

Sommaire

Communiqué de presse

L'Anah propose l'écosubvention : un vrai coup de pouce pour les propriétaires modestes afin de favoriser les travaux d'économie d'énergie. page1

Une campagne de communication de proximité

...ciblée gage d'efficacité page 3

L'Anah à l'écoute des attentes des propriétaires

Une démarche quantitative et qualitative page 5

Concrètement quelle réduction sur la facture d'énergie ?

Les publics prioritaires Anah page7

La mission sociale et durable de l'Anah

La dimension sociale du Grenelle et de la relance page 8

Les prochaines étapes ?

page 9

Annexe 1 : l'écosubvention mode d'emploi

page 10

Tableau de synthèse : en plus de l'Eco-prêt à taux zéro, l'Etat crée l'écosubvention

12 mai 2009 | Corinne Simoni – 01 44 77 39 67
| Laure-Anne Forti – 06 83 42 22 81

L'Etat et l'Anah proposent l'écosubvention un vrai coup de pouce aux propriétaires les plus modestes pour réduire leurs dépenses d'énergie

Marc-Philippe Daubresse, Président de l'Agence nationale de l'habitat a lancé mardi 12 mai la **campagne écosubvention** lors d'une conférence de presse en présence des partenaires du logement et de l'habitat. Issue du Plan de relance et s'inscrivant dans la lignée du Grenelle, l'écosubvention est une **mesure sociale, économique et écologique, destinée aux propriétaires occupants modestes**. Elle leur offre la possibilité de financer une partie des travaux d'économie d'énergie immédiatement rentables, afin de réduire leurs factures d'énergie et d'optimiser leur pouvoir d'achat.

- Près de 50 000 propriétaires vont pouvoir bénéficier immédiatement de l'écosubvention de l'Anah.

Des travaux simples et rentables comme l'isolation des combles et le remplacement des anciennes chaudières sont encouragés, pouvant réduire significativement les factures d'énergie. Ces travaux peuvent être très vite rentabilisés grâce à une aide moyenne de 2 000 € avec un retour sur investissement de 4 à 7 ans dans les « passoires thermiques », notamment les maisons mal isolées construites avant 1975. Très concrètement, l'Etat verse sous conditions de ressources une aide de 20% à 35% du montant des travaux de rénovation thermique dans la limite de 13 000 € de travaux. Un des effets déclencheurs est l'avance sur travaux puisque 70% de cette subvention est disponible dès le démarrage du chantier.

- L'écosubvention vient renforcer les dispositifs généraux

Ces derniers sont accessibles sans critère de ressources, Il s'agit :

-du crédit d'impôt de 25% à 50%, aux normes techniques sensiblement les mêmes, et versé aux propriétaires non imposables.
-ou de l'éco-prêt à taux zéro, aux exigences particulières (bouquet de travaux, ou performance minimale).
Pour les bénéficiaires de l'écosubvention, ils améliorent encore le temps de retour sur investissement.

- Le soutien aux entreprises

Dans un contexte économique tendu, une enveloppe exceptionnelle « **relance** » de **100 M€** est réservée à l'écosubvention pour soutenir les petites entreprises du bâtiment.

- Une campagne de communication de proximité et ciblée, gage d'efficacité

Elle débutera en presse et radio le **18 mai** et se déroulera en 3 vagues : mai, septembre/novembre et décembre afin d'informer les Français et les convaincre d'investir rapidement. Un numéro indigo est à la disposition du grand public et des professionnels : 0820 15 15 15 du lundi au samedi, ainsi qu'un site internet www.ecosubvention.fr afin de faciliter l'accès à l'information et de simplifier les démarches.

« En parfaite cohérence avec la mission sociale de l'Anah, la campagne écosubvention a pour objectif d'informer les Français, notamment les ménages les plus modestes qui ont le plus besoin de réduire leur facture énergétique. Inscrite dans le cadre du plan de relance, l'écosubvention est limitée dans le temps, c'est donc le moment d'investir. En plus, grâce à l'avance sur travaux de l'Anah, les propriétaires occupants modestes ont tout intérêt à démarrer leurs chantiers dès cet été. Leur facture énergétique de cet hiver s'en trouvera allégée. L'Anah et les petites entreprises du bâtiment sont là pour les aider dans la réalisation de leur projet de rénovation thermique » insiste Marc-Philippe Daubresse, Président de l'Anah.



