



Association des  
Professionnels en  
Conseil Climat Energie  
et Environnement

# RENDRE LA TRANSITION CARBONE DESIRABLE : ENGAGER ET MOTIVER LES INDIVIDUS À RÉDUIRE LEUR EMPREINTE CARBONE



**Webconf APCC n°76**  
8 février 2024 à 11h



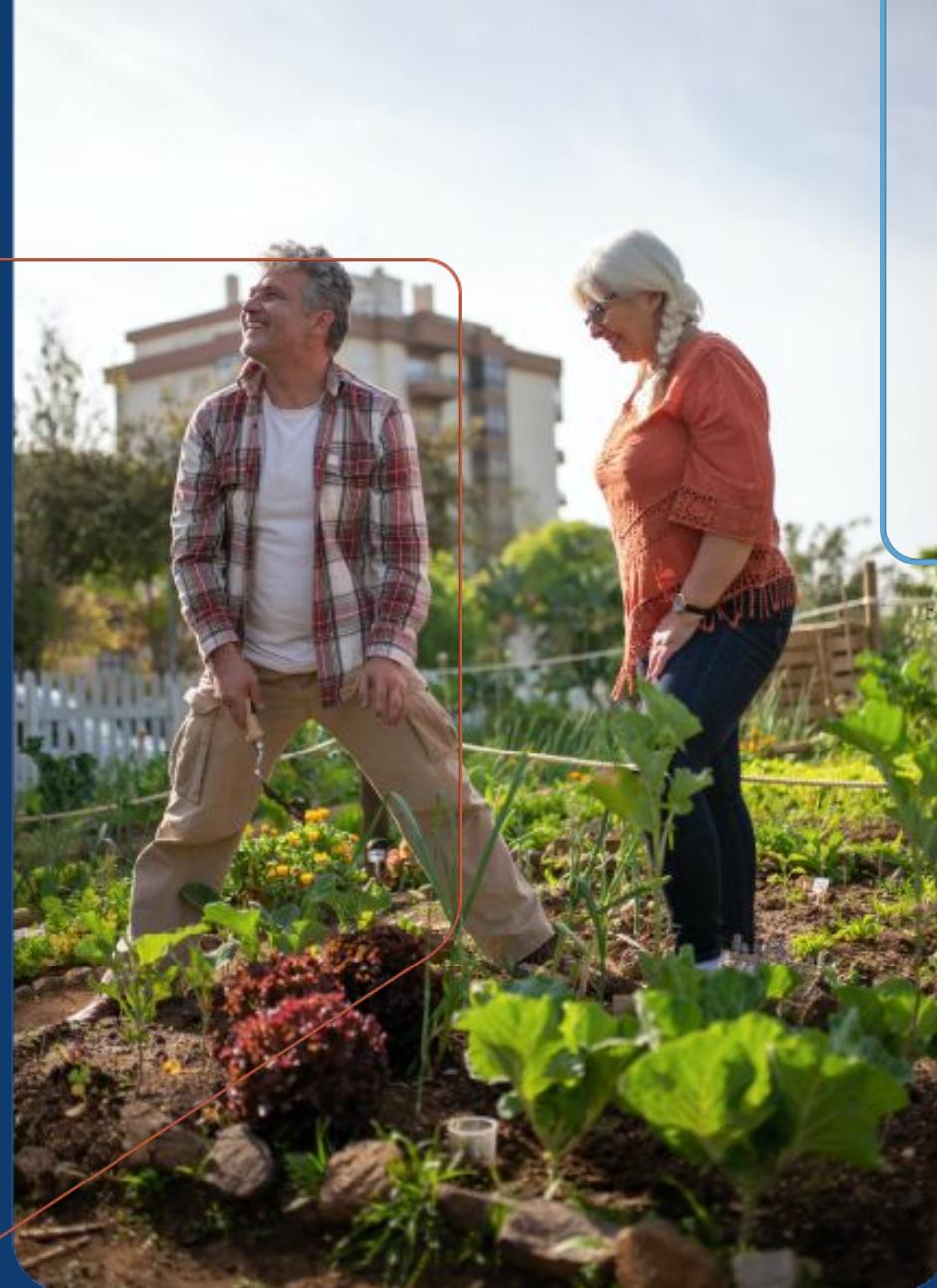
Co-financé par



En partenariat avec



Membre APCC



# Agenda

- Introduction (2 min)
  - Le design peut-il rendre la transition écologique désirable ? (35 min)
  - Questions/Réponses (10 min)
  - Un atelier pour rendre la transition désirable avec une experte invitée (20 min)
  - Questions/Réponses (15 min)
  - Conclusion (3 min)
-

# Introduction

- **Qu'est-ce que l'APCC ?**

Association des Professionnels en Conseil Climat, Énergie et Environnement

- **Posez vos questions !**

Tout au long de la webconférence, posez vos questions par écrit dans le module Q&R. Ces questions seront traitées au fur et à mesure par les intervenant.e.s.

Toutes les questions non répondues à la fin de la webconf recevront une réponse écrite à posteriori.

- **Slides et Replay**

Les slides et le replay seront disponibles dès demain sur le site de l'APCC. Vous serez notifié.e par mail dès la mise en ligne de ces éléments !



## Nathalie Garelli-Milius

Habilitée par l'ADEME Bilan Carbone depuis 2009, licenciée pour l'exploitation et l'utilisation de la Méthode Bilan Carbone® (ABC), membre actif de l'APC-Climat, conseil carbone et RSE : ACT® Pas à Pas, Bpifrance Diag'Impact & Diag Décarbon'Action, Parcours Sud Industrie 4.0 Carbone et Région Sud CEDRE Ambition.



## Cassandre Milius

Entrepreneure, designer et conférencière spécialisée dans le design UX/UI, l'éco-conception de services numériques, les sciences du comportement, et l'écoresponsabilité. Également habilitée par l'IFC Bilan Carbone.



### RSE

Diagnostic, analyse des parties prenantes, matrices de (double)matérialité, plans d'actions, reporting & communication écoresponsable, CSRD

### Climat

Bilan GES (bilan carbone) activité, produit, événement, stratégie bas carbone, compensation

### Transition écologique

Bilan environnemental, indicateurs, conduite du changement, écoefficience

### Economie circulaire

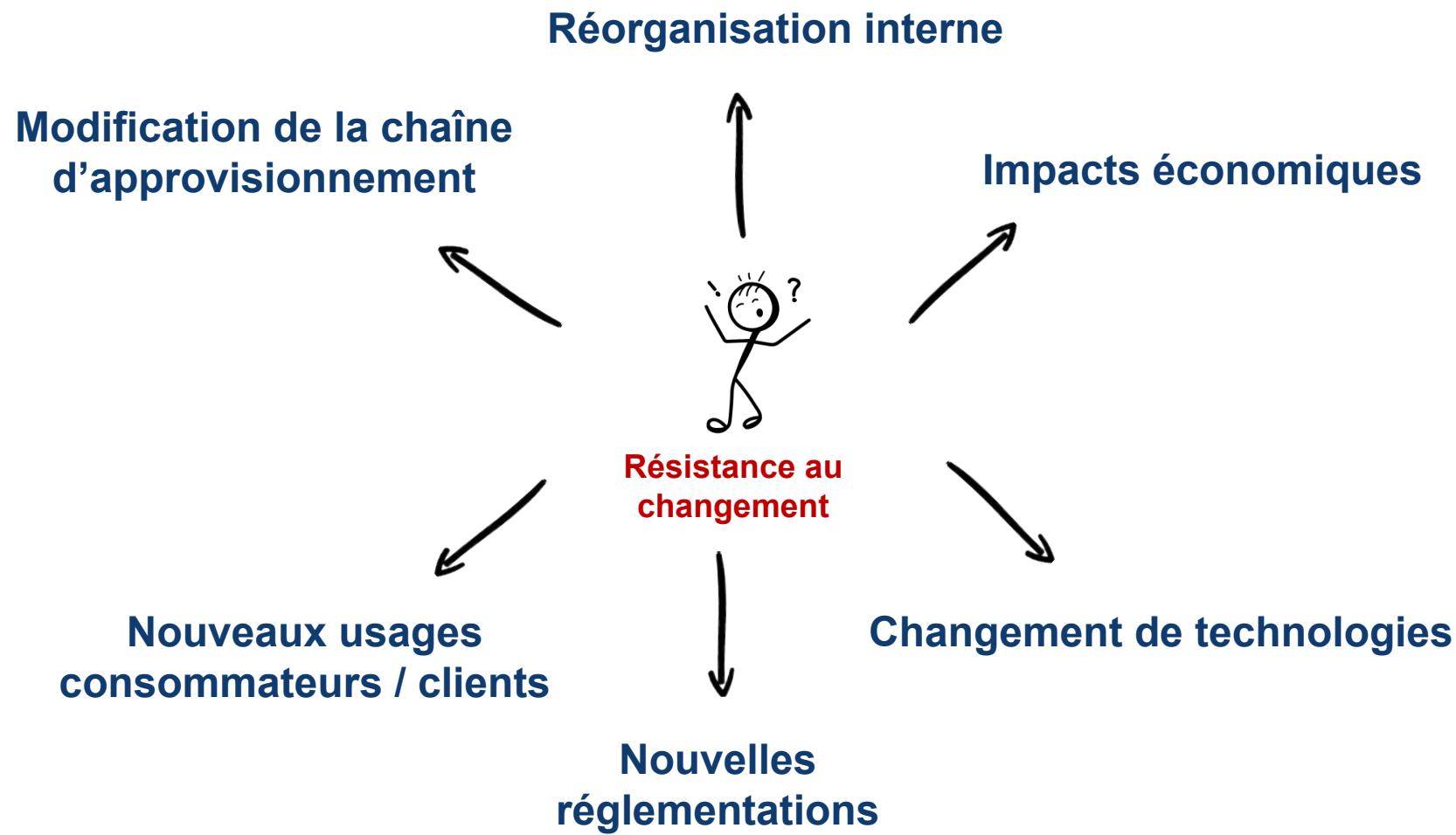
Achats durables, écoconception, Ecologie Industrielle Territoriale, économie de la fonctionnalité, recyclage...



