

## 1.1. Stratégie et matériel de mobilisation

dans le cadre du projet RenovRoueRad, lauréat RENOLAB/[RENOLAB.ID](https://www.renolab.id) 2021

Auteur: Jules Bretilot - **Habitat et Participation**



### Table des matières

Introduction	1
Résumé des résultats détaillés dans le livrable	2
Planification et organisation des actions et événements de mobilisation	3
Résultat de la stratégie de mobilisation	4
Leviers	5
Freins	7
actions et activités de mobilisation	8
Conclusion et propositions d'amélioration de la stratégie de communication	11
Ligne du temps de la mobilisation	12
Annexe	14



## Introduction

L'objectif d'Habitat et Participation était de **démontrer le potentiel d'une dynamique à l'échelle du quartier pour accélérer la mobilisation** des ménages dans la rénovation énergétique de leurs logements, et **expérimenter les conditions de succès de cette mobilisation**. Le défi est double : premièrement, celui de parvenir à **atteindre** le chiffre de 20 ménages engagés, aux profils variés, par vague de rénovation. Deuxièmement, il s'agit de **maintenir** leur niveau d'enthousiasme sur le long terme, à l'aide de dispositifs et de processus participatifs.

La stratégie de mobilisation s'est appuyée sur une **démarche multi canaux pour toucher la diversité des habitants du quartier** (âges, origines socio-culturelles,...). Les habitants engagés dans le projet ont aussi été mobilisés pour mobiliser leurs voisins. Cette approche par pairs a porté ses fruits.

On peut distinguer **deux phases lors de ce processus de mobilisation** :

- Une **première phase** avant juin 2023, où la mobilisation s'est axée sur **l'approche groupée et le subsidé Renolab.ID**, à savoir une rénovation groupée permettant des économies d'échelles et une prise en charge à concurrence de 50% des frais d'architecte et d'étude. La crise énergétique liée à la guerre en Ukraine survient pendant cette phase.
- Une **deuxième phase** commence à partir de juin 2023, date à laquelle nous communiquons sur l'appel à projet **FEDER qui permet de financer jusqu'à 80% des travaux** de rénovation, sous certaines conditions dont un taux de participation d'au moins 20% des habitants.

L'aspect financier change radicalement le résultat de ces deux phases.

Ces deux phases diffèrent des deux phases prévues lors de la rédaction du projet. Initialement, nous devions faire une première phase de mobilisation pour la vague 1 puis une deuxième phase pour la vague 2, en utilisant les apprentissages issus de la mobilisation de la phase 1. Cependant, il nous paraît plus pertinent de différencier ces phases par rapport à la mobilisation dans le cadre de l'appel FEDER et ce pour plusieurs raisons :

- L'aspect vraiment nouveau dans la phase 2, et qui nous a permis de toucher plus de monde, est le subsidé FEDER.
- Les travaux de la V1 ayant pris du retard, nous n'avons pas pu capitaliser sur cet acquis pour la mobilisation de la V2.
- La mobilisation de FEDER a inclus des candidats de la V1 qui n'avaient pas besoin de PU et des candidats de la V2. La distinction était donc moins pertinente.

## Résumé des résultats détaillés dans le livrable

A travers ce projet, nous avons pu analyser **les éléments clés de la mobilisation** qui étaient nécessaires à son bon déroulement ainsi que **les aspects qui ont manqué ou qui auraient dû être plus développés** :

Ce qui nous semble être primordial de conserver :

- **S'appuyer sur une structure locale et citoyenne.**
- **Engager les habitants dans la mobilisation de leurs voisins.**
- **Avoir une approche multicanale.**



Ce qui nous semble primordial de renforcer ou de créer :

- Avoir un **planning détaillé clair du projet et un budget de travaux**. Cela permet notamment de concrétiser collectivement des projets individuels.
- **Laisser la porte ouverte** aux habitants lors des actions de mobilisation en évitant de leur demander de se positionner sur un intérêt/engagement.
- Proposer un **diagnostic gratuit** aux habitants.

Ces éléments sont détaillés dans ce livrable. Ils s'appuient entre autres sur les leviers et les freins que nous avons relevés lors de la mobilisation.