Une campagne de communication ciblée, gage d'efficacité



Pour que l'écosubvention soit un succès, l'Anah a mis en place un dispositif de communication complet, qui accompagnera les opérations commerciales des partenaires et professionnels du bâtiment.

- Les cibles

L'objectif est d'informer largement les Français et en particulier les publics modestes, ceux qui ont le plus besoin de réduire leur facture énergétique mais qui paradoxalement ont un accès limité à l'information.

- Trois temps forts

La campagne média débutera le **18 mai** en presse et radio et se déroulera sur trois vagues de deux semaines chacune avec des messages distincts :

- Mai (lancement 18 mai) : profiter de l'été pour préparer l'hiver
- Septembre : un hiver moins froid, un hiver moins cher
- Décembre : plus que quelques mois pour bénéficier de l'écosubvention

- Un parti pris créatif

La campagne de l'Anah mise sur l'**humour décalé** avec la mise en scène de peluches¹ dans un univers attractif et ludique. La communication de l'Anah traite de l'habitat – donc du confort et de l'intimité de la maison. Les peluches s'inscrivent naturellement dans cet environnement. Les peluches nommées **Charlie et Pétunia** permettent aussi d'humaniser le discours en rupture avec la dimension administrative liée traditionnellement aux émetteurs que sont l'Etat et l'Anah.

- Pourquoi choisir une chouette et un hibou ?

Les peluches évoquent l'enfance – et ses corollaires, la famille, le foyer. La notion de couple est rendue par le mariage des deux espèces voisines. Le hibou niche souvent dans les greniers : son apparition dans une maison semble donc naturelle. Enfin, la chouette est le symbole de la sagesse et encourage donc la confiance.

- Pourquoi choisir la marque Anima ?

Les peluches de la marque Anima attirent naturellement la sympathie et le sourire et ont pour objectif de rendre le sujet le plus pédagogique possible. L'Anah a choisi tout spécialement la marque française **Anima**, attachée à la protection de la nature et notamment en lien l'association à but non lucratif Souffleurs d'écume, à laquelle elle reverse un pourcentage de la vente de certains modèles.

« Attractive et pédagogique, la campagne Ecosubvention de l'Anah est porteuse de messages simples et utiles en faveur des économies d'énergie et du confort de vie. Les deux peluches Charlie et Pétunia sont des ambassadeurs ludiques pour le grand-public. Clarté, visibilité et responsabilité tels sont les enjeux phares de cette campagne incitative en cohérence avec les missions sociales et durables de l'Anah. »

Le principal objectif de Souffleurs d'Ecume est le maintien des populations de cétacés de Méditerranée dans un état de conservation favorable. La plupart des missions sont menées dans le cadre des activités du Sanctuaire Pelagos (accord Franco-italo-monégasque), en partenariat avec l'Accord ACCOBAMS et la Fondation Nicolas Hulot.



- Une pluralité de médias adaptés à la cible pour informer largement les Français notamment les plus modestes.
- **Les Spots Radio pour alerter** : RTL, Nostalgie, Europe 1, France Bleu, France Inter.
- **Les Annonces Presse pour argumenter**
 - TVMAG, suppléments TV de la presse quotidienne régionale
 - Le Parisien et Le Figaro,
 - Magazines seniors et social : Pleine Vie, Notre Temps et Vie de Famille.
 - Magazine de la CLCV
- Des supports de communication et d'édition
- **Un dépliant grand-public**
- **Un dépliant « Partenaires »**
 - (collectivités, professionnels du bâtiment et associations)
- Le site internet ecosubvention.fr
- dédié au grand public avec tous les renseignements nécessaires pour passer à l'action,
- dédié aux professionnels et aux collectivités, qui propose de nombreux outils de promotion à télécharger :
- Des kits de communication pour démultiplier la communication sur le terrain avec les partenaires élus et professionnels du bâtiment en téléchargement sur ecosubvention.fr.
- des bannières web événementielles animées ou non à intégrer sur leur site,
- les annonces presses en plusieurs formats et les spots radio de la campagne,
- des gabarits de mailings et e-mailings prêts à être envoyés,
- des posters reprenant l'affiche de la campagne
- une vidéo de témoignages de propriétaires occupants
- Une plate forme téléphonique dédiée : 8 télé opérateurs du lundi au samedi au **0820 15 15 15** (N° indigo, 0,15 ct euros la mn).
- Le budget de la campagne de communication
- 1 million d'euros dont 750 k euros de budget média
- Annonceur : Anah
 - Marc-Philippe Daubresse, Président de l'Anah
 - Sabine Baietto-Beysson, Directrice générale de l'Anah
 - Corinne Simoni, directrice de la communication
- Agence, Stratégie (marketing opérationnel) et création : Agence Beaurepaire
- Déclinaison de la campagne: Samoa
- Relations Presse : Publicis Consultants |



L'Anah à l'écoute des propriétaires

La démarche d'enquête quantitative de l'Anah



L'Anah a mené une étude avec l'IFOP pour mieux identifier les attentes des propriétaires occupants modestes avant d'élaborer sa campagne de communication.