1

# Présentation

# L'humain, 1<sup>er</sup> levier de la transition



**Et si le design avait le pouvoir de rendre la transition bas-carbone désirable ?**

Avant de commencer...

# Un petit sondage

## 3 français sur 4 déclarent avoir envie de changer leurs habitudes pour aller vers plus d'écoresponsabilité



Les représentations sociales du changement climatique - 24ème vague du baromètre, Sondage OpinionWay pour l'ADEME.

**Et si le design avait le pouvoir de rendre la transition bas-carbone désirable ?**

Concrètement...

Comment le design peut vous aider à :

**1.**

**Répondre aux nouvelles attentes écologiques de vos parties prenantes externes et leur faire adopter les bons comportements**

**2.**

**Mieux sensibiliser et engager vos collaborateurs dans la transition écologique**

# Les 3 pouvoirs du design

 **Créer des émotions**

 **Modifier les comportements**

 **Placer l'humain au centre**



# **Le design, c'est l'art et la science de rendre les choses désirables et agréables.**

Il aide à répondre aux besoins complexes des utilisateurs et des entreprises grâce à une pensée, des méthodologies et des processus.









Des relaxations pour relâcher la pression



Apprenez à méditer en quelques minutes par jour

Des méditations et des relaxations pour un sommeil réparateur



Stressez moins  
Retrouvez le sommeil



# Le design, c'est :



**L'esthétisme et l'écoresponsabilité du produit ou du service**



**La simplicité d'utilisation**



**L'accessibilité et l'inclusivité**



**L'éducation et la sensibilisation**



**L'expérience sensorielle avec le produit/service ou en magasin**

**etc.**

# Des enjeux côté collaborateurs

**+ 40 %**

**des membres des générations Z et des Millennials ont changé d'emploi ou de secteur en raison de préoccupations liées au climat, ou prévoient de le faire.**

*Gen Z and Millennial Survey, Deloitte (2023)*



Comment décririez-vous votre état d'esprit actuel par rapport à la consommation responsable ?

**78%**

des Français **se mobilisent** en faveur de la consommation responsable

+2 points



**13%**

**Engagé(e) :**

Je fais tout mon possible pour réduire l'impact de ma consommation et sensibiliser les autres

**66%**

**Concerné(e) :**

J'ai changé certaines de mes pratiques au quotidien pour réduire l'impact de ma consommation

**12%**

**Indifférent(e) :**

Je n'ai pas spécialement changé mes habitudes de consommation

-2 points

**6%**

**Agacé(e) :**

Je n'ai pas envie de changer ma façon de consommer

**4%**

Je ne sais pas

Le Baromètre de la consommation responsable, Greenflex, 2023

# Les barrières à lever



**25%**

des Français ne sont pas prêts à sacrifier leur liberté de choix au nom de l'environnement



**30%**

des Français se sentent exclus du mouvement écologique

L'Etude Les Français parlent Climat, 2022



**1<sup>er</sup> pouvoir  
du design**

**Créer des  
émotions**





ciwem.org



© piyaset - stock.adobe.com



scitechdaily.com





**Comment créer un univers émotionnel positif avec vos consommateurs/usagers quand il s'agit de transition écologique ?**

# Impliquer les consommateurs dans des initiatives communautaires

Le programme BOKS de Reebok



# Idée #2

# Éduquer de manière ludique les consommateurs et usagers

NISOLO Shoes



## Sustainability Facts

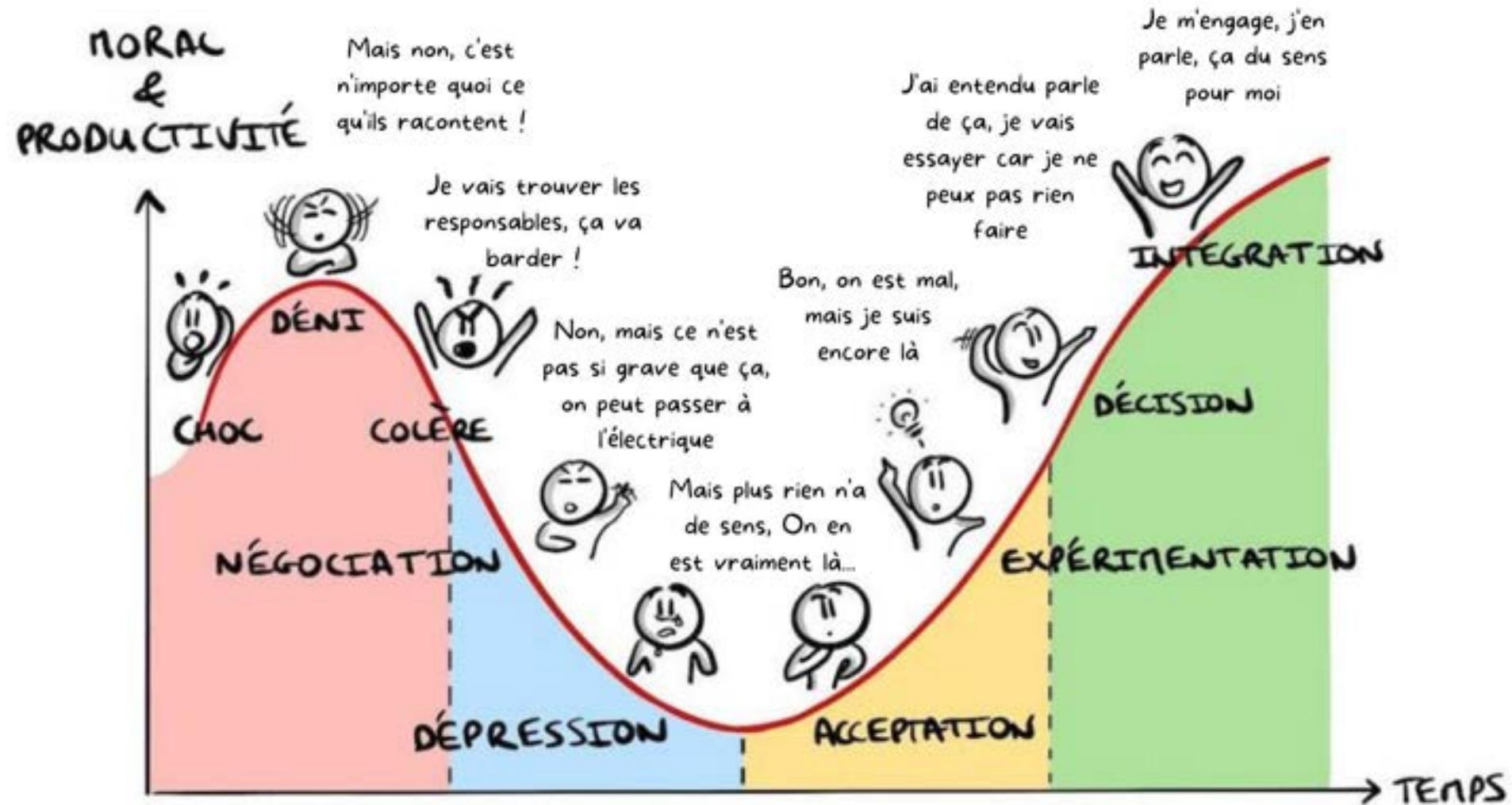
The fashion industry continues to have a devastating impact on People and the Planet.<sup>1</sup> We scored this product across 200 sustainability metrics to help clarify its social and environmental impact, promote greater transparency, and hold ourselves more accountable in hopes that the industry will begin to do the same.<sup>2</sup>