Les leviers principaux :

- **Une opportunité collective de réaliser des projets qui tardent à se concrétiser individuellement.**
- **La dynamique de groupe qui permet de lever des contraintes urbanistiques (isolation par l'extérieur).**

Les freins principaux :

- **Les habitants estiment en avoir déjà assez fait.**
- **L'âge : les personnes trop âgées pour pouvoir solliciter un prêt ou qui n'ont pas l'énergie de se lancer dans des travaux**
- **le frein financier.**

## Planification et organisation des actions et événements de mobilisation

La phase de mobilisation a eu lieu de janvier 2022 à septembre 2023. Après septembre 2023 (date de la remise de la candidature FEDER), les activités ont été concentrées sur le groupe de voisins engagés et non plus sur la mobilisation de manière générale. Ci-dessous, un tableau avec les actions de mobilisation.

	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9	M 10	M 11	M 12	M 13	M 14	M 15	M 16	M 17	M 18	M 19	M 20	M 21	M 22	M 23	M 24	
Préparation des outils de com.	■	■	■											■	■			■	■						
Porte à porte	■	■	■	■	■	■	■	■	■							■	■	■	■	■	■	■			
Réseaux sociaux + affiches			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Séance d'information			■	■		■			■		■					■		■	■	■	■				
Réalisation des vidéos			■	■				■	■																
Evènement du quartier																		■			■				
Soirées conviviales										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■





narratif du projet, narratif ancré dans le quartier. La grande majorité des habitants intéressés et / ou engagés dans le projet ont été rencontrés via le porte à porte, ont participé à une réunion d'information ou à des moments conviviaux, ont interagi avec nous via les réseaux sociaux.

La redondance des informations, l'implémentation locale du projet permet aux habitants d'initier et/ou de mûrir une réflexion sur la rénovation énergétique. **Ces actions sont donc complémentaires.**

- L'importance de **s'appuyer sur une structure locale, en qui les habitants ont confiance**. Les habitants sont plus enclins à écouter les propositions du projet et à soutenir ce projet dont ils connaissent les porteurs. Plus qu'une structure locale, ce sont les habitants eux-mêmes qui sont à l'origine du projet, ce qui facilite vraiment le dialogue avec les voisins et la création d'un narratif.

Nous avons constaté que plusieurs éléments liés au projet, ou non, entraînent un désengagement des personnes.

- **L'estimation flou du coût des travaux** : certaines personnes ne se rendent pas compte qu'elles n'ont pas le budget pour faire leur projet, et ce malgré un premier intérêt. L'estimation (haute) du coût des travaux a créé une vague de désengagement.
- **Les avis techniques différents** : Tout le long du projet, différents appuis techniques ont été sollicités (architecte, conseiller PEB, Homegrade, urbanisme de la commune). Les messages ne concordent pas toujours, ce qui a un impact sur le budget des habitants et maintient l'incertitude. Ce fut notamment le cas lors de la réalisation de diagnostics payants par Brouae, dont les conclusions augmentaient sensiblement le coût des travaux par rapport aux estimations de l'architecte.
- **La crise énergétique** : si elle a pu être utilisée comme argument en faveur de la rénovation, elle a fortement impacté la capacité de financement des personnes et les coûts des travaux.
- **Les contraintes urbanistiques** : Les contraintes urbanistiques ont déclenché des départs chez les habitants (qui doivent mettre leurs infractions en règle, ne peuvent pas faire les travaux qu'ils souhaitent, qui voient une augmentation de leur budget,...)
- **Le temps du projet** : lié entre autres aux allers-retours avec l'urbanisme, à l'incertitude des prix, aux désistements... Cela augmente la probabilité qu'un élément extérieur arrive et condamne la participation au projet (divorce, autres investissements importants,...) et peut générer une lassitude chez les candidats.
- **Projet FEDER** : réengagement de nombreuses personnes parce que le frein financier est levé.

Lors des échanges avec les habitants, nous avons essayé de documenter les leviers et les freins à la participation au projet de rénovation énergétique groupée. Lors du porte-à-porte nous demandions aux habitants ce qui les intéressait dans le projet ou la raison de leur désintérêt.



Le porte-à-porte n'a pas été réalisé sous forme de questionnaire scientifique, approche qui nous semblait trop agressive. Nous avons opté pour une discussion et avons documenté les éléments qui en ressortaient. Ainsi un levier ou un frein peut en cacher d'autres qui n'ont pas été explicitement exprimés.

