supérieurs, établit ce qui constitue des objectifs réalistes et atteignables. Des objectifs trop élevés peuvent avoir un effet démoralisant si vous n'êtes pas en mesure de les atteindre. Il importe également que ces objectifs soient mesurables. Un calendrier d'exécution pour la réalisation des économies d'énergie peut faciliter l'évaluation des objectifs.

Vous pouvez inclure les objectifs suivants au programme :

- recueillir des idées qui permettront de réduire la consommation d'énergie;
- intégrer l'efficacité énergétique dans la culture de l'organisation;
- aider les employés à comprendre les avantages que présente un milieu de travail éconergétique;



- obtenir le soutien des employés et leur participation aux initiatives d'efficacité énergétique;
- initier et maintenir des changements particuliers dans le comportement des employés en vue de créer un milieu de travail éconergétique;
- récompenser les mesures d'efficacité énergétique des employés avec de meilleurs avantages ou des prix;
- aider les occupants du bâtiment à comprendre l'importance de l'efficacité énergétique en termes de réduction des coûts de fonctionnement et d'un meilleur milieu de travail;
- promouvoir l'idée que les mesures de particuliers peuvent changer les choses.

Votre programme sera bénéfique non seulement pour votre organisation, mais aussi pour la collectivité locale, le Canada et la planète.

ÉTAPE 4 : Élaboration d'un plan de communication

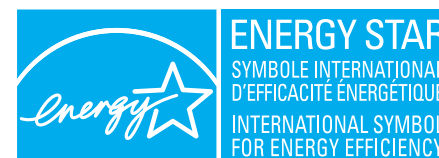
UN PLAN DE COMMUNICATION BIEN PENSÉ ET EXÉCUTÉ constitue un outil efficace d'un programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique.

Utilisez les ressources à l'interne. Créez une équipe composée d'employés possédant de l'expérience en communication qui pourront vous aider à élaborer un plan. Encouragez la participation en assignant des tâches particulières aux membres de l'équipe et en vous assurant que tous comprennent et acceptent les rôles et les responsabilités.

Vous avez recours à bon nombre de ressources qui peuvent appuyer et améliorer vos efforts de communication. Par exemple, vous pouvez réduire vos coûts tout en mobilisant la collectivité en demandant aux étudiants en art des médias d'un

établissement d'enseignement secondaire ou collégial de la localité d'élaborer des affiches et d'autre matériel. Cherchez dans Internet des plans de communication élaborés par d'autres organisations.

Une marque bien implantée et facilement identifiable accompagnée d'un logo, d'une signature, d'un style et d'une couleur peuvent aider votre public à reconnaître votre programme et ses divers composants. Votre message gagnera en crédibilité s'il est lié à des marques faciles à reconnaître, comme ENERGY STAR®.



4.1 Recensement d'outils de communication

Sélectionnez des outils de communication pour diffuser votre message de la façon la plus efficace. Bien qu'il soit pratique et utile d'utiliser les lignes de communication existantes au sein de l'organisation, pensez à des façons novatrices d'atteindre votre public cible (voir l'annexe C pour de plus amples renseignements sur les outils de communication).

Voici des suggestions :

- **Matériel imprimé**
 - Bulletins
 - Notes de service
 - Brochures et dépliants
 - Circulaires
 - Affiches
 - Avis dans les enveloppes de paie
 - Cartes-tentes
 - Trousses d'information à l'intention des nouveaux employés
 - Communiqués
- **Produits sur Internet**
 - Diffusion constante de nouveaux messages dans votre page d'accueil
 - Bulletin électronique
 - Courriel
 - Intranet de votre organisation
 - Blogues
 - Médias sociaux comme Facebook et Twitter (voir l'annexe C pour de plus amples renseignements)
- **Réseaux publics**
 - Présentoirs et kiosques
 - Système de sonorisation ou annonces à l'intercom
 - Comités
 - Babillards
 - Bouche à oreille

- **Articles promotionnels**
 - T-shirts
 - Macarons
 - Tasses
 - Autocollants
 - Chapeaux

4.2 Choix des publics cibles

Il importe de bien cibler le public de votre programme parce que le message et les mécanismes de prestation seront différents selon le public visé. Il est tout aussi important de comprendre et de tenir compte des besoins, des circonstances et des préoccupations de chaque groupe ciblé. En cernant bien vos publics, vous pourrez élaborer des messages, des activités et des plans efficaces qui répondront aux besoins de chaque groupe.

Pensez aux publics suivants :

- employés;
- occupants du bâtiment ne travaillant pas pour votre organisation;
- étudiants;
- fournisseurs de services et autres;
- clients;
- clients éventuels;
- public en général et collectivité locale;
- visiteurs;
- médias.

4.3 Élaboration des messages

Une fois que vous avez établi vos publics cibles, vous devez élaborer vos messages. Ces derniers portent sur les idées les plus importantes que vous souhaitez transmettre. Ils sont un appel à l'action. Les messages clés portent sur l'information dont doit se souvenir votre public et qui l'incitera à prendre des mesures. Décidez ce que doit savoir votre public, puis élaborer de puissants messages axés sur ces exigences particulières.

Vous pouvez utiliser l'approche suivante pour élaborer les messages clés :

- décidez ce que vous souhaitez communiquer;
- relevez trois ou quatre messages les plus importants que vous souhaitez diffuser (messages clés);
- élaborer des messages de soutien pour chaque message clé;
- adaptez vos messages clés et les messages de soutien en fonction des différents publics.

Les messages doivent être :

- simples;
- faciles à comprendre et à se souvenir;
- répétés fréquemment;
- uniformes;
- pertinents;
- axés sur une idée.

Voici des exemples de messages à communiquer dans le cadre du programme :

- *Économisez l'énergie au travail.*
- *L'économie d'énergie améliore le confort en milieu de travail.* Assurez les employés qu'ils ne « gèleront pas dans le noir ».
- *Chaque personne peut faire un geste significatif.* Tout le monde a un rôle à jouer. La réussite du programme dépend de la contribution et de la participation de tous.
- *Contribuez à protéger l'environnement.* L'amélioration de l'efficacité énergétique réduit les émissions de gaz à effet de serre qui accentuent les changements climatiques.
- *Contribuez à la sécurité économique, énergétique et environnementale.*

ÉCONOMISEZ L'ÉNERGIE AU TRAVAIL.

Chaque personne peut faire un geste significatif.

Contribuez à PROTÉGER L'ENVIRONNEMENT.

Rendez vos messages plus « réels » en mettant en contexte l'information que vous souhaitez transmettre. Par exemple, si les appareils d'éclairage représentent de 5 à 10 p. 100 de la facture d'énergie de votre entreprise, vous pourriez communiquer dans vos messages qu'en éteignant les lumières lorsqu'elles ne sont pas utilisées, on peut réaliser des économies de 10 p. 100, ce qui correspond chaque année à une somme donnée. Vous pouvez ensuite faire correspondre ces économies à un équivalent comme des fournitures scolaires, l'amélioration du vestibule d'un hôtel, un investissement dans des programmes médicaux, des postes de travail et du matériel neuf.