Une première enquête réalisée auprès d'un échantillon de propriétaire atteste que la majorité des propriétaires, et tout particulièrement ceux à faibles revenus espèrent un niveau d'économie de 200 à 500 € **pour une facture moyenne de l'ordre de 2 000 €** en réalisant un montant de travaux de l'ordre de 5 000 €

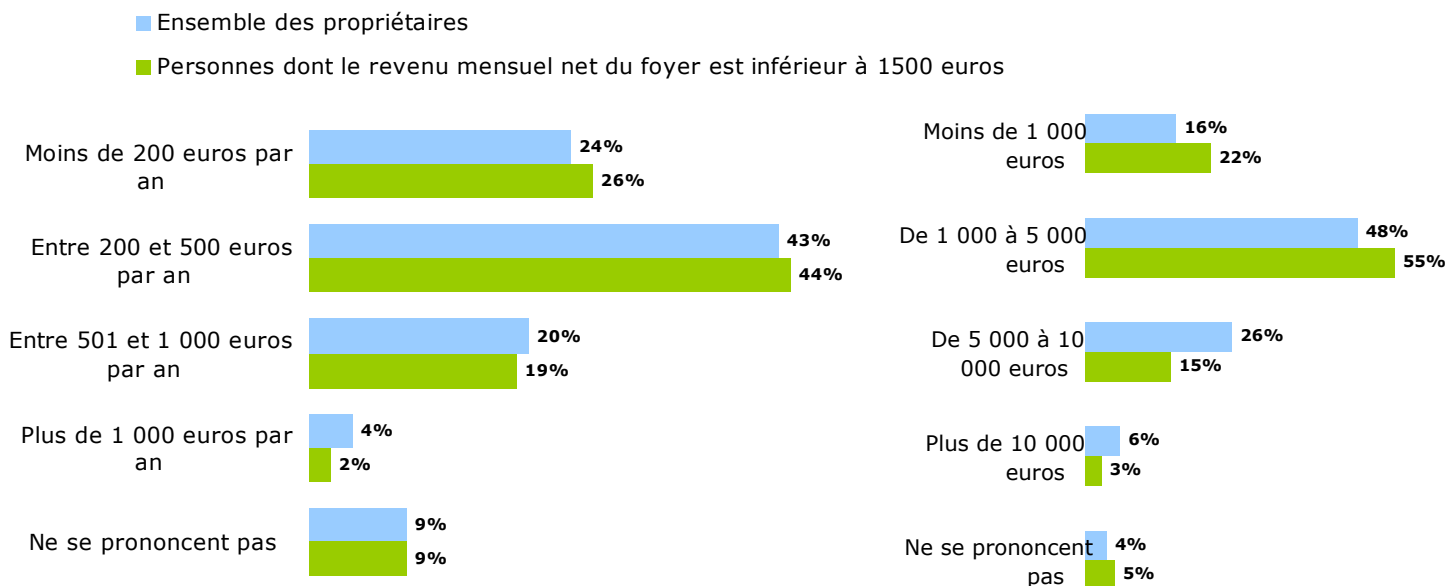
31% des propriétaires dont les revenus annuels sont inférieurs à 1500€/mois (éligible aux aides de l'Anah) sont prêts à réaliser des travaux de maîtrise de l'énergie avec un financement basé sur l'aide Anah+prêt à taux zéro. **L'aide publique a donc un réel effet incitatif.**

Question :

Quelles économies personnelles attendriez-vous de ce type de travaux permettant de faire des économies d'énergie ?

Question :

Pour ces travaux d'économies d'énergie, quel budget personnel y consacreriez-vous ?





La démarche d'enquête qualitative de l'Anah



L'Anah a approfondi son étude par une enquête qualitative.² De façon unanime, l'étude de l'Anah révèle que pour les propriétaires, la motivation première est d'améliorer son pouvoir d'achat ; viennent ensuite le confort et la valorisation du bien.

