



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



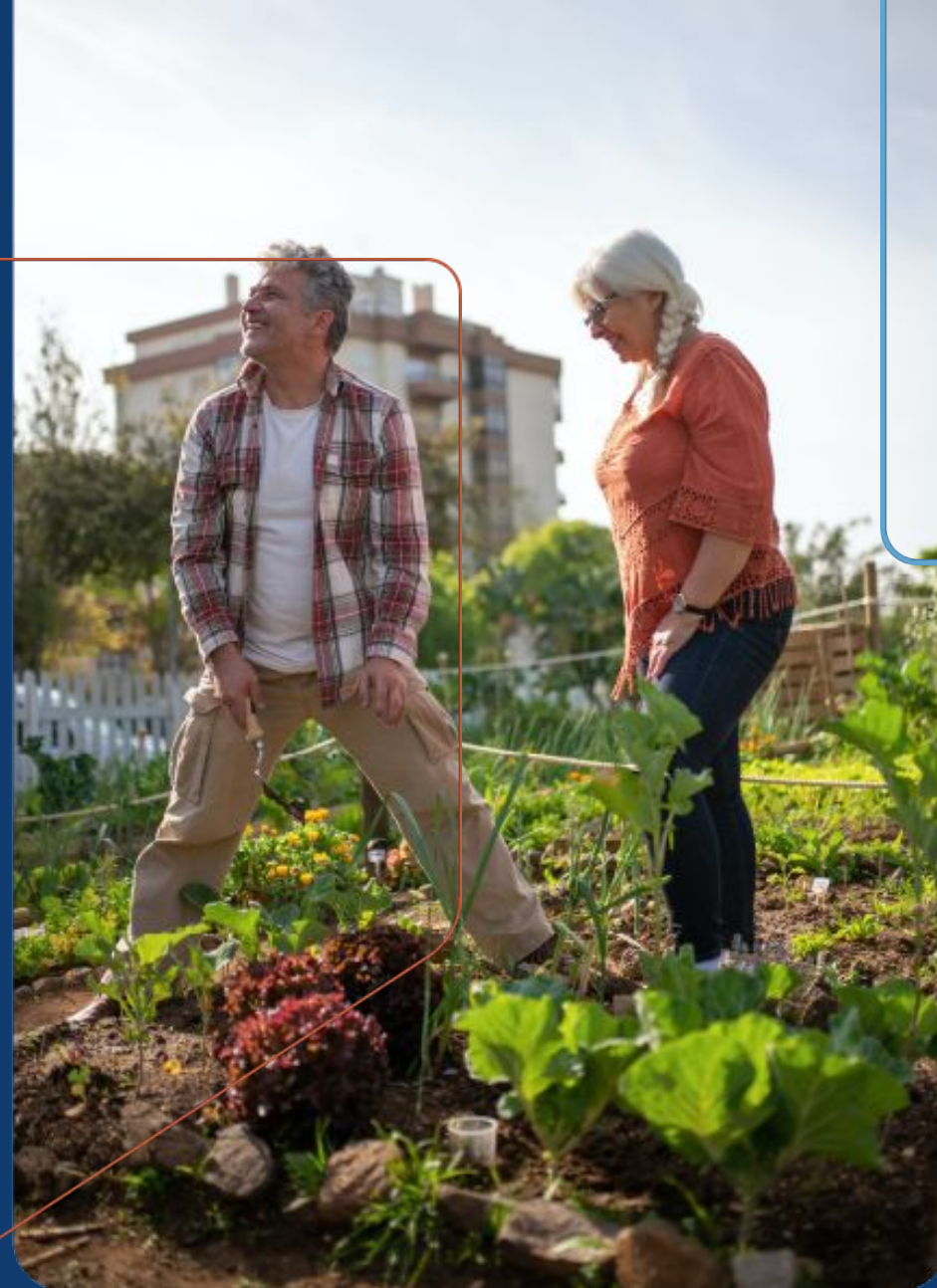
Co-financé par



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

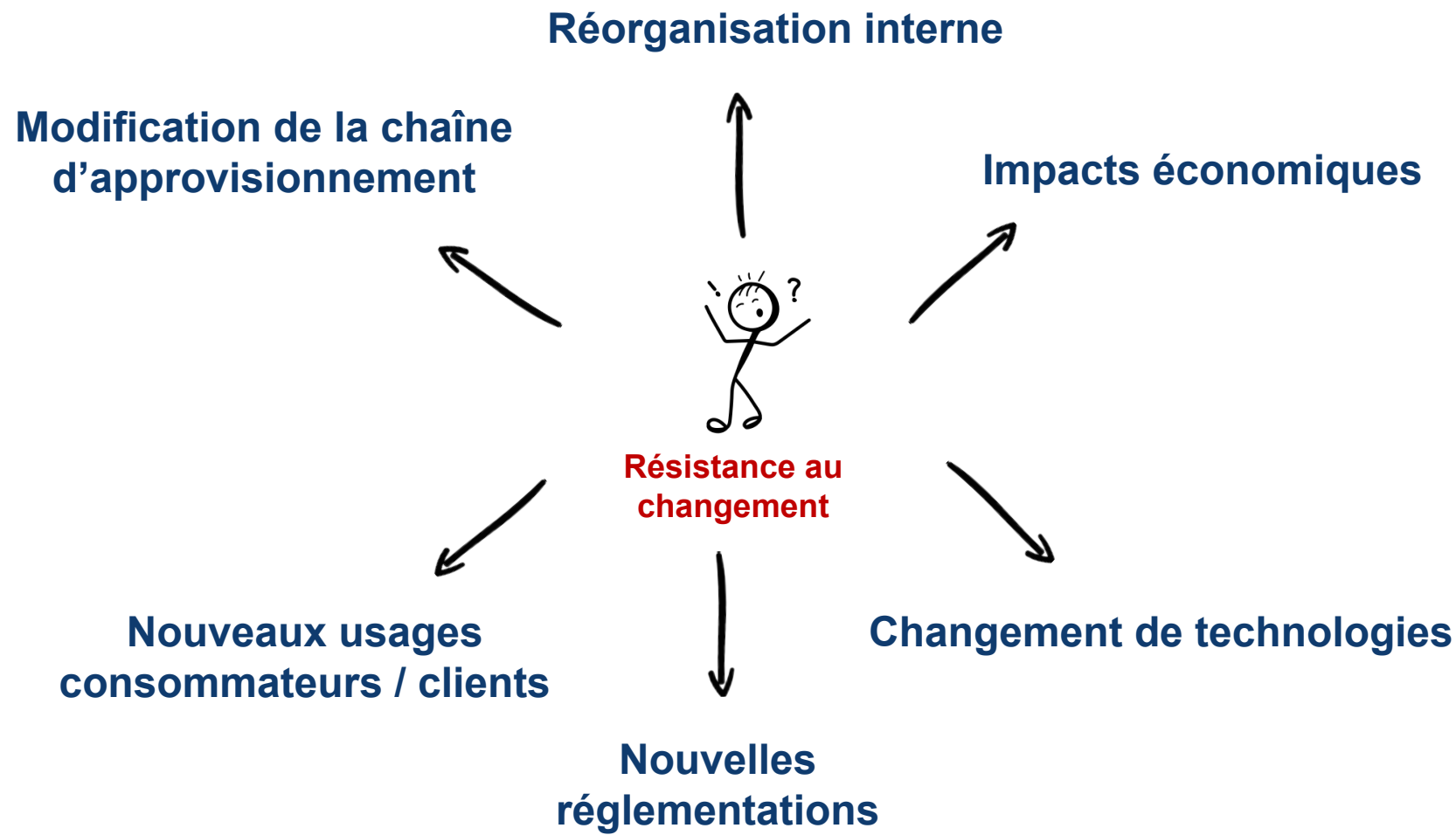
Achats durables, écoconception, Ecologie Industrielle Territoriale, économie de la fonctionnalité, recyclage...



1

Présentation

L'humain, 1^{er} 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^{er} pouvoir
du design**

**Créer des
émotions**





ciwem.org



© piyaset - stock.adobe.com