Les gens participeront davantage aux mesures d'efficacité énergétique si les économies éventuelles sont traduites en avantages concrets qu'ils comprennent et qui sont pertinents au secteur d'activité de votre organisation.

La participation est plus probable dans les cas suivants :

- l'enjeu est compris à un niveau personnel;
- les répercussions de la consommation de chaque personne sont connues;
- le public comprend l'incidence de ses gestes;
- les activités n'occasionneront pas d'inconvénients aux gens.

Lorsque des changements sont apportés au matériel, aux procédés ou au milieu de travail en vue d'économiser l'énergie, il importe d'informer et de mobiliser tout le monde. Faites connaître aux employés la nature et les raisons de ces changements. Ces derniers donneront leur appui s'ils savent la mesure dans laquelle ils sont touchés. N'oubliez pas que vous leur demandez de changer leur comportement. Pour y parvenir, vous devrez donc communiquer régulièrement avec votre public et répéter le message tout en variant la façon de le présenter afin de ne pas perdre l'intérêt.

ÉTAPE 5 : Reconnaissance

5.1 Activités

Les activités, comme les compétitions, les défis et les concours, combinées aux programmes de prix peuvent inciter et motiver les employés à participer à votre programme.

Voici des idées de compétitions et de défis :

- organisez des compétitions interministérielles;
- établissez quel ministère, programme ou employé peut réduire la consommation d'énergie le plus efficacement;
- encouragez et récompensez les suggestions créatives pour accroître l'efficacité énergétique;
- demandez aux employés de concevoir et de préparer une affiche, un poème, une chanson ou un refrain publicitaire sur l'efficacité énergétique ou de créer une mascotte ou un personnage de sensibilisation à l'efficacité énergétique;
- faites la promotion de modes de transport éconergétiques en récompensant les ministères ayant le plus grand nombre d'employés qui font du covoiturage ou utilisent les transports en commun;
- réduisez la consommation d'électricité de pointe en lançant des défis aux employés de divers bâtiments de votre organisation;
- organisez une compétition où un vérificateur de l'efficacité énergétique se rend dans diverses parties de l'organisation la nuit afin de vérifier si les ordinateurs, les lumières et le matériel qui ne sont pas utilisés sont éteints. Des prix sont remis aux groupes qui ont adopté les pratiques les plus éconergétiques.

5.2 Prix

Les programmes de prix aident à créer un dynamisme, à susciter un intérêt et à motiver les changements de comportement. Vous pouvez remettre des prix comme récompenses à des concours, encouragements à la participation à des activités ou reconnaissance de contributions importantes. Vous pouvez aussi communiquer avec des commanditaires locaux pour obtenir des prix, lesquels peuvent être de petits objets, comme des lampes fluorescentes compactes, des t-shirts, des thermostats programmables et des aérateurs à faible débit ou de plus gros objets comme des appareils éconergétiques, notamment des fours à micro-ondes ou des lave-vaisselle.



ÉTAPE 6 : Mise en œuvre

L'ÉTAPE SUIVANT L'ÉLABORATION DES PLANS DE COMMUNICATION consiste à diffuser le message. La mise en œuvre d'un programme demande engagement, énergie, temps et imagination.

Annoncez le lancement du programme au moins deux à quatre semaines à l'avance à l'aide d'affiches, de bulletins et d'autres outils de communication.

6.1 En avant : Enjeux à prendre en compte

Commencez par tenir compte des enjeux suivants.

QUAND les activités du programme auront lieu?

Une fois que vous avez établi les messages clés, les outils de prestation, les activités et les événements, vous devez élaborer un calendrier détaillé des délais et de la prestation.

Suscitez un intérêt en organisant un événement d'une journée ou d'une semaine ou encore de nombreuses activités au cours de l'année. Peu importe ce que vous choisissez, il est essentiel de réserver une date pour le lancement du programme et de prévoir des rappels avant le lancement.

Faites coïncider le lancement du programme avec des activités d'une semaine de sensibilisation à l'efficacité énergétique ou de la Journée de la Terre. Vous pouvez organiser ou coordonner ces activités avec des entreprises, des organisations ou des équipes vertes locales.

OÙ auront lieu les activités ou événements?

Décidez de l'emplacement. Les activités seront-elles menées sur place ou à un autre emplacement? À l'intérieur ou à l'extérieur? Envisagez les activités suivantes :

- remise de prix dans l'auditorium, à la cafétéria ou au cours de pique-niques;
- installation de présentoirs, de kiosques et de babillards dans les aires fort achalandées, comme la cafétéria;
- participation aux réunions régulières du personnel d'entretien ou du ministère;
- tenue régulière de séances d'information, d'ateliers particuliers et d'exposés.



COMBIEN coûtera la mise en œuvre du programme?

Établissez un budget. Répartissez-le en éléments distincts, notamment :

- communications (p. ex., bulletins, affiches);
- matériel promotionnel (p. ex., t-shirts, macarons);
- rafraîchissements et nourriture;
- prix et récompenses;
- facilitateurs et conférenciers;
- divertissements;
- locations de matériel.

Envisagez d'obtenir des fonds de l'extérieur si votre organisation ne peut financer vos plans. Cela vaut peut-être la peine de communiquer avec des fondations et des clubs de service locaux ayant un mandat environnemental ainsi que divers paliers d'administrations publiques et des entreprises de services publics. Ne sous-estimez pas la valeur des dons en produits et autres formes (p. ex., prix, rafraîchissements) des fournisseurs et des clients qui partagent des objectifs similaires.

ÉTAPE 7 : Évaluation du programme, surveillance des résultats et suivi

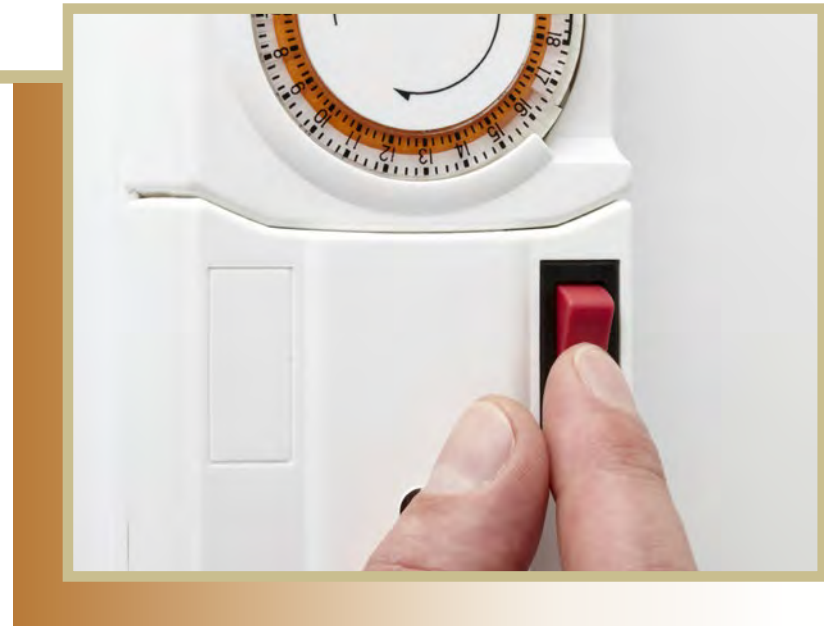
C'EST EN ÉVALUANT VOTRE PROGRAMME EN FONCTION DES OBJECTIFS INITIAUX que vous serez en mesure d'établir s'il est efficace, de relever ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas et de trouver les outils et les activités qui favorisent le mieux les changements de comportement.