People	Product Score
<b>Grade: A</b>	
Wages & Payment	92%
% of Workers Paid Individual Living Wage <sup>3</sup>	100%
Health & Safety	93%
Worker's Rights & Governance	94%
Gender Equality & Empowerment	94%
Healthcare & Benefits	93%
Planet 25.5 kg CO <sub>2</sub> e <sup>4</sup>	Product Score
<b>Grade: B+</b>	
Carbon Footprint	94%
% of Carbon Emissions Offset <sup>5</sup>	100%
Raw Materials Integrity & Durability	88%
Processing & Manufacturing	83%
Packaging & Distribution	89%
Post Use Product Lifecycle	84%

**Comment créer un univers émotionnel positif pour encourager les comportements écoresponsables dans les organisations ?**

# LES ÉTAPES DU CHANGEMENT

Le modèle de Kübler-Ross, ou les cinq étapes du deuil



@Bloculus <https://wiki.climatefresk.org/>

# La dépression

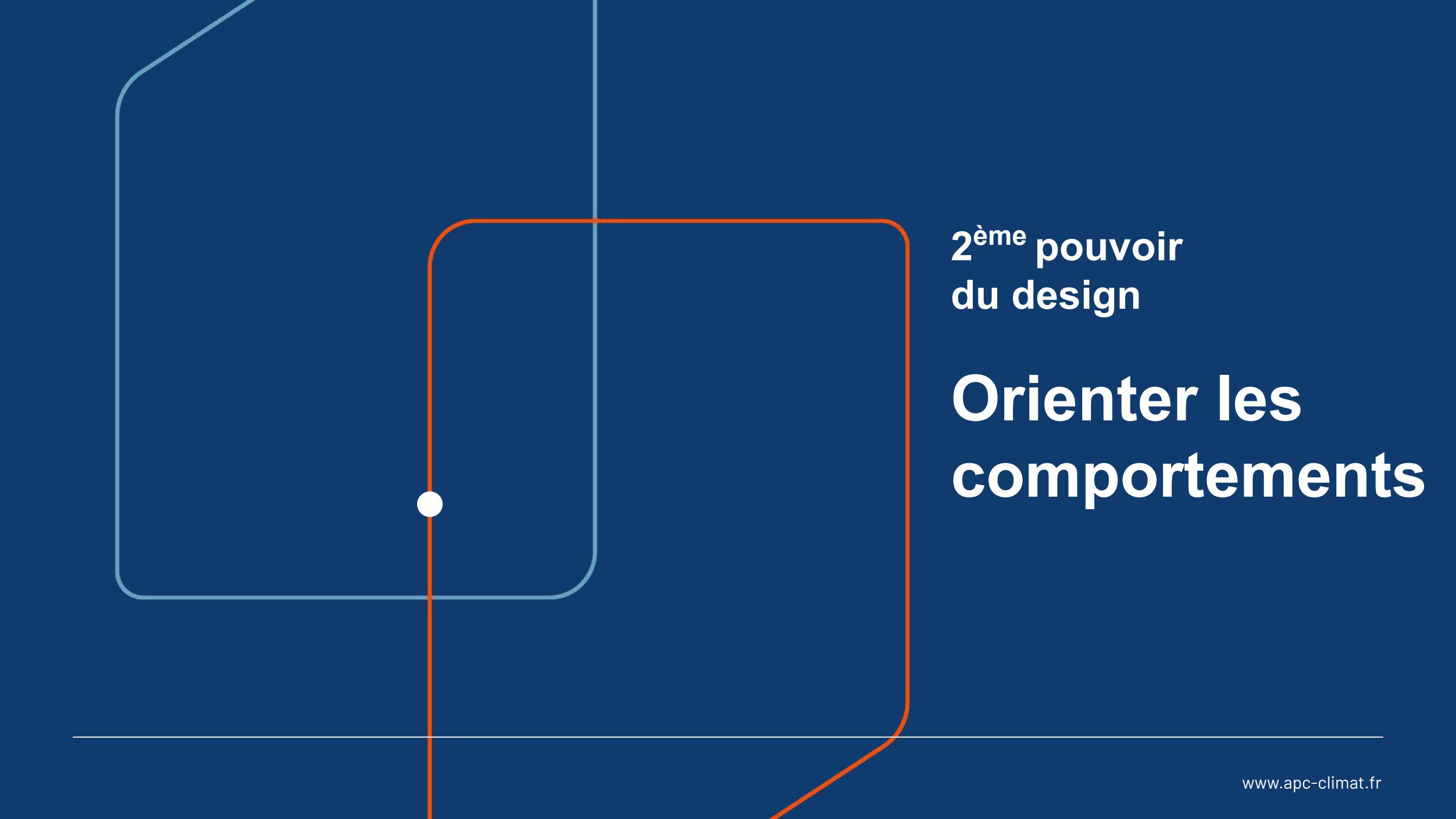
« PLUS RIEN N'A DE SENS,  
C'EST SANS ESPOIR »



# L'expérimentation

« J'AI ENTENDU PARLER DE  
ÇA, JE VAIS ESSAYER ! »



The background is a solid dark blue. On the left side, there are two overlapping rounded rectangular shapes. The outer one is light blue and the inner one is orange. A white dot is positioned on the vertical line of the orange shape. On the right side, there is white text.

**2<sup>ème</sup> pouvoir  
du design**

**Orienter les  
comportements**





Exemple de design dominant

# Le clavier QWERTY

**Exemple de design dominant**

**Le vélo**



# Cas pratique

La « dose parfaite », et comment en faire un design dominant



# Critères de réussite d'un design dominant



**Fonctionnalité  
Supérieure**



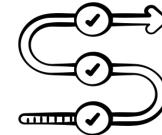
**Facilité  
d'utilisation**



**Coût-Efficacité**



**Compatibilité**



**Adaptabilité**



**Fonctionnalité  
Supérieure**

# Critères de réussite d'un design dominant



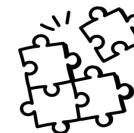
**Fonctionnalité  
Supérieure**



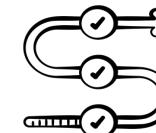
**Facilité  
d'utilisation**



**Coût-Efficacité**



**Compatibilité**



**Adaptabilité**



**Facilité d'utilisation**



# Critères de réussite d'un design dominant



**Fonctionnalité  
Supérieure**



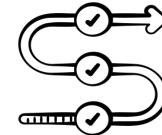
**Facilité  
d'utilisation**



**Coût-Efficacité**



**Compatibilité**



**Adaptabilité**

# Nudges

« Coups de pouce » qui visent à orienter les décisions des individus de manière subtile plutôt que par la contrainte.