scitechdaily.com



**THINK
GREEN**



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

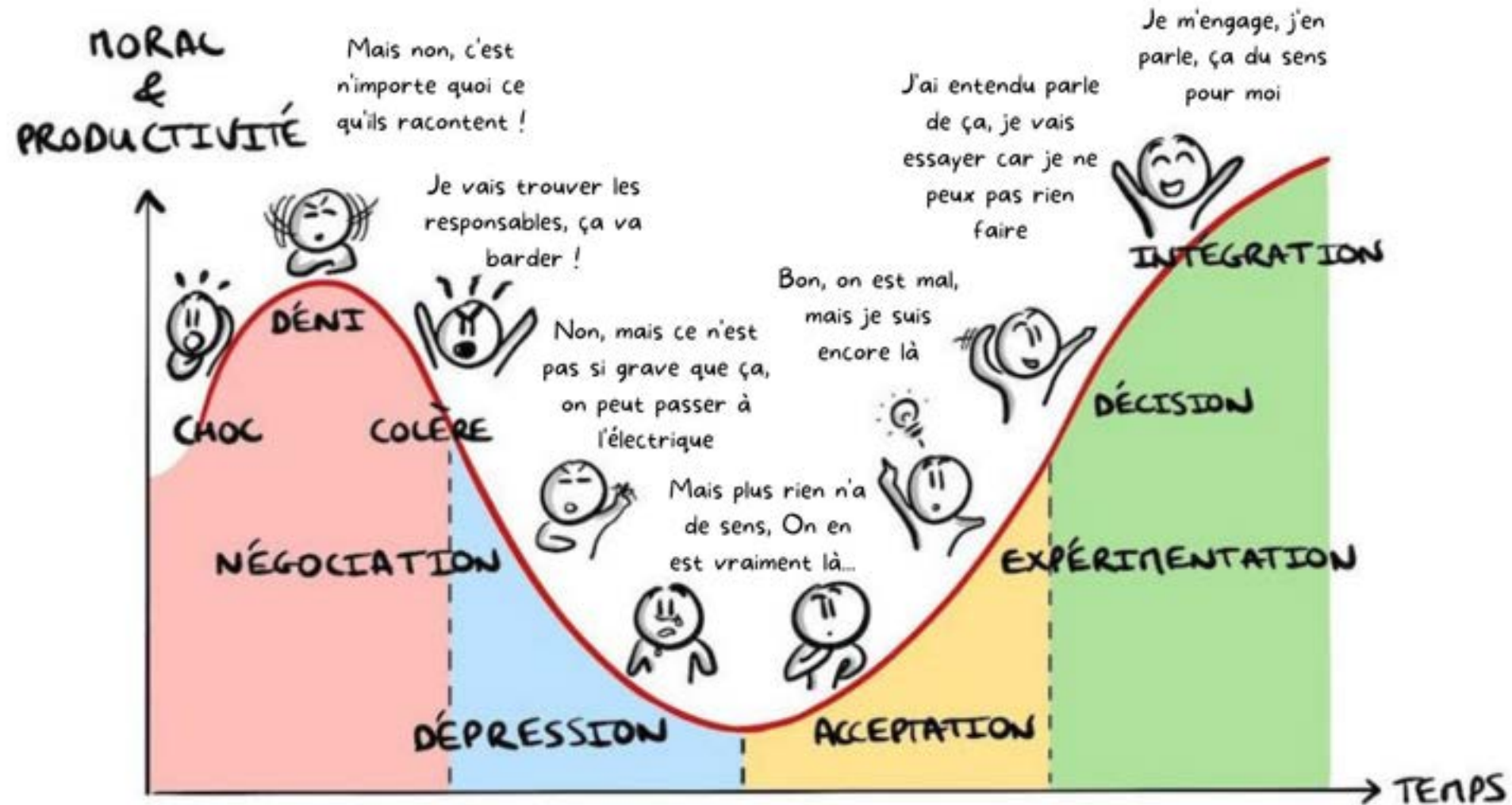
The fashion industry continues to have a devastating impact on People and the Planet.¹ We scored this product across 200 sustainability metrics to help clarify its social and environmental impact, promote greater transparency, and hold ourselves more accountable in hopes that the industry will begin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