De plus, nos tableaux leviers et freins montrent des arguments objectifs, présentés de façon structurée, qui ne traduisent pas entièrement les discussions et la porosité des différents arguments entre eux. Effectivement certains freins et/ou leviers vont être plus plébiscités en fonction de l'orientation que prend la discussion, l'humeur des personnes au moment où nous les rencontrons, l'heure de la journée, l'interprétation que nous faisons de la discussion... En analysant ces chiffres objectifs, il faut garder en tête la subjectivité des discussions.

## Leviers

6 leviers ont été relevés lors des échanges :

- **L'intérêt financier** : Pris en compte dans les leviers lorsque les personnes marquent un intérêt pour le prix des travaux. Étant donné que nous n'avions pas forcément d'estimatif précis du coût des différents postes de travaux lors du porte-à-porte, nous avons pris le parti de prendre en compte ici les personnes intéressées par le projet manifestant un intérêt particulier pour les prix.
- **Le souhait de faire des travaux de rénovation énergétique** : Pris en compte dans les leviers lorsque les personnes identifient dès le porte-à-porte des travaux qu'elles souhaiteraient réaliser avec le projet. Ne sont pas prises en compte les personnes qui mentionnent uniquement l'isolation de la façade avant.
- **La possibilité d'isoler sa façade par l'extérieur** : Prise en compte dans les leviers lorsque les personnes identifient dès le porte-à-porte l'isolation de la façade avant par l'extérieur. Pour beaucoup, ceci est lié à la dynamique collective qu'ils identifient comme un potentiel levier pour lever les contraintes urbanistiques.
- **La dynamique collective** : Prise en compte dans les leviers lorsque les personnes mentionnent explicitement la dynamique collective. Est souvent liée à l'isolation de la façade avant ou à l'aspect financier.
- **L'aspect écologique** : Pris en compte dans les leviers lorsque les personnes mentionnent explicitement l'aspect écologique
- **Le gain de temps lié à l'approche collective**: Pris en compte dans les leviers lorsque les personnes perçoivent dans le projet une prise en charge des démarches dont elles pourront se décharger.

RAISON DE L'INTÉRÊT POUR LE PROJET	NOMBRE DE MÉNAGE
SOUHAITE FAIRE DES TRAVAUX	23
POSSIBILITÉ D'ISOLER SA FAÇADE PAR L'EXTÉRIEUR	23
DYNAMIQUE COLLECTIVE	14

INTÉRÊT FINANCIER	9
ÉCOLOGIE	2
GAIN DE TEMPS	1

De nombreuses personnes ont manifesté leur intérêt sans donner plus de précision (intérêt pour une séance d'info, pour avoir des nouvelles, prendre le flyer pour nous contacter,...). Ceux-là ne sont pas repris dans le tableau ci-dessus. Par contre, ce tableau prend en compte la marque d'un intérêt plus documenté qui a donné lieu à une discussion, même si cet intérêt ne s'est pas concrétisée par un engagement.

A travers ce tableau, nous pouvons voir que beaucoup d'habitants voient en ce projet une possibilité de concrétiser les travaux qu'ils souhaitent faire. **Une opportunité à saisir collectivement de projets qui tardent à se concrétiser individuellement.**

**L'aspect financier**, qui est peu plébiscité ici, est sûrement un levier sous-jacent de cette opportunité collective, comme nous le verrons dans les freins. Une des raisons qui peut expliquer la faible représentation du levier financier est le manque d'informations transmises aux habitants sur les économies d'échelles lors du porte-à-porte. Ainsi il est compliqué pour eux de citer explicitement ce levier, mais la demande d'informations sur les prix le suggère.

**L'isolation de la façade par l'extérieur est aussi un élément qui a beaucoup mobilisé, car compliqué à réaliser tout seul pour des raisons urbanistiques.** De nombreux habitants étaient intéressés par cet aspect pour différentes raisons : dernier poste de travail énergétique à réaliser, freins urbanistiques rencontrés préalablement, maintien de la surface habitable par rapport à l'isolation par l'intérieur.

Enfin la **dynamique collective** est aussi ressortie plusieurs fois et s'exprime au travers des autres leviers : économie d'échelles, poids du groupe pour mettre des balises urbanistiques, opportunité collective. Un autre aspect, qui est évoqué à travers le gain de temps, et qui peut faire partie de cette dimension collective, est **l'accompagnement structuré** d'un projet de rénovation.