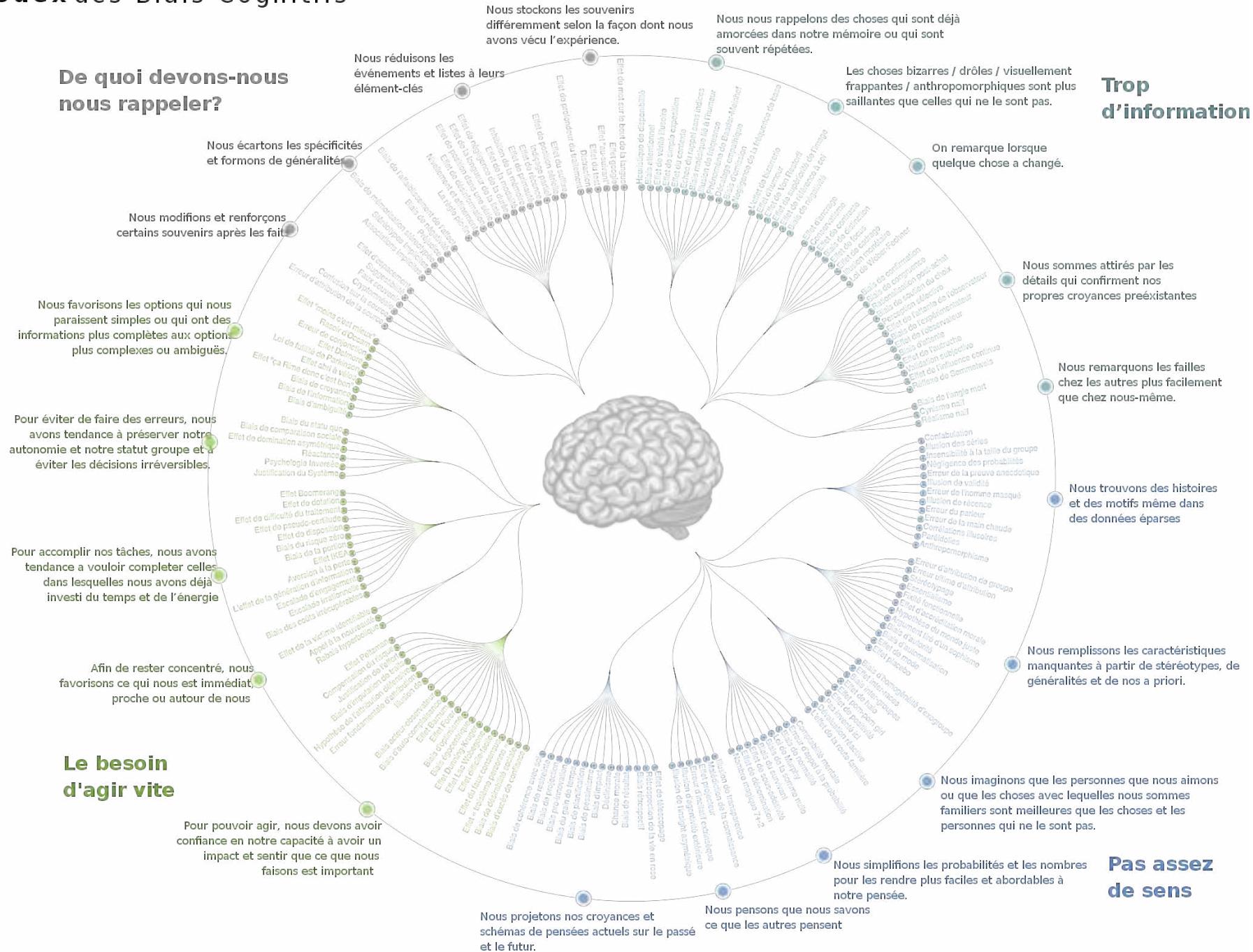
Les nudges utilisent les biais cognitifs et les tendances comportementales pour encourager des choix particuliers.







# Codex des Biases Cognitives



# Comment mettre ces nudges en pratique pour encourager des comportements écoresponsables ?



## Biais de l'inertie



Nudge de « l'option par défaut »



## Biais de renforcement positif



Nudge de « feedback positif »

# Les limites des nudges



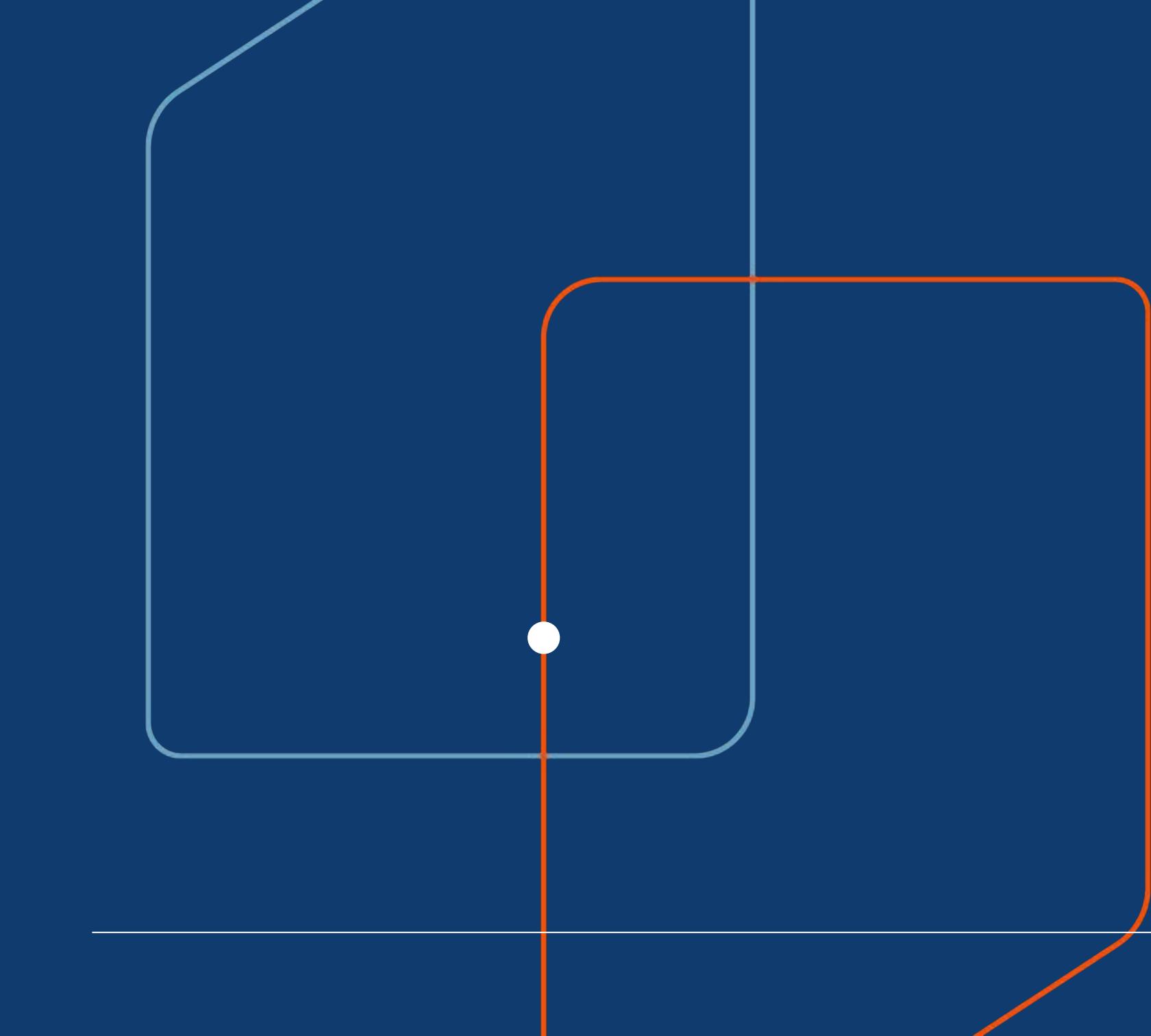
**L'effet rebond**



**Le paternalisme**



**L'éthique**



**3<sup>ème</sup> pouvoir  
du design**

**Placer l'humain  
au centre**

## Films pour amateurs de jeux vidéo



## Séries post-apocalyptiques



## Incontournables de la Saint-Valentin

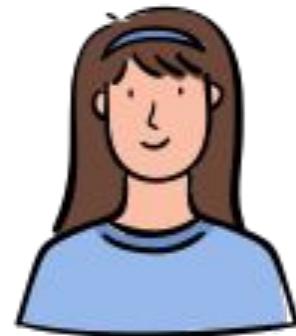
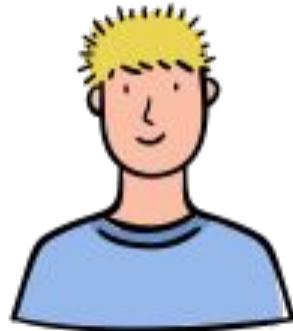
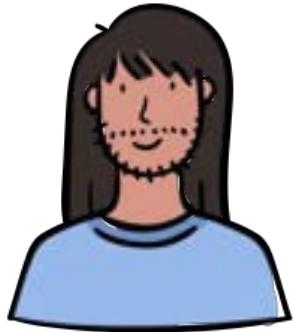
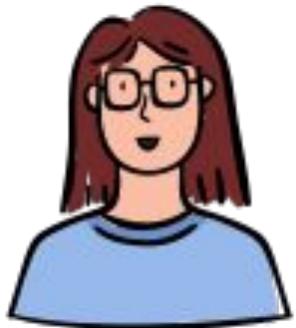
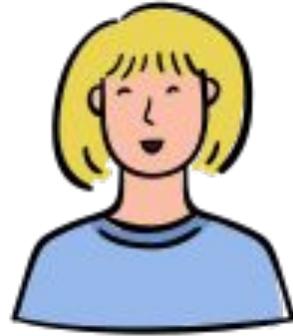