People	Product Score
Grade: A	
Wages & Payment	92%
% of Workers Paid Individual Living Wage ³	100%
Health & Safety	93%
Worker's Rights & Governance	94%
Gender Equality & Empowerment	94%
Healthcare & Benefits	93%
Planet 25.5 kg CO ₂ e ⁴	Product Score
Grade: B+	
Carbon Footprint	94%
% of Carbon Emissions Offset ⁵	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^{ème} 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



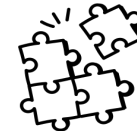
**Fonctionnalité
Supérieure**



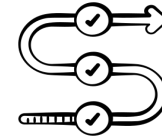
**Facilité
d'utilisation**



Coût-Efficacité



Compatibilité



Adaptabilité



**Fonctionnalité
Supérieure**

Critères de réussite d'un design dominant



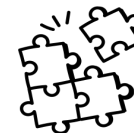
**Fonctionnalité
Supérieure**



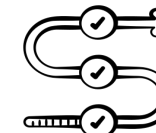
**Facilité
d'utilisation**



Coût-Efficacité



Compatibilité



Adaptabilité



Facilité d'utilisation



Critères de réussite d'un design dominant



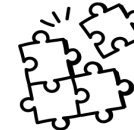
**Fonctionnalité
Supérieure**



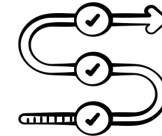
**Facilité
d'utilisation**



Coût-Efficacité



Compatibilité



Adaptabilité

Nudges

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

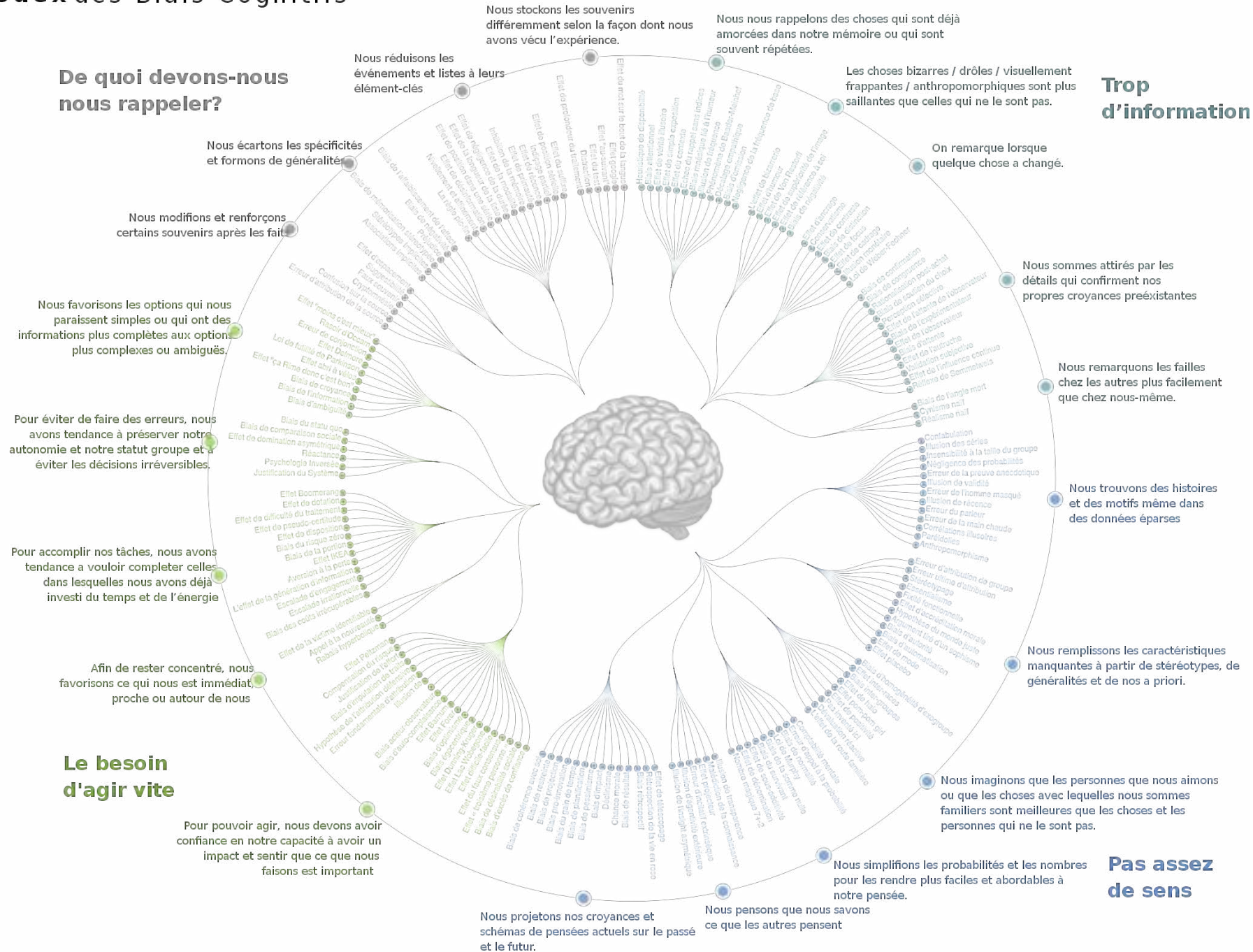
Les nudges utilisent les biais cognitifs et les tendances comportementales pour encourager des choix particuliers.







