

Les bons ingrédients pour mitonner un Club de la Convention des Maires

Le Livre de recettes européen
pour accélérer la mise en œuvre
de la Convention des Maires



Sommaire

*Qu'y a-t-il au menu ?
Des actions pour atteindre les 30x20 !*

5

Des recettes testées et approuvées

19

Vous n'êtes pas seul(e) à table !

43



*Des maires européens témoignent de la dimension
locale de la Convention des Maires*

Représentants des clubs nationaux de la Convention des Maires, Bruxelles, 11 Octobre 2012 © photo Energy Cities

Elaboré par Energy Cities, avec la participation de Climate Alliance, the Union of Baltic Cities, Climate Alliance Austria, Climate Alliance Italy, Klimatkommunerna, EcoEnergy Bulgarie, VVSG (Association de villes et municipalités flamandes), Klimaatverbond, Polish Network Energie-Cités, Orașe Energie România, CITENERGO.

Le contenu de cette publication n'engage que la responsabilité de son auteur et ne représente pas nécessairement l'opinion de l'Union européenne. Ni l'EACI ni la Commission européenne ne sont responsables de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y figurent.

Conception graphique : Diane Morel / www.dianemorel.com

septembre 2013

A qui s'adresse ce livre de recettes ?

En tant que **Promoteur ou Coordinateur de la Convention des Maires**, vous souhaitez optimiser votre action de lobbying et vos activités de communication et de mise en réseau afin de promouvoir l'initiative de la Convention des Maires et soutenir les engagements de ses signataires. Faire vivre un **Club national de la Convention des Maires** dans votre pays vous offre l'occasion d'encourager les échanges de bonnes pratiques et définir des axes communs d'action en matière de cohésion territoriale et d'énergie décentralisée en rassemblant acteurs nationaux et signataires de la Convention des Maires ! Les échanges entre membres du Club sont une source d'inspiration pour les villes et un stimulus pour les gouvernements nationaux et l'Union européenne.



© photo Klimatkommunerna et Istockphoto

Qu'y a-t-il au menu ? Des actions pour atteindre les 3x20 !



Qu'est-ce qu'un Club de la Convention des Maires ? 6

| | |
|--------------------------------|---|
| Une structure souple..... | 7 |
| Une initiative ascendante..... | 8 |
| Une vision en mouvement..... | 9 |

Une bonne stratégie de lancement..... 10

| | |
|--|----|
| Utiliser les bons arguments..... | 10 |
| Développez une stratégie de communication efficace...12 | |
| Aiguiser l'appétit et faites valoir vos compétences..... | 13 |

Le tour de main..... 14

| | |
|--|----|
| Associez les membres à la stratégie du club..... | 14 |
| Assurez une bonne coordination du club..... | 15 |
| Mobilisez les acteurs clés..... | 16 |

Qu'est-ce qu'un Club de la Convention des Maires ?

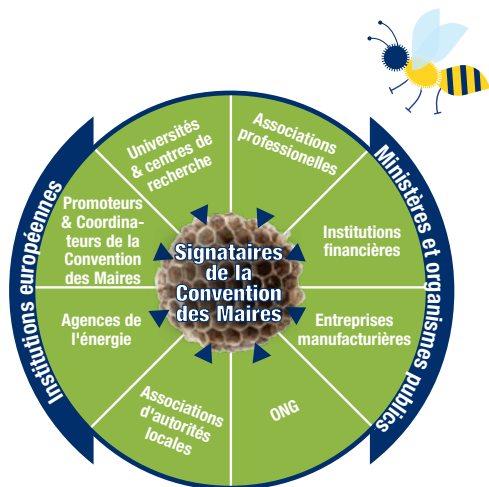
Un Club national de la Convention des Maires est composé des acteurs suivants :

Les signataires de la Convention des Maires et autres collectivités locales désireuses de s'engager dans cette initiative. Elus locaux et techniciens sont les principales cibles ;

Les acteurs nationaux de premier plan (associations de collectivités territoriales, organismes professionnels, universités et centres de recherche, Promoteurs et Coordinateurs de la Convention des Maires, agences de l'énergie, ONG, institutions financières, etc.). En effet, les collectivités territoriales, les Etats Membres et l'Union européenne ne pourront atteindre leurs objectifs énergétiques et climatiques sans la collaboration stratégique de diverses parties prenantes au niveau national.

Un Club national de la Convention des Maires a pour mission de développer et partager une vision forte et de définir des axes communs d'action en matière d'énergie décentralisée et de cohésion territoriale. Le Club encourage et facilite les échanges de bonnes pratiques, ainsi que le renforcement des capacités d'action des collectivités territoriales et acteurs nationaux.

De plus en plus de collectivités territoriales mettent en place des politiques énergétiques durables associées à des politiques locales de cohésion territoriale, montrant ainsi la voie à suivre pour atteindre les 3x20 à l'horizon 2020. Les Clubs de la Convention des Maires ont également pour rôle de partager des retours de terrain et de proposer de nouvelles solutions aux gouvernements nationaux et à l'Union européenne.



Créer un Club de la Convention des Maires

Ingrédients

- Un coordinateur enthousiaste et motivé
- Une charte d'adhésion
- Un document marketing
- Une stratégie de communication et un premier plan de travail
- Une liste de membres potentiels

Temps de cuisson

De 6 mois à un an

Le conseil du chef

Le club doit être axé sur les besoins. Rappelez-vous que le club ne vous appartient pas, mais appartient à ses membres. Il est donc nécessaire de définir une stratégie et une vision claires dès le début du processus.

Une structure souple

Votre club doit être « axé sur les besoins ». Cela veut dire que les parties prenantes ne doivent pas se sentir à l'étroit dans une structure trop rigide qui leur imposerait des obligations en augmentant leur charge de travail et en entravant leur action. Faire partie d'un Club national de la Convention des Maires ne doit pas être considéré comme une contrainte de plus, mais comme une opportunité !



Conseil

« Pensez « besoin » ! Quel est le principal objet de ce club et y a-t-il besoin d'en créer un ? Quels sont les buts recherchés : obtenir des informations dans votre langue ? Echanger avec d'autres ? Mettre l'accent sur des problématiques nationales ? Adaptez votre club en fonction. N'essayez pas de répondre à toutes les attentes, mais choisissez les plus intéressantes pour définir votre club. »

– Club Allemagne de la Convention des Maires

En tant que structure innovante, vous devez inventer une nouvelle gouvernance et ne pourrez prédire le résultat des interactions avec vos partenaires potentiels. C'est à vous et à vos futurs partenaires qu'il appartient de trouver les réponses qui constitueront l'ébauche de votre club. Cela dépendra également de nombreux facteurs externes, comme le contexte politique national ou le degré de maturité des politiques sur l'énergie durable mises en place par les municipalités avec lesquelles vous serez amené à travailler.

La structure de votre club dépendra de ses membres. C'est à eux qu'il appartiendra d'établir une coopération au sein du club

en définissant des priorités et en déterminant les actions sur lesquelles ils veulent travailler. La structure du club doit donc être suffisamment souple pour s'adapter au changement, accueillir de nouveaux acteurs et s'ouvrir à de nouvelles idées. Ainsi, votre club devra pouvoir s'ajuster à une toute nouvelle situation politique et s'intéresser à de nouveaux domaines en cas d'adoption d'une nouvelle législation européenne.

Il n'est pas recommandé de se focaliser sur les obligations et devoirs des membres.

Comme pour la Convention des Maires, l'adhésion à votre club n'a rien d'obligatoire.

L'expérience montre que les membres potentiels ne se sentent pas à l'aise face à de telles exigences. Vous avez certes des objectifs à atteindre, mais ne vous sentez pas pour autant tenu d'imposer des obligations. La charte d'adhésion symbolise l'engagement des membres du club et peut être utilisée pour convaincre d'autres partenaires de signer et adhérer à la Convention des Maires.



Ce n'est pas du gâteau !

Certains acteurs peuvent hésiter à signer la charte d'adhésion.



Conseil

« Pour résoudre ce problème, demandez à des villes actives et engagées de convaincre d'autres collectivités locales. D'où l'importance de compter des acteurs pionniers parmi ses membres car ils vous permettront de remporter plus facilement l'adhésion d'autres parties prenantes ».

– Club de la Convention des Maires de la région de la mer Baltique

Une initiative ascendante

Rappelez-vous que le club ne vous appartient pas, mais appartient à ses membres. Il doit être perçu dans son fonctionnement et ses actions comme un mouvement issu de la base, initié par des acteurs locaux afin de promouvoir leurs intérêts. Pour atteindre vos objectifs, vous devez encadrer leur action en leur rappelant, au travers de la charte, les raisons pour lesquelles le club a été créé et la signification de leur engagement. Ce cadre vous permettra d'assurer la cohérence du club et de garantir l'équilibre des échanges entre signataires de la Convention des Maires et autres acteurs.

Il vous appartient également de proposer des sujets de discussion à vos membres lors des rencontres et ateliers. En tant que coordinateur d'un réseau pluriel, vous avez toute latitude pour influencer les membres en orientant leur réflexion vers des thèmes que vous considérez comme particulièrement importants, pour vous et pour les membres du club. Mais ce sont les membres qui débattront de ces sujets et décideront de la stratégie qui répond le mieux aux objectifs de la Convention des Maires.

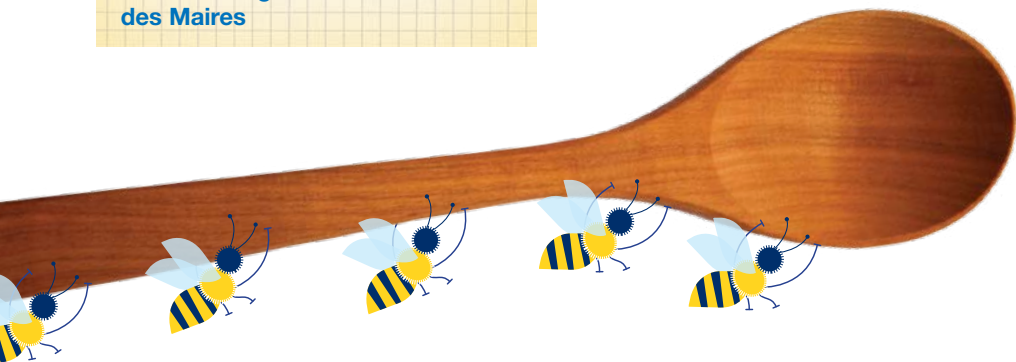


Conseil

« Une certaine créativité dans l'organisation des rencontres du club aidera les membres à développer une réflexion sur des thématiques de la Convention des Maires, répondant ainsi aux attentes de l'équipe du club et des signataires de la Convention des Maires. »

– Club Pologne de la Convention des Maires

En bref, un Club de la Convention des Maires doit être une structure créée pour et par les membres et suffisamment souple et accommodante pour répondre aux attentes tant du coordinateur que des membres.