Des évaluations fréquentes pendant la mise en œuvre du programme permettront de recueillir les renseignements requis pour adapter le programme et planifier les activités futures en vue d'atteindre les résultats souhaités.

7.1 Évaluation des approches

Maintenant que votre programme est en cours, vous pouvez évaluer son efficacité en comparant les variables récentes relatives au degré de sensibilisation à celles du degré de sensibilisation de référence (établi à l'étape 2).

- Comparez les factures d'énergie avant, pendant et après le programme. Demandez à votre expert-conseil en services énergétiques ou au service d'exploitation de votre organisation de vous procurer régulièrement cette information. Une baisse de la facture d'énergie pourrait être un signe que le programme donne des résultats. Établissez si d'autres facteurs auraient pu influencer sur la consommation d'énergie, notamment des réfections techniques, les conditions météorologiques, un arrêt des activités prévu par l'organisation ou l'installation de matériel neuf.
- Distribuez un questionnaire de suivi sur la sensibilisation (voir l'étape 2) afin d'établir s'il y a un changement dans les connaissances des employés relativement à l'efficacité énergétique et la sensibilisation à cet égard. Des connaissances et une sensibilisation accrues témoigneront de l'efficacité de votre programme. Menez des sondages par téléphone ou courriel ou distribuez des questionnaires dans les enveloppes de paie. Vous pouvez également poser des questions au cours des réunions afin d'inciter les employés à faire part de leurs commentaires et à discuter.



7.2 Suivi et communication des résultats

Votre évaluation du programme procurera des données sur les habitudes de consommation d'énergie de votre organisation au fil du temps. Illustrez les progrès avec des graphiques et des diagrammes à secteurs faciles à comprendre et procurez des exemples concrets.

Vous accentuerez l'efficacité de votre programme en communiquant ouvertement les progrès réalisés. Faites savoir aux participants que leurs efforts contribuent réellement à changer les choses.

Établissez si d'autres employés souhaitent participer aux initiatives de l'équipe verte, et recueillez leurs suggestions et commentaires concernant le programme.

SUIVI

7.3. Renforcement de votre message

La sensibilisation est un travail continu. Afin de maintenir l'intérêt, vous devez continuer de renforcer les messages de l'équipe verte en procurant régulièrement des mises à jour à vos employés et aux occupants du bâtiment à l'aide d'articles de bulletin, de présentoirs et de rencontres avec la direction. Ces mises à jour maintiendront le dynamisme du programme, renforceront les nouveaux comportements et permettront de continuellement améliorer l'ensemble du programme.

7.4 Adaptation de votre approche

Au cours de la mise en œuvre, l'équipe adaptera les volets du programme en fonction des besoins changeants de votre organisation. Les messages doivent évoluer avec le degré de sensibilisation. Tirez parti de l'expérience acquise et adaptez le programme au fil du temps. Utilisez l'information obtenue de vos évaluations et observations afin de réorienter le programme.

Par exemple, si vous avez recours à des articles de bulletin pour sensibiliser les employés à l'efficacité énergétique et que vos données de suivi montrent que le degré de sensibilisation n'a pas changé, vous pourriez utiliser un autre outil ou redéfinir votre message :

- Quels sont les outils qui ont bien fonctionné?
- Que pouvez-vous améliorer?
- Y a-t-il de nouvelles façons de diffuser l'information sur le programme?
- Comment pouvez-vous renouveler le message?

7.5 Célébration et partage des réussites

Communiquez aux publics internes et externes un bilan sur les résultats obtenus grâce au programme. Célébrez les réalisations de votre équipe et reconnaissez le rôle important que vos employés et les autres occupants du bâtiment ont joué dans la réduction de la consommation d'énergie.

Afin d'apprendre comment d'autres organisations ont mené à bien des programmes d'efficacité énergétique, consultez l'annexe B : Études de cas.

POSTFACE

FÉLICITATIONS! Vous êtes maintenant sur la voie de mettre en œuvre un programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique.

Le secteur des bâtiments du Canada offre une excellente possibilité d'améliorer le rendement de chaque entreprise, d'accroître le profil concurrentiel de l'ensemble du secteur et de contribuer grandement aux buts nationaux de réduction de la consommation d'énergie et à la viabilité environnementale. Un vaste programme de sensibilisation appuie et renforce les objectifs globaux des initiatives d'efficacité énergétique de votre organisation.

En mobilisant les employés et en motivant un changement des comportements en milieu de travail, il est possible de réduire la consommation d'énergie et les coûts de fonctionnement. Ces économies peuvent être réinvesties au sein de votre organisation de diverses façons. La recherche-développement, la formation et les améliorations des bâtiments neufs ne sont que quelques exemples de la façon de réinvestir les économies réalisées.

En plus de bénéficier des avantages financiers, vous contribuerez à offrir un milieu de travail plus sain à vos employés tout en protégeant l'environnement du Canada grâce à la réduction des émissions et des polluants néfastes. Le moral des employés se portera mieux et les comportements appris en milieu de travail seront adoptés à la maison et au sein de la collectivité, ce qui améliorera la réputation de votre entreprise.

L'élaboration et la mise en œuvre d'un programme de sensibilisation adapté est une possibilité que votre organisation devrait examiner.

Pour de plus amples renseignements

Ressources naturelles Canada s'efforce de renforcer et d'accroître l'engagement du Canada à l'égard de l'efficacité énergétique à la maison, au travail et sur la route. Que vous soyez propriétaire, gestionnaire ou exploitant d'un bâtiment neuf, existant ou fédéral, vous pouvez intégrer l'efficacité énergétique à vos activités. L'initiative **écoÉNERGIE sur l'efficacité énergétique pour les bâtiments** procure des outils et de l'information qui vous permettront d'améliorer votre rendement énergétique.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec nous à :

Division des bâtiments
Office de l'efficacité énergétique
Ressources naturelles Canada
930, avenue Carling, édifice 3
Ottawa (Ontario) K1A 0Y3
Courriel : info.services@nrca-nrcan.gc.ca
oee.nrcan.gc.ca/industriel/formation-sensibilisation/1549

Office de l'efficacité énergétique de Ressources naturelles Canada
*Engager les Canadiens sur la voie de l'efficacité énergétique
à la maison, au travail et sur la route.*

La mission de la Division des bâtiments est d'améliorer la performance énergétique des bâtiments commerciaux et institutionnels au Canada. Avec les intervenants, nous échangeons de l'information et développons des programmes, des politiques et des outils qui favorisent la sensibilisation et mènent à l'action.