## Films romantiques

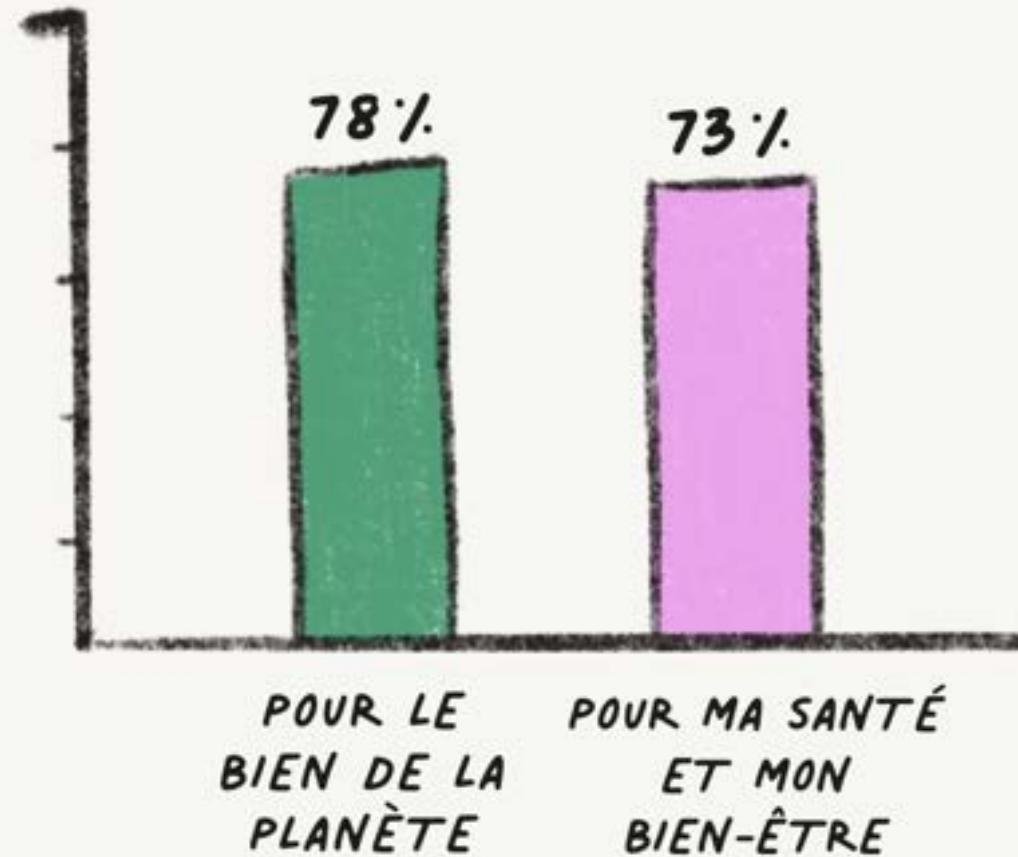








## QUELLES MOTIVATIONS À CHANGER SES HABITUDES ?



16ÈME BAROMÈTRE GREENFLEX-ADEME DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE 2023

# 6 profils face au climat



# Les 3 pouvoirs du design

 **Créer des émotions**

 **Modifier les comportements**

 **Placer l'humain au centre**



# La newsletter qui explore l'écologie désirable



Inscrivez-vous si le sujet vous intéresse !



<https://thegoodhabits.substack.com/>



2.

Experte invitée



## Eva Ohayon

Consultante en innovation indépendante et doctorante sur le design de transition. 6 ans d'expérience en conseil en innovation (frog design).

Sujet de thèse : *“Design de transition avec et pour les organisations : quelles méthodologies et quels médias spécifiques d'exploration et de conception des écosystèmes soutenable ?”*

## Comment définir le design ?

*“Designer (concevoir), c'est élaborer des plans d'action visant à transformer des situations existantes en situations préférées.”*

Source : H. Simon, Les Sciences de l'Artificiel, 1970

*“Discipline visant à une harmonisation de l'environnement humain, depuis la conception des objets usuels jusqu'à l'urbanisme.”*

Source : Dictionnaire Larousse 2023

# Le design, de l'esthétique à la stratégie

Source : Echelle du design, Design Council, 2001

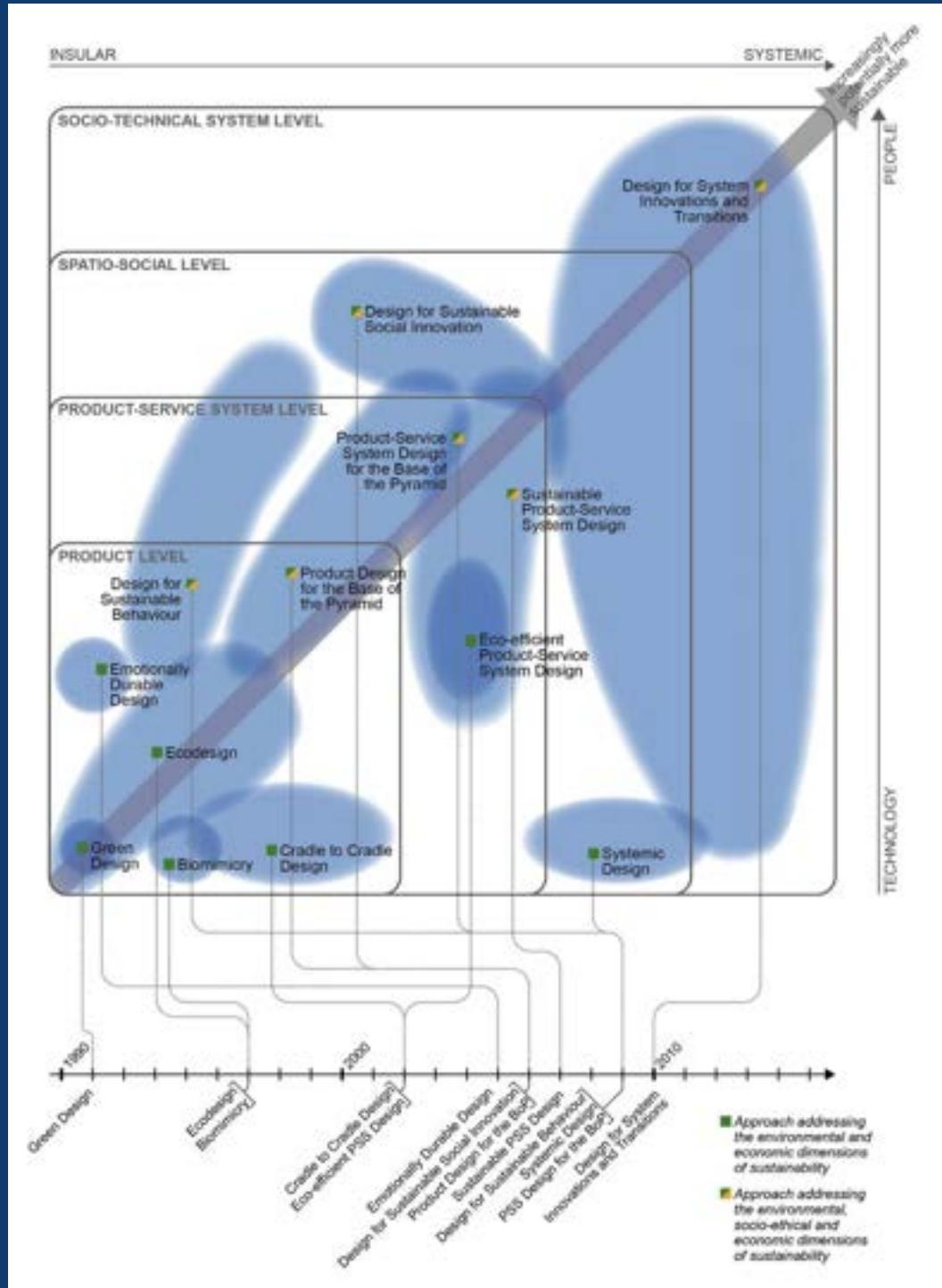
- 1** **Aucune utilisation du design**  
Les décisions en design sont uniquement basées sur les opinions opérationnelles et esthétiques personnelles. L'utilisateur final est très peu pris en compte.
- 2** **Design comme esthétique**  
Le design est considéré sur les seuls plans formels et esthétiques. A savoir l'image qu'apporte un objet ou une marque.
- 3** **Design comme processus**  
Le design est une méthode intégrée, dès le début, dans le développement des différents processus. La production se concentre sur l'utilisateur final et fait appel à différents spécialistes.
- 4** **Design comme stratégie**  
Le design est une des valeurs de l'entreprise et de ses dirigeants. Il favorise le renouvellement des modèles, joue un rôle majeur à chaque étape du développement et favorise l'innovation.