Ce n'est pas du gâteau !

Les élus ne voient pas toujours la nécessité de rejoindre une organisation qui peut apparaître comme un doublon ou une émanation inutile de la bureaucratie européenne.

Les Clubs Allemagne et Autriche de la Convention des Maires ont rencontré des difficultés liées à l'existence d'organismes établis de longue date et impliqués dans l'énergie durable et la protection du climat. Cette situation s'explique par le fait que les collectivités territoriales de ces deux pays se sont depuis longtemps investies dans ces domaines, bien avant l'émergence d'une politique européenne ou la création de la Convention des Maires. Pour les coordinateurs de ces clubs, ce contexte particulier nécessite de faire preuve de créativité afin de combattre le scepticisme des élus locaux. Souligner la dimension européenne peut être un atout.



Conseil

« La clé du succès : de plus en plus d'organisations et élus locaux prennent conscience de l'immense succès de la Convention des Maires. L'Autriche comptant plusieurs initiatives exemplaires, la valeur ajoutée de la Convention des Maires a longtemps été ignorée. Elle est maintenant perçue comme un puissant levier qui, du fait de ses très nombreux adhérents, peut aider à changer la donne énergétique en Europe. »

– Club Autriche de la Convention des Maires

Une vision en marche

Une **stratégie claire** doit être définie en amont. Cette stratégie sera ensuite discutée et affinée avec les membres, une fois le club réellement opérationnel. Cependant c'est à vous qu'il appartient de définir la raison d'être du club, afin de lui donner une légitimité et une réelle chance de succès dès le départ. Avoir une idée claire des ambitions du club vous aidera à jeter des bases solides et à clarifier votre position vis-à-vis de l'énergie durable auprès des membres potentiels. Cela vous permettra également de gagner en efficacité dans votre recherche de partenaires, car vous serez plus convaincant si vous disposez de solides arguments.



Conseil

« Il est très important de définir une stratégie sur le long terme, avec des objectifs clairs, en précisant le rôle et les incitations des divers acteurs intéressés à participer activement à la vie du club. »

– Club Slovaquie de la Convention des Maires

« Insister sur les aspects économiques, comme la création d'emplois locaux dans un contexte de production locale d'énergie, montre combien il est important de s'engager. »

– Club Pays-Bas de la Convention des Maires

Une bonne stratégie de lancement



Conseil

« Mijotez un bon plan, avec une stratégie, une communication et des événements ! »

– Club Pays-Bas de la Convention des Maires

Le succès de votre club dépendra de la renommée acquise lors de son lancement. Il est essentiel de lancer votre club avec des acteurs déjà engagés ou fortement motivés. Sans cette base solide, il vous sera beaucoup plus difficile de convaincre d'autres responsables de vous suivre.

Utiliser les bons arguments

Pour convaincre des acteurs de devenir membres, il est essentiel de disposer d'arguments spécifiques pour chacun des noms sur votre liste. Cela se fait en plusieurs étapes :

1. Lister les partenaires potentiels

Ce n'est qu'après avoir défini une stratégie et une vision claires que vous pourrez choisir avec soin les partenaires susceptibles de rejoindre votre club. Regrouper ces partenaires potentiels en fonction de leurs activités vous facilitera la tâche : organismes publics, entreprises, ONG, universités et centres de recherche, etc. Vous pourrez ainsi identifier les catégories qui vous intéressent le plus tout en assurant un équilibre entre elles afin de garantir la diversité et la pluralité de votre club.

2. Identifier leurs besoins spécifiques

Après avoir listé vos cibles prioritaires, affinez vos arguments pour chacune d'entre elles en les adaptant le plus possible à leurs centres d'intérêt. Cette étape peut demander beaucoup de temps, mais elle est cruciale pour la mise en œuvre du club.



Conseil

« Le moyen le plus simple et le plus efficace pour toucher acteurs et partenaires potentiels est de préparer une communication adaptée à chaque catégorie en fonction de leur besoins/intérêts. Par exemple, les élus se verront proposer de rejoindre un mouvement européen, les agences de l'énergie pourront devenir des Promoteurs de la Convention des Maires et aider les signataires de leur région, les représentants du secteur privé seront attirés par la possibilité de contacts directs avec les collectivités territoriales, etc. »

– Club Roumanie de la Convention des Maires

Il vous sera ainsi bien plus facile de leur montrer ce que vous pouvez leur apporter dans leurs actions en faveur de l'énergie durable. Si vous voulez impliquer des acteurs, il est important de leur faire comprendre les avantages qu'ils tireront de leur adhésion au club. Mais vous ne pouvez le faire qu'en personnalisant votre message et en leur montrant que vous êtes tous confrontés à des défis similaires.

Cette tâche particulièrement exigeante s'avérera également très utile pour coordonner vos actions sur le long terme, car elle vous permettra de connaître parfaitement vos membres, leurs centres d'intérêt ainsi que la valeur ajoutée qu'ils représentent pour le club et les autres partenaires. Vous pourrez ainsi plus facilement interagir et travailler en réseau avec les divers acteurs une fois que vous les connaîtrez. Alors ne sous-estimez pas l'importance de cette tâche !



Ce n'est pas du gâteau !

Les élections locales peuvent rendre plus difficile votre tâche auprès des élus.



Conseil

« Ne perdez pas votre temps à essayer de convaincre des élus qui ne seront peut-être plus là dans quelques semaines au moment de rejoindre le club. Mieux vaut attendre l'issue des élections. Vous devrez également vous adapter aux fréquents changements au sein des municipalités. »

– Clubs Flandre et Bulgarie de la Convention des Maires

7 bonnes raisons

de rejoindre un Club de la Convention des Maires

- 1 Développer et enrichir votre propre stratégie relative aux 3x20.
- 2 Travailler en réseau pour renforcer vos partenariats existants et en créer de nouveaux.
- 3 Echanger des informations avec des représentants politiques.
- 4 Créer des synergies entre la Convention des Maires et des processus en cours dans votre pays ainsi qu'avec d'autres initiatives lancées par différents acteurs.
- 5 Stimuler l'innovation et créer de nouvelles opportunités économiques en ayant accès à des dispositifs financiers innovants.
- 6 Saisir une occasion rare de pouvoir discuter et améliorer les mesures gouvernementales, ainsi que le cadre politique national et européen.
- 7 Participer gratuitement à des ateliers pratiques.



Développez une stratégie de communication efficace

Il est nécessaire d'établir et adopter une stratégie de communication qui renforce l'identité du club et attire les acteurs ciblés. A ce moment critique, c'est la **visibilité de votre initiative** qui compte le plus. Parmi les organisations existantes, que ce soit au niveau européen, national ou local, vous devrez trouver de la place pour votre club. En un mot : **sachez le rendre attractif dans un environnement hyperconcurrentiel** ! Plus votre renommée sera importante, plus il vous sera facile de vous assurer la participation d'acteurs variés.

Pour atteindre cet objectif, et promouvoir votre club, utilisez divers outils de communication. Faites connaître vos idées via les médias traditionnels et numériques afin de vous assurer d'une visibilité au niveau national, par exemple en envoyant des brochures présentant votre club et ses principaux objectifs à des acteurs ciblés.



Conseil

« Nous avons commencé à développer une « marque » dès le début du Club Pologne. Nous n'avons eu de cesse d'informer les membres potentiels de l'existence de ce club lors d'événements organisés par nous-mêmes ou auxquels nous avons participé. Nous avons également assuré la promotion du club via notre site Internet. »

– Club Pologne de la Convention des Maires

Evoluer dans un environnement concurrentiel n'est pas forcément un obstacle, mais peut être un avantage. Vous pouvez alors participer à des événements existants et



Conseil

« Pour les réunions d'information, nous essayons d'utiliser le plus possible les forums existants dont font partie les personnes ciblées (comme les réunions de fonctionnaires et/ou d'élus), en particulier ceux (co-)organisés par des membres du club. Le fait que ces réunions ne soient pas organisées directement par le club contribue à renforcer son capital confiance. »

– Club Flandre de la Convention des Maires

contacter directement des partenaires potentiels. De nombreux coordinateurs ont utilisé cette stratégie pour promouvoir leur club.

Enfin, il peut se révéler judicieux de vous assurer de la **participation d'une personnalité** à votre événement de lancement. Vous avez également la possibilité d'annoncer le lancement de votre club à l'occasion d'un événement de prestige. C'est ainsi qu'ont procédé plusieurs Clubs de la Convention des Maires. Dans les deux cas, vous gagnez en visibilité et augmentez votre taux de participation.



Lancement du Club Allemagne de la Convention des Maires Heidelberg, octobre 2011 © photo Climate Alliance

Aiguisez l'appétit et faites valoir vos compétences

Gagner en visibilité ne repose pas seulement sur des outils de communication. Cela dépend également de votre propre capacité à monter des actions et définir des contenus attractifs qui correspondent aux besoins des acteurs locaux.

Vous devez donc, en tant que club, acquérir une solide base de connaissances dans les champs d'action de la Convention des Maires et **développer vos compétences en matière de politique énergétique locale et européenne**. Les acteurs locaux sauront qu'ils pourront compter sur vous et sur votre savoir-faire s'ils viennent à rencontrer des difficultés et seront d'autant plus intéressés pour rejoindre le club.



Conseil

« Il était essentiel que notre organisation gagne en crédibilité et visibilité dans les domaines de la politique énergétique locale et de la Convention des Maires. C'est ce que nous avons fait en communiquant sur ce sujet (articles dans nos magazines papier et numériques) et à l'occasion d'une réunion d'information et d'un événement majeur (Journée de l'énergie des collectivités locales). »

– Club Flandre de la Convention des Maires

Atteindre les objectifs de la Convention des Maires peut représenter un coût pour les municipalités et beaucoup sont prêtes à postuler aux fonds européens afin d'aider à la mise en œuvre de leurs plans d'action. Cependant, satisfaire aux exigences européennes est un défi pour de nombreux acteurs locaux. Votre aide sera alors la bienvenue ! Grâce à vos compétences, l'attractivité de votre club s'en trouvera significativement augmentée.