Codex des Biases Cognitifs



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^{ème} pouvoir
du design**

**Placer l'humain
au centre**

Films pour amateurs de jeux vidéo



Séries post-apocalyptiques



Incontournables de la Saint-Valentin



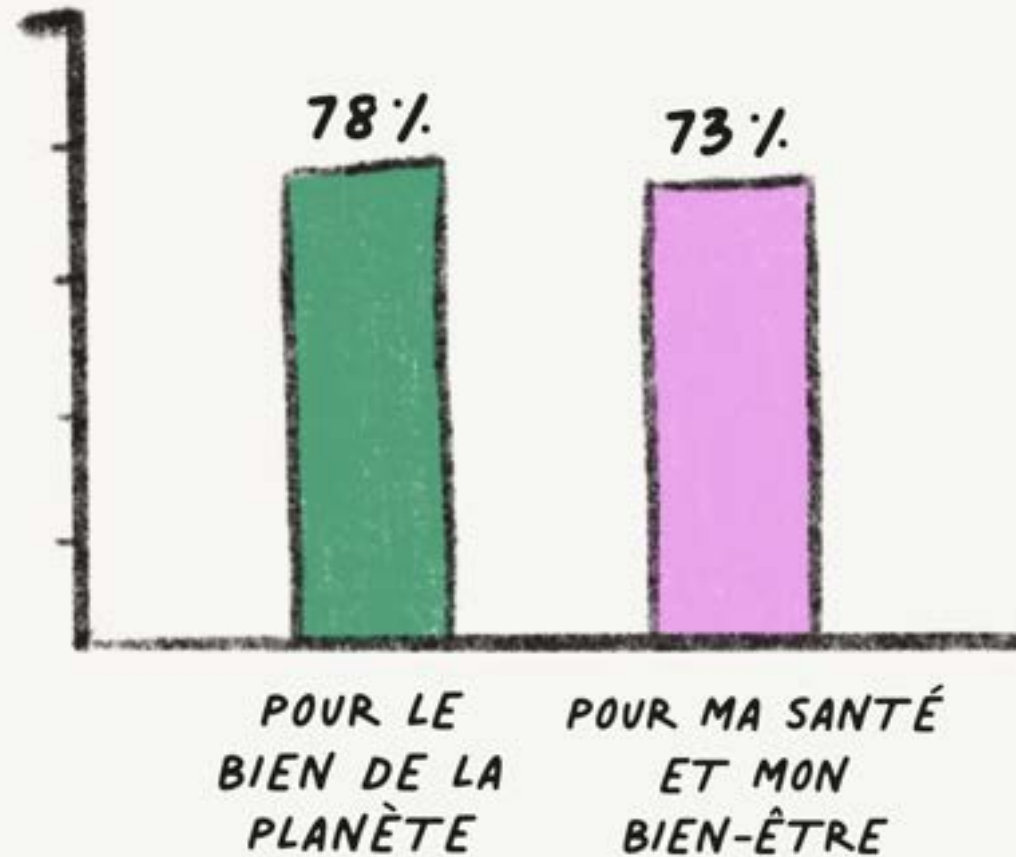
Films romantiques







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

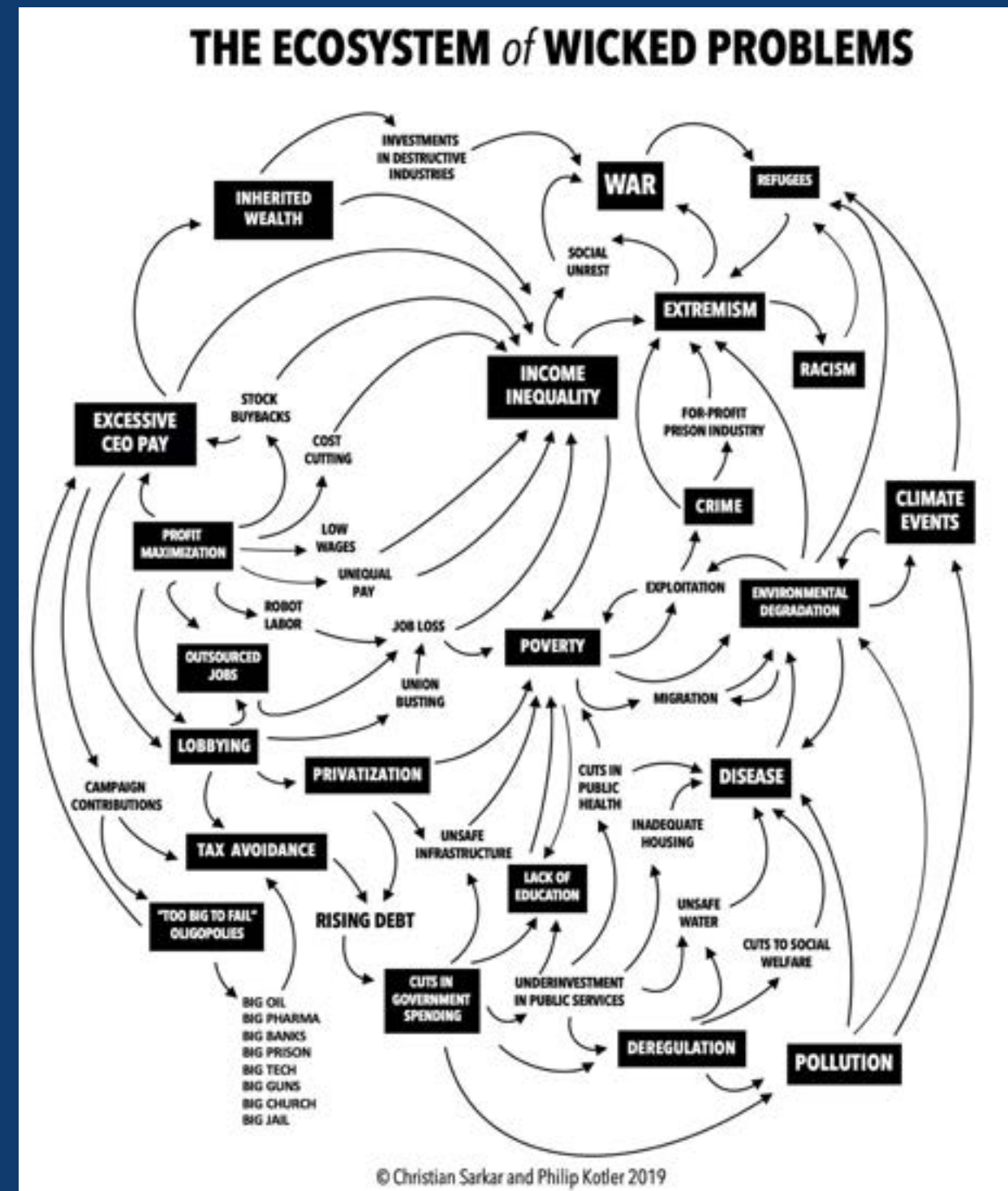
Source : Echelle du design, Design Council, 2001

- 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.

Des “problèmes complexes” qui rendent le design nécessaire.

Horst Rittel et Melvin Webber (1973), 10 critères qui définissent un “wicked problem”, ou problème complexe :