ANNEXE A : Ressources en formation en efficacité énergétique

BIEN QU'UN PROGRAMME DE SENSIBILISATION CONSTITUE UN ÉLÉMENT ESSENTIEL D'UNE BONNE INITIATIVE D'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE, la formation est une stratégie complémentaire nécessaire. Ressources naturelles Canada (RNCan) et d'autres associations partenaires du Canada offrent des programmes de formation en efficacité énergétique. Visitez notre site Web à l'adresse oee.rncan.gc.ca pour obtenir de l'information sur la formation, les ateliers, les séminaires et les cours offerts.

Pour en savoir davantage sur la formation dans le domaine de l'efficacité énergétique, consultez la liste des ressources et des liens Web ci-dessous.

Ateliers « Le gros bon \$ens » de RNCan

RNCan offre des ateliers sur divers sujets notamment la planification en gestion énergétique, le recensement des occasions d'économiser l'énergie, la gérance énergétique, le financement de l'efficacité énergétique, la remise au point des bâtiments et les systèmes d'information sur la gestion de l'énergie. Des ateliers adaptés et spécialisés propres à un secteur sont également offerts, y compris pour les secteurs de l'hôtellerie, des soins de santé à long terme et des soins infirmiers et des soins actifs et hospitaliers ainsi que pour les municipalités, les collèges, les universités, les conseils scolaires, les magasins de détail et les épiceries.

oee.rncan.gc.ca/ateliers

Centre d'aide à la décision sur les énergies propres RETScreen® International

Sous la direction et avec le soutien du Centre de recherche CanmetÉNERGIE de RNCan, RETScreen élabore des outils de prise de décisions (p. ex., logiciel d'analyse de projets d'énergie propre RETScreen), diffuse des connaissances afin de faciliter la prise de décisions et procure une formation pour mieux analyser la viabilité technique et financière de projets éventuels.

retscreen.net



Programme des systèmes environnementaux des bâtiments (SEB)

Le collège Seneca (Toronto, en Ontario) offre aux gestionnaires de bâtiments ainsi qu'au personnel d'exploitation et d'entretien, ce programme d'apprentissage à distance menant à un diplôme. Dans le cadre du programme, un bâtiment est considéré comme un système dans lequel le chauffage, la climatisation, la réfrigération, la ventilation, l'énergie électrique, les appareils d'éclairage et l'approvisionnement en eau et en air, sont tous reliés et interdépendants. Le programme encourage l'adoption de solutions par les organisations qui amélioreront l'efficacité énergétique globale tout en maintenant la compétitivité. Le programme est aussi offert par le truchement d'un réseau de collèges d'enseignement technique.
bes.senecac.on.ca (En anglais seulement)

Building Owners and Managers Association (BOMA)

La BOMA offre des séminaires en ligne et des webinaires sur l'exploitation des bâtiments. Par exemple, l'Energy Training for Building Operations est un outil de formation en ligne visant à faciliter la gestion de la consommation d'énergie. La BOMA offre également des programmes d'études accélérées menant à l'obtention de désignations ou d'agréments.
boma.org/TrainingAndEducation (En anglais seulement)

Canadian Mechanical Contracting Education Foundation (CMCEF)

La CMCEF offre des programmes de formation à l'intention des entrepreneurs en installations mécaniques.
cmcef.org (En anglais seulement)

Building Commissioning Association (BCA)

La BCA offre des webinaires pour les fournisseurs de services de mise en service
netforum.avectra.com/eweb/StartPage.aspx?Site=BCA&WebCode=HomePage (En anglais seulement)

Association québécoise pour la maîtrise de l'énergie (AQME)

L'AQME offre à son Centre de formation en maîtrise de l'énergie une formation menant à l'obtention d'un agrément sur les projets d'efficacité énergétique.
aqme.org/cfme.aspx

Industrial and Building Energy Expertise (IBEX)

Le programme en ligne de formation sur l'efficacité énergétique du collège Centennial offre des cours de formation en gestion de l'énergie ainsi que des ateliers et des vérifications encadrées.
db2.centennialcollege.ca/ce/certdetail.php?CertificateCode=7425
(En anglais seulement)

Office de l'efficacité énergétique (OEE)

Le site Web de l'OEE de RNCAN renferme des liens à d'autres sources de formation ainsi qu'un calendrier d'activités.
oeenrcan.gc.ca/commercial/training-awareness
oeenrcan.gc.ca/commerciaux/reseautage/12540

N'oubliez pas de vous inscrire au bulletin électronique de RNCAN, *L'Enjeu : Efficacité énergétique*, qui a pour but de vous tenir au courant des initiatives et des enjeux liés à l'efficacité énergétique dans les bâtiments commerciaux, institutionnels et fédéraux. Nous cherchons constamment des histoires de réussite à partager. Pour en apprendre davantage ou communiquer avec nous, visitez la page oeenrcan.gc.ca/commerciaux/info-technique/13609.

ANNEXE B : Études de cas

VOICI L'HISTOIRE D'ORGANISATIONS qui ont mené à bien un programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique⁷. Bien que les outils et les méthodes varient, ces histoires peuvent donner un aperçu de la façon de mettre en œuvre un programme et vous inciter à faire de même au sein de votre organisation.

FAITES-NOUS PART DE VOS RÉUSSITES. Communiquez avec nous à l'adresse info.services@rncan.gc.ca si vous avez une histoire que vous aimeriez partager dans notre bulletin ou nos études de cas.

ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT

UNIVERSITÉ D'OTTAWA (Ottawa, Ontario)

L'Université d'Ottawa estime qu'elle doit jouer un rôle de premier plan dans les domaines de l'enseignement, de la recherche et de l'élaboration des politiques nécessaires pour assurer le développement durable à l'échelle de la planète, du pays et de la communauté.

Par conséquent, l'Université sensibilise ses employés et ses étudiants à l'efficacité énergétique depuis 1994. En 2006, l'Université a mis sur pied le Bureau du développement durable. Ce dernier a une mission, des objectifs, des buts et des cibles bien établis et a pour mandat de coordonner, promouvoir et mettre en œuvre les activités de développement durable de l'Université. Le Bureau gère le site Web de développement durable ainsi que la campagne de sensibilisation à cet égard de l'Université en plus d'organiser des activités connexes sur le campus, comme des foires et des conférences.