En outre, en participant à la mise en œuvre de leurs politiques énergétiques, vous augmentez vos chances – et votre légitimité – d'encadrer des débats et discussions au sein de votre club, permettant ainsi à votre réseau d'acteurs de rester dans le cadre des objectifs de la Convention des Maires.



© istockphoto



Le tour de main

Le facteur déterminant dans ce processus est le contenu du club. L'identification de ses membres potentiels et leurs intérêts permet de définir ensuite les actions à mettre en place.



Conseil

« Les plus importants facteurs de mobilisation sont 1) l'implication personnelle dans le processus politique, 2) la visibilité, 3) les occasions de travail en réseau, 4) l'accès aux formations et 5) la dimension européenne des activités. »

– Club Bulgarie de la Convention des Maires



Associez les membres à la stratégie du club

Il est nécessaire de connaître les attentes des membres, en leur demandant de se présenter brièvement lors des réunions et de faire part des points qu'ils souhaiteraient voir aborder. Cela leur permettra de clarifier la raison de leur adhésion au club, d'ajuster leur propre position et de mieux connaître les partenaires avec lesquels ils vont travailler. Plus généralement, cela permettra aux participants de s'identifier au club.

Ce complément à votre travail en tant que coordinateur vous aidera à affiner votre stratégie pour l'organisation de vos ateliers. Vous devez en effet être sûr de proposer les bons sujets au cours de ces séances de travail, des sujets attractifs qui correspondent aux besoins des membres, ainsi qu'à leurs objectifs et à ceux de la Convention des Maires.

En faisant cela, vous vous assurez d'échanges constructifs et encouragez une dynamique positive entre les membres. Les ateliers visent à répondre aux attentes des membres, à souder le club et à faciliter l'adhésion de nouveaux membres, renforçant ainsi les atouts et la visibilité de votre organisation. Vous devez donc vous assurer de bien prendre en compte les demandes locales, et ce dès la première réunion, lors du choix des sujets à débattre collectivement.



Conseil

« Veillez à la bonne organisation des rencontres, en permettant à chacun de connaître les stratégies et actions des autres et d'interagir sur des sujets concrets liés à la Convention des Maires. »

– Club Flandre de la Convention des Maires

Assurez une bonne coordination du club

Le contenu est important, mais il ne suffit pas ! La façon dont vous allez interagir avec les membres potentiels est bien sûr primordiale : vous devez faire en sorte que les membres s'approprient le club et laisser à la base assez de marge de manœuvre pour en faire une organisation vraiment autonome. Toutefois vous ne devez pas pour autant vous effacer complètement. Votre rôle est essentiel au succès du club, notamment pendant la phase de lancement. Ensuite, une fois le club lancé, il peut s'avérer plus judicieux de rester en coulisse et être moins présent sur le devant de la scène. Votre rôle sera alors celui d'un animateur veillant à la bonne coopération entre les membres.



Conseil

« C'est le rôle du coordinateur d'inciter les membres à débattre de sujets brûlants en lien avec l'élaboration et la mise en œuvre des Plans d'Action en faveur de l'Energie Durable, d'inspirer les membres en leur présentant des approches sociales ou technologiques qui n'ont pas encore été évaluées et/ou adoptées et d'attirer leur attention sur des thèmes d'actualité en lien avec la Convention des Maires. »

– Club Pologne de la Convention des Maires

Au lieu de choisir vous-même les thèmes de discussion, créez un climat de dialogue où chacun se sentira libre de discuter et échanger sur les thèmes qui l'intéressent. Vous pouvez également essayer d'inciter les membres du club à discuter de sujets controversés, mais sans jouer le rôle « d'arbitre ».

Pour faire court, vous devez agir en tant que coordinateur au sens premier du terme en animant les discussions entre les membres afin d'obtenir des résultats concrets, tout en leur laissant une grande liberté d'action.



© photo WSG

Mobilisez les acteurs clés

Même si vous excellez dans votre rôle de coordinateur, l'animation du club ne peut reposer sur vos seules épaules. La participation active d'acteurs clés est essentielle pour conserver le dynamisme du club. Là encore, il est fondamental d'instiller un sentiment d'appartenance aux membres du club.



Conseil

« Il est important de se focaliser sur les municipalités dites « exemplaires » disposant d'un personnel technique et politique actif. Accumuler des informations sur leurs initiatives, événements et expériences est une bonne stratégie. Plus vous disposerez d'informations et élargirez votre réseau, plus les municipalités seront incitées à vous rejoindre. »

– Club de la Convention des Maires de la Région de la Mer Baltique

Donner le rôle principal à des acteurs motivés présente de nombreux avantages :

Les acteurs locaux connaissant les défis auxquels sont quotidiennement confrontés les autres membres, il est légitime de les laisser définir la stratégie et prendre part à l'élaboration des priorités à débattre. En leur donnant la parole, vous donnerez une signification tangible au concept de « mouvement issu de la base » promu par la Convention des Maires.

En soulignant les actions exemplaires de ces acteurs clés, vous créez une saine émulation entre les membres en instaurant une « concurrence amicale » : se rendre compte que des collègues ont des politiques plus avancées peut inciter des responsables locaux à redéfinir la politique de leur propre municipalité pour rattraper leur retard. Ces acteurs exemplaires inspireront les autres membres en présentant des outils innovants et des solutions qui répondent aux difficultés rencontrées par leurs confrères.

Ces partenaires contribuent au succès de votre club en facilitant l'adhésion d'autres membres. Le pouvoir de conviction repose beaucoup sur l'image de votre organisation. Compter des acteurs bien connus parmi vos membres vous aidera à convaincre d'autres partenaires de vous rejoindre. Par ailleurs, il peut vous être difficile de demander à des élus d'adhérer à votre club. C'est pourquoi il est important de compter des maires parmi vos membres, car ils pourront plus facilement transmettre l'invitation à des collègues. Pour tirer le meilleur parti de leur présence et éviter qu'elle ne soit une charge, votre club doit cependant se garder de toute appartenance politique et les maires présents doivent représenter un large éventail des courants politiques de votre pays. Enfin ces élus locaux particulièrement actifs peuvent devenir des « ambassadeurs » ou des « porte-parole » de votre club habilités à le représenter et à le promouvoir lors d'événements politiques importants.



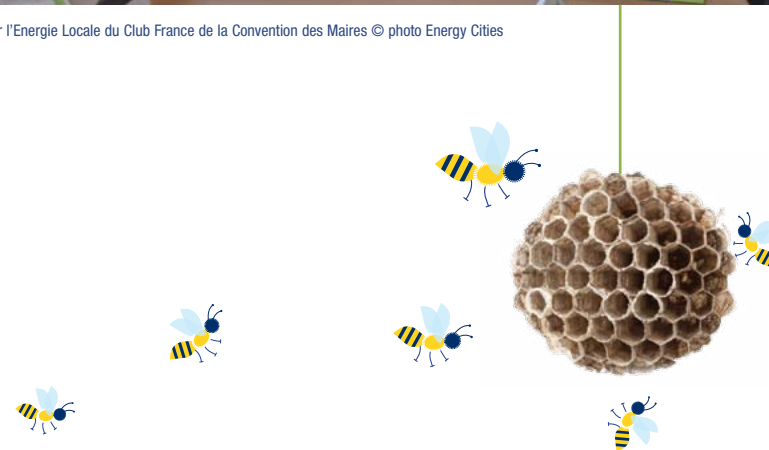
Conseil

« Essayez d'impliquer un ou deux acteurs de premier plan, ce qui vous permettra de dire : cette organisation a déjà rejoint notre club, pourquoi pas vous ? »

– Club Autriche de la Convention des Maires



Alliance pour l'Energie Locale du Club France de la Convention des Maires © photo Energy Cities





© photo Klimaatverbond



Conseil

« Transformez une manifestation ordinaire en une fête en servant des gâteaux. C'est simple et efficace. Cela crée une atmosphère festive et contribue à ce que les participants se sentent bien ! »

– Club Pays-Bas de la Convention des Maires

Des recettes testées et approuvées

Cocktail de synergies.....20

TIRER PARTI DES SYNERGIES POUR TRANSMETTRE DES MESSAGES CLES

La cerise sur le gâteau.....22

DONNER UN AMBASSADEUR A VOTRE CLUB

Marier les saveurs.....24

RASSEMBLER LES ACTEURS AU SEIN D'UNE ALLIANCE NATIONALE POUR L'ENERGIE LOCALE

Des connaissances à emporter.....26

ORGANISER DES WEBINAIRES

La crème de la crème.....28

RECOMPENSER LES MEILLEURS PLANS D'ACTION EN FAVEUR DE L'ENERGIE DURABLE

Du grain à moudre.....30

ATTIRER L'ATTENTION GRACE A UNE LETTRE OUVERTE

Partager la recette.....32

GUIDE EN LIGNE POUR LA PREPARATION DES PAED

Cuisson en cours.....34

CREER UN SYSTEME EN LIGNE POUR GERER L'ENERGIE DANS LES BATIMENTS PUBLICS DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

World Café.....36

CHOISIR DES METHODES INNOVANTES POUR ANIMER VOS RENCONTRES

Table ronde Convention des Maires.....38

ORGANISER UNE RENCONTRE POLITIQUE DE HAUT NIVEAU

Inviter des organismes nationaux à votre table...40

ASSURER LE FINANCEMENT DES PAED DANS LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES



Cocktail de synergies : TIRER PARTI DES SYNERGIES POUR TRANSMETTRE DES MESSAGES CLES

Une recette du Club Bulgarie de la Convention des Maires



Ingrédients

- 1 événement externe et/ou un sujet sur l'énergie au cœur des préoccupations publiques
- 1 expert en énergie avec une expérience politique
- 1 élu avec une expérience dans le domaine de l'énergie
- Des connaissances en matière de politiques nationales et européennes sur les thèmes de la Convention des Maires – le plus possible
- 2 bonnes pratiques à présenter et diffuser
- Des partenaires adéquats – le plus possible



Temps de préparation 1 mois

A servir plusieurs fois par an – vérifier votre régime (plan de communication).