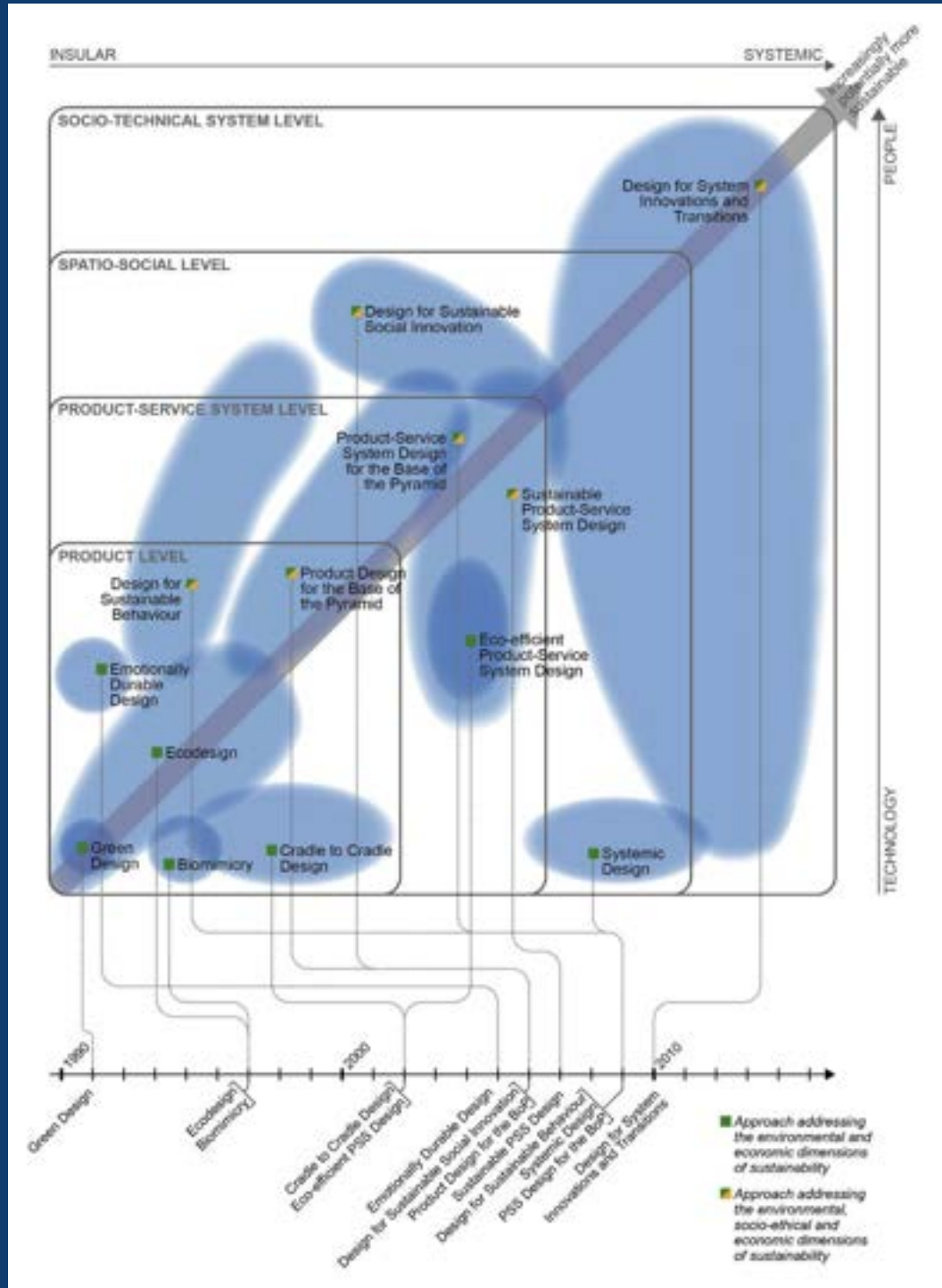
1. Pas de définition claire
2. Pas de solution unique
3. Pas de fin claire
4. Conflits de valeurs
5. Nombreuses parties prenantes
6. Solutions irréversibles
7. Effets en cascade