Le Bureau a établi sur l'ensemble du campus un réseau d'écochampions dans le but notamment d'accroître la sensibilisation en partageant de l'information dans les facultés, les services et les départements. Les initiatives de sensibilisation sont continues

⁷ Ces études de cas ont été mises à jour en décembre 2011.



et des activités particulières sont tenues pendant le Jour de la Terre et l'Heure pour la Terre. La semaine verte est axée sur des thèmes du développement durable et les solutions possibles. La fédération des étudiants et ses multiples partenaires présentent une semaine remplie d'ateliers, de jeux, de groupes de discussion et de conférences dans le but d'accroître la sensibilisation et d'inciter la prise de mesures à l'égard du développement durable. L'Université a régulièrement recours aux médias sociaux comme outil de promotion des initiatives de sensibilisation.



uOttawa

L'Université canadienne
Canada's university

Pour de plus amples renseignements,
visitez le site Web du Bureau du
développement durable à l'adresse
[www.sustainable.uottawa.ca/
accueil.html](http://www.sustainable.uottawa.ca/accueil.html).

CENTRES HOSPITALIERS ET CENTRES DE SANTÉ

RÉGIES DE LA SANTÉ DE LA VALLÉE DU BAS-FRASER (Colombie-Britannique)

Couvrant un secteur allant de Vancouver jusqu'à Pemberton et Powell River, le long de la côte jusqu'à Bella Bella ainsi que Kelowna, Prince George et l'île de Vancouver, les régies de la santé de la vallée du Bas-Fraser regroupent quatre organisations de santé : Fraser Health, Providence Health Care, Provincial Health Services Authority et Vancouver Coastal Health. Ces organisations procurent une vaste gamme de services de santé, depuis des services communautaires jusqu'à des services de soins actifs spécialisés. Les régies possèdent environ 1,9 million de mètres carrés (m²) (20 millions de pieds carrés [pi²]) d'espace, louent un autre 0,5 million m² (5 millions pi²) et emploient approximativement 50 000 personnes à plein temps.

Les régies ont adopté une politique de durabilité écologique qui vise tous les employés, les bénévoles, les médecins et les travailleurs contractuels. L'équipe de l'énergie et de la durabilité écologique, dont les bureaux sont logés au service de gestion des installations, est responsable d'établir une stratégie de mise en œuvre de la politique.

Sous l'ombrelle « GreenCare », la stratégie inclut diverses initiatives notamment le programme Green+Leaders (voir l'encadré). Depuis le lancement du programme, Green+Leaders a mené à bien plusieurs campagnes de réduction de la consommation d'énergie visant à encourager les employés à éteindre les appareils. Selon certains services, ces campagnes ont mené à une amélioration de 80 p. 100. Par ailleurs, Green+Leaders a également relevé d'autres possibilités de réduire la consommation d'énergie en mettant hors service et en regroupant le matériel médical et de bureau qui n'est plus utilisé, ainsi qu'en installant des capteurs de mouvement dans leurs unités.

L'équipe a accès à un groupe désigné de gestionnaires et de spécialistes de l'énergie qui sont chargés d'améliorer les infrastructures afin d'optimiser les possibilités de réduction de la consommation d'énergie dans les installations.

Les employés peuvent s'engager à l'égard de l'efficacité énergétique avec l'aide de l'outil Cut the Carbon Community (C3), un site Web de marketing social visant à faire réfléchir les employés aux façons de réduire la consommation d'énergie à la maison et au travail. C3 permet aux employés d'afficher des idées et des solutions et de participer à des discussions sur les mesures de réduction du bilan carbone. Le but du site est de montrer que les mesures personnelles peuvent grandement contribuer à la lutte contre les changements climatiques.

Pour de plus amples renseignements sur les initiatives des régies de la santé de la vallée du Bas-Fraser, visitez leur site sur la durabilité écologique à l'adresse www.phsa.ca/AboutPHSA/Environmental-Sustainability.

GREEN+LEADERS

Green+Leaders est une initiative de mobilisation du personnel qui tire parti de l'enthousiasme et des idées du personnel en offrant des possibilités de bénévolat aux personnes qui souhaitent prôner leurs valeurs en milieu de travail.

Les bénévoles travaillent de deux à quatre heures par mois, au cours des heures d'affaire, avec le soutien de leur régie de la santé et de leurs superviseurs. Ils exécutent des tâches faciles préétablies dans leur unité visant à inciter leurs collègues à adopter un comportement plus écologique, y compris éteindre les lumières et le matériel lorsqu'ils ne sont pas utilisés, bien recycler, réduire la consommation de papier et utiliser des modes de transport alternatif.

Les membres de Green+Leaders modélisent les comportements écologiques et offrent des outils visant à faciliter les tâches. Ils ont également des possibilités de lancer des projets uniques pour leurs services.

Pour de plus amples renseignements, visitez le site www.phsa.ca/green.
(En anglais seulement)

CHESTER NETWORK (Ontario)

Établi par des hôpitaux pour des hôpitaux, le Chester Network est une approche dynamique et holistique visant à maximiser le rendement énergétique des activités du secteur canadien des soins de santé. La liste croissante des membres du Chester Network, qui a été créé il y a neuf ans, inclut le London Health Sciences Centre, le St. Josephs Health Care Centre London, l'Alexander Marine and General Hospital, la Huron Perth HealthCare Alliance et les Alberta Health Services.

Soutenu par le personnel hospitalier engagé à l'égard de la gérance de l'énergie, le réseau a été créé en vue d'établir une culture de l'efficacité énergétique au sein du milieu hospitalier. Sa principale et seule fonction consiste à mobiliser le personnel en vue de réduire la facture d'énergie.

Tout au long de l'année, le réseau mobilise les gens à l'aide de stratégies et d'activités particulières de changement de comportements comme des défis de l'énergie entre les services, un prix du héros de l'énergie et un programme de reconnaissance, une mobilisation immédiate et une mobilisation à des kiosques. Divers moyens de communication sont utilisés pour les activités d'éducation et de sensibilisation. Les outils et les ressources du programme axés sur les mesures incitatives, les rabais, les coupons d'épargne, et autres, encouragent la participation des employés.

Le Chester Network estime que les diverses initiatives du programme ont permis de réduire la consommation d'électricité de 10 p. 100 au total.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le réseau, visitez son site Web à l'adresse www.chesternetwork.com ou communiquez avec le réseau sur Facebook et LinkedIn. (En anglais seulement)

RÉSEAU UNIVERSITAIRE DE SANTÉ (Ontario)

Le Réseau universitaire de santé (RUS) comprend trois hôpitaux : l'hôpital général de Toronto, l'hôpital Princess Margaret et l'hôpital Toronto Western. L'écologisation des soins de santé n'est pas une petite affaire pour le RUS. Dirigé par le service de l'énergie et de l'environnement, le RUS a donné vie à sa devise à savoir qu'il est engagé à l'égard des patients et des soins axés sur la planète (UHN: *Committed to Patient and Planet Centered Care*) depuis l'adoption d'un système de gestion de l'environnement en 2000. Le service participe à tous les paliers – il travaille avec les employés pour les inciter à mettre en œuvre des mesures particulières ou participe aux discussions de politique.