Étapes

1. Dressez la table

- Mettez votre responsable de l'information au travail. Listez les événements à venir, parlez aux organisateurs et suivez l'actualité. Contactez des journalistes qui écrivent sur l'énergie.
- Choisissez et étudiez votre sujet et préparez les acteurs : apprenez-leur quelque chose de nouveau qu'ils voudront partager. Utilisez vos propres moyens de communication mais n'oubliez pas qu'un message transmis par un canal externe sera plus écouté.
- Contactez des acteurs clés du secteur de l'énergie et proposez-leur une coopération. C'est ça la synergie !
- Etablissez des partenariats stratégiques avec des projets qui traitent des mêmes problématiques. Identifiez vos objectifs communs, comparez vos plans d'action et mettez-vous d'accord sur des actions concrètes de coopération.

2. La cocotte-minute

- Vous connaissez maintenant votre sujet, vos partenaires, votre public cible et les prochains événements. Le défi est de tout rassembler. Choisissez votre message, créez un slogan, testez-le auprès de vos partenaires et des médias au travers d'un communiqué de presse.
- Un événement est un moment important. Planifiez-le avec soin mais souvenez-vous que seul le résultat compte. Définissez si vous serez le principal organisateur ou si vous préférez vous associer à l'initiative de vos partenaires.
- La qualité du public dépend de la qualité des intervenants. Approchez-les suffisamment en amont et faites-leur part de votre objectif. Pensez à des politiques en vue ou à des intervenants internationaux.
- Les accompagnements sont également importants : ajoutez des séances pratiques ou des sujets qui susciteront la curiosité. Utilisez les ressources de vos partenaires.
- Soyez clair et précis quant aux résultats attendus.

3. A vos fourneaux

- Informez les personnes sur ce qu'elles pourront emporter avec elles. Organisez le partage d'expérience.
- Ajoutez les principaux ingrédients. Quelles sont vos solutions ? Quelles sont les solutions de vos partenaires ? Respectez l'équilibre des opinions dans la discussion.
- Décidez d'une solution commune, faites une déclaration publique et mettez-la par écrit.

4. Surveillez la cuisson

- Assurez un suivi en envoyant un courrier électronique à tous les participants, avec un résumé de la prise de position sur laquelle vous vous êtes mis d'accord.
- Diffusez les résultats et pensez à tous les réseaux de communication. Ne négligez pas les réseaux sociaux.
- Vérifiez que l'événement ou l'action a répondu aux attentes de vos partenaires et intervenants. Ne sous-estimez pas leur retour d'information.
- Évaluez les résultats et analysez (en toute honnêteté) vos erreurs. N'oubliez pas que cette manifestation sera suivie d'autres événements.



Dégustation

« Ne gaspillons pas l'énergie des manifestants ! ». Tel était le slogan de la rencontre du Club Bulgarie de la Convention des Maires en mars 2013, organisée au moment de manifestations de rue particulièrement virulentes contre la hausse des prix de l'énergie. Ces manifestations conduites dans toutes les grandes villes bulgares en février-avril 2013 ont conduit à la démission du gouvernement et à la dissolution de l'Assemblée Nationale. A première vue, la situation semblait mal engagée pour l'organisation d'une grande conférence.

EcoEnergy et le Club Bulgarie de la Convention des Maires ont cependant organisé un événement de grande ampleur en utilisant les synergies suscitées par cette cause et les actions d'ONG et centres de recherche influents. EcoEnergy a su trouver les bons partenaires pour faire passer le message que l'efficacité énergétique est la seule solution durable pour réduire les factures d'énergie des consommateurs et obtenir des baisses significatives. Cet événement a été associé à d'autres actions qui ont permis d'apporter des éléments concrets. Une table ronde composée de conférenciers invités a permis d'engager un débat avec le public. Une déclaration commune préparée à l'avance a également été débattue et adoptée.

A l'issue de cette rencontre, la déclaration a été diffusée dans tous les médias. Des experts municipaux ont par ailleurs annoncé qu'ils s'engageaient à présenter une liste des mesures prioritaires aux ministères concernés. Toutefois, le plus important reste qu'en approuvant cette déclaration, les collectivités territoriales ont montré qu'elles avaient leur mot à dire sur les questions énergétiques.



Conseils

- Suivez votre stratégie de communication mais sachez également utiliser les événements externes.
- Assurez un suivi, approchez les bons intervenants pour attirer le public ciblé.
- Votre véritable travail ne commencera qu'après l'événement : ce qui importe ce sont les résultats, pas l'événement en lui-même.

La cerise sur le gâteau :

DONNER UN AMBASSADEUR A VOTRE CLUB

Une recette des Clubs Pays-Bas et Roumanie de la Convention des Maires

Ingrédients

- 1 à 3 maires/adjoins actifs, engagés et enthousiastes, prêts à consacrer de leur temps à des réunions et à représenter le club, et qui connaissent le contexte énergétique local
- Coordonnées : restez en contact avec les maires afin de maintenir leur intérêt et les tenir informés

Temps de préparation 1 mois de préparation intense

Ensuite : information continue, amélioration, activation et motivation.

Etapes

1. Etablissez une première liste de 5 maires au maximum, qui font déjà partie de votre club. Ils doivent être prêts à faire de l'environnement et de l'énergie des priorités de l'agenda politique, s'identifier avec les objectifs de la Convention des Maires et être prêts à investir de leur temps pour représenter le club.
2. Contactez les maires de votre liste, en passant d'abord par les fonctionnaires de leur administration. Il vous faudra ensuite demander aux membres du Club de la Convention des Maires d'élire un ambassadeur.
3. Planifiez une rencontre avec les nouveaux ambassadeurs et votre équipe projet. Préparez un document décrivant la stratégie, les activités et actions que vous avez identifiées. Cela vous servira de fil conducteur pendant la réunion. Discutez de leurs idées. Encouragez-les à utiliser leur propre réseau pour recruter des signataires, y compris les réseaux sociaux comme Twitter ou LinkedIn.
4. Réunissez les principaux membres du club afin que les nouveaux ambassadeurs puissent leur être présentés ou faites les présentations à l'occasion d'un grand événement, éventuellement de dimension nationale.
5. Assurez-vous que vos ambassadeurs représentent le club en toutes occasions. Transmettez régulièrement aux ambassadeurs des informations sur les principaux événements publics européens auxquels ils devraient participer pour y représenter les signataires de la Convention des Maires de votre pays. Avant chacune de leur participation publique, préparez des supports de communication à jour et prêts à l'emploi : état des lieux de la Convention des Maires dans votre pays, présentation des actions du club, liste de thèmes nationaux dont les signataires doivent débattre.
6. Enfin, assurez-vous que vous avez utilisé tous les réseaux auxquels vos ambassadeurs ont accès et profitez de cette opportunité pour travailler ensemble. Essayez de faire participer vos ambassadeurs à chaque événement national/régional/local en lien avec la Convention des Maires afin qu'ils y représentent le club.

Dégustation



Vos ambassadeurs peuvent vous aider à recruter de nouveaux signataires pour la Convention des Maires au travers de leurs réseaux et de leurs fonctions au sein d'autres organisations. Ils contribueront à faire de votre club un forum actif et bien informé en apportant leur point de vue lors des rencontres et événements et en vous aidant à identifier des intervenants intéressants et à vous assurer de leur participation.

Vos ambassadeurs peuvent également faire du lobbying au nom du Club de la Convention des Maires auprès d'autres réseaux.

Ils peuvent assurer une représentation politique du club et de ses objectifs dans votre pays et à Bruxelles. Se tenir informé des événements européens connexes, exprimer des points de vue et soulever des problématiques afin d'obtenir des réponses d'autres municipalités ou acteurs stratégiques au niveau européen aidera le club à créer une dynamique et à fonctionner efficacement, non seulement au niveau national, mais également à plus grande échelle.

Conseils

- Choisissez plusieurs ambassadeurs pour représenter le club, car les élus ont un emploi du temps très chargé. Créez un lien fort entre ces ambassadeurs. Des ambassadeurs provenant de régions différentes assureront une meilleure représentativité territoriale et leur contribution n'en sera que plus variée et pertinente.
- Assurez-vous de choisir des ambassadeurs charismatiques, à l'aise pour parler en public et qui comprennent bien l'anglais. Choisissez-les avec soin : ils s'engagent en effet à représenter la voix, les points de vue et les intérêts des signataires de la Convention des Maires, non seulement dans votre pays mais également au niveau européen. Ils doivent être très impliqués, avoir remis leur Plan d'Action en faveur de l'Energie Durable et connaître les avantages et contraintes liés au statut de signataire de la Convention des Maires.
- Servez d'intermédiaire entre les ambassadeurs et les membres du club, entre le Bureau de la Convention des Maires et les ambassadeurs et entre les signataires et les non-signataires.
- Gardez à l'esprit les règles de base du protocole institutionnel et veillez à les respecter.
- Présentez les choses non pas sous forme d'objectifs difficiles à atteindre ou de stratégies alambiquées, mais en terme de qualité de vie et d'environnement, de décisions à long terme et de choix innovants qui montrent la voie à suivre.
- Adaptez vos outils et instruments de communication au sujet considéré. Même si vous avez à faire à des non-signataires vous devez chercher à connaître leurs objectifs et les situer dans le contexte de la Convention des Maires.



Arnoud Rodenburg, maire de Midden-Delfland, Ambassadeur du Club Pays-Bas de la Convention des Maires



Marier les saveurs : RASSEMBLER LES ACTEURS AU SEIN D'UNE ALLIANCE NATIONALE POUR L'ENERGIE LOCALE

Une recette de l'Alliance pour l'Energie Locale du Club France de la Convention des Maires

Ingrédients

- Une équipe chargée de la bonne organisation des activités de l'alliance *qui soit neutre vis-à-vis des partenaires et sans couleur politique*
- Un réseau existant et bien développé *afin de ne pas partir de zéro lors de la recherche de partenaires*
- Divers acteurs nationaux du secteur de l'énergie
- Une charte *que devront signer les partenaires de l'alliance afin de formaliser leur engagement*
- Des experts *invités à débattre avec et pour les partenaires de l'alliance*
- Un site Internet *dédié présentant les témoignages et les logos des partenaires de l'alliance*



Temps de préparation

Environ un an

Temps estimé sur la base de l'expérience de l'Alliance pour l'Energie Locale du Club France de la Convention des Maires et nécessaire au développement d'un sentiment d'appartenance à l'alliance entre les 40 acteurs nationaux du secteur de l'énergie qui composent le partenariat.