## Freins

12 freins ont été relevés lors des échanges :

- **Estime avoir déjà tout (ou assez) fait** : Pris en compte dans les freins lorsque les personnes justifient leur désintérêt par les travaux qu'ils ont déjà réalisés.
- **Personnes âgées (pas envie de mettre de l'énergie dans les travaux et/ou pas de possibilité de prêt)** : Pris en compte dans les freins lorsque les personnes justifient leur désintérêt par leur âge ou qu'elles ne le justifient pas mais sont âgées.
- **Financier** : Pris en compte dans les freins lorsque les personnes justifient leur incapacité à prendre part par leur situation financière.
- **Déménagement** : Pris en compte dans les freins lorsque les personnes justifient leur désintérêt par un départ du quartier.
- **Locataire** : Pris en compte dans les freins lorsque les personnes ne sont pas propriétaires.



- **Pas le bon moment pour investir** : Pris en compte dans les freins lorsque les personnes justifient leur désintérêt par d'autres projets en cours ou en prévision, prioritaires sur la rénovation.
- **Situation familiale** : Pris en compte dans les freins lorsque les personnes justifient leur désintérêt par une situation familiale compliqué.
- **Préfère faire les travaux tout seul** : Pris en compte dans les freins lorsque les personnes préfèrent faire les travaux de leur côté pour diverses raisons : Auto rénovation, sont elles-mêmes des entrepreneurs.
- **Approche collective** : Pris en compte dans les freins lorsque les personnes voient un frein en l'approche collective et considèrent qu'un projet de rénovation est trop individuel pour se réaliser collectivement.
- **Prix de la facture d'énergie acceptable, pas besoin de travaux** : Pris en compte dans les freins lorsque les personnes estiment ne pas avoir besoin de rénover énergétiquement leur logement, même sans évoquer le fait qu'elles aient déjà fait des travaux.
- **Confiance** : Pris en compte dans les freins lorsque les personnes n'ont pas confiance en nous ou dans la rénovation énergétique de façon générale (peur de l'humidité en l'occurrence).

FREINS POUR REJOINDRE LE PROJET	NOMBRE DE MÉNAGE
ESTIME AVOIR DÉJÀ TOUT (OU ASSEZ) FAIT	32
PERSONNES ÂGÉES (PAS L'ÉNERGIE ET/OU PAS DE POSSIBILITÉ DE PRÊT)	18
LOCATAIRE	18
DÉMÉNAGEMENT	12
FINANCIER	7
BARRIÈRE DE LA LANGUE	7
PRÉFÈRE FAIRE LES TRAVAUX TOUT SEUL	5
PAS LE BON MOMENT POUR INVESTIR (AUTRES PROJETS EN COURS, SORTENT TOUT JUSTE DE TRAVAUX)	4
SITUATION FAMILIALE	4
PRIX DE LA FACTURE D'ÉNERGIE ACCEPTABLE, PAS BESOIN DE TRAVAUX	4
APPROCHE COLLECTIVE	2
CONFIANCE	2

Comme pour les leviers, de nombreux voisins ne s'expriment pas sur la raison de leur désintérêt. Ils estiment ne pas avoir à se justifier. Certaines réponses semblent aussi être utilisées pour éviter que nous



revenions les voir. Des propriétaires assurent notamment avoir tout fait alors que ce n'est clairement pas le cas.

C'est la raison principale qui fait que les habitants ne souhaitent pas s'engager dans le projet : **Les habitants estiment en avoir déjà assez fait.**

A travers le tableau ci-dessus, nous remarquons aussi que **l'âge est un critère qui freine l'engagement des habitants**. Soit pour des raisons financières, avec notamment le manque d'accès aux prêts, soit par manque d'énergie à mettre dans les travaux. Effectivement, la rénovation est souvent perçue comme énergivore par les habitants, tant pendant les travaux qu'après (nouvelles habitudes à prendre).

**Un autre frein qui peut être lié à plusieurs cases du tableau est le frein financier.** Certains l'évoquent très explicitement. Pour d'autres, il se fait ressentir à travers l'argument de l'âge, du mauvais moment pour investir et/ou du prix de la facture d'énergie acceptable (rapport entre prix des travaux et prix de l'énergie). De plus, on peut imaginer que de nombreuses personnes qui estiment avoir déjà assez fait de travaux sont freinées par l'aspect financier pour en faire de nouveaux.