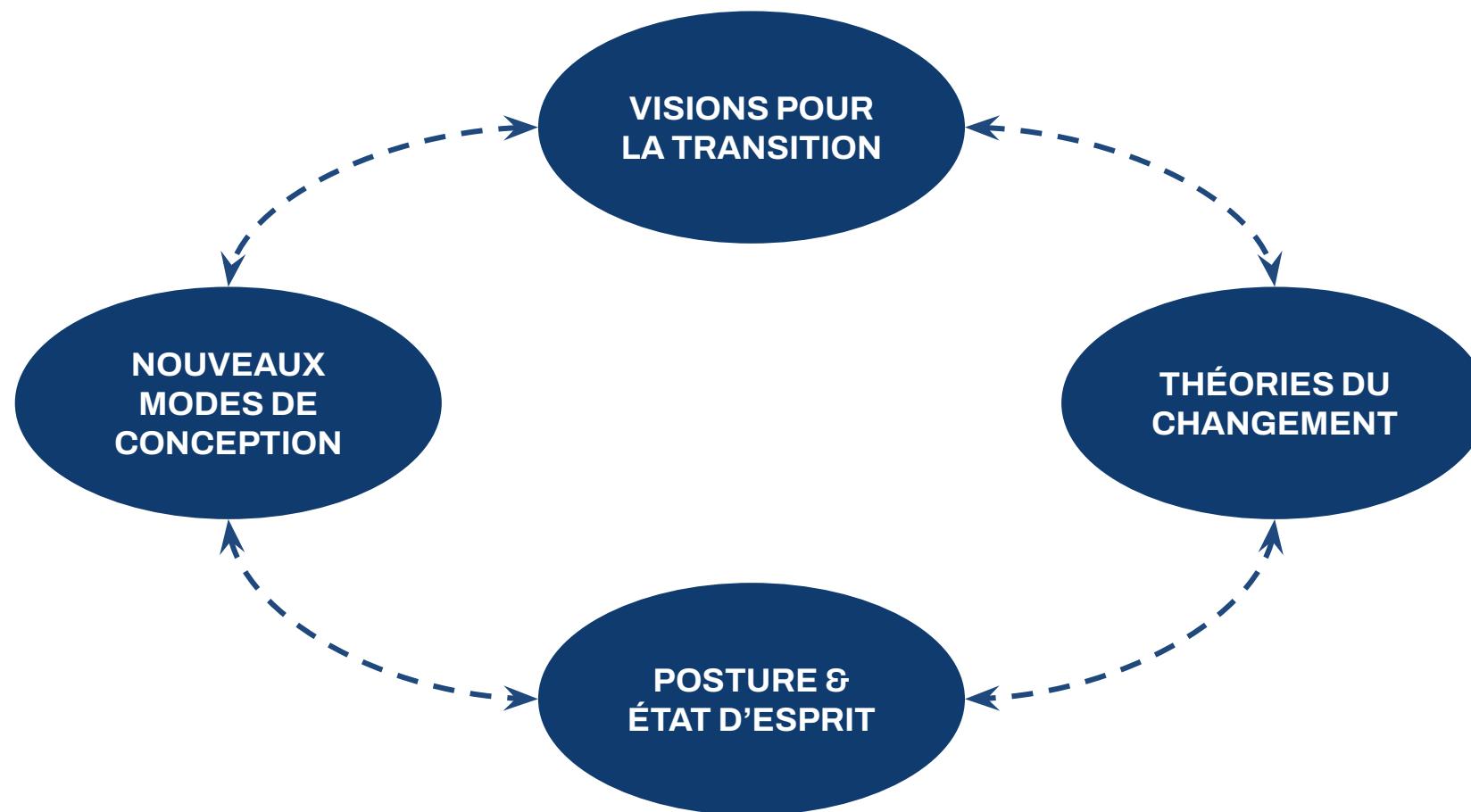
# Une évolution du design durable du produit aux systèmes socio-techniques et transitions

1. De la technologie à l'humain
2. Du produit au système socio-technique
3. Vers une intégration systématique du social à l'environnemental

Source : Ceschin, F. and Gaziulusoy, I. (2016) 'Evolution of design for sustainability: From product design to design for system innovations and transitions', Design Studies, 47, pp. 118-163.



# Le Design de Transition comme méthode (Irwin, 2015)



Irwin, T. (2015) 'Transition Design: A Proposal for a New Area of Design Practice, Study, and Research', *Design and Culture*, 7(2), pp. 229-246. Available at: <https://doi.org/10.1080/17547075.2015.1051829>.

# Et si on se racontait des histoires...?

## Le rôle des narratifs dans le développement durable.

### RAPPORTS WBCSD



### RAPPORT DU GIEC

# 38x

Le mot "narratifs" est utilisé 38 fois dans le rapport du GIEC de 2023

Source : Rapport GIEC Version complète, 2023

*"Les récits et la narration sont essentiels pour réaliser des avenir locaux à 1,5 °C, car ils créent un espace pour l'intervention, la délibération, la coconstruction du sens, l'imagination et les voies souhaitables et dignes (Veland et al., 2018)."*

– Extrait du rapport du GIEC, 2023



Il est 22 fois plus probable  
que nous retenions une  
histoire que n'importe quelle  
autre communication.

Source : Zak, Paul J. (2015)



# 2052

## LE JOUR D'APRÈS

Une dystopie quotidienne

**Urgence climatique : le patron de l'ONU exhorte les dirigeants mondiaux à faire plus**  
Le secrétaire général de l'Assemblée générale des Nations unies, à New York, son secrétaire général, Antonio Guterres, organise ce mercredi un sommet sur l'ambition climatique. Un rendez-vous jugé important à moins de trois mois de la COP 28.

**LE JOUR D'APRÈS**  
THE DAY AFTER TOMORROW

**Chaos climatique**  
Climat : «La vie sur la planète Terre est en état de siège», alertent des scientifiques

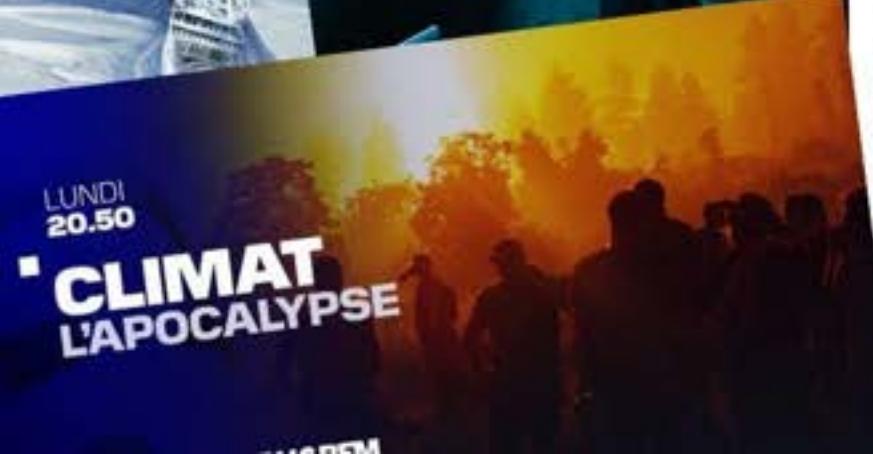
**LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE CONSTITUE UNE « MENACE EXISTENTIELLE » POUR LA VIE SUR TERRE**



**CRITIQUE**  
**Climat : l'apocalypse qui nous attend**  
Le réchauffement climatique n'épargnera pas la France. Les canicules, sécheresses et autres événements extrêmes qui frapperont plus fréquemment notre pays en 2050 auront de lourdes conséquences sur notre vie quotidienne.



**ACTU**  
**Etats-Unis : les images de la puissante tempête qui touche la Californie**  
Au moins trois personnes sont mortes, dans le nord de l'Etat, à cause de chutes d'arbres.  
Publié hier à 09:07 - Service vidéo du Monde



## Le récit dominant actuel

# LE JOUR D'APRÈS

Une dystopie quotidienne

### Les 3 histoires dominantes contre la fin du monde

## DIVERGENTE

La rébellion des jeunes

## ROBOCOP

Le techno-solutionnisme

## 7 ANS AU TIBET

La prise de conscience

## ... des histoires qui font flop ?

**56%**

des jeunes pensent que le monde est condamné.

Source : Hickman et al, 2021

**17%**

les produits marketés comme durables ne représentent toujours que 17% de part de marché total.

Source : Sustainable Market Share Index, 2022



CHANGER DE NARRATIFS

# les Transhistoires

POUR NE PLUS ZAPPER L'ACTION CLIMATIQUE.