Etapes

1. Définissez une vision de votre alliance nationale pour l'énergie locale. Qu'apporte cette alliance au Club national de la Convention des Maires ? Quels sont ses objectifs ? La Convention des Maires défend la transition vers un nouveau paradigme énergétique. Alors que le pouvoir décisionnel est aux mains des gouvernements nationaux et des grandes sociétés énergétiques, lesquels ont intérêt à privilégier une approche centralisée de l'approvisionnement énergétique, d'autres acteurs gagneraient à voir se développer une approche plus décentralisée et orientée vers la demande. Cela permettrait aux consommateurs de payer moins, aux producteurs indépendants de bénéficier de meilleurs retours sur investissement, aux artisans et PME de développer des activités de rénovation, aux compagnies de services énergétiques d'élargir leur marché, aux agriculteurs et sylviculteurs de fournir de la biomasse, aux sociétés de logement et de transport de contrôler leurs coûts, aux citoyens d'exprimer leurs choix et aux collectivités territoriales de relancer l'économie locale et de disposer de nouvelles sources de revenus.

2. Faites se rencontrer des acteurs publics, privés et associatifs qui partagent cette vision. Une telle alliance offre aux parties prenantes la possibilité de formuler leurs attentes, d'élargir leur vision et d'influencer les politiques énergétiques. L'alliance se veut un forum de discussion et une force de propositions. Rédigez une charte qui présente votre vision et que doit signer tout nouveau membre.

3. Soutenez l'implication des partenaires dans l'alliance. Des rencontres et débats réguliers sont autant d'occasions pour les partenaires de différentes origines de partager idées et expériences. Des experts externes peuvent être invités aux réunions de l'alliance comme intervenants ou pour animer un débat avec les partenaires.

4. Faites passer le mot. Vous pouvez considérer que votre initiative est une réussite lorsque les partenaires développent un sentiment d'appartenance à l'alliance. Les partenaires diffuseront alors la vision de l'alliance en dehors de son cadre.



Dégustation

En France, 40 organisations sont partenaires de l'Alliance pour l'Energie Locale du Club France de la Convention des Maires (www.energy-cities.eu/club-france) : associations de collectivités territoriales, associations professionnelles, fédération nationale des agences locales de l'énergie, ONG et associations d'usagers, organismes de formation et pôles de compétitivité. Cette alliance est un lieu de discussion entre des acteurs ayant intérêt à ce qu'une importance plus grande soit donnée à la dimension territoriale de la politique énergétique et à la valorisation des potentiels locaux de ressources renouvelables. Elle vise à :

■ Mettre en évidence les avantages des politiques énergétiques locales en terme de développement économique, de résorption de la précarité énergétique et de cohésion sociale et territoriale.

■ Agir pour que la dimension territoriale de l'énergie soit davantage reconnue dans la politique énergétique nationale et le rôle des collectivités territoriales dans la politique nationale et européenne renforcé.

■ L'expérience montre que des intérêts convergents apparaissent immédiatement, quel que soit le statut des parties prenantes. Les partenaires ont ainsi publié une tribune exprimant leur intérêt commun pour une politique locale orientée vers la demande et l'utilisation des énergies renouvelables.

Ces partenaires ont activement participé au débat national sur la transition énergétique lancé par le Ministère français de l'Ecologie, du Développement Durable et de l'Energie (Janvier-Juillet 2013) et ont rédigé une liste de « 12 bonnes raisons de décentraliser les responsabilités énergétiques » pouvant servir d'argumentaire dans les débats.



Conseils

■ Organisez le processus autour des signataires de la Convention des Maires qui serviront ainsi de catalyseurs.

■ Faites du lien entre énergie, développement local et emploi le cœur de votre initiative.

■ Définissez l'alliance comme un vecteur de nouvelles idées et opinions.



© photo Energy Cities

Des connaissances à emporter :

ORGANISER DES WEBINAIRES

Une recette du Club de la Convention des Maires de la région de la mer Baltique

Ingrédients

- 5 à 100 participants/clients en ligne, désireux d'apprendre
- 1 modérateur/hôte
- 1 à 5 intervenants/serveurs pour livrer les connaissances
- 1 plateforme de service webinaire/des ustensiles de cuisine (Adobe Connect, Megameeting, Cisco WebEx, etc.)

Temps de préparation variable

Il dépend du sujet et de votre rôle dans le webinaire (organisateur ou simple modérateur).

Etapes

1. Rassembler les bons ingrédients (Planifier l'événement)

Vous pouvez organiser le webinaire et ne vous occuper que des aspects techniques (choix de la plateforme, lien d'accès, publicité, invitation des participants et intervenants). Fixez l'objectif (ce que vous voulez que les participants retiennent), définissez clairement le public visé avant d'inviter les intervenants et donnez au webinaire un format semblable à celui des séminaires habituels.

2. Choisir les bons ustensiles (Traiter les questions techniques)

Pour organiser un webinaire, vous devez acquérir une plateforme de service (Adobe Connect, etc.) à laquelle les participants pourront se connecter grâce à un lien sans avoir à installer le programme sur leur ordinateur. Pour participer en tant qu'intervenant et organisateur, une webcam et un casque de bonne qualité sont nécessaires afin que les participants puissent vous voir et vous entendre correctement. La plupart des plateformes incluent des applications intégrées pour les discussions, les votes ainsi que divers moyens de demander la parole, signaler son soutien ou objecter à une présentation. Il vous appartient de trouver le bon équilibre entre ces applications afin de créer la meilleure interaction.

3. La suggestion du chef (Bien préparer les intervenants)

Selon le degré de familiarité des intervenants avec ces techniques, organiser une séance test avant le véritable webinaire peut être nécessaire afin que les intervenants puissent s'essayer à ce format. En tant qu'organisateur, vous devez veiller au bon déroulement de la séance en maîtrisant la technologie, les intervenants et les participants. Si vous avez la main sur la technologie et les intervenants, en revanche le nombre de participants et leurs domaines d'activité peuvent varier selon les sujets choisis. Vous pouvez cependant palier cet inconvénient en leur demandant de s'enregistrer à l'avance et en invitant personnellement des participants à qui vous demanderez de préparer des questions afin de maintenir un certain niveau d'interaction.

4. Passer à table (Organiser le webinaire)

Les trucs et astuces de présentation sont grosso modo les mêmes que pour les séminaires traditionnels. Toutefois, en tant qu'organisateur, vous avez la possibilité d'envoyer des commentaires à l'intervenant sans que les participants ne s'en aperçoivent. Vous pouvez également informer les intervenants sur le temps restant ou attirer leur attention sur des questions posées via la messagerie instantanée et faire en sorte d'orienter la discussion dans le sens des intérêts des participants.

Dégustation

Le Club de la Convention des Maires de la région de la mer Baltique a dû faire face au problème d'éloignement géographique impliquant des temps de déplacement et un budget importants pour les membres. Le problème a été résolu en organisant des réunions virtuelles afin de limiter les frais et les temps de déplacement. Grâce aux webinaires, tous les signataires de la Convention des Maires de la région de la Mer Baltique peuvent participer aux échanges de connaissances et d'expériences organisés au sein du club. Ces webinaires associent présentations d'experts sur le thème choisi et informations pratiques par des villes signataires. Les séances de questions/réponses sont également l'occasion d'échanger des liens Internet et de renforcer le réseau.

Les webinaires organisés par le club de la Région de la Mer Baltique sont composés de trois courtes sessions autour du thème général de la mise en place de la Convention des Maires. Les participants ayant des contraintes de temps peuvent donc choisir la session qui les intéresse le plus et éviter les redites ou les sujets trop connus.

Le webinaire ne saurait remplacer les rencontres traditionnelles du club et ne s'adressent qu'à des personnes qui maîtrisent parfaitement les technologies du numérique. Il reste cependant un outil important pour établir un réseau et renforcer les échanges de connaissances malgré l'éloignement.

Conseils

- Ne sous-estimez pas le travail de préparation : un webinaire n'est pas plus facile à organiser qu'un séminaire classique !
- Adaptez votre participation en fonction du public. Il est important de motiver les personnes afin qu'elles participent à la discussion.
- Facilitez les inscriptions et entretenez l'intérêt des participants du début jusqu'à la fin.
- Demandez à certains participants de préparer des questions.
- Un taux de participation de 30 à 40 % est normal pour les webinaires ouverts à tous (Source : Adobe).
- Accompagner le calendrier envoyé aux participants d'un formulaire d'inscription permet d'augmenter le taux de participation.
- Envoyez des rappels par courrier électronique (pas plus de 2 !) : un la veille et un autre 2 à 3 heures avant le début du webinaire.



La crème de la crème : RECOMPENSER LES MEILLEURS PLANS D'ACTION EN FAVEUR DE L'ENERGIE DURABLE

Une recette du Club Italie de la Convention des Maires



Ingrédients

- Un règlement d'attribution des prix *définissant les conditions de participation*
- Des partenaires, des représentants des médias et si possible un sponsor
- Un comité technique *composé de 3 à 4 experts dans le domaine de la planification énergétique*
- Un comité scientifique *composé de 10 à 12 personnalités nationales reconnues dans le domaine de la politique énergétique et climatique*
- Une campagne publique de 3 mois
- Un cadre prestigieux pour la cérémonie de remise des prix



Temps de préparation

7 mois

Cérémonie de remise des prix : une demi-journée - suivi : 2 semaines.