Le frein financier est aussi évoqué quand les personnes font part de leur intérêt pour le projet. Celles qui font part de leur désintérêt vont être moins enclines à donner une raison.

Enfin, plusieurs personnes pointent explicitement **l'approche collective comme frein**, car elle n'est pas compatible, selon eux, avec un projet de rénovation énergétique qui est très personnel et où chacun doit pouvoir choisir ses matériaux, son entrepreneur,...

## Actions et activités de mobilisation

Voici la liste exhaustive des actions et activités réalisées pour mobiliser les habitants du périmètre, en phase 1 et en phase 2 :

- **Porte-à-porte avec flyer**

Nous nous sommes rendus **chez tous les habitants du périmètre** de la Cité Jardin en nous efforçant de varier les jours et les horaires afin de toucher le plus grand nombre de personnes.

Le porte-à-porte a été utilisé à différents moments du projet :

- **Comme premier contact avec les habitants**, pour leur faire connaître l'existence du projet et leur remettre un flyer explicatif.
- **Pour relancer les habitants hésitants** quand nous avons de nouveaux éléments à leur transmettre (PU, FEDER).

Mais aussi de façons différentes :

- Uniquement par un salarié de la structure Habitat et Participation : **nous nous présentions comme partenaire du collectif de la Roue**, une Asbl composée d'habitants de la Cité Jardin qui est connue des habitants du quartier. Cela facilite la mobilisation car c'est une structure locale qui n'est pas associée à un acteur public ou commercial.



- Par un salarié de la structure Habitat et Participation accompagné d'un voisin ambassadeur (candidat à la rénovation énergétique groupée) : **Le porte-à-porte avec un voisin ambassadeur s'est avéré plus concluant** : les voisins sont plus enclins à montrer de l'intérêt face à l'un de leurs voisins que face à la structure H et P, associée à une prospection commerciale pour certains. Cette méthode requiert plus de temps, dû aux conversations de voisinage qui se déroulent alors naturellement, mais elle reste tout de même plus productive.

**Certaines portes ne s'ouvrent que si nous sommes accompagnés d'un voisin ambassadeur.** C'est donc un élément déterminant pour une partie de la mobilisation.

Nous avons conservé les coordonnées et informations des personnes rencontrées ainsi que leur intérêt à participer au projet - et la raison du (dés)intérêt quand nous avons su nous les procurer.

Ces informations nous ont permis de baliser la majorité du quartier et de repasser au moment opportun chez les habitants hésitants, lorsque nous avons des réponses à apporter à leurs questionnements et/ou freins. Cela nous a été très utile dans la mobilisation pour FEDER.

- ***Pose d'affiches dans le quartier***

Des affiches ont été apposées aux endroits stratégiques du quartier, à savoir sur les panneaux d'information du collectif de la Roue et chez les commerçants, pour éveiller la curiosité des habitants, toucher ceux que nous avons manqué lors des portes-à-portes et communiquer sur les avancées du projet. Les informations-clés y figurent : les dates des réunions d'information et les contacts du projet.

- ***Organisation de séance d'information***

Différentes séances d'information ont eu lieu pour expliquer le projet et ses avancées aux habitants intéressés. Les séances d'information se sont organisées à la suite de porte-à-porte. Les affiches et les publications sur les réseaux sociaux nous ont permis de communiquer sur ces événements.

Nous pouvons distinguer deux types de séance d'information :

- Celles organisées par les porteurs de projet, principalement au début du projet puis pour FEDER. Elles sont destinées à l'ensemble des habitants de la Cité Jardin.
- Celles organisées chez un habitant candidat à la rénovation et avec lui. Celles-ci sont destinées aux voisins directs de l'habitant et les invitations sont faites par lui. Comme pour le porte-à-porte avec un voisin ambassadeur, cela permet de toucher des habitants qui ne seraient pas venus sinon.

Dans les deux situations, les séances d'information sont organisées de façon conviviale, autour d'une boisson et de biscuits apéritifs. La communication se fait également dans ce sens. La participation y restait très limitée, mais permettait de maintenir du momentum dans le projet en communiquant sur ces moments.