- Surtout, réduire la facture énergétique

A ce titre, un changement de chaudière et une bonne isolation sont synonymes d'une moindre consommation d'énergie et par conséquent d'une facture énergétique allégée.

« Ici, il fait très froid l'hiver, et moins il y a de déperdition, moins ça coûte cher, parce que l'énergie a augmenté, comme tout le reste d'ailleurs. Après c'est une question de confort, de se sentir mieux dans sa maison. Après, je préfère laisser à ma fille une maison qui n'a pas de problème, d'isolation ou de chauffage » (Retraitée, 62 ans, chauffage au gaz, Lyon)

La préoccupation principale concernant l'énergie domestique est sans surprise celle du prix d'autant que le contexte de crise exacerbe les inquiétudes, notamment chez les milieux les plus modestes, cœur de cible de l'Anah.

- Augmenter son confort au quotidien

Les travaux d'isolation permettent de rendre les pièces plus agréables, évitant ainsi les pertes de chaleur et limitant le froid.

« Je ne sais pas si vous en avez entendu parler, mais dans la région, entre les tempêtes, et la température qui a avoisiné 0 degré, ce qui est rare ici, je me suis rendu compte que c'était très nécessaire d'avoir un chauffage performant. J'ai pas mal souffert du froid, et c'est vraiment inconfortable » (Retraitée, 63 ans, chauffage électrique, Bordeaux)

- Valoriser son bien, dans une optique patrimoniale (revente ou transmission)

L'aspect esthétique de la maison et son entretien apparaissent comme des éléments majeurs à valoriser lors d'une vente pour en obtenir le meilleur prix, d'où l'importance des travaux d'isolation.

« Et puis si un jour je vends ma maison, je l'entretiens pour que mes enfants puissent la vendre dans l'état qu'elle est » (Retraitée, 67 ans, convecteur électrique, Région Parisienne).

La rénovation et l'aménagement des combles en pièce à vivre vont permettre d'augmenter la surface habitable, ce qui est un argument de valorisation du bien. De façon secondaire, c'est un argument avancé par les retraités, quand ceux-ci ont une descendance et qu'ils comptent léguer à leurs enfants un bien irréprochable.

² 20 entretiens individuels ont été menés du 2 février au 17 février 2009 dans différentes villes auprès de personnes propriétaires d'une maison individuelle construite avant 1975, percevant moins de 2000 euros mensuels pour les actifs et 1500 euros pour les retraités, envisageant de réaliser des travaux d'économies d'énergies (dans chaque ville ont été réalisés un entretien en centre ville et un entretien en périphérie urbaine ou rurale).



Concrètement, quelle réduction sur sa facture ? Pour quels publics ?



Parallèlement à l'enquête IFOP, l'Anah a développé une approche marketing pour identifier les propriétaires occupants prioritaires à qui proposer les travaux d'économie d'énergie les plus performants et rentables.

- L'écosubvention pour qui ? (Cf. tableau en Annexe)

L'Anah souhaite aider en priorité les propriétaires occupants des « passoires thermiques ». En France, on estime à **2 200 000** le total nombre de propriétaires respectant les conditions des aides de l'Anah (occupant un logement achevé depuis plus de quinze ans et sous plafond de ressources). Ils occupent à 80 % des maisons individuelles.

Parmi ceux-ci, **1 200 000 foyers** occupent des maisons construites avant les normes thermiques de 1975 et mal isolée ou dotée d'une vieille chaudière³. En réalisant les travaux les plus simples, comme l'isolation des combles et le remplacement de la chaudière (si elle a plus de 20 ans), ces propriétaires occupants peuvent, comme ils en ont exprimé le souhait réaliser des travaux simples, rentables et peu coûteux.

Avec l'écosubvention, **l'Anah va aider 50 000** de ces propriétaires modestes à réaliser les travaux d'économies d'énergie les plus rentables et performants pour réduire leur facture énergétique et améliorer leur pouvoir d'achat.

- Exemples de cas et de simulation réalisée par l'Anah pour le Club de l'amélioration de l'habitat en maisons individuelles construite avant 1975 et mal isolées
 - > **Pour les seuls travaux d'isolation des combles**, on peut raisonnablement espérer une réduction de la consommation d'énergie de **27 à 30 %** selon l'épaisseur de l'isolant.
 - > **En remplaçant sa chaudière au gaz ou au fioul par un modèle plus récent** et moins énergivore, le Club de l'Amélioration de l'Habitat évalue également une économie potentielle de **25 %** sur sa facture.
- Une première étape de test : les rendez-vous de l'habitat durable des 3 et 4 avril 2009

A l'occasion des permanences tenues dans 185 OPAH récentes les 3 et 4 avril dernier, 6000 propriétaires ont reçu des conseils gratuits de professionnels. Cette première édition a été un franc succès et a permis de mesurer l'attente des propriétaires occupants (62% du public accueilli) vis à vis des aides Anah en particulier celles en faveur des économies d'énergies. Après cette première étape de mobilisation sur le terrain, l'Anah lance dès le 18 mai une grande campagne de communication sur l'écosubvention.