À l'aide de son programme de gestion de l'énergie intégré *TLC – Care to Conserve* (TLC), le RUS travaille à la fois sur les volets humain et technologique des possibilités de réduction de la consommation d'énergie. Dans le cadre de programmes de réfection et de mise en service pour optimiser la consommation d'énergie des bâtiments, combinés au marketing social pour influencer le comportement des employés et les perceptions concernant l'économie d'énergie, TLC tient compte du fait qu'on obtient de meilleurs résultats en combinant les efforts axés sur les gens et les technologies qu'en traitant ces deux volets séparément. Avec une facture annuelle de services publics d'environ 20 millions de dollars, le RUS estime que les bonnes habitudes d'éteindre les lumières acquises grâce à son TLC pourraient permettre d'économiser un million de dollars à l'hôpital.

Talkin' Trash with UHN est un blogue sur l'écologisation de l'environnement du RUS que vous pouvez consulter à l'adresse talkintrashwithuhn.com/. (En anglais seulement)

Pour obtenir de plus amples renseignements, visitez le site Web sur les initiatives environnementales du RUS à l'adresse www.uhn.ca/About_UHN/greening_UHN/index.asp. (En anglais seulement)

BASES MILITAIRES

BASE DES FORCES CANADIENNES HALIFAX

(Halifax, Nouvelle-Écosse)

La base navale des Forces canadiennes (BFC) Halifax est le port d'attache de la flotte de la côte est du Canada. Elle comprend divers biens militaires et emploie plus de 14 460 personnes.

Depuis qu'elle a mené à bien son premier programme de sensibilisation des employés en 1995, la BFC Halifax a continué de promouvoir l'efficacité énergétique en organisant des événements annuels à l'intention du personnel de la base. Les efforts de sensibilisation les plus récents ont coïncidé avec la mise en œuvre d'un marché de services énergétiques pluriannuel. Les efforts de sensibilisation se sont terminés par une semaine annuelle de sensibilisation à l'énergie qui visait à renseigner les occupants des bâtiments sur l'efficacité énergétique et à les inciter à réduire leur propre consommation d'énergie. Des mises à jour régulières sur le projet de réfection sont affichées dans le site Web Energy Matters, dans le journal de la base et aux kiosques de sensibilisation à l'énergie placés dans les bâtiments clés de la base.

Meena Forsythe, spécialiste de l'environnement, souligne : « La semaine de sensibilisation à l'énergie de la BFC s'inscrit dans le cadre du plan de gestion des changements climatiques du ministère de la Défense nationale (MDN). Nous avons consacré beaucoup d'efforts à cet événement de cinq jours afin de le faire connaître au plus grand nombre de personnes et à procurer de l'information sur la façon d'économiser l'énergie à la maison, au travail et sur la route ».

BASE DES FORCES CANADIENNES/UNITÉ DE SOUTIEN DE SECTEUR EDMONTON (Edmonton, Alberta)

La Base des Forces canadiennes/Unité de soutien de secteur Edmonton (BFC/USS Edmonton) élabore et élargit ses initiatives de sensibilisation depuis 2006. Le but de son programme de sensibilisation à l'énergie est d'aider le MDN à réduire les factures de services publics sans toutefois nuire aux activités. Le MDN a amélioré

l'efficacité énergétique de son matériel au fil des ans et a appris que les améliorations technologiques combinées aux changements de comportement améliorent grandement les économies.

Afin de tirer parti de cela, la base tient des activités de sensibilisation à l'énergie tout au long de l'année, notamment un soutien au programme des sciences de l'école Guthrie, une semaine de sensibilisation à l'énergie, un défi de l'énergie et une surveillance de l'énergie.

Le soutien au programme des sciences inclut des sujets pour les élèves du secondaire de premier cycle sur la chaleur et la température, l'économie d'eau et l'électricité. Les élèves ont participé à des excursions sur la base afin d'examiner des moyens d'améliorer l'infrastructure. Ils ont également mené des études pour la base sur les initiatives d'énergies renouvelables et ont présenté les résultats au commandant et aux officiers supérieurs de la base en vue de la mise en œuvre. À mesure que les élèves apprennent et partagent leurs expériences avec leurs parents, ces derniers, qui travaillent sur la base, sont informés à la maison et au travail.

La semaine de sensibilisation à l'énergie a habituellement lieu en septembre et vise à encourager le personnel de la base à économiser l'énergie au travail et à la maison. Les activités portent sur quatre thèmes d'économie : l'eau, le gaz naturel, l'électricité et le comportement. Des exposés, des expositions statiques et des conversations face à face favorisent les changements de comportement et la mise en œuvre de technologies écoénergétiques (deux aspects importants pour la réussite d'un programme).

Le défi de l'énergie, qui a habituellement lieu en mars, est fort populaire auprès des employés de la base en raison de sa nature physique et compétitive. Le défi a été créé en vue de sensibiliser davantage les efforts nécessaires pour produire l'électricité et l'énergie requises pour effectuer des tâches quotidiennes. Des équipes de huit participants concurrencent en produisant de l'« électricité » sur un exerciceur elliptique ou une bicyclette stationnaire. L'équipe gagnante est celle qui produit le plus de wattheures (converties en calories) pendant une période de quatre heures.

La BFC/USS Edmonton adopte le vieil adage selon lequel on ne peut gérer ce qu'on ne peut mesurer. Le suivi de la consommation d'énergie a commencé en 2005 près de la fin de l'étape 1 du marché de services énergétiques (EPC) conclu par les services d'ingénierie, alors que le budget pour les services publics de la garnison s'élevait à 8,4 millions de dollars. Aujourd'hui, le budget est d'à peine 6,9 millions de dollars, en dépit d'une croissance de 3 p. 100 (11 100 m²) de l'infrastructure de la base depuis 2005. Cette hausse de la superficie représentait une hausse de la consommation d'énergie de 1,3 million de kilowattheures en 2010. La diminution du budget des services publics et de la consommation est attribuable au MSE et aux initiatives de sensibilisation à l'énergie menées à la garnison.

Afin de renforcer les programmes et les concours tenus tout au long de l'année, des messages sur l'économie d'énergie sont communiqués régulièrement par le truchement de mises à jour dans *Energy Tips*, courriel circulaire mensuel diffusé à l'échelle de la base, et d'articles dans le journal *The Western Sentinel*. Nous espérons intégrer chaque année de nouvelles initiatives de développement durable dans la garnison ainsi que poursuivre le programme de sensibilisation à l'énergie.