- **Réalisation de capsules vidéos**

Nous avons réalisé des capsules vidéos en français, sous-titrées en néerlandais, pour promouvoir le projet sur les réseaux sociaux. Dans celles-ci, les différents acteurs du projet sont interviewés pour décrire leur rôle, leur vision du projet, leurs objectifs. L'objectif est d'avoir des vidéos courtes et accessibles aux habitants.

A travers ces vidéos, les habitants du quartier peuvent avoir une vision claire des différents partenaires et de leur rôle. Ceux-ci peuvent aussi exprimer, de leur point de vue de professionnels, les atouts du projet. Enfin les candidats rénovateurs expriment des visions auxquelles les habitants peuvent s'identifier.

**L'objectif est de créer un narratif autour du projet, qui soit ancré dans le quartier, pour les habitants.**

- **Publication sur les réseaux sociaux**

Nous avons utilisé les réseaux sociaux pour partager de l'information, communiquer sur les réunions d'information, diffuser les capsules vidéos aux habitants du quartier de la Roue et partager sur les avancées du projet. Nous avons communiqué sur les groupes Facebook de la commune d'Anderlecht et du Collectif de la Roue, sur le site internet du Collectif de la Roue et sur Hoplr (réseau social de quartier).

- **Présence lors d'événements structurants dans le quartier**

Nous avons tenu un stand d'information lors de la journée sans voitures ainsi que la brocante de Bizet, pour capter le public présent à ces événements, public qui ne serait pas forcément venu à une séance d'information réalisée uniquement pour le projet de rénovation.

Dans le cadre du projet similaire Renov'Bizet dans le quartier limitrophe, nous avons également présenté le projet Renov'Roue-Rad et fait visiter une des maisons de la cité jardin en cours de rénovation.

Ces événements se passent sur l'espace public et nous pouvons avoir plus de matériel de communication que lors d'un simple porte-à-porte. La maquette de Bruxelles Environnement sur l'isolation a notamment été utilisée.

- **Organisation d'événements conviviaux**

Nous avons organisé des moments festifs mensuels intitulés « soirées conviviales de la Roue », avec pour objectif de toucher un public avec lequel nous n'arrivons pas forcément à échanger lors du porte-à-porte ou lors d'autres événements centrés sur la rénovation.

La communication pour ces événements s'est faite par les réseaux sociaux.



Le but de ces soirées était également de créer du lien pour que les informations circulent plus facilement entre habitants et pour sentir les freins potentiels à la rénovation que nous n'aurions pas identifiés autrement.

## Conclusion et propositions d'amélioration de la stratégie de communication

Suite à cette mobilisation pour un projet de rénovation énergétique groupée, plusieurs éléments nous semblent importants à conserver :

- **S'appuyer sur une structure locale et citoyenne** : Les habitants sont plus enclins à écouter les propositions et à soutenir un projet dont ils connaissent les porteurs.
- **Engager les habitants dans la mobilisation de leurs voisins** : l'approche par pairs fonctionne bien pour ce type de projet. De plus, les habitants ont intérêt à mobiliser leurs voisins pour augmenter la possibilité d'avoir des économies d'échelle.
- **Avoir une approche multicanale** pour la communication, afin de toucher un public diversifié et créer un narratif désirable.

D'autres éléments nous paraissent essentiels à renforcer ou à ajouter au projet :

- Communiquer dès le porte-à-porte sur un **planning détaillé clair du projet et sur un budget** : C'est un aspect-clé de l'approche groupée. Les différents projets individuels rendent compliqué ce niveau de précision qui freine des habitants à s'engager. Mais, comme nous avons vu qu'**un des leviers principaux est l'opportunité individuelle que représente ce projet collectif**, une possibilité pourrait être de ne pas laisser la mobilisation et l'aspect collectif freiner les projets individuels, avec plus de vagues moins nombreuses. Et donc des échéances claires et respectées pour chaque vague. Cela permettrait aussi d'avoir plus rapidement des retours d'expérience pouvant accélérer la mobilisation.
- **Lors du porte-à-porte, inviter les habitants à un événement** (séance d'information, soirée conviviale, diagnostic individuel des logements,...) plutôt que de leur présenter le projet plus frontalement : Cela permet de laisser la porte ouverte à un deuxième passage sans être trop insistant. De plus, les habitants ne sont pas mis dans une situation où ils doivent se prononcer. On les invite à **prendre le temps** d'en découvrir plus. Au début du projet, l'approche plus frontale a été faite, estimant que l'intérêt de l'approche groupée pourrait être suffisant. Ensuite l'approche plus douce (invitation à) à plus porter ses fruits.
- Proposer un **diagnostic gratuit** aux habitants pour leur permettre d'aller un pas plus loin dans leur réflexion sans s'engager sur des prix et un timing flous. Ce diagnostic doit avoir comme objectif d'aider les habitants à mieux comprendre leur logement et donc le projet qui leur convient.
- Cibler les mois de printemps/été pour le porte-à-porte : Les habitants sont plus enclins à ouvrir leurs portes et sont globalement de meilleure humeur !