8. Solutions partielles
9. Urgence et importance variables
10. Apprentissage continu



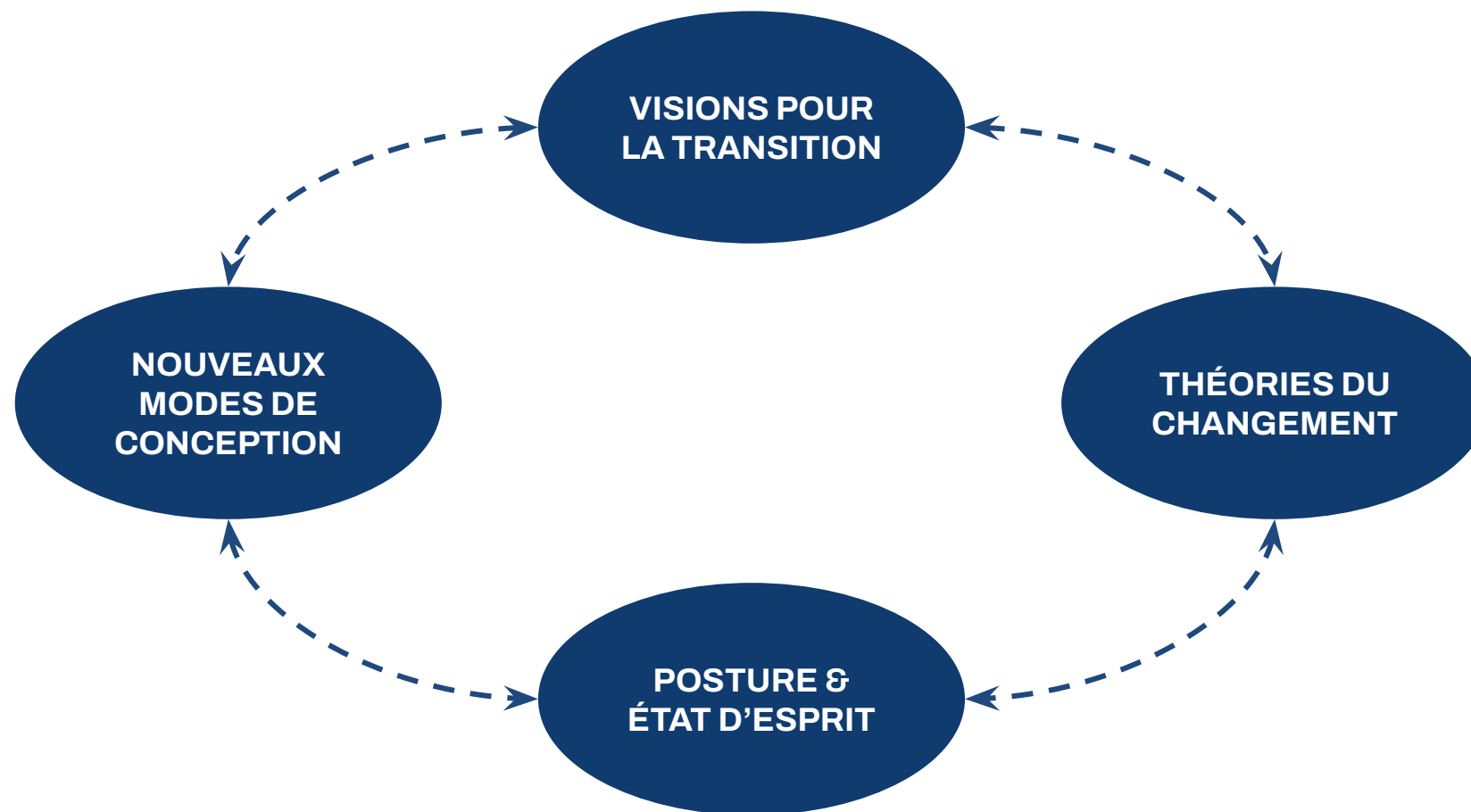
Une évolution du design durable du produit aux systèmes socio-techniques et transitions