ORGANISATIONS À BUT NON LUCRATIF

AQUARIUM DE VANCOUVER (Vancouver, Colombie-Britannique)

L'aquarium de Vancouver est engagé à l'égard des normes les plus rigoureuses de développement durable et a été le premier aquarium au Canada à recevoir la certification Or de la norme Leadership in Energy and Environmental Design® (LEED) et une certification de la norme ISO 14001 en 2009 – une norme environnementale internationale pour les systèmes de gestion de l'environnement (SGE). En 2010, l'aquarium de Vancouver figurait sur la liste des 100 employeurs les plus écologiques du Canada, ce qui montre son dévouement à l'égard de la conservation et incite les employés et les bénévoles à faire partie de la solution. En 2011, l'aquarium a reçu la cote Or pour le tourisme écologique de Green Tourism Canada.

L'aquarium a recours au SGE et à une équipe verte pour promouvoir l'économie d'énergie. Le SGE comporte sept programmes de gestion de l'environnement, dont l'un visant l'économie d'énergie. Des ateliers d'efficacité énergétique en milieu de travail sont

offerts aux employés. En outre, l'équipe de gestion de l'énergie diffuse des conseils sur l'efficacité énergétique par courriels et dans le site intranet de l'aquarium. Les employés et les bénévoles de l'aquarium sont des éléments clés de la réussite du programme de SGE.

L'équipe verte de l'aquarium de Vancouver contribue à la création d'une culture écologique en faisant comprendre les enjeux liés à l'environnement et en incitant des changements à la maison et au travail. Des « défis de l'équipe verte » et des événements trimestriels ont lieu pour promouvoir un milieu de travail écologique. Par le passé, les défis ont inclus des lunchs sans gaspillage, le navettage écologique, l'économie de papier et la réduction de la consommation d'énergie au cours des congés fêtes. En 2009, l'équipe verte a reçu un prix d'excellence pour l'économie en milieu de travail du programme Power Smart de BC Hydro pour sa campagne de sensibilisation à l'économie d'énergie des employés.



Pour de plus amples renseignements sur les réalisations écologiques de l'aquarium de Vancouver, visitez la page www.vanaqua.org/act/direct-action/environmental-management-system. (En anglais seulement)

ANNEXE C : Outils de communication

Bulletins

Les bulletins constituent une façon à peu de frais de renforcer régulièrement vos messages. Ils peuvent communiquer aux employés et aux autres occupants du bâtiment des renseignements sur le programme, des histoires de réussite et les domaines devant être améliorés. Une série d'articles de bulletins peuvent servir de rappels et aider à créer un dynamisme. Vous pouvez utiliser les bulletins à diverses étapes de votre programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique en les distribuant par voie électronique à très peu de frais ou sous format papier.

Brochures et dépliants

Les brochures et les dépliants peuvent procurer davantage de renseignements que les bulletins. Ils peuvent être axés sur un sujet particulier, notamment des messages sur la « façon de faire les choses ». Vous pouvez préparer vos propres brochures et dépliants ou les obtenir gratuitement de différentes sources. Ces outils peuvent porter sur une vaste gamme de sujets liés à l'efficacité énergétique.

Circulaires

Plus brèves qu'un bulletin ou une brochure sans toutefois être officielles comme les communiqués, les circulaires constituent un outil efficace pour transmettre de l'information rapidement aux employés et aux occupants d'un bâtiment. Les circulaires peuvent être produites sous format papier ou diffusées par courriel. Elles peuvent être affichées sur les babillards ou placées dans des endroits très fréquentés.

Affiches

Les affiches attirent l'attention et permettent de sensibiliser. Vous pouvez les utiliser pour promouvoir des ateliers ou des conférenciers, annoncer les progrès réalisés, encourager la participation et créer un dynamisme. Placées dans les endroits très achalandés, comme les cafétérias, les vestibules, les boutiques de cadeaux, les aires d'attente et les ascenseurs, les affiches présentent une idée ou un message qui est simple et direct.

Avis dans les enveloppes de paie

Vous pouvez inclure des rappels et d'autres renseignements importants dans les enveloppes des chèques de paie des employés.

Cartes-tentes

Les cartes-tentes peuvent procurer de l'information et des mises à jour sur les programmes d'économies d'énergie et d'argent. Elles servent également de rappel et favorisent davantage la participation. Vous pouvez les placer dans les aires d'attente et sur les tables de la cafétéria et du vestibule, sur les caisses enregistreuses ou sur les écrans d'ordinateurs.

Trousses d'information à l'intention des nouveaux employés

Afin de faire participer les nouveaux employés aux activités d'efficacité énergétique de votre organisation, incluez de l'information sur l'efficacité énergétique dans les renseignements d'initiation qui leur sont destinés.

Communiqués

Les communiqués diffusés aux médias locaux peuvent annoncer votre programme de sensibilisation, publiciser des événements spéciaux et promouvoir des résultats. Une couverture médiatique encouragera les employés à participer à votre programme de gestion de l'énergie.

Présentoirs et kiosques

Les présentoirs, les kiosques ou les babillards placés dans des zones d'affluence, telles que les cafétérias, les aires de travail et les vestibules, peuvent promouvoir le programme et transmettre des messages détaillés et complets. Ils devraient être simples, clairs, attrayants et créatifs et présenter un contenu visuel marquant (couleur, graphiques, etc.).

Articles promotionnels

Des articles promotionnels, tels des macarons, des t-shirts, des tasses, des autocollants et des chapeaux peuvent vous aider à créer un enthousiasme au sein du personnel et agir à titre de rappel. Ils peuvent également aider à faire reconnaître votre message. Une marque bien implantée et facilement identifiable accompagnée d'un logo, d'une signature, d'un style et d'une couleur, ainsi qu'une apparence cohérente, peuvent aider votre public à reconnaître votre programme et ses divers composants.

Au lieu des articles promotionnels habituels, vous pouvez offrir des dispositifs d'économie d'énergie comme des ampoules éconergétiques, des aérateurs de robinets et des thermostats programmables comme prix ou récompenses pour avoir participé à des activités ou à des événements particuliers.

Le saviez-vous?

Une autre façon d'attirer l'attention de votre public est d'utiliser des capsules « Le saviez-vous? ». Ces dernières présentent des petits faits faciles à comprendre qui peuvent être inclus dans des documents comme des bulletins, des notes de service ou des pages Web. Elles constituent une façon idéale de renforcer le message de l'efficacité énergétique de votre programme. Voici quelques exemples de faits qui pourraient être inclus dans les capsules « Le saviez-vous? ».

