


COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

« Des économies d'argent et d'énergie »

Présentée par : M. Mohamed Salah BOUZERIBA
Directeur Général - APRUE



SOMMAIRE

- Contexte ;
- Rôle de l'APRUE ;
- Stratégie de communication.



CONTEXTE

- ❑ Relance économique ;
- ❑ Ouverture du marché ;
- ❑ Amélioration du cadre de vie ;
- ❑ Croissance démographique ;
- ❑ La maîtrise de l'énergie n'est pas encore reconnue d'utilité publique ;
- ❑ contexte difficile du notamment à la tarification de l'énergie.



Quel est le rôle de l'APRUE?

- Promouvoir les économies d'énergie dans l'ensemble des secteurs d'activités: bâtiment, ménages, transports, industrie,
- Mobiliser les acteurs autour des enjeux de la maîtrise de l'énergie,
- La démarche est de faire-faire.



Publics clés



Professionnels



Milieu scolaire

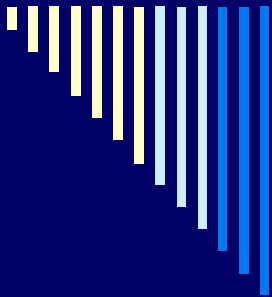


Grand public



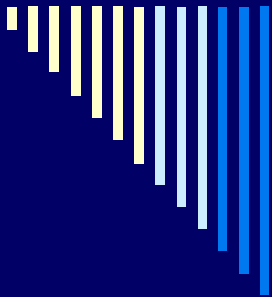
Décideurs

- Partenaires
- Gouvernement



Professionnels





Stratégie de communication

Professionnels

- Favoriser le partenariat avec les grands consommateurs d'énergie ;
- Identifier un portefeuille de projets aux résultats probants ;
- Vulgariser les cas de bonnes pratiques;
- Encourager la reproduction de ces cas de bonne pratiques ;
- Favoriser l'échange d'expériences entre les professionnels.

Outils *Professionnels*



Publications



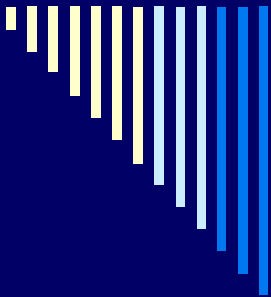
Salons et expositions



Séminaires



Renforcem.
de capacités



Milieu scolaire





Stratégie de communication

Milieu Scolaire

- Recherche de partenariat (Ministère de l'Education Nationale, Associations de parents d'élèves, Collectivités locales).



Stratégie de communication

Milieu Scolaire

La finalité : Introduction du concept d'efficacité énergétique dans le programme scolaire.

Vecteur important pour le développement de la culture de la maîtrise de l'énergie en Algérie.

Outils

Milieu Scolaire



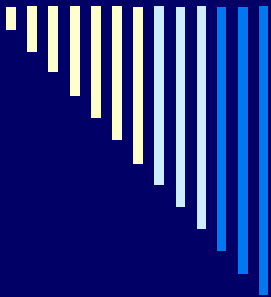
Journées portes ouvertes



Supports pour l'éducation



Guides
pédagogiques



Grand public





Stratégie de communication *Grand Public*

- Agir sur le comportement des ménages,
- Parler le langage de l'argent,
- Rendre les messages concrets et les concevoir de manière à ce qu'ils soient facilement décryptés par les ménages,
- Eviter de culpabiliser les ménages.



Stratégie de communication

Grand Public

- Crédibiliser les campagnes de sensibilisation par des actions concrètes de maîtrise de l'énergie sur le terrain,
- Favoriser la pénétration sur le marché d'équipements électroménagers performants.

Outils *Grand Public*



Spots TV



Guides



Promotion du PNME



Site Web APRUE



Perspectives

- Programme de communication associé au PNME 2007-2011
- Deux projets phares: les LBC et le GPLc.



Merci de votre attention