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

STORY LAB AMAZONIA



Comment les connaissances indigènes peuvent aider à prévenir les crises environnementales



BRUCE TOUT PUISSANT

Les personnalités comme moteurs



Toufik Ramadan
Premier
Proces
en Suisse

CAMILLE ÉTIENNE, ACTIVISTE DU CLIMAT
«ÇA SUFFIT, ON EST PUISSANTS»
En 2019, La militante de 25 ans, a été des premiers à lancer pour la planète...
publié sur premier livre et appelé dans un grand concours à 14.000...
de nombreux autres collègues de toutes les associations...



LES PIEDS SUR TERRE
AVEC ZAC EPPON



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



JEUNES INFLUENCEURS POUR LE CLIMAT

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



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'en

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



Objets connectés et Cleantech : L'impact carbone est-il un critère lors des levés de fonds?
WEBCONF APCC n° 15
le 25 Janvier 2017 à 11h00

Le transport routier de voyageurs peut-il être éco-responsable (1/2)?
WEBCONF APCC n° 16
le 25 Février 2017 à 11h00

Le transport routier de voyageurs peut-il être éco-responsable (2/2)?
WEBCONF APCC n° 17
le 1^{er} Mars 2017 à 11h00

Risque physique climat : Des fondamentaux à l'évaluation du risque financier
WEBCONF APCC n° 18
le 08 Mai 2017 à 11h00

Faire des objectifs de Développement Durable un levier de performance
WEBCONF APCC n° 19
le 03 Juin 2017 à 11h00

Comment définir son engagement pour les objectifs de Développement Durable?
WEBCONF APCC n° 20
le 30 Juin 2017 à 11h00

Stratégie pour un bâtiment de bureaux bas carbone
WEBCONF APCC n° 21
le 21 Nov. 2017 à 11h00

Réaliser votre PCAET et son évaluation environnementale : Méthodes, moyens et clés de réussite
WEBCONF APCC n° 22
le 13 Mars 2018 à 11h00

Établissements sanitaires et médico-social : Quel est votre intérêt à passer du Bilan GES réglementaire au Bilan Carbone® ?
WEBCONF APCC n° 23

Répondre aux enjeux climatiques via l'alimentation : Quelles initiatives sont créées ? Par quels acteurs ? Pour répondre à quels freins ?
WEBCONF APCC n° 24

Plans de mobilité : Enjeux, bénéfices et méthodologies
WEBCONF APCC n° 25
le 12 juillet 2018 à 16h00

Comment mettre en œuvre et évaluer sa stratégie bas carbone tout au long de sa chaîne de valeur ? Présentation de l'initiative ACT
WEBCONF APCC n° 26
le 27 septembre 2018 à 11h00

Décryptage du rapport spécial 1,5°C du GIEC
WEBCONF APCC n° 27
le 28 novembre 2018 à 11h00

Demain, tous malades des conséquences du changement climatique ?
WEBCONF APCC n° 28
le 04 décembre 2018 à 11h00

Utiliser le bilan des émissions GES du territoire comme outil de mobilisation des acteurs
WEBCONF APCC n° 29
le 29 janvier 2019 à 10h30

La communication, facteur de succès de votre plan de mobilité
WEBCONF APCC n° 30
le 28 février 2019 à 11h00

Séquestrer du carbone dans les sols et forêts : Connaître et agir
Webconf APCC n° 31
le 07 mars 2019 à 11h00

Management de la mobilité : La réussite du plan de mobilité !
WEBCONF APCC n° 32
le 27 juin 2019 à 14h00