- Chaque ordinateur que l'on éteint quand il ne sert pas permet de réaliser des économies d'énergie annuelles pouvant atteindre 75 dollars. Ce montant, multiplié par le nombre d'ordinateurs de votre organisation, peut devenir élevé. Par exemple, le fait d'éteindre 150 ordinateurs tous les soirs et les fins de semaine permettrait d'économiser plus de 11 000 dollars en un an et de réduire les émissions de gaz à effet de serre de près de 40 tonnes.
- En éteignant chaque ampoule à incandescence qui ne sert pas vous pouvez réaliser chaque année des économies d'environ 30 dollars. En plus de réduire le nombre d'ampoules à remplacer chaque année, cette mesure pourrait représenter des économies importantes pour votre organisation. (Les estimations reposent sur les moyennes canadiennes pour les coûts de l'énergie et tiennent compte des différences régionales entre les sources d'énergie).

Donner au suivant

Vous pouvez inciter vos employés à réduire leur consommation d'énergie en donnant une portion des économies réalisées à une œuvre de charité. Cette pratique de « donner au suivant » est une excellente façon de susciter de l'intérêt et de motiver les changements de comportements tout en donnant à la collectivité. Vous pourriez faire un don à un organisme de charité dont le mandat est général comme Centraide Canada (unitedway.ca). Ou bien encore, vos dons de bienfaisance pourraient être davantage liés aux buts et aux valeurs de votre organisation. Par exemple, les écoles qui ont économisé de l'argent grâce à des mesures d'efficacité énergétique pourraient faire un don à une organisation qui fait la promotion de l'alphabétisme ou aide les élèves défavorisés.

Outils des médias sociaux

Notre monde évolue rapidement et les gens sont désormais en contact et partagent de l'information à une vitesse sans précédent. De plus en plus, les médias en ligne comme Facebook, Twitter, YouTube et les blogues sont des tribunes où les gens passent beaucoup de temps à chercher et à partager des renseignements. Les médias sociaux sont un phénomène qui ne peut être ignoré – toutefois, ils ne sont pas sans inconvénients.

Le degré avec lequel une organisation utilise ces plateformes est indubitablement fonction de son degré de confiance, des enjeux de sécurité et des règlements internes. Une utilisation soignée des médias sociaux peut se révéler une façon efficace d'élargir la portée de vos messages de sensibilisation de votre organisation.

MÉDIAS TRADITIONNELS PAR RAPPORT AUX MÉDIAS SOCIAUX

Les médias traditionnels et les médias sociaux peuvent atteindre de petits ou de grands publics. Voici les différences :

- les médias traditionnels ont habituellement recours à un cadre centralisé pour l'organisation, la production et la diffusion, alors que les médias sociaux sont décentralisés, moins hiérarchisés et ont des points multiples de production et d'utilité;
- les outils de médias sociaux sont habituellement accessibles à peu de frais voire gratuitement;
- la production de la plupart des médias sociaux ne nécessite pas de compétences spécialisées ou de formation;
- on peut obtenir des réponses virtuellement instantanées avec les médias sociaux;
- les médias traditionnels, une fois créés, ne peuvent être modifiés tandis que les médias sociaux peuvent être modifiés presque instantanément par le truchement de commentaires ou de révisions.

Blogues

Les blogues sont une façon amusante et abordable d'obtenir de l'information dans le Web et peuvent être utilisés à l'interne seulement et à l'externe. Pour les organisations qui sont fort préoccupées par la confidentialité, un blogue à l'interne seulement pourrait être préférable parce que le contenu peut être modéré et contrôlé. Bon nombre d'outils de blogage gratuits, comme WordPress (wordpress.org) et Blogger (www.blogger.com), peuvent vous aider à lancer votre blogue.

YouTube

YouTube permet à des milliards de personnes de découvrir, de regarder et de partager des vidéos originaux. Ce média procure aux gens une tribune pour communiquer, informer et inspirer d'autres personnes à l'autre bout du monde et constitue une plateforme de diffusion pour les créateurs de contenu original ainsi que les petites et les grandes entreprises de publicité. La plupart des gens connaissent désormais des histoires de campagnes de marketing qui sont devenues virales. Le potentiel et la portée de marketing de cette plateforme sont indéniables. Des organisations utilisent également YouTube de diverses façons pour informer et éduquer les gens et leur faire connaître des techniques, des pratiques et des possibilités d'efficacité énergétique. Voici plusieurs exemples :

- BC Hydro utilise YouTube pour diffuser du matériel de sensibilisation, faire de la publicité et promouvoir des initiatives (www.youtube.com/bchydro);
- le Conseil du bâtiment durable du Canada, chef de file au sein de l'industrie canadienne, a préparé une série de vidéos appelée Seriously Green visant à promouvoir des stratégies et des technologies de construction écologique et à montrer des projets canadiens. On peut voir les vidéos Seriously Green à l'adresse www.youtube.com/watch?v=zy8TLgOorbA;
- le programme ENERGY STAR de l'Environmental Protection Agency des États-Unis a recours à divers médias sociaux, y compris son défi de vidéo ENERGY STAR (www.youtube.com/user/EPAENERGYSTAR) pour promouvoir des thèmes et des programmes et diffuser le message sur la façon dont les propriétaires et les exploitants peuvent rendre leurs bâtiments plus éconergétiques.

Même si des paramètres de confidentialité peuvent être établis pour contrôler l'accès dans une certaine mesure, ce ne sont pas toutes les organisations qui sont confortables avec YouTube, et certaines sont préoccupées par la productivité des employés qui y ont accès au cours des heures de travail.

Il convient toutefois de signaler qu'un blogue interne peut également inclure des vidéos. Ceci permet à une organisation de reproduire les sensations des brefs vidéos sur YouTube, sans toutefois avoir les distractions. Il s'agit d'une méthode que RNCan a adoptée avec la création de NRTube. L'inconvénient que présente cette version modifiée de YouTube est la portée réduite, mais mieux ciblée. Visitez www.youtube.com.

Facebook

Il s'agit probablement de la plateforme de média social la plus connue aujourd'hui qui a sans aucun doute changé les règles du jeu. Facebook compte désormais 750 millions d'utilisateurs dans le monde entier. Si vous envisagez d'utiliser Facebook comme outil de communication, il importe de tenir compte du fait que la confidentialité est un problème. Faites votre recherche avant d'adopter cet outil. Pour de plus amples renseignements, visitez blog.facebook.com.

Twitter

Twitter est un réseau d'information en temps réel qui permet de communiquer de brefs messages de 140 caractères. Les entreprises peuvent avoir recours à Twitter pour partager rapidement de l'information, recueillir en temps réel de l'information commerciale et des commentaires et établir des liens. Twitter est l'outil idéal pour partager des liens et peut être utilisé pour inciter les utilisateurs à consulter votre blog. Il peut aider les utilisateurs à obtenir de l'information en « suivant » les spécialistes d'un domaine d'expertise donné en plus d'être un moyen de collaborer avec les collègues. RNCan encourage l'utilisation de Twitter pour la collaboration et l'utilise également pour diffuser de l'information. Pour obtenir de plus amples renseignements, visitez business.twitter.com.