## Le récit dominant actuel

# LE JOUR D'APRÈS

Une dystopie quotidienne

### Les 3 histoires dominantes contre la fin du monde

## DIVERGENTE

La rébellion des jeunes

## ROBOCOP

Le techno-solutionnisme

## 7 ANS AU TIBET

La prise de conscience

### Les nouveaux narratifs pour engager de nouveaux publics

## RICK ET MORTY

Les utopies chaotiques

## BIENVENUE CHEZ LES CH'TIS

Les communautés et traditions

## PLUS BELLE LA VIE

Normaliser l'écologie

## NARNIA

L'action comme une aventure épique

## BRUCE TOUT PUISSANT

Les personnalités comme moteurs

# BIENVENUE CHEZ LES CH'TIS

Communautés et traditions

PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ : LE RÔLE ESSENTIEL DES COMMUNAUTÉS



Circuit court : une carte collaborative, interactive et gratuite lancée par l'UFC-Que Choisir et l'Inrae

« Manger local » : les lycées continuent de s'engager

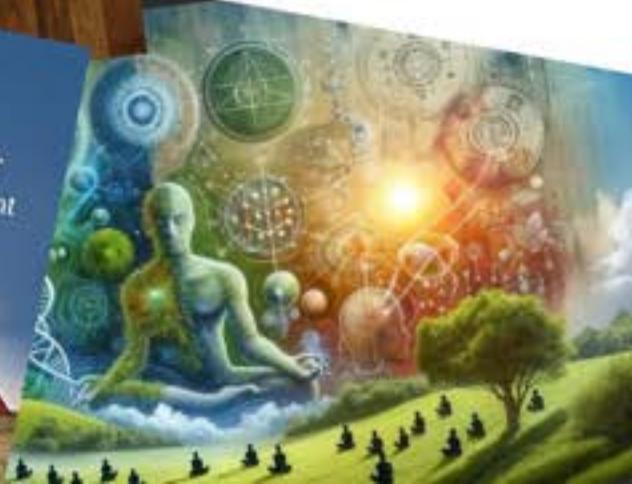


Comment les connaissances indigènes peuvent aider à prévenir les crises environnementales

A CELEBRATION OF TRADITIONAL NORTH AMERICAN KNOWLEDGE  
**INDIGENOUS  
INGENUITY**



Indigenous Knowledge for Climate Change Assessment and Adaptation



# BRUCE TOUT PUISSANT

Les personnalités comme moteurs



Turin Ramadan  
Premier procès  
en Suisse

**CAMILLE ÉTIENNE, ACTIVISTE DU CLIMAT**  
**«ÇA SUFFIT, ON EST PUISSANTS»**



**LES PIEDS  
SUR TERRE**  
AVEC ZAC EPPON

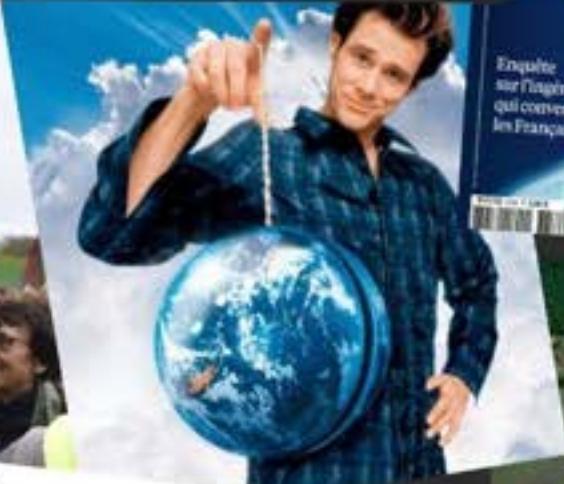
**Cop 25 : DiCaprio, Watson, Sting, Schwarzenegge  
ensemble contre le changement climatique**



**Vanessa Nakate, visage de la lutte contre les  
conséquences du changement climatique**



Tu savais qu'on pollueait  
plus avec notre compte en  
banque qu'avec notre  
consommation?



**Jancovici,  
e gourou du climat**

Enquête  
sur l'ingénieur  
qui convertit  
les Français



**Climat : réveillez-vous !!**  
**Bon Pote**



**Héroïnes du climat : ces  
femmes luttent contre le  
changement climatique**



Are U Getting Tricked  
By Greenwashing??



**Influenceurs  
Influenceuses**

**VOUS AVEZ LE POUVOIR  
D'AGIR POUR LA PLANÈTE !**

# Et si on utilisait ces histoires dans un atelier ?

## Contexte

L'organisation vient de réaliser son Bilan Carbone et connaît des axes prioritaires de réduction de son empreinte.

**Son problème ?** Motiver et engager ses parties prenantes internes et externes à imaginer et mettre en place des actions.

## Durée

A déterminer selon les participants

## Objectifs

1. **Remotiver les équipes**
2. **Se projeter, sans sentiment de contrainte**
3. **Concevoir de premières solutions**
4. **Prioriser les actions en fonction des parties prenantes** (collaborateurs, fournisseurs, usagers...).
5. **Initier une stratégie de transition**



PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ : LE RÔLE ESSENTIEL DES COMMUNAUTÉS

« Manger local »  
continuent de s'

Comment les connaissances indigènes peuvent aider à prévenir les crises environnementales

INDIGENOUS INGENUITY

# Exemple

Groupe de travail sur les intrants biens et matière + Récit "Bienvenue chez les Ch'tis"

*Le groupe de travail imagine des solutions qui résonnent avec la communauté et les traditions.*

*Par exemple, elle imagine un concept original et innovant pour impliquer une communauté agricole dans la démarche (en travaillant à la source avec les agriculteurs et en les accompagnant pour mettre en place des techniques et des pratiques bas-carbone).*



# Exemple

Groupe de travail sur les déplacements domicile/travail + Récit "Bruce tout puissant"

*Le groupe de travail imagine des solutions qui résonnent avec le rôle d'un leader, d'un champion, d'une personnalité motrice.*

*Par exemple, l'équipe imagine un concept de concours où le commercial qui a généré le plus de CA en émettant le moins de GES gagne un avantage.*

*Elle pense aussi à faire intervenir un sportif connu dans la mobilité douce (comme le vélo, ou le skate) pour inspirer les équipes.*

# Des livrables pour inspirer post-atelier



Les fiches concept



Le magazine 2050 de votre entreprise/collectivité



Les scénarios du futur post-transition

# Contactez-nous pour en savoir plus !

cassandra@acta-consult.com  
evaohay@gmail.com

3

# Échanges



# Replay et supports





# Vous réalisez des études ou des missions de conseil sur les thématiques suivantes ?

- Mobilité / Plan de Déplacement Entreprise
- Adaptation au changement climatique
- Stratégie carbone (SBTI/ACT)
- Compensation et comptabilité carbone
- Accompagnement aux certifications ISO 50001 / ISO 14001

- Plans Climat Air Energie Territoriaux (PCAET)
- Planification Energétique des Territoires
- Evaluation de Plans Climat
- Energies Renouvelables
- ACV / Eco-conception

# Vous souhaitez mieux connaître l'APCC ?

Parcourez le rapport d'activité 2022 de l'association !

<https://ra.apc-climat.fr/>

## Rapport d'activité APCC 2022

Qui sont les membres de l'APCC ?

**L'année qui vient de s'écouler a été marquée par plusieurs évolutions importantes : des évolutions réglementaires autour des bilans d'émissions de GES, des tensions énergétiques mondiales qui ont nécessité des plans de réduction des consommations et une prégnance toujours plus forte du changement climatique à l'œuvre.**

**Notre profession est au cœur de ces enjeux et notre rôle est d'accélérer la transition écologique.** Que nous travaillons avec les collectivités, les entreprises, les territoires, notre mission face à la crise climatique et énergétique prend une dimension essentielle.

Dans cet écosystème, l'APCC joue pleinement son rôle en mutualisant les forces, en diffusant la connaissance, en partageant les expériences. **Au sein d'un réseau d'acteurs dynamique, l'APCC renforce notre capacité individuelle à agir efficacement.** Nous pouvons être fiers de de voir notre association rassembler de plus en plus de membres et de faire preuve d'un dynamisme important.

Je tiens aussi à l'occasion de ce rapport d'activité annuel qui retracer le travail réalisé en 2022, **à saluer l'implication et la richesse des apports de notre Présidente Fanny Pinaut, qui a quitté l'APCC à la fin de l'année.** Charge pour nous collectivement, en 2023, de reprendre le flambeau et de faire perdurer l'action indissociable de l'APCC.