Etapes

1. Etablissez le règlement du concours en vous basant sur les critères des Plans d'Action en faveur de l'Energie Durable (PAED). Le concours « A+CoM » organisé par Climate Alliance Italy a repris les critères du guide officiel « Comment développer un Plan d'Action en faveur de l'Energie Durable » en distinguant critères d'éligibilité et critères qualitatifs. Les critères qualitatifs sont : les données collectées, l'adaptation de la structure administrative, l'implication des parties prenantes, le degré d'engagement de la ville, l'intégration du PAED dans un processus d'apprentissage, la communication et le lien avec les plans existants.
2. Envoyez ce règlement aux comités technique et scientifique et demandez leur avis en vue d'un accord.
3. Publiez un appel à candidatures en ligne incluant le règlement du concours. Demandez à vos partenaires de relayer l'information. Les PAED éligibles sont ceux qui ont été soumis au cours de l'année et téléchargés sur le site de la Convention des Maires.
4. Toutes les villes qui ont soumis un PAED pendant l'année doivent être informées de ce concours par le biais d'une campagne.
5. Le comité technique dresse une liste des PAED éligibles à partir des candidatures reçues et rédige une brève évaluation des plus prometteurs ; c'est sur cette base que le comité scientifique sélectionnera les gagnants au concours.
6. Les prix sont remis aux gagnants lors d'une cérémonie solennelle.



Dégustation

La campagne invitant les villes à faire acte de candidature sert également à promouvoir la Convention des Maires et souligne l'importance des PAED comme principal outil à la disposition des collectivités locales pour rendre leurs territoires plus durables. Le guide de la Convention des Maires explique de manière exhaustive comment réaliser un PAED. La différence entre la reconnaissance officielle de la Commission européenne et ce concours est que ce dernier s'intéresse essentiellement aux aspects qualitatifs et que les PAED sont évalués par un comité technique. Outre l'évaluation de la qualité globale du PAED et du respect de critères formels (il a été demandé à de nombreux candidats de poster leur PAED sur leur site Internet afin d'être éligibles), A+CoM vérifie surtout que le document donne de réelles indications sur le processus en cours et n'est pas seulement un produit préparé par un expert externe.

Cette action contribue à rendre plus visible la Convention des Maires et à promouvoir les meilleurs Plans d'Action en faveur de l'Energie Durable en espérant que cela conduira à améliorer la qualité de ces documents clés. En effet, ces plans sont censés orienter les actions des collectivités locales et des parties prenantes pendant de nombreuses années, voire des décennies, afin d'en finir avec une société et une économie dominées par les énergies fossiles, réduire les consommations d'énergie et satisfaire une moindre demande avec des énergies renouvelables. En récompensant les meilleurs PAED de l'année écoulée, A+CoM entend encourager les collectivités qui s'appêtent à rédiger leur propre plan.

Tout le monde aime les récompenses, ce qui rend l'initiative A+CoM encore plus appétissante !



Conseils

Suivez bien la recette et tout ira bien. Bien sûr, cette recette ne s'applique qu'aux pays qui produisent suffisamment de PAED par an. Le nombre de prix devra être en rapport avec le nombre probable de PAED soumis dans l'année.



A+CoM



© photo Climate Alliance Italy



Du grain à moudre :

ATTIRER L'ATTENTION GRACE A UNE LETTRE OUVERTE

Une recette du Club Allemagne de la Convention des Maires

Ingrédients

- Des participants qui se définissent eux-mêmes comme un groupe
- Une liste de problèmes identifiés par tous les membres du groupe
- Des forums de discussion : réunions traditionnelles et outil de communication virtuelle
- Un coordinateur chargé de veiller à la réalisation des objectifs

Temps de préparation **Plusieurs mois**

Pour le Club Allemagne de la Convention des Maires : 6 mois de la première idée à la publication de la lettre ouverte.

Etapes

1. Identifiez les problèmes qui affectent tout le groupe et doivent être traités par la ou les bonne(s) personne(s). Mettez-vous d'accord sur une procédure et nommez un coordinateur chargé de veiller à ce que l'objectif du groupe soit bien respecté.
2. Au sein du groupe, rassemblez et discutez des problèmes qui feront l'objet de la lettre. Cela peut se faire lors de rencontres « physiques » ou par des moyens de communication virtuels. Une liste de discussion est tout à fait indiquée car elle maintient la cohésion du groupe en dehors des rencontres et permet de s'assurer que les informations sont partagées avec l'ensemble des participants.
3. Rédigez une première ébauche de lettre ouverte qui servira de base de discussion et d'accord. Fixez un délai pour la réception des commentaires et de l'accord des participants à la version finale de la lettre ouverte.
4. Envoyez le document signé par les participants à la ou aux personne(s) concernée(s) et diffusez-la largement.

Dégustation

Les signataires allemands de la Convention des Maires ont rencontré des difficultés dans l'application des engagements de la Convention des Maires. Désireux de s'assurer que celle-ci conserve son statut d'initiative politique de premier plan et ne soit pas entravée par des contraintes administratives, le Club Allemagne de la Convention des Maires a proposé des améliorations sous forme d'une lettre ouverte. Trente-quatre collectivités territoriales allemandes et cinq acteurs clés membres du club ont signé cette lettre.

Cette action a été bénéfique au tout nouveau Club de la Convention des Maires, car elle a permis de renforcer la cohésion du groupe. La lettre ouverte est aussi un bon moyen d'exprimer ouvertement des préoccupations partagées par les membres du club et de

transmettre le message aux personnes concernées. C'est là aussi un de ses avantages, car on est souvent plus efficaces lorsque l'on défend des objectifs communs à plusieurs plutôt que d'œuvrer seul dans son coin.

La liste de discussion des membres du club s'est avérée un instrument très utile à cet égard en permettant le partage des documents et commentaires. Elle a aussi contribué à créer une dynamique autour d'un objectif commun.

Grâce à cette lettre ouverte, les membres du Club Allemagne de la Convention des Maires ont pu attirer l'attention sur les problèmes rencontrés et améliorer les conditions applicables aux signataires de la Convention des Maires. La Commission européenne a réagi quelques mois plus tard en annonçant qu'un processus de révision visant à améliorer les procédures de la Convention des Maires était en cours, ce qui était l'objectif poursuivi par le Club Allemagne de la Convention des Maires avec cette action.

Conseils

Identifiez un coordinateur qui se sente concerné et garde présent à l'esprit l'objectif du groupe pendant tout le processus.





Partager la recette :

GUIDE EN LIGNE POUR LA PREPARATION DES PAED

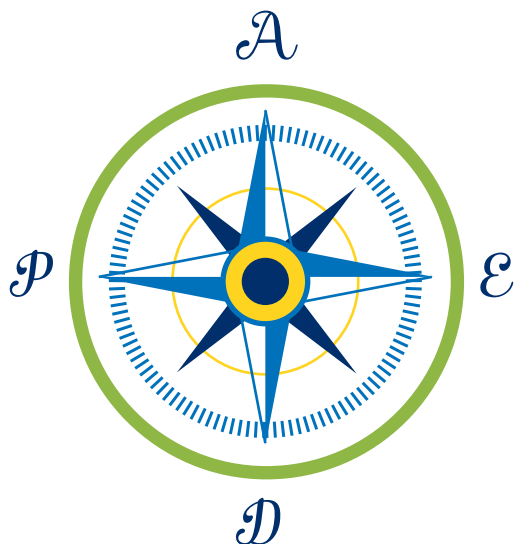
Une recette du Club Suède de la Convention des Maires

Ingrédients

- Un site Internet (de préférence très fréquenté) qui puisse héberger le guide
- Une connaissance des composants qui font le succès des Plans d'Action en faveur de l'Energie Durable (PAED) réussis (c'est-à-dire des PAED mis en œuvre) : organisation des tâches, engagement des élus, gestion du temps, fixation d'objectifs, planification des actions, solutions de financement, etc.
- Un exemple de stratégie climat / PAED dont les utilisateurs pourront copier les informations générales s'ils le souhaitent, comme la partie introductive sur le changement climatique ou la structure du document
- Des connaissances sur la situation nationale et les sources d'information permettant d'obtenir des données pour l'inventaire des émissions. Un lien vers des modèles d'inventaires de référence des émissions (issus de la bibliothèque de la Convention des Maires ou d'autres sources disponibles)
- Un modèle de plan d'actions (voir un exemple sur http://www.networkingcovenantofmayors.eu/IMG/doc/PAED_action_template.doc)
- En option : une présentation PowerPoint expliquant le processus des PAED avec des images et des discours enregistrés
- Tout autre support utile en votre possession

Temps de préparation

1 à 2 mois, selon le niveau d'ambition.



Etapes

- Consultez la synthèse du guide rédigé par Klimatkommunerna pour avoir une idée de son contenu : http://www.networkingcovenantofmayors.eu/IMG/pdf/PAED_process_guide.pdf
- Rassemblez quelques collègues ou contacts avisés pour réfléchir aux éléments du guide Klimatkommunerna qui s'appliquent à votre pays et ceux qui doivent être ajoutés ou modifiés.
- Rédigez une ébauche/un schéma des divers éléments du guide (principaux titres/intitulés, contenu et articulation des diverses parties).
- Rédigez pour chaque partie des instructions claires et concises ainsi que des conseils pratiques. Essayez de vous mettre à la place des utilisateurs (le personnel technique qui prépare les PAED). De quelles informations auriez-vous besoin ? Qu'est-ce qui vous permettrait de gagner du temps ? Des conseils sur où trouver des informations ou des données par exemple sont utiles et font gagner un temps précieux, tout comme les conseils sur les méthodes d'animation de réunion ou encore des exemples de ce qu'il faut inclure dans les courriers électroniques.
- Si possible, indiquez précisément où trouver les sources permettant d'obtenir les données pour l'inventaire de référence des émissions et pour le suivi. Essayez de le faire pour chacune des cases du formulaire et donnez les liens, cela fera gagner beaucoup de temps aux signataires de votre pays.
- Demandez à quelques représentants du public visé de tester le guide et de vous donner leurs impressions, procédez aux modifications, si nécessaire.
- Mettez le guide en ligne et passez le mot ! N'hésitez pas à le présenter à l'occasion de séminaires ou rencontres.

Dégustation

Un guide disponible en ligne donnant des conseils pratiques et adaptés au contexte national fait gagner un temps précieux au personnel technique, qui dispose ainsi de contenus et de tableaux prêts à l'emploi.

Les méthodes et conseils présentés dans le guide se basent sur l'expérience d'autres villes et évitent ainsi de devoir « réinventer la roue » tout en permettant aux utilisateurs de s'inspirer d'exemples réussis et d'apprendre des erreurs des autres.

Le guide prépare les utilisateurs aux difficultés qu'ils ne manqueront pas de rencontrer et les renseigne sur le meilleur moyen d'en venir à bout, ce qui augmente les chances de mise en œuvre des actions inscrites dans le PAED.