Déplacements professionnels : Le déploiement d'une flotte de véhicules électriques
WEBCONF APCC n° 33
le 04 juillet 2019 à 11h00

Vélo et entreprise : Une politique gagnante
WEBCONF APCC n° 34
le 19 décembre 2019 à 11h00

Loi d'orientation des mobilités : Quelles obligations et quelles opportunités pour les employeurs ?
WEBCONF APCC n° 35
le 11 février 2020 de 11h00 à 12h00

Documents d'urbanisme et adaptation au changement climatique : Le rôle de l'évaluation environnementale
WEBCONF APCC n° 36
le 20 février 2020 de 11h00 à 12h00

Air Climat Énergie : Quels indicateurs pour un suivi efficace de vos territoires ?
WEBCONF APCC n° 37
le 25 février 2020 de 11h00 à 12h00

Réseaux de chaleur, comment alimenter un hôpital et son quartier grâce aux énergies renouvelables ?
WEBCONF APCC n° 38
le 27 février 2020 de 11h00 à 12h00

Webconf APCC #39

Webconf APCC #40

Webconf APCC #41

Webconf APCC #42

Webconf APCC #43

Webconf APCC #44

Webconf APCC #45

Webconf APCC #46

Webconf APCC #47

Webconf APCC #48

Webconf APCC #49

Webconf APCC #50

Webconf APCC #51

Webconf APCC #52

Webconf APCC #53

Webconf APCC #54

Webconf APCC #55

Webconf APCC #56

Webconf APCC #57

Webconf APCC #58

Webconf APCC #59

Webconf APCC #60

Webconf APCC #61

Webconf APCC #62

Webconf APCC #63

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, 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.

L'APCC pour ses membres

01 La communauté sur slack

02

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.

SVC
SOMMET VIRTUEL du CLIMAT
19 au 20 Juin 2023

SMD
SOMMET VIRTUEL DE LA MOBILITÉ DURABLE
19 au 20 Juin 2023

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/ou proposent avec des formats divers et variés.

En 2022, c'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 que nous les avons, 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 ambitieuse 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 nos 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

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



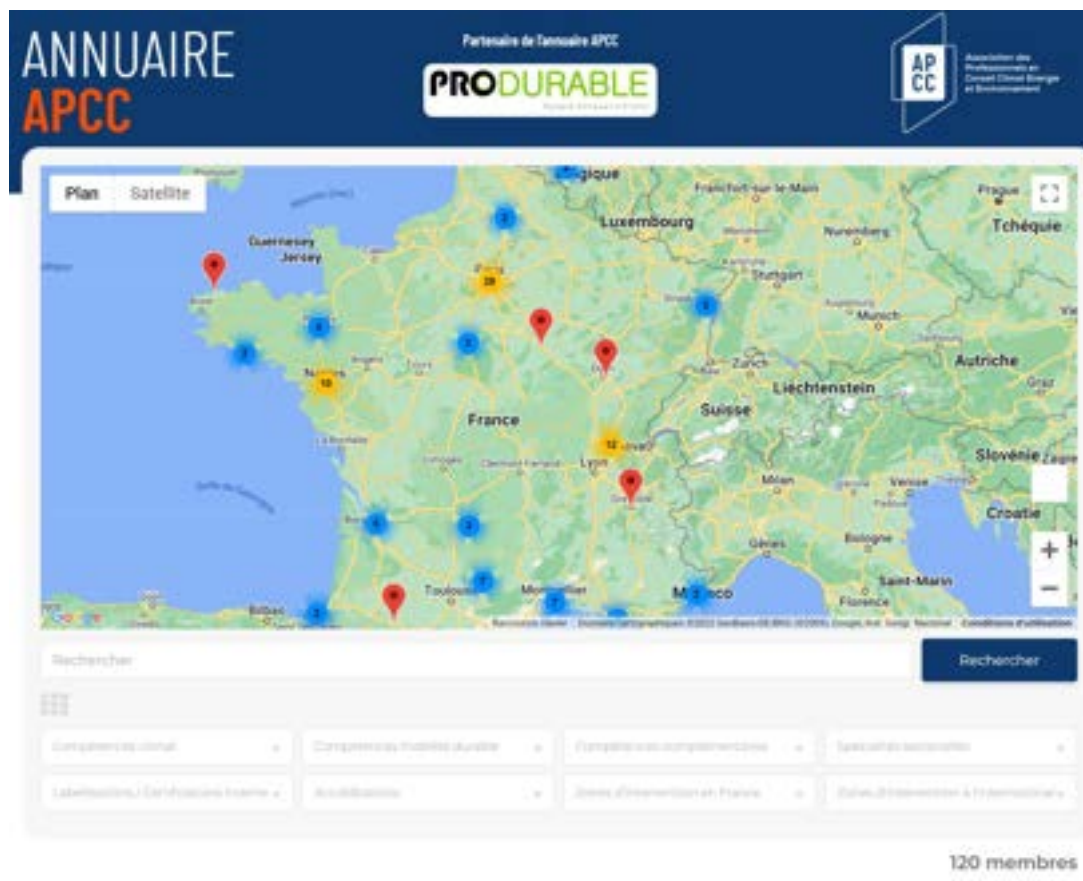
Là pour vous !

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
www.apc-climat.fr

@APCClimat



Votre avis est important pour nous !

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