³ Au total, on estime qu'environ 4 000 000 foyers occupent ainsi de véritables « passoires thermiques »

Les publics prioritaires Anah

Nombre de ménages concernés	Etat des combles	Mode de chauffage	Travaux préconisés en priorité
200 000	Combles non ou mal isolés	Chaudière très ancienne (+ de 20 ans)	Combles + chaudière gaz
800 000		Chauffage électrique ou chaudière récente	Combles + chaudière fioul
			Combles
200 000	Combles isolés	Chaudière obsolète	Chaudière au gaz
			Chaudière au fioul
1 200 000			



Montant des travaux (en euros)	Economie possible par an (en euros)	Retour sur investissement
3 500 à 8 000	de 600 à 700	5 ans
6 000 à 9 500	environ 1000	5 ans
1 500 à 4 000	environ 400	4 ans
2 000 à 4 000	de 300 à 400	6 ans
4 500 à 5 500	de 400 à 500	7 ans

1 200 000 foyers modestes occupent des « passoires thermiques » et peuvent prétendre à une écosubvention maisons construites avant 1975 et mal isolées. D'ores et déjà 50 000 chantiers simples et rentables à engager les coûts dépendent des caractéristiques du logement et des travaux (ex type d'énergie, combles perdus ou aménagés)

La mission sociale et durable de l'Anah

La dimension sociale du Grenelle et de la relance

- Une contribution significative au Grenelle
 - > Pour rappel, le Grenelle fixe comme objectif une réduction de -12% d'ici 2012 de la consommation énergétique du parc ancien.
 - > Avec l'écosubvention l'Anah contribue significativement au Grenelle :
 - Les 1 200 000 logements cœur de cible de l'Anah représentent 3 % du parc
 - 27% d'économie d'énergie seraient réalisés grâce à des travaux d'isolation des combles (gain fixe quelque soit le type d'énergie utilisé) soit 22% des objectifs du Grenelle pour 2012.
 - 26% des objectifs du Grenelle seraient atteints si en complément de l'isolation, des travaux de remplacement de chaudière sur 30% de ces logements seraient effectués.
 - Le traitement de 50 000 « passoires thermiques » par an permettrait de réaliser d'ici 2012 près de 5% des objectifs du Grenelle pour un montant total de travaux limité à 175 millions d'euros annuels.
 - > Ces estimations vont de pair et font écho au rapport récent du Conseil mondial des entreprises pour le développement durable (WBCSD)
 - 40% des économies peuvent être atteintes avec les travaux avec un temps de retour sur investissement de 5 ans (avec un pétrole à 60 USD)
 - En France, sur un volume global de travaux estimé à 600 MM€ à l'horizon 2050 :
 - 1,5% des dépenses de travaux sur les 1 200 000 logements cibles Anah permettent d'atteindre 5% de l'objectif final de 75% de réduction des dépenses énergétiques,
 - avec une composante forte de solidarité.
- L'Anah en soutien de l'économie des PME du bâtiment

Dans un contexte économique difficile, les aides de l'Anah ont un fort effet de levier et sont particulièrement efficaces pour soutenir l'activité des PME et des artisans du bâtiment : **4 M€ de travaux pour 1M€ de subventions**. Pour les artisans, c'est l'occasion de concrétiser des marchés jusque là différés et de relancer les commandes actuellement en forte baisse. En 2009, grâce au fonds de relance plus de 13 000 emplois devraient être ainsi préservés avec un ratio de 60 000 € par emploi.

L'écosubvention de l'Anah permet d'élargir la clientèle des professionnels dans des conditions privilégiées, grâce à l'intervention d'opérateurs spécialisés dans le montage de leurs dossiers, ce qui constitue pour les artisans une garantie de sérieux des commandes. Une innovation : **Le versement d'une avance de 70 % de la subvention au stade du devis accepté permet d'accélérer le démarrage du chantier.**

Les prochaines étapes

- 15 mai : réunion du comité des partenaires :

Associations d'élus, fédérations professionnelles, associations de consommateurs, UNCCAS, ANIL pour leur offrir la possibilité de s'associer à la campagne

- 18 mai : lancement de la campagne de communication en presse et radio

- Début juin : le décret permettant le versement d'avances sera applicable.