Conseil

Faites simple et pratique ! Un guide trop long, abstrait ou utilisant un langage compliqué n'intéressera personne.



Cuisson en cours : CREER UN SYSTEME EN LIGNE POUR GERER L'ENERGIE DANS LES BATIMENTS PUBLICS DES COLLECTIVITES TERRITORIALES

Une recette du Club Roumanie de la Convention des Maires



Ingrédients

- 1 ville responsable du système de gestion de l'énergie (collecte des données, formation des utilisateurs, vérification des données, mises à jours, etc.)
- 1 spécialiste de l'interprétation des données et des analyses techniques
- 1 expert en informatique pour optimiser le système de gestion de l'énergie en ligne
- 1 responsable énergie dans chaque bâtiment public chargé de collecter et entrer les données dans le système de gestion de l'énergie



Temps de préparation 1 an

Etapes

1. Créez un système de gestion de l'énergie en ligne.
2. Proposez votre aide à chaque signataire de la Convention des Maires pour établir la liste des bâtiments et responsables énergie (officiellement nommés) qui doivent être entrés dans le système de gestion de l'énergie.
3. Créez des comptes utilisateurs.
4. Collectez les données techniques sur les bâtiments (superficie chauffée, nombre d'utilisateurs, heures d'ouverture, installations, etc.).
5. Collectez les données de consommation (factures d'eau et d'énergie des 12 derniers mois).
6. Formez et accompagnez le responsable énergie qui devra entrer les données dans le système en ligne.
7. Organisez des visites des bâtiments afin d'analyser et comprendre les données techniques.
8. Préparez un rapport final sur l'année étudiée (12 mois) et proposez des mesures et recommandations pour améliorer les consommations d'eau et d'énergie des bâtiments concernés.
9. Planifiez le budget et la consommation des bâtiments pour l'année suivante dans le système de gestion de l'énergie.



Dégustation

En Roumanie, la mise en place de ce système de gestion de l'énergie a permis une meilleure compréhension de l'efficacité énergétique au niveau local, notamment après avoir constaté les gisements d'économies d'énergie réalisables grâce à une utilisation rationnelle de l'énergie et aux bénéfices à long terme résultant des investissements dans des solutions soucieuses de préserver l'environnement.

Pour chaque bâtiment, le système de gestion de l'énergie stocke des informations sur le volume total, ainsi que les données sur les consommations d'eau et d'énergie issues des factures des distributeurs d'énergie et des relevés de compteur, sur le nombre d'utilisateurs, etc. A partir de ces données, le système de gestion de l'énergie génère les états suivants :

- Indice de consommation d'énergie en kWh/m²/an,
- Indice de consommation d'eau en m³/personne,
- Comparaison entre plusieurs bâtiments,
- Classement des bâtiments,
- Données pour l'analyse des besoins, etc.

Le système de gestion de l'énergie permet à la municipalité de :

- Suivre les consommations d'énergie des bâtiments publics,
- Faire des prévisions budgétaires et de consommation,
- Prioriser les investissements dans les bâtiments les plus dégradés,
- Economiser de l'argent en améliorant l'efficacité énergétique,
- Sensibiliser les citoyens au concept d'utilisation rationnelle de l'énergie,
- Définir un Plan d'Action en faveur de l'Energie Durable.

Une base de données municipale a été créée à partir des données sur les consommations d'eau et d'énergie entrées dans le système de gestion de l'énergie. C'est une première en Roumanie. Cette base sert désormais de référence et est une source précieuse d'informations techniques pour améliorer les consommations d'eau et d'énergie des bâtiments publics. Le système de gestion de l'énergie a également permis à la municipalité de préparer et adopter son Plan d'Action en faveur de l'Energie Durable.



Conseils

- L'engagement du gestionnaire du bâtiment et du responsable énergie, de même que la disponibilité des données, sont essentiels à la bonne mise en place d'un système de gestion de l'énergie.
- Un responsable énergie doit être officiellement/formellement nommé dans chaque bâtiment public.
- Les données primaires entrées dans le système de gestion de l'énergie doivent être vérifiées par deux personnes (le responsable énergie et la personne en charge du système de gestion de l'énergie).
- Le résultat de l'analyse des bâtiments connectés au système de gestion de l'énergie doit être largement disséminé auprès des collectivités territoriales, responsables et utilisateurs des bâtiments, citoyens, etc.



World Café : CHOISIR DES METHODES INNOVANTES POUR ANIMER VOS RENCONTRES

Une recette du Club Autriche de la Convention des Maires

Ingrédients

- 15 à 100 participants – 5-10 par table du World Café
- Une salle adéquate – avec un nombre suffisant de tables et une atmosphère agréable !
- Du papier et des crayons sur chaque table
- Un thème central (par ex. « Comment atteindre l'indépendance énergétique dans les villes ? »), décliné en sous-thèmes spécifiques à chaque table (par ex. « Stratégies de mobilité durable dans les villes »)
- Un facilitateur et gardien du temps pour l'ensemble du World Café
- Un hôte par table – une personne qui connaît bien le sujet ou est expert dans ce domaine
- Un chevalet – pour présenter les résultats de chaque table
- Un rapporteur par table – chargé de présenter les résultats de chaque table lors du compte-rendu final (cette personne peut être l'hôte, mais pas nécessairement)
- Durée : 1 heure à 1 heure 30

Temps de préparation 2 à 3 mois

Etapes

1. Préparation

Réfléchissez à un thème central pour le World Café. En fonction du nombre de participants, définissez des sous-thèmes spécifiques qui seront discutés en petits groupes de 5 à 10 personnes maximum. Ces sous-thèmes doivent être liés au thème central du World Café. Désignez ensuite un hôte pour chaque table. Cette personne doit connaître les sujets abordés car elle devra lancer le débat et animer la discussion. La configuration de la salle doit faciliter la communication entre les groupes. Vous pouvez également utiliser plusieurs salles proches les unes des autres. Ces salles doivent être équipées de tables et chaises en nombre suffisant, et chaque table doit disposer de crayons et papier afin que les participants puissent noter leurs idées.

2. Mise en œuvre

Le World Café se déroule en plusieurs périodes (de 2 à 4 selon le temps disponible). Au départ, le facilitateur explique la méthode, le thème central et les sous-thèmes spécifiques, ainsi que les contraintes de temps. Il présente également les hôtes à chaque table, puis les participants choisissent le sujet dont ils souhaitent débattre en premier et s'assoient à la table correspondante. Les hôtes lancent la discussion en même temps à chaque table. Leur rôle consiste à interrompre les participants qui parlent trop et à inciter les plus discrets à prendre

la parole. Après 20 à 30 minutes, le facilitateur demande aux participants de changer de table. L'hôte de la table accueille les nouveaux venus en résumant la discussion du groupe précédent. Au terme de chaque période, le facilitateur demande aux participants de changer de table et à la fin de la dernière session, les hôtes sont invités à présenter les résultats des discussions en séance plénière.

3. Résultats

Lors de la conclusion du World Café, les hôtes sont invités à résumer les principaux résultats afin qu'ils puissent être mis en ligne. Le lien Internet sera ensuite envoyé à tous les participants et personnes intéressées.

Dégustation



Climate Alliance Autriche a déjà organisé plusieurs World Cafés, une expérience jugée très positive dans les évaluations des participants, qui apprécient en particulier le climat convivial des discussions. L'un des principaux avantages des World Cafés, par rapport à l'organisation d'ateliers par exemple, réside dans la diversité



© photo Climate Alliance Austria

des sujets abordés et discutés par des personnes d'horizons très variés. Le World Café est un outil efficace pour faire émerger des idées et générer de la créativité car chaque session commence par un résumé de la précédente. Il est également important d'organiser un compte-rendu en plénière afin que les participants puissent être informés des discussions des autres tables.

Le principal objectif des World Cafés est de réunir un groupe spécifique de personnes et de les amener à discuter et partager. Notre expérience montre que les participants apprécient la méthode et l'atmosphère des World Cafés.

En conclusion, les World Cafés se sont avérés être des outils efficaces pour motiver les élus et décideurs locaux à échanger sur des sujets spécifiques et à partager expérience et savoir-faire.

Conseils

Commencez à préparer le World Café suffisamment de temps à l'avance : un World Café réussi nécessite une ou des salle(s) adaptée(s), un facilitateur professionnel, des hôtes professionnels à chaque table, des sujets intéressants et une bonne gestion du temps. Organisez, si possible, une rencontre préparatoire avec le facilitateur et les hôtes afin de leur expliquer le concept du World Café et l'importance de respecter les temps impartis. Enfin, invitez les participants potentiels suffisamment de temps à l'avance. Comme pour les autres méthodes, le succès du World Café dépend en grande partie de la qualité et du nombre de participants !



Table ronde Convention des Maires :

ORGANISER UNE RENCONTRE POLITIQUE DE HAUT NIVEAU

Une recette du Club Flandre de la Convention des Maires

Ingrédients

- 4 maires signataires de la Convention des Maires issus de collectivités locales de taille variée
- Les maires doivent être de préférence des personnalités connues au niveau national et doivent absolument être représentatifs des principaux partis politiques du pays
- 20 à 100 participants, tous élus
- Un modérateur connaissant la Convention des Maires et les différentes collectivités territoriales qui constituent le panel
- Un lieu qui souligne la fonction de la table ronde et qui ne soit pas conventionnel



Temps de préparation de 10 à 15 heures



Etapes

1. Repérez les maires potentiels pour la table ronde, contactez-les et expliquez vos objectifs. Vérifiez qu'ils connaissent la Convention des Maires et expliquez le déroulement de la table ronde.
2. Préparez le contenu de la discussion.
3. Faites connaître l'événement auprès du public cible, à savoir les élus des collectivités territoriales.



Dégustation

La table ronde organisée par le Club Flandre de la Convention des Maires a rassemblé une soixantaine de maires et élus locaux (sur les 308 collectivités territoriales que compte la Flandre).

L'impact en terme de nouvelles adhésions à la Convention des Maires n'est pas directement mesurable mais l'événement a été un succès et a contribué à la stratégie globale de développement de cette initiative !

La table ronde a commencé par un discours inspiré du Maire de Gand, ville qui accueillait l'événement sur la Convention des Maires : discours suivi d'une interview par le modérateur, agrémentée de discussions entre les membres du panel. Cela a donné aux participants une bonne idée de la motivation nécessaire, des avantages à attendre de la Convention des Maires, mais également des difficultés rencontrées et des solutions pour y faire face.