## Ligne du temps de la mobilisation

Dans cette ligne du temps, la proposition est de ne pas être dans l'attente d'un groupe conséquent, mais d'assumer un timing fixe et rigide avec plusieurs départs. Cela peut être intéressant si le focus est de concrétiser les projets individuels.

D'autant plus que les économies d'échelle sont, pour l'instant, assez compliquées à prévoir et peuvent être contrebalancées par l'augmentation constante du coût des travaux.

L'aspect collectif reste cependant très important : rassurer, mutualiser le moment des démarches administratives, rassembler, créer un narratif, promouvoir une identité et une appartenance à un quartier. L'aspect économique lié au nombre peut être remis à la responsabilité des habitants eux-mêmes (ambassadeurs).

Saison	Activité de mobilisation			
En amont	Étude des typologies et estimation des prix/poste.			
hiver 1	Réalisation des outils de communication / mobilisation (flyers, vidéos, affiches)			
printemps 1	Communication réseaux sociaux et moments conviviaux	Diagnostics gratuits	Porte à porte et réunion d'information	
été 1			Liste des freins et leviers des habitants	
automne 1			Lancement groupe vague 1 - Moment festif avec tout le quartier	
hiver 2			Adaptation de la stratégie en fonction des leviers et des freins relevés	
printemps 2			Porte à porte et réunion d'information <b>avec voisins ambassadeurs</b>	
été 2			Accompagnement des différentes vagues avec désolidarisation des sans PU et PU (pourront rejoindre prochain groupe sans PU)	
automne 2				Lancement groupe vague 2 - Moment festif avec tout le quartier
X saisons				Possibilité de s'appuyer sur les rénovations sans PU de la V1 - Moment festif pour la fin de la mobilisation



## Annexe

Site web de la rénovation collective : <https://renov-roue-rad.brussels/>

- Flyers (traduits en néerlandais):
  - <https://drive.google.com/file/d/1LflKiAXLM4wjMbYXfLFlqUka8v76Rl3K/view?usp=sharing>
  - [https://drive.google.com/file/d/1sKp\\_kt3kLjSIV2o34vSy9\\_BXXhsbhemM/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1sKp_kt3kLjSIV2o34vSy9_BXXhsbhemM/view?usp=sharing)
  - <https://docs.google.com/document/d/1LyQmykIZPNvk9S6dag6DUz3q2cDJab75/edit?usp=sharing&oid=105000532760882728380&rtpof=true&sd=true>
  
- Affiches :
  - [https://drive.google.com/file/d/1ivOld2MT652VxZ21NWSan3DoCLpC\\_XX3/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1ivOld2MT652VxZ21NWSan3DoCLpC_XX3/view?usp=sharing)
  - <https://drive.google.com/file/d/1B4LxYW52kk7y1ctyJClwzO9z7G6Lk3YW/view?usp=sharing>
  - <https://drive.google.com/file/d/1bwoSf5-v1poYjhVMPoeL1cHK1UJk7pzw/view?usp=sharing>
  
- Vidéos :
  - <https://drive.google.com/file/d/1uNGSBtU116eLauVd-GV3N4jGhxKifvJq/view?usp=sharing>
  - <https://drive.google.com/file/d/12zvCl4YiWP5qjW5BvgpETVwrCmAcmi9/view?usp=sharing>
  - <https://drive.google.com/file/d/1ndJ-Qf75BCMXTDvOncEJeunRM-yNhs4L/view?usp=sharing>
  
- Articles :
  - <https://www.anderlecht.be/fr/agenda/renovation-energetique-groupee-seance-d-info>