Le CA de l'Agence a délibéré le 12 mai sur ses modalités d'application : les demandes seront honorées pour toutes les subventions déjà accordées depuis le début de l'année, sauf si un acompte a déjà été versé.

- Une phase d'expérimentations locales avec les collectivités est engagée.



Outre Lambersart, ville dont est maire le Président de l'Anah, la ville de Sénart en Seine et Marne est déjà impliquée dans la promotion et la mise en place de l'écosubvention. Une démarche exemplaire est en cours pour impliquer les communes, les commerces, et les entreprises du bâtiment en repérant les quartiers pavillonnaires les plus concernés.

- 22 octobre : les Entretiens de l'habitat

Temps fort de la vie de l'Anah, les entretiens de l'habitat se tiendront le **22 octobre prochain 2009** au Palais des Congrès de Paris et seront placés sous le thème des enjeux économiques de l'habitat privé. Ce sera l'occasion d'un bilan d'étape de la relance, et notamment de l'écosubvention.

ANNEXE 1: l'écosubvention et l'éco-prêt à taux zéro, mode d'emploi

En plus de l'Eco-prêt à taux zéro, l'Etat et l'Anah crée l'écosubvention pour financer les travaux de rénovation thermique et aider les propriétaires occupants modestes.

		
Aides de l'Etat en faveur des économies d'énergie	<p>Une subvention de 20% à 35% des travaux dans la limite de 13 000 HT € sous conditions de ressources.</p> <p>70% du montant de cette subvention est disponible au démarrage des travaux.</p>	<p>L'éco-prêt à taux zéro permet de financer jusqu'à 30 000 € de travaux. Si le bouquet de travaux se compose de deux travaux, les propriétaires ont droit à 20 000 € maximum (jusqu'à trois travaux ou plus, et avec une amélioration de la consommation d'énergie du logement : 30 000 € maximum).</p>
Publics visés	<p>4 000 000 foyers respectent les plafonds Anah, dont 1 200 000 sont dans des maisons d'avant 1975 où les gains peuvent être les plus spectaculaires et les moins coûteux.</p> <p>Plafond de ressources : voir dépliant : Ordre de grandeur pour un couple sans enfant : 2 400 € à Paris, 1 600 € ailleurs en valeur 2009</p>	<p>Aucune condition de ressource. L'instruction des dossiers est effectuée par les banques. La durée peut être réduite jusqu'à 3 ans à la demande du propriétaire. La banque peut aussi proposer de la porter à 15 ans, pour alléger les charges de remboursement.</p> <p>Une convention partenariale détaille les moyens que les partenaires s'engagent à mettre en œuvre pour assurer une progression des réhabilitations thermiques lourdes (200 000 rénovations avant fin 2010, 240 000 en 2011, 320 000 en 2012) permettant d'atteindre les objectifs du Grenelle Environnement à compter de 2013 (400 000 rénovations lourdes de logements par an).</p>
Conditions sur les travaux	<p>Logements de plus de 15 ans</p> <p>Travaux réalisés par des professionnels</p> <p>Normes fixées par l'Anah : identiques au crédit d'impôt pour l'isolation, légèrement moins contraignantes pour les chaudières (appareils moins coûteux)</p>	<p>Fixées par décret : travaux réalisés par un professionnel dans au moins deux des catégories suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - isolation performante de la toiture - isolation performante des murs donnant sur l'extérieur - isolation performante des fenêtres et portes donnant sur l'extérieur - installation ou remplacement d'un chauffage ou d'une production d'eau chaude sanitaire - installation d'un chauffage utilisant les énergies renouvelables - installation d'une production d'eau chaude sanitaire utilisant les énergies renouvelables.
Crédit d'impôt	<p>De 25 à 50%, même si les propriétaires ne sont pas imposables.</p> <p>En général les normes sont identiques donc le cumul avec écosubvention est quasi systématique.</p>	<p>L'éco-prêt à taux zéro est cumulable avec les le crédit d'impôt développement durable, sous réserve d'un plafond de revenu de 45 000 € jusqu'au 31/12/2010 ; ce plafond est presque toujours respecté pour les foyers aidés par l'Anah.</p>