La communication sur la table ronde (invitations individuelles adressées aux élus, articles dans des magazines numériques reconnus et largement diffusés, etc.) a permis de faire parler de la Convention des Maires, y compris auprès des élus locaux, et donc de renforcer les actions dans ce domaine (comme les plans et actions au niveau des provinces ou la coopération intercommunale pour inciter les collectivités territoriales à signer la Convention des Maires).



Conseils

Sachez convaincre les bonnes personnes de rejoindre le panel : avoir un maire connu et reconnu au niveau national, prêt à participer en tant qu'intervenant, peut aider à convaincre d'autres maires de venir.

Rassemblez assez de participants :

Intégrez la table ronde à un événement plus large en lien avec la politique énergétique et qui intéresse les élus locaux (dans le cas présent, la journée de l'énergie des collectivités territoriales, avec plus de 500 participants et environ 30 sessions sur la politique énergétique locale).

Donnez aux participants un sentiment d'exclusivité et de privilège : la table ronde était exclusivement réservée aux politiques locaux (à la différence de l'événement principal) ; ils doivent recevoir une invitation personnelle et être invités gratuitement. Préparez une liste de présence qu'ils signeront.

Si possible, demandez à d'autres organisations de vous aider à mobiliser les participants potentiels. Pour le Club Flandre de la Convention des Maires, une importante organisation issue de la société civile a demandé à ses responsables régionaux de faire jouer leurs contacts politiques locaux pour mobiliser les participants.

Interaction : consacrez plus d'une heure à la table ronde afin d'avoir le temps d'interagir avec les participants et de connaître leurs réactions et opinions sur la Convention des Maires.



Inviter des organismes nationaux à votre table : ASSURER LE FINANCEMENT DES PLANS D'ACTION EN FAVEUR DE L'ENERGIE DURABLE DANS LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

Une recette des Clubs Pologne et Slovaquie de la Convention des Maires



Ingrédients

- Des règles et conditions de participation aux activités du club clairement définies et applicables aux divers groupes d'acteurs
- Des Promoteurs nationaux de la Convention des Maires et des partenaires actifs avec de bons contacts au niveau national et des représentants des médias
- Des représentants des ministères et des institutions financières qui participent aux événements traitant des besoins des signataires de la Convention des Maires
- Des événements consacrés à la préparation et la mise en place de Plans d'Action en faveur de l'Energie Durable (PAED) rassemblant des représentants des collectivités territoriales (signataires actuels ou signataires potentiels de la Convention des Maires) et représentants d'autres organisations pouvant les aider dans leur démarche de planification énergétique durable et dans la réalisation des objectifs de la Convention des Maires
- Rencontres et consultations avec des institutions financières
- Supports de communication, par ex. dans le cas du Club Pologne de la Convention des Maires : CD-ROM avec des informations sur la Convention des Maires, présentations lors de rencontres ou ateliers, guide : « Comment développer un PAED » traduit dans la langue nationale, présentations préparées par le Bureau de la Convention des Maires, bonnes pratiques et liens utiles



Temps de préparation 1 an

à compter de la date de la première rencontre avec les représentants de l'organisme public/ autorité de gestion.

Cette action nécessite de consulter un panel d'experts, de préparer et mettre à jour régulièrement les supports de communication (communication directe, e-mail, participation à des rencontres d'experts au niveau national).



Etapes

1. Définissez les besoins et préférences des signataires de la Convention des Maires désireux de se joindre à l'initiative en menant une enquête auprès des participants à la conférence sur les politiques locales de gestion de l'énergie durable et de protection du climat dans le contexte national et européen.

2. Identifiez les partenaires ayant des contacts au niveau national. Par exemple, l'Union des villes de Slovaquie (UTCS) est devenu le promoteur des activités du Club de la Convention des Maires auprès des instances nationales et territoriales. L'UTCS bénéficie d'une longue expérience de collaboration avec les ministères et les organismes publics, ce qui a permis de créer une plateforme de communication durable avec l'administration nationale et les gouvernements locaux.



3. Identifiez les organismes publics / autorités de gestion intéressés à rejoindre le Club de la Convention des Maires en tenant compte de leur agenda national et de leurs responsabilités. Ces activités visent à renforcer leur capacité à établir un inventaire des émissions et un PAED et à utiliser les opportunités de financement des projets d'énergie durable.

Une collaboration et un dialogue constructif entre le Club de la Convention des Maires et les autorités de gestion peuvent contribuer à :

- Promouvoir la Convention des Maires et ses avantages au niveau national,
- Promouvoir le rôle du Club de la Convention des Maires dans le cadre de la politique nationale de l'énergie durable et de protection du climat,
- Améliorer la perception qu'ont les responsables publics de la Convention des Maires au niveau national.

4. Envoyez aux organismes publics / autorités de gestion un message expliquant la vision du Club de la Convention des Maires, à savoir une plateforme de communication et de coopération pour une collaboration multisectorielle visant à aider les collectivités territoriales à atteindre les objectifs de la Convention des Maires. Demandez-leur de signer la Charte du Club de la Convention des Maires.

Exemple de stratégie de communication ciblant les organismes publics / autorités de gestion :

- Demandez-leur ce qu'ils attendent du Club de la Convention des Maires;
- Aidez-les à promouvoir leurs activités au niveau national, notamment auprès des collectivités territoriales;
- Donnez-leur la parole pour exprimer leurs intérêts et opinions lors des rencontres du Club de la Convention des Maires.

5. Encouragez la discussion au niveau national sur la préparation d'un plan d'action du Club de la Convention des Maires qui permettrait de renforcer la mise en place de la Convention des Maires. Cette étape inclut l'organisation de réunions informelles du Club de la Convention des Maires traitant de la synergie entre les activités menées par les organismes publics, les collectivités territoriales et les autres acteurs clés.

6. Participez à des événements nationaux existants pour y présenter la Convention des Maires et consultez les critères et règles des programmes de financement.

Dégustation

... pour le Club Pologne de la Convention des Maires

L'effet le plus spectaculaire a été la coopération réussie avec le Fonds National pour la protection de l'environnement et la gestion des eaux qui est devenu le premier Coordinateur de la Convention des Maires en Pologne.

Un arôme tout particulier : un programme spécifique pour le financement des PAED a été mis en place en Pologne afin d'aider les signataires de la Convention des Maires à remplir leurs engagements et inciter d'autres collectivités territoriales à rejoindre l'initiative.

... pour le Club Slovaquie de la Convention des Maires

Grâce à la vaste campagne de communication sur la Convention des Maires et aux tables rondes organisées lors des rencontres du Club Slovaquie de la Convention des Maires, la perception de la Convention des Maires au niveau national s'est grandement améliorée. La Charte du Club Slovaquie de la Convention des Maires a été signée par le Ministère de l'Economie, le Ministère des Transports, de la Construction et du Développement Régional et par le Ministère de l'Environnement. Grâce à la participation d'organismes publics au Club Slovaquie de la Convention des Maires et à l'étroite coopération avec le Ministère de l'Economie et avec l'Agence Slovaquie de l'Innovation et de l'Energie, les priorités de la Convention des Maires et des Plans d'Action en faveur de l'Energie Durable ont été intégrées dans la nouvelle ébauche de Programme Opérationnel « Qualité de l'environnement » sur la période de programmation 2014-2020.

Conseils

➤ Impliquez des représentants des ministères et institutions financières nationales en tant qu'intervenants ou participants aux ateliers. Cela leur fera prendre conscience des besoins des collectivités territoriales et de la nécessité de les soutenir.

➤ Ne vous découragez pas même si les responsables tardent à répondre à vos invitations ou suggestions. Pour réussir, il est essentiel de garder le contact, de les informer patiemment et régulièrement sur les événements organisés et de leur présenter les bonnes pratiques des collectivités territoriales exemplaires. Lorsque des signataires de la Convention des Maires sont reconnus ou récompensés pour leur politique énergétique locale, faites-le savoir à un vaste public.

➤ Travaillez avec le bureau qui représente les collectivités territoriales de votre pays à Bruxelles pour diffuser vos travaux. Votre implication et votre visibilité sont importantes pour convaincre les ministères et institutions financières de soutenir les signataires de la Convention des Maires.

➤ Organisez un lobbying positif au niveau national pour soutenir les signataires de la Convention des Maires en créant des dispositifs financiers spécifiques.

Vous n'êtes pas seul(e) à table !

Vous souhaitez créer un Club de la Convention des Maires ?
Profitez de l'expérience de Clubs déjà en place !



Allemagne **Jenny-Claire Keilmann**, Climate Alliance
✉ j-c.keilmann@climatealliance.org

Autriche **Friedrich Hofer**, Climate Alliance Austria
✉ friedrich.hofer@klimabuendnis.at

Bulgarie **Dragomir Tzanev**, EcoEnergy
✉ dtzanev@eneffect.bg

Flandre **Alex Verhoeven**, VSG (Association of Flemish Cities & Municipalities)
✉ alex.verhoeven@vvsb.be

France **Sylvie Lacassagne**, Energy Cities
✉ www.energy-cities.eu/sylvie

Italie **Maurizio Zara**, Climate Alliance Italy
✉ m.zara@climatealliance.it

Pays-Bas **Anna Schoemakers**, Klimaatverbond
✉ anna.schoemakers@klimaatverbond.nl

Pologne **Anna Jaskula**, Polish Network Energie-Cités
✉ biuro@pnec.org.pl

Région de la mer Baltique **Esther Kreutz**, Union of the Baltic Cities
✉ esther.kreutz@ubc.net

Roumanie **Leea Catincescu**, Orașe Energie România
✉ leea.catincescu@abmee.ro

Slovaquie **Natalia Shovkoplías**, CITENERGO
✉ natalia_shovkoplías@yahoo.com

Suède **Filippa Borgström**, Klimatkommunerna
✉ filippa.borgstrom@lund.se

Coordination du projet NET-COM

Kinga Kovacs, Energy Cities, www.energy-cities.eu/kinga
Laura Guérin, Energy Cities, www.energy-cities.eu/laura



Climate Alliance



Alleanza
per il Clima
Italia onlus



www.networkingcovenantofmayors.eu