

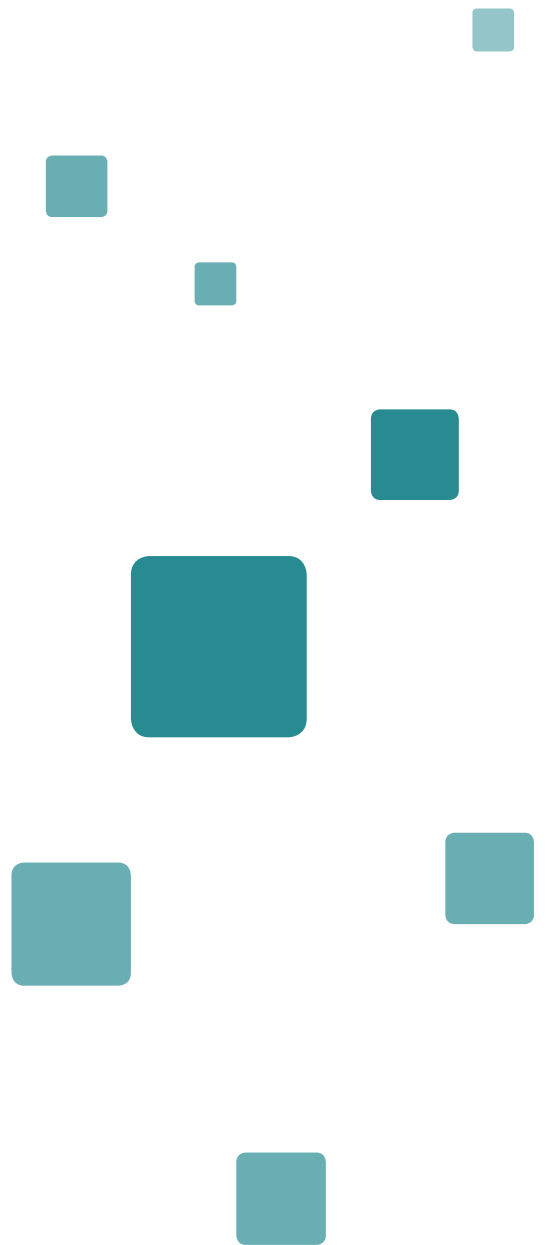
# FACE

Les entreprises contre l'exclusion



L'appartement

# FACE'ile @vivre





# L'appartement FACE'ile @ vivre

**FACE**  
Les entreprises contre l'exclusion

## L'essentiel à retenir

### Objectifs :

Contribuer à la lutte contre la précarité énergétique, sensibiliser de manière ludique et participative les ménages vulnérables aux éco-gestes et leur permettre de réaliser des économies d'énergie.

### Publics cibles :

- Ménages en situation de précarité énergétique
- Ecoles
- Seniors
- Médiateurs utilisateurs de l'appartement virtuel

### Acteurs concernés :

Les collectivités locales, les fournisseurs d'énergie, les organismes d'habitat social, les fondations d'entreprises, le CCAS, les acteurs sociaux (CPAM, Pôle emploi, services sociaux...)

### Présentation de l'action :

A l'heure où les ressources de la planète sont considérablement diminuées, les enjeux de développement durable impliquent des modifications profondes de pratiques et de comportements. Ils requièrent la mobilisation de tous, notamment ceux éloignés de la société, géographiquement ou socialement, soit les personnes disposant de peu d'information.

La lutte contre la précarité énergétique est un enjeu important aujourd'hui et dans les années à venir en France. En effet, 5,9 millions de ménages sont aujourd'hui en situation de précarité énergétique.

D'autre, part, les charges énergétiques pèsent de plus en plus lourdement dans le budget des ménages et les difficultés pour les plus modestes à les acquitter ne cessent de s'accroître. Une gestion disciplinée de ces charges permet de réduire les factures.

Enfin, il existe déjà sur certains territoires des appartements pédagogiques permettant de sensibiliser aux éco-gestes. Cependant, ces appartements ne touchent qu'une petite partie des ménages touchés par la précarité énergétique, ces derniers ne pouvant pas se déplacer ou n'ayant pas connaissance de ces dispositifs.