Cécile Grandjean  
Présidente de l'APCC

## Les missions de l'APCC

### L'APCC pour les organisations

Depuis 2010, c'est plus de 90 événements virtuels ou présentiels organisés par l'APCC sans compter très nombreux écrits, notes d'articles et publications de conseils de la profession depuis sa création, les et de partage auprès des organisations et des collectivités.

L'objectif : les pousser à l'action et leur permettre d'agir concrètement sur les enjeux climat et mobilité.

### Contenus à destination des entreprises et collectivités

#### Les Sommets Virtuels

En 2022, nous avons travaillé à poser les premiers jalons de la 3e édition du Sommet Virtuel du Climat, nous avons également lancé le projet de création d'un nouveau Sommet et d'une identité chapeau pour même domaine.



Les Sommets Virtuels de la Transition sont une identité chapeau pour nos 2 Sommets existants : le Sommet Virtuel du Climat et le Sommet Virtuel de la Mobilité Durable.



## L'APCC en interaction avec ses parties prenantes ...

### ... pour porter la voix de ses membres

Depuis 2010 sans discontinuer, l'APCC est proactive et présente sur les sujets climat - et plus récemment mobilité - avec ses parties prenantes. Avec une vision d'apports forts et plus près des enjeux opérationnels des organisations et des territoires, les membres de l'APCC impliquent, impliquent, alertent, contribuent et proposent avec des formats divers et variés.

**En 2022, s'est :**

- 3 notes de positionnement de la profession
- 14 mandats de représentation actifs et contributifs
- 3 mandats locaux
- des réunions, des courriers, des échanges avec les institutions

**3 notes de positionnement**

## Nos perspectives pour 2023

Après 12 ans d'existence, **les missions de l'APCC sont plus que jamais pertinentes, nécessaires, cruciales.** Nous n'hésitons pas à dire : nous les ans, car ils nous impliquent profondément toujours d'actualité. En effet, **les symptômes du changement climatique se font sentir de plus en plus clairement,** notamment en France après un été 2022 exceptionnellement chaud et sec, aux impacts visibles.

**Les organisations** entreprises, établissements publics, collectivités territoriales **ont un rôle majeur à jouer dans cette lutte contre le changement climatique.** Grâce à nos membres, toutes et tous professionnels du conseil climat et mobilité durable, nous progressons au plus près de la réalité terrain de ces organisations, de la réalité opérationnelle derrière les stratégies et plans d'actions.

Ainsi, nous entendons bien continuer, avec toujours autant de détermination, à **contribuer à la transition écologique** au travers nos missions.

Nous continuerons à **diffuser les conseils, bonnes pratiques et retours d'expériences** de nos membres aux organisations pour les aider à progresser sur la voie de la transition écologique.

Nous continuerons à **porter la voix de nos membres auprès des instances gouvernementales** pour faire bouger les lignes et faire d'une politique climatique unitaire et efficace.

**En gardant en ligne de mire cet objectif collectif primordial : assurer un avenir viable à l'humanité dans les années à venir.**

### Feuille de route stratégique 2023-2025

En 2022, le gouvernement de l'APCC a travaillé sur la stratégie 2023-2025 de l'association.

Dans la continuité de la stratégie précédente, la feuille de route établit les grands axes stratégiques et les grandes priorités à donner pour ces 3 années à venir.

Un **webinaire de présentation** de cette stratégie a eu lieu le 7 décembre 2022.

[Télécharger la feuille de route](#)

### Au programme 2023

## L'APCC pour ses membres

01 La communauté sur slack

02

# Adhérez !

## Être en réseau

Vous vous inscrivez dans une démarche d'échange et d'amélioration continue



## Être visible

Vous êtes identifié.e et reconnu.e comme expert.e par vos prospect.e.s et client.e.s



## Être représenté.e

Vous participez à la reconnaissance de la profession auprès des pouvoirs publics et des parties prenantes



## Être informé.e

Vous bénéficiez du partage d'informations métiers de manière concise, pertinente et régulière



## Être bénéficiaire

Vous bénéficiez de tarifs préférentiels auprès de nos partenaires



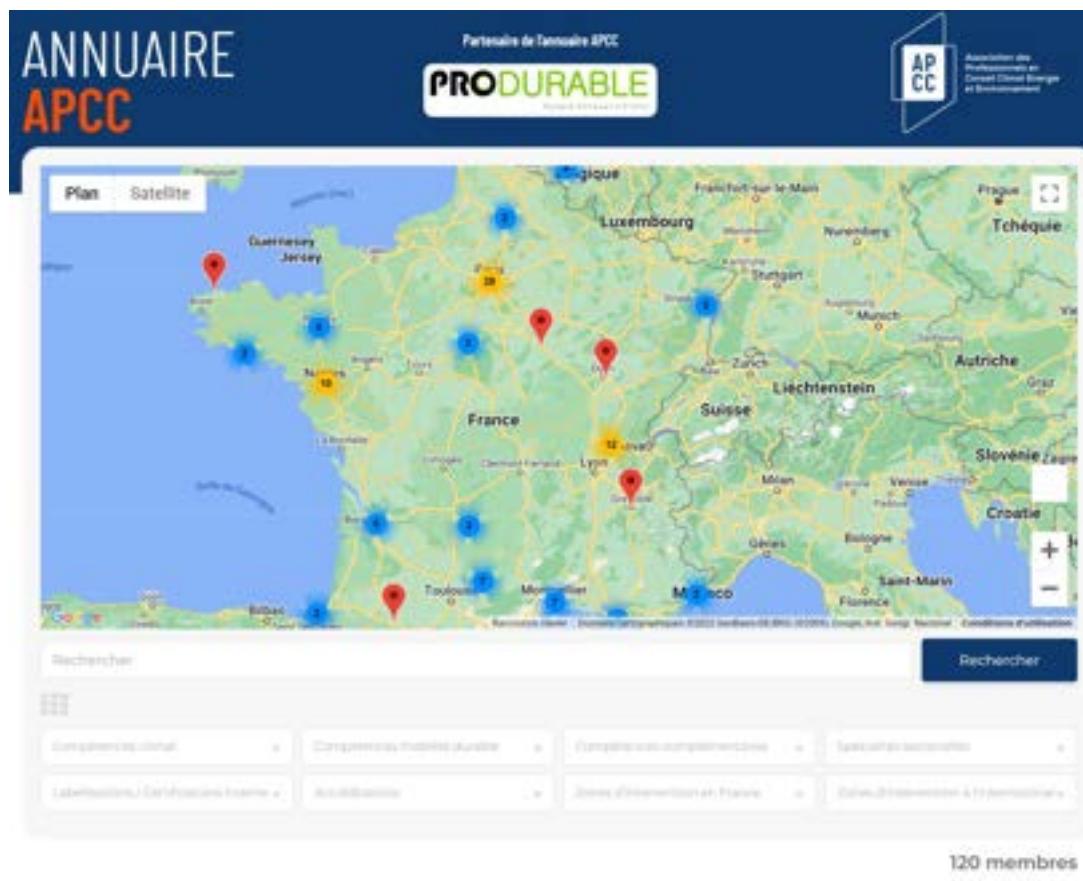
# Là pour vous !

Envie de visibilité sur nos événements, ou d'un partenariat ?

TRAVAILLONS ENSEMBLE !

Vous êtes en recherche d'un.e prestataire ou d'un.e expert.e ?

**CONTACTEZ-NOUS !**



<https://annuaire.apc-climat.fr/>





SOMMET VIRTUEL DE LA  
**MOBILITÉ DURABLE**



**LES INSCRIPTIONS  
SONT OUVERTES !**

**#SVMD2024**

Un événement 100%  
en ligne co-porté par



**RDV du  
18 au 29 Mars  
2024 !**

# SVT

SOMMETS VIRTUELS DE LA  
**TRANSITION**

## L'OBJECTIF :

**Accélérer la décarbonation  
dans les organisations et sur les territoires**



VOUS AVEZ LE POUVOIR D'AGIR POUR METTRE EN OEUVRE DES ACTIONS CONCRÈTES :



Face au  
changement  
climatique



SOMMET VIRTUEL  
DU **CLIMAT**

JUIN 2023

Pour une  
mobilité  
durable



SOMMET VIRTUEL DE LA  
**MOBILITÉ DURABLE**

18 au 29 mars 2024



Association des  
Professionnels en  
Conseil Climat Energie  
et Environnement



**The Good**  
LE MARQUEUR DE LA GOOD ECONOMY

# MERCI !

**Restons en contact :**

[contact@apc-climat.fr](mailto:contact@apc-climat.fr)  
[www.apc-climat.fr](http://www.apc-climat.fr)

@APCClimat



**Votre avis est important pour nous !**

Merci de répondre au **sondage**  
en fin de session