L'utilisation par des médiateurs, lors de visites à domicile et de réunions collectives, d'un appartement pédagogique virtuel sur tablette sensibilisant les personnes précaires énergétique nous paraît être la réponse appropriée à un besoin non satisfait à l'heure actuelle. En effet, 15 % des ménages français sont aujourd'hui en situation de précarité énergétique dans le logement dont plus de la moitié en dehors des grands pôles urbains.

### Les points forts / Valeur ajoutée

- Etre e-inclusif (s'appuyer sur le numérique) pour réduire la précarité énergétique.
- Sensibiliser aux éco-gestes via une application d'appartement 3D pédagogique et interactif.
- Outils permettant une large sensibilisation : visites à domicile, réunions collectives, groupes scolaires, ...
- Toucher les usagers qui ne peuvent pas se rendre dans un appartement pédagogique « physique », habitant en milieu rural, personnes à mobilité réduite, ...
- Ingénierie participative.

Un appartement 3D recréant un environnement où dans chaque pièce des messages sont délivrés sous forme d'illustrations, de textes et de quizz sur les éco-gestes à réaliser chez soi.



## Le principe :

### Messages + une illustration



#### JE PRENDS UNE DOUCHE PLUTÔT QU'UN BAIN

▶ Une douche de 4 à 5 minutes consomme 30 à 80 litres d'eau alors qu'un bain en demande 150 à 200 litres

#### JE COUPE L'EAU LORSQUE JE ME SAVONNE

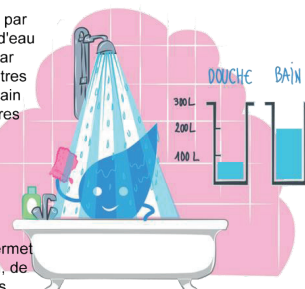
▶ L'économie d'eau est encore plus valable si je ne laisse pas couler l'eau pendant que je me savonne



Par an, si je me douche une fois par jour, je consomme 22 000 litres d'eau soit 128€. Si je prends un bain par semaine, je consomme 27 000 litres d'eau soit 155€. Si je prend un bain par jour, je consomme 58 240 litres d'eau soit 314€

#### ÉQUIPEMENT

Un pommeau de douche «Eco» coûte environ 14€ à l'achat. Il permet d'économiser jusqu'à 75% d'eau, de limiter le débit entre 6.5 et 8 litres par min contre 12 à 20 litres pour un pommeau classique



## Déroulement, process, étapes

### Phase 1

- Phase pilote de mai à Septembre 2015

### Phase 2

- Phase de déploiement interne de septembre 2015 à décembre 2015

### Phase 3

- Phase de déploiement externe de janvier 2016 à mai 2016

## Critères d'évaluation, résultats attendus

Les usagers ayant été sensibilisés aux éco-gestes via l'application FACE'ile @ Vivre seront rappelés un mois après leur visite afin de récolter leurs avis sur l'application et sur l'adoption d'éco-gestes

## Avantage CLUBS du réseau FACE

Adapter les messages d'informations suivant les besoins du territoire : sur la maîtrise et les économies d'énergie et des fluides, la gestion et le tri sélectif des déchets, la prévention des accidents domestiques et la sécurité, le maintien des seniors à domicile, l'éducation parentale, l'information santé, les conseils pour l'aménagement des espaces pour les personnes à mobilité réduite.

## Impacts sociétaux et enjeux

A l'issue de 8 mois d'utilisation de l'appartement FACE'ile @ Vivre dans les cinq clubs test puis dans l'ensemble du réseau FACE, plus de 1000 ménages seront sensibilisés aux éco-gestes à travers l'appartement virtuel avec l'accompagnement d'un médiateur.

En termes d'économies d'énergie, il est attendu que la majorité de ces ménages réalise un gain énergétique de 10 %.

A travers le déploiement externe et le développement de la version 2 de l'application, il est prévu que plus de 150 000 personnes soient sensibilisées aux éco-gestes à travers la visite de l'appartement FACE'ile @ Vivre.

## Témoignages partenaires et/ou bénéficiaires

« On est dans le contact avec les gens, c'est ce qui me plaît »  
Ben - médiateur de l'appartement pédagogique de FACE Limousin

« Nous avons été immédiatement séduit par le concept pluri-activités présenté par FACE qui est plus riche que les appartements pédagogiques classiques »

Directrice Limoges Habitat

